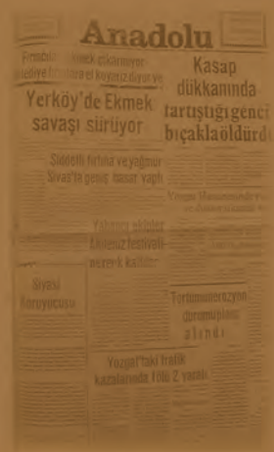
Türkiye'de YEREL BASIN













Türkiye'de YEREL BASIN

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları



İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları



© Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 4110 Sayılı Yasa ile değisik 5846 Sayılı FSEK'nu uyarınca kullanılmazdan önce hak sahibinden 52. maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekil ve yöntemle izlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.

Makalelerde yer alan görüşler yazarlarına aittir. Üniversite bu görüşler nedeniyle herhangi bir sorumluluk kabul etmez.

Redaksiyon
Ünsal ÇIĞ

Kapak Tasarımı ve Sayfa Düzeni
Ahmet Kadri KURŞUN

Baskı
Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş.

İstek Adresi
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi
Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sokak
34116 Beyazıt/İstanbul
Tel: (212) 440 00 00 (12604)
Faks: (212) 440 03 16

ISBN 978-975-404-785-1

Türkiye'de Yerel Basın

Editör
Prof. Dr. Suat GEZGİN

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ YAYINLARI
İstanbul - 2007



1930 - 2001

Türkiye'de demokrasinin güçlemesini isteyenler yerel medyaya destek vermelidir...

Nezih Demirkent

İçindekiler

İçindekiler vi
Önsöz ix

I. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE YEREL BASIN TARİHİ

1. Tarihsel ve Literal Açıdan Yerel Gazetecilik.....1
   Hediyetullah Aydeniz
2. 19. Yüzyılda Osmanlı'da Gazetecilik Hareketleri: Takvim-i Vekayi'den Vilayet ve Özel Girişim Gazetelerine.....29
   Ünsal Çığ
3. Osmanlı Döneminde Yerel Basın (1828-1922).....77
   Haluk Harun Duman
4. Kurtuluş Savaşı'nda Yerel Basının Rolü.....89
   Uğur Gündüz
5. Yerel Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Geleceği.....107
   Orhan Erinç
6. 12 Eylül 1980 İhtilali'nin Yerel Basının Haber Seçimleri Üzerindeki Etkisi: Hakimiyet Gazetesi Örneği.....111
   Beste Nigar Erdem
7. Mersin'in Yerel Gazete Tarihi.....139
   Mesut Bulut

II. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE YEREL BASININ SORUNLARI

1. Türkiye'de Yerel Basına Dair.....167
   Nezih Demirkent
2. Yerel Basının İşlevi ve Demokrasilerde Önemi.....171
   Nail Güreli
3. Türkiye'de Yerel Basın.....177
   Suat Gezgin
4. Türkiye'de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri.....197
   Belkıs Ulusoy Nalcıoğlu
5. Birbirinin Çözümü Olan İki Sorun:Yerel Basında Profesyonel Kadro Eksikliği ve İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorunu.....211
   Burcu Kaya Erdem
6. Türkiye'de Yerel Basın ve Resmî İlan.....243
   Atilla Girgin

7. Ekonomi Basınında Tarihsel Gelişme ve Yerel Basında Ekonomik Haberler.....261
   Osman Saffet Arolat
8. Türkiye'de Yerel Basının Sorunları Çerçevesinde Gazeteci-Yerel Otorite Çatışması Üzerine Örnek Bir Olay: Sinan Kara ve Datça Haber Gazetesi.....271
   Alparslan Çelebi
9. Yerel Basın ve Ulusal Dağıtım Kanallarındaki Yeri.....291
   Ersin Turan
10. Küresel Medya-Yerelleşme ve Yerel Medya.....321
    Oğuzhan Özgür Güven
11. İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminden Elde Edilen Bulgular.....337
    Ali Murat Vural
12. Naylon Gazeteler ve Besleme Basının Yerel Basına Etkileri.....357
    İbrahim Sena Arvas
13. Günümüz İstanbul Yerel Basını.....365
    Kenan Evren Duman
14. Yerel Basının Yerel Siyasi Katılıma Etkisi.....375
    Ahmet Kadri Kurşun
15. Basın Okurluk Araştırmaları ve Yerel Basın.....385
    Korhan Mavnacıoğlu
16. Yerel Medya Olgusu ve Batman Yerel Medyasına Bakış.....397
    Şükrü Sim

III. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE YEREL BASIN UYGULAMALARI

1. "Vatandaş Gazeteciliği" Kavramı ve Türkiye'de Uygulamaları.....419
   Oya Mutlu
2. Yerel Gazetelerin İnternet Ortamındaki Görünümü.....435
   Özgü Işık Yolcu
3. Yeni İletişim Teknolojilerinin Yerel Basına Sunduğu Olanaklar ve Kocaeli Yerel Gazetelerinin İnternet Sayfaları Üzerine Bir Değerlendirme.....475
   Gürsoy Değirmencioğlu

IV. BÖLÜM: DÜNYA YEREL BASININA İKİ ÖRNEK (Fransa ve İtalya Basını)

1. Fransa'da Yerel Basın.....495
   Aslı Yapar Gönenç
2. İtalya'da Yerel Basın.....505
   Özgür Gönenç

Önsöz

Milli Mücadele yıllarında önemli bir görev üstlenen yerel basını Atatürk, "fazilet adaları" olarak adlandırmıştır. "Fazilet adaları", Islahat Fermanı'nın, yönetim anlayışını merkeziyetçilikten uzaklaştırarak daha katılımcı kılma arayışlarıyla filizlenmiştir. Osmanlı'da eyalet yerine vilayet sistemine geçilmesi ve her vilayette bir matbaa kurulması resmi nitelikteki vilayet gazetelerinin çıkmasına da önayaklık etmiştir. Kurtuluş Savaşı'nın önemli bir payandası olan yerel basın, mücadelenin heyecanını, ruhunu ve direncini güçlü kılmıştır. Milli Mücadele sırasında yerel basın, tam bir haberleşme görevi görmüş, cephe ve cephe gerisinin kademesinde yer alarak Kurtuluş Savaşı'nın başarıyla sonuçlanmasında önemli bir rol üstlenmiştir.

Bu tarihsel dönüm noktaları aslında iki önemli unsura dikkatleri topluyor. Onlardan bir tanesi, katılımcılık ve belki o zaman çok açık olarak dillendirilmese de "demokrasi" kavramıdır. Yönetim sisteminde yapılan düzenleme, merkeziyetçiliği azaltmaya dönük bir adım olarak atılmıştır. Öte yandan vilayet basımevlerinin resmi nitelikteki gazeteleri çıkarmaları, basın ve demokrasi arasındaki ilişkinin varlığını belgeler niteliktedir. Yayınların çeşitlenmesi, resmî niteliğinin kaybolması bu ilişkiyi daha belirgin kılmaya başlamıştır. Yerel basın ve demokrasi arasındaki sıkı ilişki Fransa, Almanya gibi ülkelerdeki demokratik yaşam ve yerel basının güçlülüğü açısından da dikkat çekicidir. Yerel basın bir anlamda demokratik yaşamın güçlü kılan ve demokrasinin daha sağlıklı teneffüsünü sağlayan bir araç niteliğindedir. İletişim dünyasının yaşadığı teknolojik devrim, atılım bugün bu durumu da daha da elle tutulur bir hale getirmiştir. Artık en güçlü denetim araçlarına sahip merkezler bile bu teknolojik gelişimin sağladığı üstünlüklere karşı yetersiz kalmaya başlamışlardır. Yönetimin, kendine çeki düzen vermesi, attığı adımların sorgulandığının bilincinde olması, demokrasi ve katılımcılık adına olumlu gelişmelerin de önünü açacaktır. Türkiye'nin dört bir yanında yayınlanan küçük ölçekli gazeteler, televizyon ve radyo kanalları yerel sorunları, ulusal gündeme taşıyarak ve sorunların çözümü konusunda merkezi iktidarların üzerinde baskı gücü oluşturma niteliği kazanmaya başlamıştır. Bu çeşitliliğe bir de yerel internet siteleri de eklenince durum daha da net bir tablo ortaya çıkarmaya başlamıştır. Demokrasi ve katılımcılık açısından,

özellikle yasaların yetersiz kaldığı durumlarda, bu açığı kapatacak en önemli güç yerel basındır. Türkiye gibi demokratik yaşam tartışmalarının çok yoğun yaşandığı ülkelerde bu gerçek daha da belirginleşmektedir.

Yerel basının bir diğer önemli kamusal sorumluluğu da, "eğitsel" işlevidir. Genç Cumhuriyet'in ilk yıllarında çok değişik araçlarla sağlanmaya çalışılan bu işlev, bugünün koşullarında yerel basına da böyle bir görev yüklemektedir. Özellikle "yurttaş" bilincinin geliştirilmesinde, toplumun estetik duygularının olgunlaşmasında, toplumun çağdaş değerlere yakınlaşmasında yerel basının vazgeçilemez sorumlulukları vardır.

Yerel basın demokratik yaşam ve eğitim için önem taşıyor, ancak Türkiye'de bu beklentilere yanıt verebilecek durumda mı? Bugün için tabloya bakıldığında gün geçtikçe yerel basının ciddi kan kaybına uğradığını söylemek olasıdır. Yerel basının özellikle seçim dönemlerinde hatırlanması ve seçim dönemlerinde özellikle gazetelerin, dergilerinin sayısının artması çok anlamlıdır. Öte yandan yerel basının özellikle sanayi ve ekonomik güç taşıyan yerlerde daha yaygınlık kazanması ve hayat bulması da üzerinde düşünülmesi gereken bir durumdur. "Yerel basın geleneği" can çekişiyor demek çok iddialı ve yersiz bir tespit olmasa gerekir. Oysa Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik ve toplumsal durum, yerel basına duyulan ihtiyacı en üst düzeylere taşımaktadır. Buna yanıt verecek bir yapılanmanın bulunmayışı, Türkiye'nin demokratik ve çağdaş yaşamı için ciddi zaaflar doğuracak niteliktedir.

"Türkiye'de Yerel Basın Uygulamaları" adlı çalışma, bu tabloya karşı akademik duyarlılıkla yaklaşma gerekliliğinin doğurduğu bir sonuçtur. Türkiye'nin "fazilet adaları"na olan ihtiyacı her zamankinden biraz daha fazladır. Bu kitap Türkiye'de yerel basın konusunda bir nebze de olsa bir ilgi yaratırsa, akademik amacıyla birlikte üstlendiği kamusal görevi de başarıyla yerine getirmiş olacaktır.

Ayrıca elinizdeki çalışma, Türkiye'de yerel basının önemini her zaman dile getiren ve gazetecilik mesleğine 50 yılı aşkın bir süre hizmet veren Nezih Demirkent'in anısına derlenmiştir. Demirkent'in ders alınması gereken meslek yaşamının genç kuşaklara yol göstermesi dileğiyle…

Emeği geçen tüm meslektaşlarıma ve gazeteci dostlara teşekkürü borç bilirim.

Prof.Dr. Suat Gezgin
İstanbul Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı

I. BÖLÜM
TÜRKİYE'DE YEREL BASIN TARİHİ

TARİHSEL VE LİTERAL AÇIDAN YEREL GAZETECİLİK

Hediyetullah Aydeniz*

Giriş

Yerel basınla ilgili bir çalışma, öncelikle tarih ve literatür araştırmasına muhtaçtır. Bu alanda tarihsel araştırmalar ve bazı alan araştırmaları yapılmış olmakla beraber literatür çalışmaları pek yoktur. Biz de bu çalışmada gazetenin tarihsel süreci, modern toplumda elde ettiği ve üstlendiği konum, Türkiye'de gazetenin doğuşu, yerel basın kavramı ve yerel basınla ilgili oluşan literatür konularını ele alacağız.

1. Batı'da İlk Dönem Gazete Algısı: "Utanmaz" ve "Yalancı"

"Elizabeth döneminin büyük tiyatro yazarı Ben Johnson, 1626'da Londra'da sahnelemek üzere Aristophanes'ten esinlenen bir komedi yazar. *The Staple of News*, yani "Haber Dükkânı" adındaki bu eserde ilk kez en karamsar tonda gazetecinin toplumsal kişiliğine saldırılmaktadır: Gazeteci, kesinlikle utanma duygusundan yoksun ve okuyucularının saflığından yararlanmak için ne olursa yazmaya hazır birisiydi."[1]

Bu yargının siyasal ve toplumsal zeminde değişmesi için, İngiltere'de farklı olmakla beraber, 150 yılı aşkın bir sürenin geçmesi gerekti. Bu da Fransız Devrimi ile girilen yeni toplumsal-siyasal süreçtir.

Ben Johnson'ın 1626'da yazdığı komediden Fransız Devrimi sürecine kadar gazeteci algısının toplumda olumlu bir karşılığının olduğunu söylemek zordur. Buna ilişkin Fransa'da filozoflarla gazeteciler arasındaki düşmanlığı hatırlamamız yeterli olur sanırım. Jeanneney, Fransız filozoflarının "basın özgürlüğünden bahsettiklerinde, gazetelerin değil kitapların ve her türden kitapçıkların özgürlüğünü anlıyorlardı. Zaten genellikle gazetelere düşmandılar.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.
[1] Jean Noël Jeanneney, *Medya Tarihi*, Çev. Esra Atuk, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2006, s. 32, 33.

Diğer taraftan, en parlak gazeteciler de uzun süre, filozoflarla atışarak ün kazanmışlardı"[2] tespitini yaptıktan sonra bazı Fransız filozoflarının düşüncelerini aktarır: Voltaire, Diderot, Rousseau ve Montesquieu.

Gazetelerden nefret eden ve sadece resmî gazetelere onay veren **Voltaire**, "basın, toplumun belalarından biri ve dayanılmaz bir eşkıyalık haline geldi" ifadesini kullanır.

Diderot: "Tüm bu gazeteler, cahillerin yemi, okumadan konuşma ve karar vermek isteyenlerin kaynağı, çalışanların belası ve tiksintisidir. Bunlar hiçbir zaman iyi düşünülmüş iyi bir satır üretmediler, ne de kötü bir yazarın kötü bir eser vermesini engellediler."

Rousseau, 1775'te, bir gazete çıkarttığını yeni öğrendiği Cenevre'deki bir arkadaşına şöyle yazar: "Demek ki siz de, baylar, 'süreli' yazarlar oldunuz. Projenizin bana size olduğu kadar eğlenceli gelmediğini itiraf ediyorum; büyük anıtlar dikmek için yaratılmış adamların malzeme taşımakla, mimarların el işçisi olmakla yetindiklerini görmekten üzüntü duyuyorum. Süreli bir kitap nedir? Değersiz ve faydasız, kalıcı olmayan bir eser, kültürlü kişiler tarafından dikkate değer bulunmayan ve küçümsenen bu kitapla, kadınlara ve aptallara bilgiden yoksun bir gurur vermeye yarar; yazgıları sabah tuvalet masasının üzerinde parladıktan sonra, akşam gardırobun içinde ölmektir."

Mohtespuieu ise, İran Mektupları kahramanı Uzbec'in ağzından şöyle diyor: "Bizim İran'da bilmediğimiz ve burada çok moda olduğunu sandığım bir çeşit kitap var: Gazeteler. Bunları okurken tembelliğin ruhu okşanıyor."

Rahip Galiani: "Tanrı sizi, fermanla getirilen basın özgürlüğünden korusun! Bir milleti kabalaştırmaya, zevki öldürmeye, dili yozlaştırmaya, hiçbir şey daha fazla katkıda bulunamaz."

Yaklaşık iki yüzyıllık sürede gazete saygın bir konum kazanamamıştır. Ta ki sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal anlamda dışa açılımlarla başlayan Batı'daki değişimin tamamlanması safhasına kadar; yani bir dönüm noktası olarak, Fransız Devrimi'ne kadar. Yeni bir devletin, yeni bir toplumsal yapının devreye girdiği bu dönemde gazete de kurulan bu yeni düzende kendisine saygın bir yer edinmeye başlamıştır.

[2] Jeanneney, *a.g.e.*, s. 48-50.

1775–1785 yıllarına doğru, Fransız Devrimi öncesinde, Fransa'da, yönetici sınıflar ve filozoflarla gazete çıkaranlar arasındaki uyuşmazlık giderek azalır. 1778'de Académie Française, ilk kez gazetecileri bünyesine kabul etmeye başlar.

Gazetecilerin ve gazetelerin toplumda gördüğü kabul, yeni toplumsal yapıda edinecekleri konumun ilk işaretleridir. Akademide, siyasette ve temelde tüm toplumsal yapıda vazgeçilmez bir konum sahibi olmaya başlayacaklardır.

2. Modern Batı Toplumunda Gazetenin Konumu

Gazetenin modern toplum örgütlenmesindeki yeri ve bir kitle iletişim aracı olarak kurumsallaşma süreci, yerel basınla ilgili tartışmaların önemini ve anlamını yakalamaya yardımcı olabilir. Bunu anlamak için de yeni toplumsal yapının ne olduğu konusunda bazı tanımlar üzerinde durmak gerekmektedir. Burada kilit kavram, ulus ve ulus-devlet'tir.

Fransız Devrimi'ni, Avrupa'nın yaklaşık üç yüzyıl yaşadığı değişimin yeni bir toplumsal düzenle noktalanan siyasal bir hareket olarak nitelendirebiliriz. Bu yeni toplumsal düzen, burjuva siyasal devrimi, sanayi devrimi ve işçi sınıfıyla şekillenen yeni bir sınıfsal bünye olarak "ulus-devlet" yapılanmasıdır. Aslında siyasal yapı derken tüm toplumsal örgütlülüğün kendisinden bahsetmiş oluyoruz.

Fransız Devrimi, meşruiyetin "ulus" denen olguya dayandığı yeni bir siyasal yapıyı beraberinde getirmiştir. Meşruiyetin "Kral" ve "Krallık" kavramları ekseninde şekillendiği geleneksel siyasal yapının son bulmasında en önemli kırılma olan Fransız Devrimi'nin getirdiği yeni siyasal yapının meşruiyet zemini en ayırıcı unsurdur. Bu meşruiyet zemini de "ulus"tur; "ulus" kavramı yeni düzenin temelidir. Ulus'a ilişkin çeşitli tanımlamalar söz konusu olmak beraber konumuz açısından kapsamını yeterli bulduğumuz bir tanımlamayı aktarmakla yetineceğiz.

Ulusu, belli bir toprak parçası üzerinde "dil, din ve soy birliği, kültürel ve tarih birliği ve ortak düşman imajı"[3] ile yaşayan insanların oluşturduğu toplumsal yapı olarak tanımlamak mümkündür. Buradaki en temel sorun, mutlak monarşinin yıkılmasıyla siyasal meşruiyetin dayandığı ulusun, temel unsurlarının mevcut olup olmadığıdır. Tarihsel veriler bize göstermektedir ki, Fransız Devrimi gerçekleştiğinde Fransa'da bile bu temel unsurlar sağlana-

[3] Ozan Erözden, *Ulus-Devlet*, İstanbul, Dost Yayınevi, 1997, s. 106.

mamıştır. "Halk Eğitim Komitesi'nin önde gelen üyelerinden Abbê Grêgoire'nin 1794'te hazırladığı ünlü raporda, yaklaşık altı milyon Fransız'ın Fransızca'yı hiç bilmediği, yaklaşık aynı sayıda Fransız'ın bu dilde düzgün konuşma yürütecek bilgisi olmadığı buna karşılık sadece üç milyon Fransız'ın düzgün konuşabilecek derecede Fransızca bildiği ortaya konmaktadır. Fransızca'nın tüm Fransa ölçeğinde konuşulan bir dile dönüşmesi ise ancak 1920'li yıllarda gerçekleşebilmiştir."[4]

Dil alanındaki bu gerçek, aynı zamanda ulusun diğer temel unsurları söz konusu olduğunda da geçerlidir. Dilin yanında kültürel ve tarih birliği de, ulus-devlet yapılanmasının olmazsa olmaz şartları olarak, Fransız Devrimi'nden sonra gerçekleştirilebilmiştir. Bütün tarih, ulus eksenli yeni bir okumaya tabi tutulmuştur. "Kültür ve tarih birliği ise zaten söz konusu değildi. Devrim sonrası ulusal tarih yazımcılığı ekseninde geriye dönük günün koşullarına uygun bir tarih okumasına girişilmiştir. Avrupa üniversitelerinde tarih kürsülerinin kurulmaya başlanmasının ulus-devletin tamamlanmış haliyle tarih sahnesine çıkması anı olarak saptayabileceğimiz 1789 Devrimi'nin hemen ertesine denk düşmesi son derece anlamlıdır."[5]

On dokuzuncu yüzyıl "uluslaşma" hareketiyle mevcut yapı arasındaki mücadelelerle geçti. Bu mücadele, Avrupa'da sayısız savaşı ve yirminci yüzyılda da ikisi dünya savaşı olmak üzere birçok savaşı beraberinde getirmiştir. Bu uzun süren savaşlarla dolu yılların bizim konumuz açısından önemi Fransız Devrimi ile başlayan siyasal sürecin ve bu zemin üzerinde temellenen gazeteciliğin kurumsallaşmasının oldu bittiyle tamamlanmadığıdır. Bir meslek ve yeni toplumsal yapının en önemli unsurlarından birisi olarak gazeteciliğin kurumsallaşma mücadelesinin, yaklaşık yüz elli yıllık bir süreci kapsadığı göz ardı edilmemelidir.

Fransa benzeri bir örnek de İtalya'dır. "İtalyan birliği hareketi Risorgimento'nun önde gelen liderlerinden Massimo d'Azeglio'nun, 1860 yılında, "İtalya'yı oluşturduk, şimdi İtalyanları oluşturmalıyız" dediği bilinir. Uluslaştırmadan kastedilen özetle budur. d'Azeglio'nun sözünü genel bir ifadeye dönüştürerek yinelersek, bir siyasi hareket sonucunda, mevcut devlet yapısı değiştirilerek ya da yeni bir devlet kurularak ulus-devlet oluşturulduktan sonra, uluslaştırma süreci işletilmek suretiyle, ulus yaratılmaya çalışılır. Böylelikle, ulus-

[4] Erözden, *a.g.e.*, s. 109.
[5] *a.g.e.*, s. 110.

devlet kurgusunun içerdiği meşruiyet ilkesi, anlamlı bir olgusal temele oturtulmaya çalışılır. Bu çerçeve içinde uluslaştırma, türdeş olamayan bireyleri türdeş kılma ve türdeş bir bütün içinde olduklarına inandırma çabası olarak tanımlanabilir."[6]

Bu yeni süreçte siyasal meşruiyetin dayandığı ulus olgusunun oluşabilmesi için toplumda türdeşliği oluşturma çabasıyla çeşitli yapılanmalar söz konusu olmuştur. "Sonuçta kurguyla olgu arasında gözlenen farklılaşma olgunun kurguya uydurulması zorunluluğuna eklenince ulus-devlet, kaçınılmaz olarak bir projeye dönüşür. Olguyu kurguya uydurmak için kullanılacak çeşitli araçlarla yaşama geçirilmeye çalışılan bu projenin genel adı, uluslaştırmadır."[7]

Olguyu kurguya uydurmak için kullanılan araçların başında da okul (eğitim), zorunlu askerlik, sandık (siyasi katılım) ve kitle iletişim araçları yani gazete gelmektedir. Marksist bir bakış açısıyla Althuser'in[8], devletin ideolojik aygıtları olarak nitelendirdiği bu araçlar, işlevleri doğrultusunda, devrimle başlayan yeni siyasal ve dolayısıyla toplumsal düzende yerlerini almışlardır.

Yeni siyasal yapı, üç temel kuvvetin ayrılığı esasına dayanmıştır. Yasama, yürütme ve yargı, meşruiyetini ulusta (halkta) bulan yeni siyasal ve toplumsal yapıyı ortaya koymaktadır. Tam da bu noktada gazeteye biçilen rol ortaya çıkmaktadır. Yeni toplumsal yapılanmada kuvvetlerin konumlanışı ve bu konumlanışta gazetenin durumunu İrfan Erdoğan şöyle betimlemektedir:

"Amerikan sosyologu Robert E. Park'a ve Hulteng ve Nelson'a göre, dördüncü güç kavramını gazete/basın için ilk olarak Lord Thomas Babington Macaulay, 1828'de 'Hallam's Constitutional History' makalesinde kullanmıştır: İngiliz parlamentosunda üç güç vardı; Lords of spiritual (1960), Lords of temporal (1983) ve halk. 'Gazetecilerin oturduğu gallery dördüncü güç alanı oldu. Gerçi Carlyle 'Hero as a man of letters' yapıtında, dördüncü güç kavramını K. Burke'ye atfeder, fakat Burke'nin yapıtlarında bu kavrama rastlanmaz. Kapitalist siyasal sistemle birlikte, üç güç yasama gücü, yürütme gücü ve judicial (yargı) güç biçimine dönüşmüştür. Bu üç güç kapitalist demokrasinin bir gereğidir ve dördüncü güç olarak 'basın' bu gücün geliştirici ve 'halk için' gözetleyicisi anlamında kullanılır. Amerika'da basın gayri resmî dördüncü

[6] Erözden, *a.g.e.*, s. 123.
[7] *A.y.*
[8] Bkz. Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002.

güç olarak nitelenir (gerçi kitle iletişim kitaplarında bu kavrama çok ender olarak rastlanır). Basın diğer üç gücü, yani başkanı, kongreyi ve adalet sistemini, halkın 'gözleyici, bekçi köpeği' olarak 'peşindeyim adım adım, türküsünü söyleyerek' denetler."[9]

Dördüncü güç tanımlamasının ilk defa kimin tarafından yapıldığına dair tartışmalar söz konusu olduğunda Fransız akademisyen Jean-N. Jeanneney de, Burke'nin ismini dillendirir.

Yeni güç yapılanmasında gazete ve gazetecilik, ulus-devlet örgütlülüğün temel taşlarından birisidir. "Gazete, batıda yeni kurulan devletin en önemli kurumları arsına girerek 'dördüncü güç' olarak 'vazgeçilmezlik' özelliğini kazanmıştır. Gazete, doğrudan 'devlet' ile işlevine kavuşacak, yasama, yürütme ve yargı güçlerinden hemen sonra 'dördüncü güç' olarak modern devletin 'vazgeçilmez' kurumları arasındaki yerini alacaktır. Salt haber ihtiyacının dışında bireyin mevcut düzene uyumunu sağlamak, onu topluma katmak veya toplumda var olan çözüme, siyasete ortak etmek ihtiyacı, dinden sanata kadar değişik ideoloji ve inanç sistemleri, başka bir deyişle 'bilinç' şekilleri ortaya çıkarırken, bir yandan da bu amaçla geliştirilmiş uzmanlaşmış bazı araçların kullanımını gerekli kılmıştır. Bu araçlardan biri de gazetedir"[10]

Gazetenin yeni dönemde aldığı konum ve üstlendiği işleve ilişkin en çarpıcı tespit, Le Patriote Français adlı gazeteyi Nisan 1789'da, Fransız Devrimi'nden hemen önce çıkaran Brissot, tanıtım yazısında şöyle açıklamaktadır:

"Tüm Fransızları eğitmek için, broşürlerden başka sürekli, az masraflı ve onları yormayacak biçimde bir araç bulmak gerek. Bu araç siyasî bir gazete (....)'dir. Esaretten ya da cehaletten kurtulmaya çalışan kalabalık bir millet için tek eğitim aracı budur. Gazeteler olmadan Amerikan Devrimi hiçbir zaman gerçekleşmezdi." Bunun sonucunda da "basın özgürlüğü kutsal bir haktır ve halkın sahip olduğu egemenliği makul ve aklı başında bir biçimde uygulamasına olanak veren yurttaşlık eğitimini sadece onun sağlayabileceğine inanılıyordu."[11]

Amerikanın Bağımsızlığı ve Fransız Devrimi sürecine kadar (İngiliz tecrübesini istisna tutabiliriz) gazeteciliğin, tam olarak siyasal ve toplumsal

[9] İrfan Erdoğan, (Çevirim içi): http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma
[10] Hayati Tüfekçioğlu, "Sosyolojik Açıdan Gazete ve Osmanlı Gazeteciliğinin Temellendirilmesi", Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1993, ss., 42, 43, 48.
[11] Jeanneney, *a.g.e.*, s. 85.

düzlemde kabul görmediğini, bir meslek ve güç unsuru olarak kullanılmasına rağmen hor görüldüğünü dikkate almak, yeni dönemde elde ettiği konumu anlamamızı kolaylaştıracaktır. İlk defa 1778'de akademilere gazeteciler alınmaya başlanacaktır. Ve akademiye alınan ilk gazeteci Target, Nivernais Dükü tarafından karşılanır ve dük ona şöyle der: "Gazetecilik mesleği, artık en nitelikli zihinler tarafından icra edilmeyi hak etmektedir."[12] Bu, gazetenin, etkinliği ve yaygınlığı ile hiçbir siyasal iktidarın onu görmezlikten gelemeyeceğinin, artık merkezde konumlandığının, siyasal bir aktör olarak dük tarafından ifade edilmesidir.

Yeni siyasal yapıyla Fransız Devrimi, zamanın ve sonrasındaki gazetecilerinin tüm eylemini belirleyen ve yeni siyasal yapının özelliğini ortaya koyan üç önemli fikri de beraberinde getirmiştir.

2.1. Gizliliğin Kaldırılması

Egemenliğin artık halka dayandığını, gücünü ve meşruiyetini halktan aldığını söylemek, her şeyin kamuya açık olarak, vatandaşların dikkatli ve katı bakışları altında olup bitmesini zorunlu kılmaktadır. Gazetecilik mesleğinin önündeki en önemli engel demokrasinin en önemli unsurlarından birisi, siyasal sistemin şeffaf olması ve gizliliğin azami düzeyde kaldırılmasıdır. Egemenliğin kaynağı olan halkın, kendi adlarına egemenlik hakkını devrettikleri yöneticilerinin yapıp ettiklerini öğrenme hakkı önemli bir kazanımdır.

Büyük Britanya'da Avam Kamarası tartışmalarının halka açılması –her ne kadar 1803'te fiilen uygulanabilmişse de- 1771 tarihindedir. Amerika'da da, senatonun gazetecilere açılması için 1795'i beklemek gerekecekti. Oysa 1789 Anayasa Meclisi, daha başlangıçta, halkın toplantılarında konuşulan her şeyi öğrenme hakkı olduğu ilkesini getirdi. Paris'in ilk belediye başkanı Bailly'nin Ağustos 1789'da söylediği şu sözleri hatırlayalım: "Siyasi hayatın kamuya açık olması halkın güvencesidir."[13] Bu hem siyasalın işleyişine, hem de gazetenin bu yapıda üstleneceği role ilişkin açık bir ifadedir. Siyasal iktidarın düşünceleriyle beraber yapıp ettiklerinden haberdar etmeyi sağlayan araç olması, gazeteciliğin en önemli özelliği olacaktır.

[12] Jeanneney, *a.g.e.*, s. 57.
[13] *a.g.e.*, s. 60.

2.2. Demokrasi (Antik Yunan'ın ve Roma'nın İhyası: Ulus'un [Halkın] Egemenliği)

Ulusa dayanan yeni siyasal meşruiyet, seçimle ulusu oluşturan bireyleri siyasal egemenliğe katmaktadır. Halk adına halkı yönetecek olan kadrolar ile halk arasında iletişimi sağlayacak temel araç, gazete olmuştur. Vatandaşlarla doğrudan ilişki kurma görevi basına yüklenmiştir. Söz ve ifade özgürlüğü ile bireylerin ulusun ortak iradesine (hem hükümet anlamında hem de kamusal alanda yapılan tartışmalara katılım anlamında) katılımı sürekli hale getirilmiştir. Söz ve ifade özgürlüğünün (düşünce ve kanaatlerin özgürce iletilmesinin), insanın en değerli haklarından biri olarak kabul edilmesi, aynı zamanda tüm yurttaşların siyasi katılımını sağlama işlevini de görmüştür.

Bir gazeteci olan Roeyderer 14 Aralık 1796 tarihli Journal d'êconomie publique'de yayınlanan bir incelemesinde, gazetelerin, uzaktan, halk ile halkın temsilcileri arasındaki en etkili bağ olduğunu ve halkın egemenliğinin somut bir şekilde uygulanmasını, bir aldatmaca olmamasını ancak onların sağlayabileceğini göstermektedir. Roederer'e göre bunun nedeni, gazetelerin artık kesin olarak kazanılmış olan düzenliliği, kamuya açık tüm yerlerde çığırtkanlar tarafından dağıtılmaları, okunmalarının kolaylığı, düşük maliyetleri ve anlaşılabilir üsluplarıdır.[14] Bu durum, medyanın ve dolayısıyla gazetecilerin görevleri gerçek anlamdaki demokratik rejimlerde, sistemin varolması ve sürekliliği açısından büyük önem taşıdığını göstermektedir.[15]

Ulusal veya yaygın basının, ülkedeki tüm sesleri yansıtmasının imkânsızlığı düşünüldüğünde, yerel basının görmesi gereken en temel işlevlerden birisinin siyasal katılım olduğu söylenebilir. Demokrasinin, belli periyotlarla sandıkta "evet" veya "hayır" seçenekleri ile yöneticileri seçme yöntemi olmadığının en önemli kanıtı, halkın basın yoluyla düşünce ve kanaatlerini dile getirmeleridir. Halkın mevcut sisteme ve yönetime katılımı, yerel basının "yerel" talepleri ülke ve yöneticilerin gündemine almasıyla gerçekleşebilir. Her ne kadar, sivil toplum örgütleri gibi çeşitli siyasi katılım mekanizmaları gelişmiş olsa da, yerel basının göreceği işlev dikkatten kaçırılmayacak önemdedir.

Gazete, siyaset oyunun sadece bir aynası olmakla kalmayıp, aynı zamanda merkezi bir aktörü olmaya başlamıştır.

[14] Jeanneney, *a.g.e.*, s. 62.
[15] Murat Özgen, *Gazetecinin Etik Kimliği,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yay., 1998, s.212

Gazete, yaşananları yeniden üreterek, onların kavranış biçimi ve hemen bir simge haline getirilişiyle, siyasetin temel bir aktörü olarak işlev görmeye başlamıştır.

"Devrimin aktörleri, (....) sürekli bir acil durum duygusu beslemektedirler. Her an hedeflerinin yeniden sorgulandığı, atılan her adımın özgürlük ile esaret, başarı ile başarısızlık arasında seçim yapmak demek olduğu izlenimiyle. Bu ışık altında, ilk büyük an Bastille'in (despotizmin simgesi haline gelen hapishane) alınmasıdır. Bu olayın öneminin tüm Fransa tarafından kavranış biçimi ve onun hemen bir simge haline getirilişi karşısında şaşkınlığa düşeriz. (....) 14 Temmuz 1789'da yaşanan bu olay, 15 Temmuz sabahı, Antoine-Louis Gorsas'ın *Courrier de Versaillesâ* Paris gazetesinin onu ele alış biçimiyle, kolektif bellekte olayın hemen ertesi gününde zihinlere kazılmıştır. Elinde çok az kesin bilgi bulunmakla birlikte, "Dün olanlar her zaman hatırlanacaktır, onlar en büyük ve belki de, en mutlu devrimlerin yolunu açmıştır"[16] ifadesiyle olayı yeniden üreterek, hem siyasî hem de toplumsal düzlemde onu anında tarihîleştirmiştir. Buna ilişkin Jeanneney, "14 Temmuz'un yeni düzenin kurucusu olduğuna karar verilmesindeki çabukluk; olaylar, bunların basında çıkan yansımaları ve son olarak, olayların kolektif bellekte daha sonra edinecekleri yer üzerinde bu yansımaların etkisi arasındaki diyalektik üzerine her türlü düşünce açısından ilginçtir. Olayların tasvirinde birlik sağlamaya, onlara bir anlam ve biçim vermeye, ritimlerini kalıcı bir şekilde düzenlemeye, beklenmeyenin, öfkenin, cömertliğin, şiddetin, tutkunun ve tuhaflığın yarattığı girdabın anlaşılabilirliğini sağlamaya bu kadar katkıda bulunan basın, toplumsal ve siyasal kesimleri, güçlü bir merkezkaç kuvvet oluşturarak kışkırtan grupların kristalleşmesinde de doğrudan bir rol oynamakta; bu dramatik yıllar boyunca, iktidar mücadelesi verirken, bir yandan da siyasal hayatın yapısını örecek olan kesimlere, kimliklerini ve bazen de varlık nedenlerini kazandırmaktadır"[17] demektedir.

Aristokrasinin devre dışı kaldığı, yükselen yeni sınıf "burjuvazi"nin, her yönüyle merkeze oturmaya başladığı bu dönüm noktasında, siyasal sistemin meşruiyetini sağlama aracı olarak gazetenin gördüğü işlevin, sosyo-politik bir görünümün ötesinde felsefî bir temele de sahip olduğu söylenebilir. Yeniden canlandırılan Yunan demokrasisinin işleyebilmesi için, gazete, hem halkın

[16] Jeanneney, *a.g.e.*, 62.
[17] *a.g.e.*, ss. 62-63.

gözü, kulağı hem de iktidara karşı halkın sesi ve onun adına denetleyicisi olması anlamında yeni rejimin meşruiyetini sağlar. Siyasal iktidarın meşruiyet aracı olan ulusun iradesinin siyasete yansıtmasını sağlayan unsur gazetedir. Toplumsal örgütlülüğün siyasal meşruiyeti çerçevesinde 20. yüzyılda da yapılan tartışmalar (Frankfurt Okulu vb...) bu meşruiyet meselesinin tazeliğini koruması açısından dikkate değerdir.

Gazetenin ilk çıktığı yer olarak Batı toplumundaki algısı ve modern ulus-devlette kazandığı konum, Türkiye'de ilk gazeteden itibaren gazetecilik olgusunun ele alınmasına zemin sağlayabilir.

3. Osmanlı Gazeteciliği ve Yerel Basın

Batı'daki gelişim sürecinin ele alınmasına paralel, Türkiye'de gazeteciliğin toplumsal tarih içindeki serüvenini ele alan çalışmaların sayı azlığına rağmen, Hayati Tüfekçioğlu'nun "Sosyolojik Açıdan Gazete ve Osmanlı Gazeteciliğinin Temelleri" konulu doktora tezinden ve Atilla Girgin'in çalışmalarından yararlanacağız. Öncelikle gazeteciliğin Osmanlı'da ortaya çıkışına dair bazı tarihsel olayları vermekle başlayalım.

Türk gazetecilik tarihi, Osmanlı Devletiyle başlamakta ve günümüz kavramsal çerçevesini kullanırsak başlangıçta "yerel basın" şeklinde ortaya çıkmaktadır. Osmanlı'da ilk yaygın Türkçe gazete olarak kayıtlara geçen 1831 tarihli *Takvim-i Vakayi*'den önce yerel ölçekte yabancı dillerde yayımlanan gazeteler mevcuttur. Yani Türkiye'de ilk gazete örnekleri, yerel gazetelerdir.

Osmanlı döneminde yayımlanan ilk gazeteler, İstanbul'da Fransız Büyükelçiliği tarafından yayımlanmıştır. 1795'te *Bulletin des Nouvelles*, Fransız Büyükelçiliği tarafından yayımlanan bir haber bültenidir. Yine Büyükelçilik tarafından 1796'da çıkarılan *Gazette Française de Constantinople*, Osmanlı'daki ilk gazeteler olarak tarihe geçmişlerdir. Levanten ve tüccar sınıfını hedef kitlesi olarak belirleyen Fransızca gazeteler, Fransız Devrimi'nin düşünce iklimini yaymayı da amaçlamaktadır.[18]

[18] Murat Özgen, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2004, s. 7.

Tablo 1: Vilayet Gazeteleri'nden bazılarının adları ile yayımlandıkları dil, kuruluş yer ve tarihleri

YIL	VİLAYET	AD	DİL
1860	Beyrut	Hadika al-Ahbar	Türkçe-Arapça
1865	Tuna	Tuna	Türkçe-Bulgarca
1865	Şam	Suriye	Türkçe-Bulgarca
1866	Trablusgarp	Trablusgarp	Türkçe-Arapça
1867	Halep	Gadir el-Fırat	Türkçe-Arapça
1867	Girit	Girit	Türkçe-Rumca
1868	Edirne	Edirne	Türkçe-Rumca
1869	Selanik	Selanik	Türkçe-Rumca
1869	Selanik	Selanik	Bulgarca-Yahudice
1869	Trabzon	Trabzon	Türkçe-Rumca
1869	Bağdat	Zevra	Türkçe-Arapça
1871	Prizren	Prizren	Türkçe-Sırpça
1872	Kastamonu	Kastamonu	Türkçe
1872	Adana	Seyhan	Türkçe-Rumca
1872	Yemen	Yemen	Türkçe-Arapça
1873	Manastır	Rumeli	Türkçe
1874	Ankara	Ankara	Türkçe
1874	İzmir	Aydın	Türkçe
1876	Hersek	Neretva	Türkçe-Sırpça
1877	Priştine/Üsküp	Kosova	Türkçe-Sırpça
1878	Sivas	Sivas	Türkçe
1882	Rodos	Cezair-i Bahri Sefid	Türkçe-Rumca
1884	Manastır	Manastır	Türkçe
1884	Musul	Musul	Türkçe
1888	Beyrut	Beyrut	Türkçe-Arapça
1903	Kudüs	Kudüs	Türkçe-Arapça
1908	Hicaz	Hicaz	Türkçe-Arapça
1868	İşkodra	İşkodra	Türkçe
1868	Yanya	Yanya	Türkçe-Rumca
1869	Diyarbekir	Diyarbekir	Türkçe-Ermenice
1869	Bursa	Hüdavendigar	Türkçe-Ermenice
1869	Halep	Fırat	Türkçe-Arapça
1869	Konya	Konya	Türkçe-Rumca

İstanbul dışında, Osmanlı topraklarında ilk gazete İzmir'de çıkarılmıştır. Alexandre Blackque tarafından *Le Spectateur* (Mart 1821) ve *Le Courier de Smyrne* (1828) adlı gazeteler İzmir'de yayımlanmıştır.[19] Bunların dışında Mehmet Ali Paşa'nın Mısır'ında *Vakayi Mısriyye* adlı bir gazete 1828 tarihinde yayımlanmaya başlanmıştır. Osmanlı gazeteciliği bir yerel gazetecilik tarihidir denildiğinde,

[19] Özgen, *a.g.e.*, s. 8.

Rumca, Ermenice, Arapça, Bulgarca, Farsça, İngilizce, Ladino Dili, Sırpça, Arnavutça, Kürtçe, Ulahça, Romence, İtalyanca ve Almanca dillerinin de içinde yer aldığı, 20'yi aşkın dilde yayın yapan bir Osmanlı gazeteciliği olgusu yeterince açıklayıcıdır.[20]

İlk gazetelerin ardından, modern anlamda bürokrasinin oluşturulması sürecinde vilayet gazeteleri de dikkate alındığında, Osmanlı gazeteciliğinin yerel basınla karşılaştırılmasını sağlayacak önemli bir nokta daha yakalanmış olacaktır. Başlı başına bir araştırmanın konusu olarak ele alınabilen vilayet gazetelerine biraz değinmekle yetineceğiz.

Bazılarının isimlerini verdiğimiz vilayet gazeteleri, günümüz anlamında bir yerel gazetecilikten öte devletin yeni yapılanmasının bir parçasıdır. "Gerçekte söz konusu yayınlar, yüksek yönetici kadrolar için çıkarılmıştır. Amaç, üst düzey yöneticilerin yeni düzenlemeleri öğrenmelerini sağlamak olmuştur. Bu nedenle, Osmanlı'da yayımlanan ilk gazeteler, bireyi devlet karşısında desteklemek ve istemlerini yansıtmak yerine, devleti güçlendirmeye yönelik ve dördüncü güç olmak niteliğinden uzak bir yapıya sahiptiler."[21]

Buradan yola çıkarak söylenebilecek şudur: Modern Batı toplumunun yapılanmasında gazetenin elde ettiği konum ve üstlendiği görev ile Osmanlı'da ve aynı zamanda bakiyesi devlet olan Türkiye'deki konum arasında paradoksal bir fark vardır. İlkinde, tarihsel, toplumsal bir sürecin gelişiminin ürünü ve siyasal sisteme halkın katılımını sağlayarak meşruiyetini sağlarken, ikincisinde devletin yapılanması içinde bürokratik mekanizma ile iletişim kurulması, onların eğitilmesi ve benzeri işlevler görmenin yanında "halk"ın (daha sonraki süreçte "ulus"un) yaratılmasında kullanılmıştır. Atilla Girgin'in şu tespiti kanaatimizi pekiştirmektedir: "Vilayet gazetelerinde, Padişah ile ilgili haberler öncelikle yer almaktadır. Bunun yanı sıra kamu görevlilerinin atama, yükselme ve ödüllendirilmeleri, yeni yasa, yönetmelik düzenlemeleri, hükümet, vilayet ve kamu kuruluşlarının çalışmaları, demiryolu, yol, telgraf hattı yapımları, sağlık konuları, yerel okul sınavları ve ödül dağıtma törenleri, hacıların gidişi, et, ekmek fiyatları, şiddetli yağmur ve kar yağışları, doğal afetler, kolluk kuvvetlerinin başarıları, valilerin konuşmaları ve yazıları, savaşlar, yeni silahlar, buluşlar, yabancı konsolosların gezileri, vilayet gazetelerinde yer alan haberler arasındadır."[22]

[20] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap, 2001, s. 19.
[21] *a.g.e.,* s. 53.
[22] *a.g.e.,* s. 86.

Türkçe dışında pek çok Osmanlı gazeteciliğinin örnekleri vardır. Osmanlı tebaası tarafından 22 ayrı dilde olmak üzere çıkarılmış, Türkçe dışında Osmanlı basını olarak, 1746 gazete ve derginin varlığından bahsedilirken, aynı zamanda kullanılan dilin dışında kullanılan alfabelere bakıldığında da ilginç özelliklerden söz edilmektedir. Bu çok dillilik ve çeşitlilik göstergesi olmasının yanında belli bir kavramsal çerçevenin sınırlarını çizmeyi de zorlaştırmaktadır.[23] Resmî gazetenin devamı niteliğindeki vilayet gazetelerinin bazı ortak özelliklerini aktarmak istersek şunlar söylenebilir:

1. Vilayet gazeteleri, Anadolu basınına, yerel basına öncülük, önderlik ve rehberlik etmişlerdir.
2. Vilayet gazeteleri yoluyla birçok yörede ilk kez süreli yayın çıkarılmıştır.
3. Gazetelerin basıldıkları matbaalar, kamu işlerinin yanı sıra özel kesimin işlerine de açık tutulmuş, böylece yerel basının başlaması ve saygınlık kazanması yolunda önemli bir adım atılmıştır.
4. Bazı vilayetlerde "sanat okulları", "sanayi okulları" açılmış, matbaalar birer uygulama yeri haline getirilerek matbaacılık eğitimi verilmiştir.
5. Birçok vilayette, yayımlanan gazete, yörenin ilk süreli yayını olduğu için, gazeteciliğin alfabesinden başlanarak, kitlenin basın aracılığıyla eğitilmesinde önemli adımlar atılmıştır.
6. Vilayetlere ilişkin nizamnameler, "gazetelerde yer alacak resmî ve gayriresmî tüm yazıların, vilayet mektupçusunun sorumluluğu altında olduğunu" belirttiğinden, yazıların büyük bölümü mektupçular tarafından kaleme alınmıştır.
7. Ancak birçok yörede, "kalemi kuvvetli kişilerden" bir yayın kurulu da oluşturulmuştur.
8. Bazen de yörenin aydınları, vilayette resmen görev alarak gazetelere yazı yazmışlardır.
9. Vilayet gazetelerinin yayınlarında, bilinçli bir gazetecilik yaklaşımı görülmemektedir.
10. Gazetelerde zaman zaman şiirlere, inceleme ve araştırmalara, tarih çalışmalarına da yer verilmiş, böylece taşra kültürüne olumlu bir

[23] Tüfekçioğlu, *a.g.e.,*s. 66 – 67.

hareketlilik getirilmiştir.

11. Yazıların bir bölümü de, İstanbul gazetelerinden özetlenerek alınmıştır (Daha sonra da sürdürülen bu yönteme "altın makas" adı verilmiştir.).
12. Bazı yöneticilerin bu bakış açısı, özellikle 2. Abdülhamid döneminde hükümeti rahatsız ettiğinden, Dahiliye Nezareti, 1889 yılında bir genelge yayımlayarak, vilayet gazetelerinde, İstanbul gazetelerinde yer alan yazıların içeriğinin dışına çıkılmamasını emretmiştir.
13. Bu uygulamalar sonucu, vilayet gazetelerine ilgi azalınca, 1903 yılında vilayet gazeteleriyle ilgili bir kararname çıkarılmıştır. Bu kararnamede, vilayetlerde çıkan gazetelerin büyük çoğunluğunun, o yörenin tarımı ve doğal kaynaklarıyla ilgili sorunları aydınlatamadığı, ayrıca halkın kültürel ve mesleki gelişmesine de katkıda bulunamadığı belirtilmiştir.
14. İki dilde yayımlanan vilayet gazetelerinde her iki dildeki metinler birbirlerinin aynısıdır.
15. Özellikle Anadolu'da yayımlanan bazı gazetelerde, Türkçe metinler, Ermeni ve Rum harfleriyle ama yine Türkçe olarak yer almıştır.
16. Türkçe dışındaki yayımlar genellikle sürekli olmamıştır.
17. Vilayet gazeteleri, belirli merkezlerde halk tarafından okunmalarının sağlanması için duvarlara yapıştırılmıştır.
18. Bazı vilayet gazeteleri birkaç yıl sürebilmiş, bazıları ise son yıllara kadar yayımlanmıştır.
19. Bunların bir bölümü de, Cumhuriyet'ten sonra, özel gazeteciliğin özendirilmesi ve desteklenmesi için kapatılmıştır.
20. Basının, İstanbul'un tekelinden çıkmasına neden olan vilayet gazeteleri, Osmanlı Devleti'nin egemenliği altında bulunan yörelerde, gazeteciliğin yaygınlık kazanmasında önemli rol oynamıştır.
21. Anadolu'da birçok ilin ve Ortadoğu'daki bazı ülkelerin basın tarihleri, vilayet gazeteleriyle başlamıştır.
22. Anadolu'da, daha sonraki dönemlerde, yerel gazeteler yayımlanırken, vilayet gazeteleri deneyiminden yararlanıldığı açıkça söylenebilir.
23. 1908 hareketinden sonra ülkenin birçok yerinde, bir anda çok sayıda süreli yayının çıkması, vilayet gazetelerinin yüklendikleri işlevleri, ne ölçüde yerine getirdiklerinin bir kanıtı olarak görülebilir.

24. Kurtuluş Savaşı sırasında, Mustafa Kemal ve arkadaşları, önceleri özellikle, Sivas ve Erzurum vilayet matbaalarından yararlanmışlar, anılan yerlerdeki vilayet gazetelerinden de destek görmüşlerdir.[24]

Vilayet gazetelerine ilişkin bu özellikler, aslında Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin gazetecilik karakteri hakkında ipuçları içermektedir. Mehmet Altan'ın "doğum hatası"[25] dediği gazeteciliğin devlet eliyle başlatılması ve devletin varlığını sürdürebilmesinin bir parçası olarak değerlendirilmesinin, hem kurumsal hem de kuramsal düzlemde gazetecilik algımızı etkilediği kuşkusuzdur. Türkiye'de yerele basın literatürüne dair yaptığımız küçük bir araştırma, gazeteciliğin araştırmaya konu ediliş biçimi itibariyle bunun göstergelerinden birisidir.

Cumhuriyet Türkiye'sinde Yerel Gazetecilik konusunda yapılmış araştırmaları rakamlara döktüğümüzde karşımıza çıkan tablo şudur: 1919 Mayıs'ı ile l938 yılının sonu arasında, Türkiye topraklarında 582 gazete yayımlanmış; bunlardan 176'sının İstanbul'da, 406'sının ise taşrada çıktığı belirlenmiştir. Taşrada yayımlanan gazetelerin illere göre dağılımı, İzmir (54), Trabzon (28), Adana (27), Ankara (25), Bursa (24), Samsun (16), Eskişehir (13), Kastamonu (12), Gaziantep (11)'dir. 11 ilde birer gazete çıkarılmış, 10 ilde ise hiç gazete yayımlanmamıştır.

Ankara'nın bütün Türkiye'ye hitap eden *Ulus* gazetesi bir yana bırakılırsa, bu gazetelerde büyük tirajlara rastlanmamıştır. İzmir'de yayımlanan *Anadolu*, *Ahenk*, *Hizmet* gazeteleri, 5.000–6.000, Gaziantep'in *Halk Dili* 5.000, Erzurum'un *Envar-ı Şarkiyye*'si 1.700, Konya'nın *Babahk*'ı 1.500, Bursa'nın *Yeni Fikir*'i 1.200 tirajlıdır.

İstanbul'da yayımlanan gazetelerin yüzde 60'ı siyasi içerikliyken, bu oran taşra gazeteleri için yüzde 83'tür. Bu gazetelerin, özel reklam geliri bulunmadığından, 1937'lere kadar hükümetten maddi yardım almanın dışında, yaşama şansları olmamıştır."[26] "29 Ekim 1923'ten 31 Aralık 1940'a kadar Türkiye'de toplam 550 gazete ve 1008 dergi kapananlarla beraber çıkartılmıştır."[27]

[24] Girgin, *a.g.e.*, s. 88-89
[25] Mehmet Altan, "Sabah'ın Önerisi ve Medya", *Sabah Gazetesi*, 25 Ekim 1995, s. 30.
[26] Girgin, *a.g.e.*, s. 113.
[27] Alpay Kabacalı, *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi*, İstanbul, Cem Ofset, 1998, s. 194-195.

Tablo 2: 1940 yılında Türkiye'de gazete ve dergilerin türüne göre sayıları

Gazete ve Dergilerin Türü	Gazete (adet)	Dergi (adet)
Siyasi özel gündelikler	50	
Siyasi resmî gündelikler	1	
Siyasi olmayan resmî gündelikler	3	
Siyasi olmayan özel gündelikler	35	
Gündelik olmayan resmî siyasiler	22	
Halkevleri dergileri		43
Resmî dergiler		62
Meslek dergileri		46
Spor dergileri		8
Öğrenci ve çocuk dergileri		16
Kültür dergileri		34
Mizah ve salon dergileri		18
Toplam	**113**	**227**

Tablo 3: 1940 yılında Türkiye'de şehirlere göre gazete ve dergi dağılımı

Şehir	Gazete Sayısı	Dergi Sayısı
Ankara	5	55
İstanbul	37	114
İzmir	3	7
Adana	3	3
Başka şehirlerde çıkanlar	55	48
Toplam	**113**	**227**

Tablo 4: 1941-1946 yıllarında Türkiye'deki gazete ve dergi sayısı

Yıl	Gazete	Dergi
1941	113	227
1942	121	118
1943	131	172
1944	130	206
1945	126	214
1946	202	302
Toplam	**823**	**1239**

Tablo 5: Gazete ve dergilerin yıllara göre şehirlere dağılımı (1941-1946)[28]

Şehirler	1941		1942		1943		1944		1945	
	Gazete	Dergi	Gazete	Dergi	Gazete	Dergi	Gazete	Dergi	Gazete	Dergi
Ankara	5	55	8	53	6	48	7	60	4	62
İstanbul	37	114	37	97	43	92	38	110	36	109
İzmir	3	7	3	8	5	7	5	8	5	9
Adana	3	3	2	3	3	2	3	1	3	1
Öteki şehirler	65	48	71	27	74	23	77	27	78	32
Toplam	**113**	**227**	**121**	**118**	**131**	**172**	**130**	**206**	**126**	**214**

Cumhuriyet dönemi gazetecilik ve yerel gazeteciliğe ilişkin sayısal veriler dikkate alındığında önemli derecede bir ilerlemenin kaydedildiğini söylemek zordur.

4. Yerel Basınla İlgili Literatür

Türk modernleşmesinin göstergesi ve itici güçlerinden birisi olarak gazeteciliğin ve özelde de yerel gazeteciliğin, akademik çalışmalara ve çeşitli eser çalışmalarına konu edilmesiyle ilgili çalışmaların varlığı yok denecek kadar azdır. Gazetecilik araştırmaları bibliyograflarının yok denecek kadar az olması, çalışmamızın zayıf tarafını ortaya koymasıyla beraber, kütüphane taramalarında ulaşılan kitapların incelenmesi, bu kitapların kaynakçalarının gözden geçirilmesi ve YÖK'ün tez tarama sayfasından internet üzerinden yapılan tarama, yerel gazetecilik literatürü hakkındaki araştırmamızın ayaklarını oluşturmaktadır.

Kütüphane çalışmasında inceleme fırsatını yakaladığımız 39 kitap üzerinden, yerel gazetecilik literatürü hakkında bir değerlendirme yapmaya çalışacağız.

33 kitabın incelenmesi ve Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nde "yerel basın" konusunda kayıtlı tezlerin isimleri üzerinden yapılan değerlendirme ile, karşımıza çıkan tablo şu şekildedir: Kitap incelemelerinde kim tarafından, hangi bağlam çerçevesinde ve ne tür bir amaçla yazıldığı kriter olarak değerlendirmeye alınmıştır. Tezler bibliyografyasında ise, tezleri inceleme imkanı olmadığından, isimler üzerinden değerlendirmelerde bulunulmuştur.

[28] Kabacalı, *a.g.e.*, s. 204.

Yerel basınla ilgili çalışmaları, basın tarihi, şehir tarihi, modernleşme sürecinde basının toplumsal değişime etkisi, basın-milli mücadele ilişkisi, halkın siyasal ve ekonomik sürece katılımı şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

33 kitap üzerinde yaptığımız küçük bir incelemede kitaplara ilişkin küçük notlar ve değerlendirmelerimiz şöyledir:

4.1. Kitaplar

1. Adana Vilayeti Matbuatı, İsmail Tevfik, Hariciye Vekaleti Matbaası, Ankara, 1932 (Gazete ve mecmuaların listesinin yer aldığı bir kitapçıktır).
2. Ankara Vilayeti Gazete ve Mecmuaları (1.9.1933'e kadar çıkanlar), İsmail Hakkı Tevfik (Filibe Başkonsolosu), Tefeyyüz Matbaası, Filibe, 1935 (Fihrist niteliğinde, süreli yayınların isimleri ve bir iki cümlelik tanıtımlarının yer aldığı bir kitapçık).
3. Afyon Karahisar Gazeteleri, İsmail Okday (İsmail Hakkı Tevfik), Tefeyyüz Matbaası, Filibe, 1937 (Afyon'da yayımlanan süreli yayınların fihristidir. Sadece süreli yayınların listesini içermektedir).
4. Bulgaristan Türk Basını 1879-1945, Âdem Ruhi Karagöz, Üniversite Matbaası, İstanbul 1945 (Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü memurlarından olan Adem Ruhi Karagöz'ün hazırladığı kitap, Türklerin Bulgaristan'daki varlığını merkeze alarak Osmanlıdan 1945'e kadar Bulgaristan'da yayımlanan süreli yayınları içermektedir).
5. Diyarbakır Basın Tarihi Üzerine Notlar (1869-1953), Cavit Orhan Tütengil, İstanbul Matbaası, İstanbul 1954 (İktisat Fakültesi Sosyoloji asistanı olarak Cavit Orhan Tütengil'in hazırladığı bu kitap, bir monografi çalışmasıdır. Gazete ve dergilerin künyeleriyle birlikte tanıtımı yapılmaktadır).
6. Elli yıllık Eskişehir Basını, İsmail Okyay, Yeni Matbaa, Eskişehir 1958 (Tezgah gazetesinin okuyucularına armağan olarak bastırdığı kitap, Eskişehir gazeteleri ve gazetecilerini, gazetecilik üslubuyla ele alan mini bir eserdir).
7. Sakarya Basını, Cavit Orhan Tütengil, Sakarya Sosyal Araştırma Merkezi, Fakülteler Matbaası, İstanbul 1968 (İktisat Fakültesi İçtimaiyat Enstitüsüne bağlı "Sakarya Sosyal Araştırmalar Merkezi"nin girişiği "Şehirleşme Hareketi" araştırması içinde basının yerini araştırmak üzere bu kitap ortaya çıkmıştır. Akademik bir çalışma olarak bu eser, basınla ilgili kavramsal bir çerçeveyi de oluşturma çabasındadır. Anadolu Basını, Milli Basın, Bölge Basını, Mahallî Basın kavramsallaştırmasıyla ilgili bir açıklama gayreti söz konusudur).
8. Anadolu'da İlk Türk Gazetesi Envar-ı Şarkiye, Muammer Yaşar, Ankara Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, TTK Basımevi, Ankara, 1971 (Bir gazetecinin kaleminden 1867'de Erzurum'da çıkan Envar-ı Şarkiye gazetesinin biyografisini ele alan bir kitap. Envar-ı Şarkiyye'den önce Türk gazeteleri, Envar-ı Şarkiyye'ye gelinceye kadar Basın Rejimi, Türk basın tarihindeki basınla ilgili düzenlemeler, 1867'de Erzurum vilayeti, gazetenin çıkışı, yazı ve örnekler, gazete üzerine eleştiri gibi başlıkları taşıyan bir araştırma).
9. Kayseri Basın Tarihi (1910-160), Ali Rıza Önder, Kayseri İşçi Kredi Bankası Kültür Yayınları, Ankara 1972 (1960 yılında basılmak üzere hazırlanan bir kitaptır. Gazete ve dergilerin listesi kronolojik sıra takip edilerek tanıtılmış, Kayseri basınına emeğe geçen başlıca kişiler, 1960-70 döneminde çıkan gazete ve dergilere hakkında bilgileri içeren bir eserdir).
10. Trakya Basını, H. Adnan Önelçin, Tekirdağ Halkevi Yayınları, Eko Matbaası, İstanbul 1972 (Edirne, Kırklareli, Tekirdağ illerinde yayımlanan süreli yayınların kısa kısa tanıtımlarının ele alındığı bir kitap).
11. Türkiye'nin Sosyo-Politik ve Kültürel Hayatında Basın (1729-1908), A.D. Jeltyakov, SSCB Bilimler Akademisi Leningrad, Devlet Üniversitesi Doğu Dilleri Enstitüsü, Nauka Yayınevi, Moskova 1972 (Bir Rus bilim adamının gözüyle Osmanlı döneminde sosyal, politik ve kültürel hayatta basının gördüğü fonksiyonları ele alan bir eser olması itibariyle önemlidir. Basın Yayın Genel Müdürlüğü tarafından çevrilip yayınlatılan kitabın yayım yılı ve mütercimi kitabın künyesinde yer almamaktadır).
12. Milli Mücadelenin Yanında ve Safında Öğüd Gazetesi, Mehmet Önder, Güven Matbaası, Ankara, 1986 (Selanik'te yayımlanan gazetenin tanıtıldığı bir kongre tebliğinin (X. Türk Tarih Kongresi) basılmış halidir).
13. Yeni Asır'ın Selânik Yılları Evlâd-ı Fatihan Diyarları 1895-1924, Türkmen Parlak, Yeni Asır Yayınları, İzmir, 1986 (Selanik şehrinin tanı-

tımı fotoğraflar eşliğinde yapılmış, Yeni Asır gazetesi yazarlarıyla beraber tanıtılmış ve gazeteden bol örneklerin verildiği bir kitap).

14. Toplumsal Değişme ve Basın, Ahmet Oktay, BSF Yayınları, 1987 (1960-1980 Türk Basını Üzerine uygulamalı bir çalışmanın örneğini oluşturmaktadır).

15. İlk Gazete İlk Polemik Vekayi-i Mısriye'nin Öyküsü ve *Takvim-i Vakayi* ile Tartışması, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Ankara, 1989 (1828'de Batı ve Doğu'da basımevi ve basının durumu, Vekayi-i Mısriyye, Vekayi-i Giridiye ve diğer yayınlar, İlk Basın Polemiği, İlk gazetenin yarattığı dinamiklerin toplumu yönlendirişindeki farklılıklar başlıklarını taşıyan 5 bölümden oluşmaktadır).

16. Afyon Basını ve Afyon Basınında Hatay'ın İşgal Yılları (1928-1939), Mehmet Tekin, Kültür Eğitim Tesisleri Basımevi, Antakya 1989 (Afyon eski Kültür ve Turizm Müdürü Mehmet Tekin, kitabı kaleme almıştır. Hatay'ın anavatana katılmasıyla ilgili Anadolu Basının Hatay konusuna gösterdiği ilgiyi yansıtmayı amaçlayan bu kitapta, örnek olarak "Afyon'da Haber" gazetesi ele alınmıştır. Başlangıcından itibaren gazete, dergi, matbaalar, bültenler ve basınla ilgili bazı olayları ele alan bu kitap, Metin Tekin'in Kültür ve Turizm müdürlüğü yaptığı sırada şehrin basın tarihiyle ilgili yaptığı çalışmasıdır. Aynı şahsın bir başka kitabı ise 1986'da yayımlanan Hatay Basınında Atatürk adlı çalışmasıdır).

17. Mütareke ve İşgal Dönemi İzmir Bansı (30 Ekim 1918-8 Eylül 1922), Zeki Arıkan, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi, İzmir, 1989 (İşgal öncesi ve işgal sırasında yerel basının tutumunu ortaya koymaktır. Böyle bir çalışmanın ilk kez yapıldığı belirtilmektedir. Mondros Mütarekesi ve İzmir Basını, Basının Kendi içinde çatışması, İşgal'in İlk günleri, Ankara hükümeti ve İzmir basını, Rumca basının saldırıları, Sakarya Zaferinden sonra, Barış Umutları ve İyonya Devletine Doğru, Kurtuluşa Doğru Basın başlıklarını taşıyan 8 bölümden oluşan kitap üniversite bünyesinde hazırlanan bir araştırmanın yayımlanmasıdır).

18. Yeni Asır'ın İzmir Yılları-I 1924-1954, Türkmen Parlak, Yeni Asır Yayınları, İzmir, 1989 (İzmir şehri üzerinden Yeni Asır gazetesi içeriği

ile beraber 4 cilt şeklinde basılarak içeriği derlenmiştir. İlk çıkan bu ciltten sonra daha sonraki yıllarda diğer üç ciltte yayımlanmıştır).

19. Yeni Asır'ın İzmir Yılları-II 1939-1954, Türkmen Parlak, Yeni Asır Yayınları, İzmir, 1989.

20. Sivas Basınında Harf İnkılabı, Burhan Paçacıoğlu, Cumhuriyet Ünv. Yayınları, Sivas 1990 (Harf devrimi sürecinde sadece Kızılırmak adlı bir gazete Sivas'ta yayımda olduğu için, bu gazete üzerinden Haberler, Makaleler ve Konuşmalar şeklinde sınıflandırılan gazete içeriği üzerinden bir araştırma. Türk Dili Bölümünde yapılan bir araştırma içerik analizi veya söylem analizi gibi iletişimde kullanılan analiz yöntemleri kullanılmamış, sadece haber, makale ve konuşmalardan örnekler verilerek harf devriminin Sivas basınındaki yansımaları araştırılmaya çalışılmıştır).

21. Trabzon Milli Mücadele Yılları Basını (1919-1925), Der. Cumhur Odabaşıoğlu, Eser Ofset Matbaacılık, Trabzon 1993 (Epohi [çağ, zaman, devir, Rumca yayımlanan bir gazete], Fecir mecmuası, Genç Anadolu Mecmuası, Güzel Trabzon, Hak Gazetesi, Halk Gazetesi, İslami Gürcistan, İstikbal Gazetesi, Kahkaha Gazetesi ve Zafer Mecmuası'nın yazı indeksi verilmektedir).

22. Yeni Asır'ın İzmir Yılları-III 1954-1960, Türkmen Parlak, Yeni Asır Yayınları, İzmir, 1994.

23. Yeni Asır'ın İzmir Yılları-VI 1954-1960, Türkmen Parlak, Yeni Asır Yayınları, İzmir, 1994.

24. Türkiye'nin İlk Köy Gazetesi Güzelordu ve Bilal Köyden, İbrahim Dizman, Orsev Yayınları, Ordu, 1994 (Ordu Sanatevi (Orsev) ve Ordu Belediyesinin işbirliği ile ORSEV İnceleme-Araştırma Kurulu Prof. Dr. Oktay Sev, Yrd. Doç. Oktay Özel ve araştırmacı yazar Sıtkı Çebi'nin birlikte hazırladığı bir kitapçıktır. İlk köy gazetesi olarak nitelendirilen Güzelordu gazatesi ve sahibi kitaba konu edilmektedir).

25. Trabzon Basın Tarihi ve Batum, Gümüşhane, Rize, Giresun, Ordu, Samsun Basını (1869-1928), Hüseyin Albayrak, basım yeri: TDV Yayın Matbaacılık, Ankara, 1994 (Şehir tarihi bağlamında Trabzon basını ve basına emeği geçenlerin ele alındığı bir kitap).

26. Kastamonu Basınında Milli Mücadele'nin Yankıları, Mustafa Eski, TTK, Ankara 1995 (Kastamonu'da matbaanın kurulması ve basın faaliyetlerinin tarihçesi hakkında genel bilgi, Vilayet matbaasında basılan yayınlar: gazete, dergi ve kitaplar, Milli Mücadelenin Kastamonu basına yansımaları kronolojik olarak verilmeye çalışılmıştır. Bir basın tarihi kitabından çok, Milli Mücadeledeki gelişmelerin izlerini basın üzerinden veren bir kitap niteliğindedir).

27. Ali Şükrü Bey'in Tan Gazetesi, Ahmet Demirel, İletişim, İstanbul 1996 (Tan Gazetesi, Birinci Meclis ve Muhalefet, Tan'ın İçeriği, Başyazılar, Başyazı dışındaki yazılardan seçmeler, Halk ve hükümet başlıklarını taşıyan 5 bölümden oluşmaktadır. Birinci mecliste varolan bir grubun yayın organı olarak çıkan gazeteden derlenen yazılardan oluşan bir kitaptır).

28. Bursa Basını (1868-1983), Mustafa Tayla, Bursa Gazeteciler Cemiyeti, Eskişehir 1997 (İlk gazeteden itibaren 1977 tarihine kadar Bursa'da yayımlanan süreli yayınların kronolojik listesiyle kısa tanıtıcı yazılar içeren bir kitaptır. Eski bir gazetecinin yazdığı bir eserdir).

29. Anadolu'da Gazetecilik ve Diyarbakır Basını, Mehmet Mercan, Güneydoğu Anadolu Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Diyarbakır 1998 (Bir gazetecinin tecrübelerinden yola çıkarak ve bazı tarihsel bilgilerle yakın tarihte, Diyarbakır'da çıkan süreli yayınları kaleme aldığı bir kitap olarak karşımızdadır).

30. Erzurum'da Basın Yayın Tarihi (1867-1997), Halûk Harun, Duyap Yayıncılık, İstanbul 2000 (Konrad Adenauer Vakfı'nın desteğiyle basılan kitapta, sayıları 150'yi aşan dergi ve gazete, Erzurum üzerinden şehir tarihi ekseninde ele alınmaktadır. Bütün Anadolu'yu kapsayan bir basın ve kültür tarihi, Tarih İçinde Erzurum Kültürü, Erzurum'da Basımevleri ve Süreli Yayınlar, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde ayrı ayrı araştırmaya konu edilmiştir. Kitap, Erzurum Basını'nın Niteliği, Basın Girişimcileri, Yatırımcılar, Yayıncılar (bireysel çabalardan çok, resmî veya yarı resmî kurum ve kuruluşlar ön plana çıkmaktadır.), Gazete ve Muhabirler, Teknik Personel, Erzurum'da Basının İdeolojik İçeriği, Erzurum Basının Edebi İçeriği, Erzurum'da Elektronik Yayımcılık, haber ajansları, meslek örgütleri ve dağıtım bayilerini de kapsayan kapsamlı bir çalışmanın örneğidir).

31. İzmir Basınından Seçmeler (1872-1922), Zeki Arıkan, C.I, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kütür Yay., İzmir 2001 (Şehir tarihi bağlamında İzmir basını ele alınmış ve daha çok İzmir basınındaki yazıların derlenmesi ile oluşan bir kitaptır. Bir akademisyene hazırlatılan Kitabın girişinde özet bir İzmir basın tarihi anlatılmakta ve kitabın tümü, İzmir gazetelerinden derlenen yazılardan oluşmaktadır Devir, İzmir, Hizmet, Ahenk, Köylü, İttihad, Kâve, Anadolu, Müsavat, Islahat, Sada-yı Hak, Hukuk-u Beşer, Sulh ve Selamet, Şark gazetelerinden derlenen yazılardan oluşmaktadır).

32. İzmir Basınından Seçmeler (1923-1938), Zeki Arıkan, C.II, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kütür Yay., İzmir 2003 (Cumhuriyet dönemi İzmir basınına genel bakış (1923-1938) başlığında Ahenk, Anadolu, Yeni Asır, Hizmet, Sada-yı Hak gazetelerinden örnek yazıların derlendiği bir kitap).

33. Sakarya Basın Tarihi (1919-2004), Enis Şahin, Sakarya Gazeteciler Cemiyeti, İstanbul 2005 (Sakarya Tarihi projesi kapsamında Sakarya Üniversitesi bünyesinde başlatılan bir çalışmanın sonucu olarak Sakarya'da yayımlanan gazete, dergi ve bültenler özet bilgilerle başlangıcından günümüze kronolojik sıra takip edilerek tanıtılmaktadır).

Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nde, "Yerel Basın" kelimesiyle yapılan aramada kayıtlı bulunan yüksek lisans ve doktora tezlerinin listesi, akademik araştırmalara ilişkin bir fikir vermektedir. Bu doğrultuda yapılan aramada kayıtlarda bulunan tezler aşağıya çıkarılmıştır.

4.2. Yüksek Lisans Tezleri

1. Trakya Yerel Basını ve Sorunları, Yavuz Kaynarca, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1994

2. Şapka İnkılabının Konya Basını ve Kamuoyundaki Yankıları, Dönüş Başarır, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995

3. Erzurum'daki Mahalli Basın Kuruluşlarının Birer İşletme Olarak İncelenmesi, İsmail Bingöl, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995

4. Kamuoyu Oluşturmada Kitle İletişim Aracı Olarak Yazılı Basının Rolü ve Konya Yerel Basını Üzerine Örnekler, Ali Rıza Taban, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995
5. Halifeliğin Kaldırılmasının Konya Basını ve Kamuoyundaki Yansıması, Yusuf Sert, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995
6. Türkiye`de Yerel Gazeteciliğin Sorunları ve Küçükçekmece Örneği, Erkan Turan, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996
7. Milli Mücadele Döneminde Ankara Basını (30 Ekim 1918-21 Şubat 1921), Can Akdoğan, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997
8. Elazığ Basınının Öncüsü Mamuratül-Aziz Vilayet Gazetesi, Yaşar Yıldırım, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997
9. Cumhuriyet Döneminde Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi, Atilla Girgin, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997
10. Türkiye`de Yerel Basının Kentleşme Süreci İçindeki Yeri ve Önemi, Erhan Arslan, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997
11. Söke'de Yerel Basın ve Yayın Hayatı, Hilal Bıldırki, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998
12. İzmir Örneğinde Yerel Basında İşgücü Kalitesi, Filiz Yıldız (Çıklaiplikçi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998
13. Yerel Basın Örgütlerinde Örgütsel İletişimin Rolü ve Önemi, Berna Erçin Arslan, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999
14. Yeni Meram ve Yeni Konya Gazetelerinin Anlatımı Üzerinden Konya`daki Sosyal, Politik ve İktisadi Ortam (1970-1980 Dönemi), İbrahim Toruk, Seluk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2000
15. Yerel Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Oluşumuna Etkisi (Isparta Örneği), Orhan Alan, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001
16. Yerel Yönetimler ve Yazılı Basın Etkileşimleri Mersin Örneği, Eren Arık, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002
17. Doğu Anadolu Medyasının Genel Görünümü (Erzurum, Elazığ ve Van Örneğinde), Besim Yıldırım, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002

18. Türkiye'de Yerel Radyolar ve Demokrasi, Aziz İbrahim Önder, 2002
19. Tüketicilerin Yerel Basın İşletmelerine Yönelik Tutumları ve Beklentileri Üzerine Erzurum`da Bir Araştırma, Betül Buladi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003
20. Konya`da Basının Gelişmesi ve Yeni Konya Gazetesi, Adem Demirsoy, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003
21. Konya Yerel Basının Yapısal ve İçerik Analizi ile Bir Yerel Basın Model Önerisi, Oğuz Akçakoca, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006

4.3. Doktora Tezleri

1. Tek Partili Dönemden Çok Partili Döneme Geçiş DP`nin Kuruluşu ve Konya Basınındaki Yankıları, Mehmet Kandır, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996
2. Fransa`da Bölgesel-Yerel Basın, İbrahim Kamil Keseli, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996
3. Kamusal Yerel Radyo-Televizyon Yayıncılığı ve Radyo Anki Örneği, Radife Ongar, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996
4. Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı (Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Bir Model Önerisi), Feyyaz Bodur, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996
5. Bir İletişim Kurumu Olarak Yerel Basının Kamuoyu Oluşumu Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın-Kamuoyu İlişkileri (Eskişehir Basını Örneğinde Bir Uygulama), Ali Murat Vural, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997

Sonuç

Batı ve Türkiye karşılaştırmasıyla toplumda kurumsal bir yapı kazanan gazeteye ilişkin bir değerlendirme yapmak, çok boyutlu bir bakışı gerektirmektedir. Siyasi, ekonomik, toplumsal, kültürel ve entelektüel gelişmeleri dikkate alarak bir değerlendirme yapmak gerekir ki, tüm bu süreçlerin kesiştiği alan olarak gazetecilik olgusuna dair doğru analizler yapılabilsin. Bütün bir gazetecilik tarihini söz konusu toplumsal boyutlarıyla değerlendirmek

çalışmamızın sınırlarını aşmaktadır. Buna rağmen modern batı toplumunda gazetenin elde ettiği konum ve üstlendiği işlev ile Türkiye'deki süreci mukayeseli olarak ele almaya çalıştık.

Tarihsel, toplumsal bağlamı dikkate alındığında, gazetenin, Batıda toplumsal örgütlülüğün bir parçası, siyasal sistemin meşruiyet kaynaklarından birisi ve bireyin siyasal, toplumsal sisteme katılımını sağlayan bir araç konumunda olduğu görülmektedir. Türkiye'deki durum ise farklıdır. Dağılma sürecinde olan bir sosyo-politik sistemin ayakta kalabilmesi için uluslararası ilişkiler ekseninde değer verdiği gazete, devletin elinde varlık bulmuştur. Yıkılma sürecinde olan bir devletin ayakta kalabilmesini, varlığını sürdürmesini sağlama çabası, hem basın tarihimizi hem de siyasi, kültürel ve entelektüel tarihimizi belirleyen bir olgudur. Bundan dolayı uzun soluklu toplumsal gelişmelerin bir ürünü olarak Batı'da varlık kazanan gazete, Türkiye'de hızlandırılmış tarihi süreçte devletin isteği ve desteği ile varolabilmiştir. Cumhuriyetin kuruluşuyla yeni bir ulus yaratma çabası, birinci bölümde gazetenin Batı'da gördüğü işlevle paralellik göstermektedir.

Gazeteciliğin ilk ortaya çıkış şekli, devletin siyasi yapısının da etkisiyle vilayet gazeteleri örneğinde olduğu gibi, günümüz yerel gazetecilik kavramına denk gelebilecek bir süreçle olmuştur. Ancak devlet bağımlı yapısı, günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Devletten bağımsız bir gazetecilik ve özellikle yerel gazetecilik olgusundan bahsetmek çok zordur.

Akademik çalışmalar ve akademi dışı çalışmalar dikkate alındığında yerel gazetecilikle ilgili yayımlar, araştırmalar azdır. Daha çok şehir tarihçiliği, sosyolojik analizler, ekonomik ve siyasal sürece katılım, biyografi ve medya tarihi bağlamında ele alınan gazetecilik ve yerel gazetecilik olgusu, yeterince araştırılmamış, tarihsel veriler tam olarak ortaya konulmamış, bu veriler üzerinden sosyo-politik ve sosyo-kültürel tarihimiz değerlendirilememiştir. Cavit Orhan Tütengil örneğindeki gibi Sosyoloji kürsülerinin şehir tarihi ve toplumsal-kültürel değişim bağlamında ele aldığı çalışmalar, gazetecilikle ilgili ilk kavramsallaştırmaları da sağlamıştır. "Mahalli gazetecilik", "bölgesel gazetecilik" kavramlarının tanımlanmaya, unsurlarının belirlenmeye çalışılması bunun örnekleridir.

Modern siyasal sistemlerin meşruiyet problemi, günümüz entelektüel çalışmaların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Siyasal katılım, temsil problemi, meşruiyet, meşruiyetin kaynağı, egemenliğin ve meşruiyetin kaynağı olarak halkın siyasal sisteme katılımı gibi konular, başta siyaset felsefesi olmakla

beraber, sosyal bilimlerdeki birçok disiplinin uğraştığı problemlerdir. Gazetecilik ve özellikle de yerel gazetecilik, çağımız entelektüellerinin karşı karşıya kaldığı bu problemleri çözmede hem pratik hem de kuramsal düzlemde sorun çözücü bir katkı yapma potansiyeline sahiptir. Bunun için geliştirmeye, desteklenmeye ve en önemlisi bununla ilgili akademik çalışmalar ekseninde, kuramsal çalışmalar yapmaya ihtiyaç duymaktadır.

Kaynakça

- Altan, Mehmet: "Sabah'ın Önerisi ve Medya", *Sabah Gazetesi*, 25 Ekim 1995.
- Althusser, Louis: *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları,* İstanbul, İletişim, 2002.
- Erdoğan, İrfan: (Çevirim içi): http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma.
- Erözden, Ozan: *Ulus-Devlet,* İstanbul, Dost Yayınları, 1997.
- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap, 2001.
- Jeanneney, Jean Noël: *Medya Tarihi,* Çev. Esra Atuk, İstanbul, Yapı Kredi Yay., 2006.
- Kabacalı, Alpay: *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi,* İstanbul, Cem Ofset, 1998.
- Özgen, Murat: *Gazetecinin Etik Kimliği,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yay.,1998.
- Özgen, Murat: *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Tüfekçioğlu, Hayati: "Sosyolojik Acıdan Gazete ve Osmanlı Gazeteciliğinin Temellendirilmesi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, 1993.

19. YÜZYILDA OSMANLI'DA GAZETECİLİK HAREKETLERİ: TAKVİM-İ VEKAYİ'DEN VİLAYET VE ÖZEL GİRİŞİM GAZETELERİNE

Ünsal Çığ*

Giriş

Osmanlı İmparatorluğu'nda gazetecilik hareketleri 19. yüzyılda başlamıştır. Gazeteciliğin resmî bir girişimle hayata geçişi ve yaklaşık otuz yıl sonra ilk özel girişim gazetesinin yayına başlaması, imparatorluğun bu yüzyıldaki koşullarıyla yakından ilişkilidir. Bu özel dönem, Türkiye Cumhuriyeti'ne varan yolculuğun başlangıcı da olan, Tanzimat Dönemidir. Matbaa ve gazetecilik hareketleri batı toplumlarında çok önceleri başlamasına karşın, neden Osmanlı'da 19. yüzyıla kadar beklenmesi gerekmiştir?

"İletişimin toplumsal temelinde sorun çözme yatar. Çözüm, en genel anlamıyla sorunların aşılış biçimidir. Toplumlar tarih boyunca belli sorunlarla karşılaşmakta ve bu sorunlar önünde geliştirdikleri ve ürettikleri çözüme bağlı olarak ilerleme ve gelişme imkanı bulabilmektedir… İletişim sistemi de doğrudan toplumların örgütlenme biçimi ile ilgilidir, neticede her toplumun dünya üzerindeki konumuna uygun, bu konumun doğurduğu ihtiyaçları karşılamaya yönelik bir iletişim sistemi ortaya çıkacaktır"[1]. Tanzimat dönemi politikalarının temel derdi, merkezileşme çalışmalarıdır. Bu doğrultuda modern bir bürokrasi kurmak gereklidir. Gazetenin ortaya çıkış sebebi, bürokratik bir aygıt olarak siyasal işlevdir. Osmanlının resmî gazetesi niteliğinde olan *Takvim-i Vakayi* ve yerel basının kökenlerini teknolojik olarak atan vilayet gazeteleri, ihtiyaç duyulan yeni toplumsal örgütlenme biçimine uygun bir iletişim sisteminin parçası olarak tasarlanmıştır. Tanzimat dönemi bürokratları için hem bürokrasi, hem de gazetecilik alanında bir okul işlevi de gören gazete, özel girişim gazeteleri için de bir hazırlık aşamasıdır.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.
[1] Hayati Tüfekçioğlu, *İletişim Sosyolojisine Başlangıç*, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 93.

Ancak özel gazete, bu kez, kurulmak istenen yeni toplumsal modele tepkilerin dillendirildiği bir alan olacaktır. Bu süreci daha iyi anlamak için, Tanzimat dönemi Osmanlı atmosferini genel hatlarıyla gözden geçirmek, daha sonra gazetecilik etkinliğinin aldığı çeşitli biçimleri incelemek gerekmektedir.

Tanzimat dönemi, gerek yaşandığı zaman dilimi içerisinde, gerek döneme bugünden bakan araştırmacılar için hep tartışmalara neden oldu. Dönem değerlendirilirken bazı temel sorulara verilen cevaplar, Tanzimat'a olumlu veya olumsuz bakanları açıkça belli eder: Dönem Batı'ya tam teslimiyete mi yol açmıştır yoksa Batı'nın Osmanlı'ya uygun bazı yönleri mi alınmıştır? Cumhuriyete etkisi olumlu mudur yoksa olumsuz mu? Demokratikleşme yönünde önemli adımlar mı atılmıştır, yoksa kültürel yozlaşmanın temeli midir? Şeriat, ileri-geri tartışmalarıyla günümüze etkileri nelerdir? Reformlar Avrupa güdümünde mi yapılmıştır, yoksa Osmanlının kendi isteğinin bir sonucu mudur? Bu ve buna benzer sorularla Tanzimat dönemi ve dönemin aydın ve bürokratları etrafında şekillenen polemikler, Tanzimat'ın ne denli karmaşık ve algılanması zor bir süreç olduğunun da göstergesi aslında. Ayrıca, döneme bugünden bakan araştırmacı için bir başka güçlükte, kaynakça problemidir. Osmanlı'nın tarih yazımındaki yetersizliği, günümüz araştırmacısını yabancı kaynaklara, dönemin Osmanlı topraklarında görev yapmış yabancı diplomatların anılarına bir bakıma mahkum edebilmektedir.

Kaba bir biçimde, Tanzimat döneminin ana dinamiklerini sıralayacak olursak, gündemi ulusalcılık akımları, merkezileşme çalışmaları (bürokrasi) ağırlıklı olmak üzere reform hareketleri ve dış ilişkiler oluşturmaktadır. Reform çalışmalarının yüzü Batı'ya dönük olmakla birlikte, onun başarısının temeli olarak görülen teknik ve idari yapının Osmanlı'ya kazandırılabilmesi yönünde çalışmalar yapılır.

Tanzimat dönemi, resmî olarak bir fermanla başlar. Fermanın önemli bir özelliği, son 150 yıllık kötü gidişin değerlendirmesi sonucu ortaya çıkmış olmasıdır. Bu önemlidir, çünkü böylesi bir özeleştiri sonucu ortaya çıkan reform hareketi, Osmanlı'da ilktir. Değerlendirilen zaman dilimi, 1699 Viyana bozgunu ve 1839 Tanzimat'ın ilanı arasındaki dönemdir.

Aslında, Osmanlı'da Batı'ya yüzünü dönüş, Tanzimat dönemi öncesi, daha 18. yüzyılın başlarından itibaren görülmeye başlamıştır. Karlofça Antlaşması ile Osmanlı, Avrupa devletler hukuku sistemine dahil hale gelmiştir ve bu da Avrupa ile yürütülecek olan ilişkilerin artık onun sistemini anlamakla

mümkün olacağı bir durum ortaya çıkarmış, Avrupa'nın kurumsal yapıları ve başarısı Osmanlı'yı bu süreçte etkilemeye başlamıştır. Devlet, ordu, eğitim vb. gibi temel alanlarda eksiklikler görünür hale gelmeye başlamıştır. Bu dönemde, eski güzel günlere dönmenin çareleri değil (özellikle Kanuni dönemine), ama ileriye, özellikle orduyu zamanın koşullarına uydurmaya dönük çalışmalar yapılmıştır. Elbette yapılan reform çalışmaları orduyla sınırlı kalmaz, orduyu modern hale getirmenin yolu, maliyede, idari ve hukuksal alanlardaki bazı eksiklikleri ve bu alanlardaki değişimi de beraberinde getirmek zorundadır. Düzenli bir ordu, modern çağda bunları da gerektirir.[2] Temelde Doğulu bir karaktere sahip olan Osmanlı'da, yüzyılların birikimi ile kemikleşmiş düşünsel ve idari yapı elbette kolaylıkla değişemezdi, ama artık değişim zorunlu olarak kabul edildiğinden, temel sarsılmak zorundaydı.

Osmanlı İmparatorluğu'nun varlığını meşrulaştıran temel felsefe, kabaca şöyle ifade edilebilir. Tanrı bir dünya yaratmış ve onun varolması için bir düzen belirlemiştir. İşte padişahın rolü burada ortaya çıkar. O, Tanrı'nın yeryüzündeki temsilcisi ve düzeni korumakla yükümlü kişidir. Taht, babadan oğula geçer. Oğul ne kadar "tuhaf" olursa olsun, Cumhuriyet kurulana değin padişahlık kurumu sorgulanmamıştır. Bunun dışında halk, reayadır, bir anlamda çoban güdümündeki sürüdür. Böylesi bir anlayışa sahip imparatorlukta Tanzimat'la beraber ortaya çıkan kişi hak ve özgürlükleri, meşruluk temellerini çok farklı kaynaklardan alan bir devlet yapısı ortaya koymak isteği, imparatorluğun fiziksel olarak sarsılan yapısının dışında, düşünsel olarak da sarsılması demektir.

"Tanzimat Dönemi ve Meşrutiyet idarelerini yaşamış Osmanlı'da, padişah hep yer almıştır. Bu kurum, ancak Cumhuriyet'in ilanı ile ortadan kaldırılmıştır. Ancak, Tanzimat dönemi ve meşrutiyet tecrübeleri, Cumhuriyete temel olan değişimleri ve kadroları yaratmıştır. Cumhuriyet, feodal bir Ortaçağ toplumu devralmamış, aksine, 19.yüzyılda modernleşme sancıları çekmiş ama tam olarak modernleşmesini tamamlayamamış bir devletin birikimleri üzerine kurulmuştur."[3]

Tanzimat Devri Babıali yöneticileri, sivil bürokratlardan ve özelikle dış ilişkilerde görevli olanlardan çıkmış, Hariciye Ofisi, Tercüme Bürosu gibi diplomatik nitelikli kurumlar, batılı anlayışa sahip olan bürokratik kadroların yetişmesi

[2] İlber Ortaylı, *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı,* 6. bs., İstanbul, İletişim, 2000, s.43.
[3] *a.g.e.,* s.32.

için ayrıca bir okul vazifesi görmüştür. Padişah yetkilerini, bu yeni oluşan bürokratik zümreye karşı kısıtlar, çünkü, fermandan önceki reformlar sırasında bu kişilerin görev ve önemleri artmış, otoriteyi ele geçirmeye başlamışlardır. Osmanlı padişahı, daha öncede sadrazam veya bazı köklü paşaların etkisine girmişse de, bu dönemdeki gibi uzun bir süre, bir bürokratlar sınıfı otoriteyi kullanmamış ve hukuksal niteliği olan bir belgeye yetkilerini dayandırmamıştır.

Tercüme Bürosu özellikle önemlidir. Gerek *Takvim-i Vakayi*'de çalışanlar, gerek Yeni Osmanlılar'ın üyeleri, gerekse dönemin önemli bürokratları, Tercüme Bürosu'nda zaman zaman çalışmış, ya da şu veya bu şekilde, Batılı anlamda ilk "eğitimlerini" burada almışlardır.

Çalışmanın asıl konusunu oluşturan basın da, ilk olarak, bu bürokratlar zümresinin "modern bürokrasiyi" yerleştirmedeki çalışmaları sonucu, Osmanlı'da hayatına başlamıştır. İlk gazete *Takvim-i Vakayi*, hükümet bildirilerini ve kararlarını uzak vilayetlere ulaştırmak amacını asli görev olarak yerine getirmeye çalışmış, Türk gazeteciliğinin asıl başlangıcı olarak da kabul edilen ilk özel girişim gazetesi *Tercüman-ı Ahvâl*'de yine bu bürokrat zümresinin etkisiyle ama bu sefer onlara muhalefet etmek amacını güderek ortaya çıkmıştır. Yeni Osmanlılar hareketinin ekseninde artık basın, bir mücadele ve tamamıyla bir kamuoyu oluşturma aracıdır.

"Yeni Osmanlılar'ın, Osmanlı İmparatorluğu'nda daha önce benzeri görülmemiş bir siyasi protesto grubunu temsil ettikleri söylenebilir. Türk aydın grubundan organize bir grup, ilk kez Osmanlı yönetimini açıkça ve sert bir biçimde tenkit ederek, seslerini duyurmak için kitle iletişim araçlarını kullanır."[4]

"19. yüzyılın ortalarına kadar Osmanlı, Batı Avrupa'daki entelektüel gelişmenin ana seyrinin dışında kalmıştı. Bu yüzden Osmanlı medeniyeti, Aydınlanma müddetince Avrupa'da geçerlilik kazanmış olan siyasi fikirlerin ürünlerinden mahrum kaldı. Osmanlı sultanlarının yönetimlerinin meşrulaştırıldığı siyaset teorisi, mesela, siyasi iktidarı Tanrı'nın verdiği vekillikle bir tuttu. Diğer taraftan, 19. yüzyıl Avrupa siyasi teorisinde, dünyevi ve dini gücün ayrılığı kendiliğinden bir gerçekti. Bundan dolayı, Yeni Osmanlılar'ın teşebbüs ettikleri, Osmanlı İmparatorluğunun ihtiyaçlarını karşılamak için Batı Avrupa'nın siyasi düşüncelerinin benimsenmesi gerektiği fikri, güçlüklerle karşılaşıp sınırlı kaldı."[5]

[4] Şerif Mardin, *Yeni Osmanlı Düşüncesinin Doğuşu,*Çev. Fahri Unan, 3.bs., İstanbul, İletişim, 2002, s. 11.
[5] *a.g.e.*, s. 15.

Osmanlı'da basın organlarının Batılı anlamda işlev görmesi ve devletten bağımsız olarak ortaya çıkması ancak 1860'tan sonra olmuştur. 1860-1873 veya 1876 dönemi, gazetenin toplumda üstlendiği rol açısından daha önceki ve sonraki yıllarla kıyaslanamayacak ölçüde önem arz eder. Bu yıllar arasında gazete hemen tek başına yeniliği ve gelişmeyi ifade eder. Kısa bir süre içerisinde küçük problemleri aktarmak sureti ile dünya ile ilişki kuran, bazı faydalı bilgiler veren ve okumayı geliştiren bir araç olmaktan çıkarak, hakiki anlamda tartışmaların yapıldığı bir kürsü olur. Fikir gazetesi etrafında şekillenerek yapıcı bir unsur olurken o döneme kadar devlet yönetimince verilen emirlerle idare edilen toplum gerçek anlamda sorunlarla karşı karşıya kalır. "Vatan", "milliyet", "hürriyet", "hak" ve "adalet" gibi kavramlar etrafında gerçek anlamda halkalar oluşurken ülkede ilk olarak ve tam anlamıyla bir "kamuoyu" oluşur.[6] Bu kavramlar, ilk defa Türk toplumuna gazetelerin kamuoyu oluşturmadaki etkinliği sayesinde girmiştir. Avrupa'da uzun yıllar süren mücadelelerle ortaya çıkan ve ulaşılan insanlık değerlerinin, Osmanlı gibi bu süreçlere hep uzak kalan ve neredeyse tamamen yabancı bir toplumda bile kısa sürede (sınırlı da olsa) etkisini gösterebilmesi, kitle iletişim araçlarının, toplumsal bilinçlenme sonucu ortaya çıkan, toplumsal dönüşüm potansiyeli çok yüksek olan hareketlere neden olma gücünü kanıtlar.

Gazetecilikle ilgili daha ayrıntılı bilgilerin yer aldığı bölüme geçmeden önce, gerçek bir gazeteciliğin ortaya çıkmasını sağlayacak denli büyük toplumsal değişimlere yol açan, İmparatorlukta genç bir aydın sınıfını ortaya çıkaran, Osmanlı toplumunun geleneksel yapısını kısa sürede büyük değişimler içine sokan bu dönemdeki gelişmeleri, öncelikle genel olarak gözden geçirmek gerekmektedir.

1. Tanzimat Dönemi

3 Kasım 1839 tarihinde, Tanzimat Fermanı (Gühane Hattı Hümayunu) Mustafa Reşid Paşa tarafından okunarak yürürlüğe girdi. Bu fermandan önce reformlar başladıysa da, fermanla, artık reformların Babıali bürokratları tarafından yürütüleceği ve bu bürokratların otoriteyi ele aldıkları hukuki olarak belgelenmiştir. Tanzimat Dönemi, 3 Kasım 1876'da, I.Meşrutiyet'in ilanına kadar sürdü. Tanzimat Döneminde, Abdülmecit, Abdülaziz ve IV.Murat (üç ay) padişah olarak Osmanlı'nın başında yer almıştır.

[6] Nurettin Güz, "Osmanlı Basını", *Selçuk İletişim,* No:3, 3 Temmuz 2000, s. 45.

"II.Mahmut'un son yıllarında Mısır Meselesi yeniden patlak verdi. Hanedanının sürekliliğini sağlamak amacıyla, 1839 yılının başlarında Mehmet Ali Paşa bir kere daha isyan edince, isyanı bastırmak üzere 21 Nisan 1839'da Osmanlı Ordusu harekete geçti. Ancak 24 Haziran'da ordu Nizib'de yenildi. Bu yenilgi bir bakıma II.Mahmut döneminde gerçekleştirilen reform hareketlerinin yetersizliğini ispatlamaktaydı. Sultan, Nizib yenilgisinin haberi İstanbul'a ulaşmadan önce 1 Temmuz 1839'da öldü. Yerine henüz 16 yaşında olan oğlu Abdülmecid padişah oldu. Bu arada, Tanzimat dönemine damgasını vuracak olan, ancak II.Mahmut döneminde önerdiği reform politikası ile sultanın kurduğu mutlakiyetçi yönetime ters düştüğü gerekçesi ile İngiltere'ye elçi olarak gitmiş olan Mustafa Reşit Paşa, Ağustos 1839'un başında sultanın cülusunu kutlamak bahanesi ile İstanbul'a döndü ve II.Mahmut'a kabul ettiremediği ıslahat programı için genç padişahın onayım aldı. Mustafa Reşit Paşa, sultana önerdiği ıslahat programı ile bir taraftan imparatorluğun ilerlemesini durduran engelleri aşmak, diğer taraftan devletin o an içinde bulunduğu güçlükten kurtulabilmek için muhtaç bulunduğu batılı devletlerin yardımı temin etmeyi planlıyordu. Bu sebeple Paşa tasarladığı ıslahatın yalnız bir toplumsal zorunluluk olduğuna değil, aynı zamanda o an için kaçınılmaz bir siyasi tedbir olduğuna da inanıyordu. Onu bu düşünceye sevk eden sebepler çeşitli olmakla birlikte, uzun müddet Avrupa'da bulunması neticesinde Fransız ihtilâlinden gelen ilhamların Batı devletlerinin Osmanlı Devleti hakkındaki düşüncelerini bilmesinin önemli rol oynadığı kesindir."[7]

"Bu belge ile, padişahın görevlendireceği kanun yapma kurumlarında çalışacak bir hükümet göreve başladı. Amaç, merkeziyetçi bir bürokrasi monarşisi kurmaktır."[8] Yine bu belge ile, halkın ilerlemesini isteyen monarkın, kendi iradesi ile koymuş olduğu kurallara, yine kendisinin de uymasını sağlamak için, padişah kendi yetkesini sınırlandırmayı kabul eder.

Fermanın temel ilkeleri:

1) Padişah iradesinin sınırlandırılması,
2) Can ve mal güvenliğinin kanunlar yoluyla (padişah iradesi ile değil) sağlanması ve denetlenmesi,
3) Hükümet iradesinin belli ölçütlere göre uygulanmasıdır.

[7] (Çevrimiçi) http://farabi.selcuk.edu.tr/suzep/tarih/ders_notlari/guz_yariyili/bolum4/bolum04.html, 02.05.2005
[8] Ortaylı, *a.g.e.*, s. 90.

Bunun dışında, din ayrımı yapılmayacaktır ve "kanunlar şeriat'a uygun olacaktır" diye belirtilir.

Şeriat notu, elbette fermanda ortaya konan ilkelerle çelişkilidir. Uygulamada bazı problemler yaratan bu durum, 1856'da yayınlanan Islahat Fermanı ile çözülmeye çalışılacaktır. Bu belge, Tanzimat Fermanı'ndan farklı olarak, Osmanlı'da nüfuz kazanmak isteyen Avrupa'nın etkisiyle, Tanzimat ile ilan edilen fakat uygulamaya tam olarak geçemeyen din ayrımı konusundaki vaatleri hayata geçirmek için ilan ettirilir. Bu belge ile, cizye kaldırılır, Hıristiyanlara askerlik imkanı sağlanır, mahkemelerde Hıristiyanların tanıklığı kabul edilir, Hıristiyanlara hakareti engelleyici tedbirler alınır.

Tanzimat Fermanı fazla tepki çekmemiştir, fakat Islahat Fermanı'na özellikle ulema tarafından rahatsızlık sesleri yükselir. Fakat belgenin Hıristiyan liderler tarafından da hoş karşılandığı söylenemez. Onlar da, belgenin özgürleştirici etkisi ile tebaasının kendilerinden kopma durumuna gelmelerinden endişeliydiler. Zira bu endişeleri yersiz değildi; bu ferman, Hıristiyanlar için çoğu zaman anayasa ve bağımsızlık isteklerinin manifestosu olmuştur.

Tanzimat Döneminde, halk tarafından seçilmiş bir meclis olmadığı için, zayıf bir padişah gelince, ülke yönetimi ve reformların yürütülmesi, Babıali hükümetinin ve işlere çok sık karışan yabancı diplomatların eline geçmiştir. "Babıali Diktatörleri" tanımı, bu gelişmenin ürünüdür.

"Osmanlı devletinin yapısı, reformlar sonucu büyük değişimlere sahne olurken, bu noktada çatışmaların olması da kaçınılmazdı, örneğin devlet organlarının yetkiyi paylaşma sorunu, bunlardan biridir. Adalet Yüksek Kurulu, Devlet Şûrası adları altında ikiye bölünür. Bunlar, Şeriat ve normal mahkemelerdir. Hukuk alanı, dünyevi ve şeriat olarak ikiye ayrılmıştır ve elbette bu hukuk alanlarının sınırlarını belirlemek kolay değildir. Ama gidişat, özünde Fransız Hukuk Sistemi olan dünyevi hukuk lehinedir. Bu dönemki tartışmalar, zamanla şûranın, adalet ve yürütme islerinden din işlerini ayırma yönündeki görüşüyle, anayasacılık (kanuni esasicilik) akımı ile siyasi bir boyuta taşındı."[9]

Osmanlı'nın Tanzimat Dönemi'nde merkezde yer alan problemlerinden ikisi, merkezileşme ve ulusalcılık akımlarıdır ve bu iki kavram birbirleriyle ilişkilidir.

[9] Niyazi Berkes, *Türkiye'de Çağdaşlaşma,* 4.bs, Haz. Niyazi Kuyaş, İstanbul, 2003, s. 220.

Viyana Bozgunu sonrası Balkanlardaki yönetim bozuldu. Bunun nedeni olarak, ilk önce Osmanlı ordusunun bölgedeki gücünün azalmasını ve bölgeye yapılan mali yardımın azalmasını görürüz. Bunun sonucu, "ayan" denilen yerel otoritelerin toprak genişletme politikaları, halkı ağır vergilerden ve haydutlardan kurtaran eylemleriyle etkinlik alanlarını genişletmeleri olarak ortaya çıkar. Bu süreç Sened-i İttifaka yol açacaktır. Merkezi yönetimin zayıflamasıyla, Anadolu'da da Enderun'dan yetişen devşirmeler yerine, otoriteyi ele geçiren yerel beyler ortaya çıkar. Anadolu Türkçülüğü bu dönemde kendini gösterir. Bu, Türklük bilincini de geliştirir. Ayrıca dildeki sadeleşmeye bürokrasi ve hukuk alanında katkısı olacaktır. Fakat Osmanlı, bunun sonucu olarak kozmopolit yapısını kaybeder ve yönetimde Türkler asli unsur olarak kendilerini göstermeye başlar.

Yerel beylerin, merkezi yönetimin bozulmasıyla ve Türkler ve diğerleri ayrımı ile ulusalcılık akımları etkilenmiştir. Osmanlı artık, eski Roma gibi değildir, kozmopolit yapısını kaybeder. Viyana bozgunu, zenginleşen batılı tüccarlar, Rönesans, aydınlanma ve Avrupalı devletlerin etkisi ile de ulusalcılık akımları Tanzimat döneminin en büyük baş ağrılarından biri haline gelir. Ulusalcılık akımları, Osmanlıda "merkezileşme" yönünde atılacak adımları elzem kıldı. Babıali döneminde ilk modern bürokrasi, merkeziyetçi yapı kurulmuştur. Eyaletler, merkezi yönetimi daha kolay olan vilayetlere bölünür. Her vilayete merkezden atanan valiler gönderilmiştir, ilk nüfus sayımı yapılır. Yerel meclisler kurulur ve bu meclislere din ayrımı yapılmadan yerel temsilciler atanır. Bu laiklik ve demokratik açıdan önemli bir gelişmedir. Halka karşı kötü muameleye son verilmek istenir ve bu ilkelerin dışına çıkan memurlar cezalandırılmaya çalışılır. Bunun tespiti ve uygulanması o dönem için zordur ama merkezi yönetim, Tanzimat Fermanı doğrultusunda hareket etmeye kararlıdır, işkence ve müsadere yönünde gelen şikayetler mümkün olduğunca dinlenir ve padişah iradeleri ile cezalandırılır. Bunun dışında alt yapı çalışmalarına hız verilir, yollar yapılır ve tarım kredileri gibi gelişmeler gözlenir. Bunlar köylü hayatına kısmen bir refah getirmiştir ve sosyalleşme yönünde katkıda bulunmuştur. Osmanlı valilerinin gücü arttırmış ve derebeylik kısmen sinmiş, Senedi İttifak sonrası kaybedilen merkezi otorite ve merkezi idare yapısı güçlenmiştir.

Elbette, merkeziyetçi doğrultuda atılan adımlar her zaman başarı göstermedi. İlk olarak, yerel meclislerdeki üyelikler, "ruhani" kesim tarafından öncelikle kazanılarak adeta "ruhban" gibi hareket etmeleri sonucunu yarattı. Bunun dışında, eski toprak sahipleri reformları sık sık çarpıttılar. Fermandan

destek alan köylülerde sık sık ayaklandılar ve bu ayaklanmaların çoğu "ulusalcılık" niteliğine bürünme eğiliminde idi. Yapılan reformlar, özellikle Ulusalcılık akımları ile kopma noktasına gelen ülkelerin merkeze bağımlı kalması yönünde olmuşsa da, Tanzimat Fermanı ve gelişmeleri, çoğu zaman ters yönde etki etmiştir. Ama burada, Osmanlı, kopma eğilimindeki bölgelere yönelik, dönemin özgün dış politikası olan "denge politikası"nı uygulamış ve zaman zaman başarılı olmuştur. Örneğin, Mehmet Ali Paşa'nın liderliğinde ortaya çıkan "Mısır Sorunu", Rusya'nın, Osmanlı topraklarında yaşayan Ortodokslar üzerinde Hünkar iskelesi Antlaşması ile kazandığı himaye hakkı dolayısıyla rahatsız olan Avrupa devletleri desteği ile, 1841 yılında çözüm bulmuştur. Kırım Savaşı'nda Avrupa'nın desteği ile Rusya karşısında üstünlük sağlanmıştır, ama 1856 Islahat Fermanı'na neden olmasıyla olumsuz bir yanı da vardır. Ya da Osmanlı, patrikhanenin yardımı ile özellikle onun himayesinde olan Balkan ülkelerinin kopmamaları için çalışmıştır.

"Toplumsal hayata bakıldığında da, 19. yüzyıl Osmanlısı oldukça büyük değişimler içerisindedir. Bir yandan, 1838 Balta Limanı -sonra başka ülkelerle de imzalanacak- ticaret sözleşmesi, gümrük duvarlarını yıkıp, Batı kapitalizmine Osmanlı pazarlarını açıp onun için bir "yarı-sömürgeleşme" sürecini başlatırken, özellikle Kırım Savaşı'yla (1853-56), yaşamın dış görünümünde de bir "asrileşme-alafrangalaşma yayılır."[10] II.Mahmut dönemi, Tanzimat öncesinde, idari ve toplumsal hayattaki Avrupai değişiklikler etkisini zaten göstermeye başlamıştır. Tanpınar'ın anlatımıyla,"Saray, Avrupa'dakiler gibi yapılandırılır. Babıali devlet dairelerine derlenip toparlanarak, yavaş yavaş adeta birer okul haline getirilir. *Takvim-i Vakayi* kurulur. Ayrıca eğitim sistemini derleyip toparlamaya yönelik bir ferman yayınlanır. Avrupa'da daimi elçilikler bulundurmaya kararlılıkla devam edilir. Sınırlı bir alanda da olsa il nüfus sayımı yapılır. Düzenli bir posta teşkilatı oluşturulur. Pasaport sistemi uygulanır. İlk buharlı gemi de bu dönemde satın alınır. Kıyafetlerin değişmesi ve devlet kurumlarının, Avrupai tarzda değişmeye başlar. Bunlar toplumun manzarasını, yaşayış tarzını değiştiren, taklit tarzında olsa bile yeni bir zihniyetin ve modaların hayata girme sonucunu doğuran hareketlerdir. Böylece o zamana kadar çok dar bir alanda yapılması düşünülmüş düzenleme işi birden bire toplumun hayatında geniş bir değişiklik durumuna gelir. Alaturka müziğin bile hoş görülmediği bir şehir içinde, birden bire, ecnebi havaları çalarak geçit yapan askeri bandoya rastlanmaya başlanır.

[10] Server Tanilli, "Tanzimat Edebiyatı ve Namık Kemal", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal,* İstanbul, Amaç Yay., 1988. s. 22.

Büyük ihtilal ordularında olduğu gibi trampet çalan küçük çocuklar, bu bandonun başında yürür. Seyyah Mac Farlane, hatıralarında İstanbul sokaklarında gezerken duyduğu bir İtalyan parçasından nasıl şaşırdığını anlatır ve aynı bandodan kendi memleketi olan İskoçya havalarını dinlediğini de söyler. Daha 1812'de modern bir hayatın birçok yanını içeren Beyoğlu'nda batı tipi lokanta, kahve ve oteller açılmaya başlar. Saraylarda, Sadrazam odalarında Avrupalı mobilya ve Avrupa eşyası belli başlı bir yer alır. Yüzyıllarca, işlene işlene oluşmuş olan bir zevkle döşenmiş sofralar ve odalar yerine orta halli bir Avrupa burjuvasının mekanını andıran, belirsiz zevkli bir mobilya ve dekor ortasında, imparatorluğun bir yüzyıldan beri peşinde koştuğu yeniliği yerine getirebilen padişah, Avrupa saraylarını taklit eden bir takım yeni merasim ve gerçekte geçmiş ile karşılaştırıldığında, çok fakir bir debdebe içinde yaşamaya başlar."[11]

Tanzimat bürokratları ve aydınları, Avrupa'nın hukuk, idare, siyaset, eğitim, bilim vb. alanlarını sürekli bir biçimde izlediler. Osmanlı kurumsallaşmasının bu yönde gelişmesi gerekliliği vurgulandı. Bu dönemde karşıt veya senteze yönelik düşüncelerin çatışmasıyla da, bir düşünce patlaması yaşandığı, modern Türkiye'nin o günkü düşüncelerin etkisiyle halen boğuşmakta olduğu söylenebilir.

Bu dönemde, Osmanlı toplumunda ilk defa bir cemaat-cemiyet ayrımlaşması belirir. Bunun sonucu olarak, I.Meşrutiyet'te bir siyasi cemiyet girişimidir. Modern siyasi örgütlenme bu dönemde ortaya çıkar. Modern siyasi bir atmosferin oluşmasında, yine fermanın payı büyüktür. Ferman ile, yargısız cezalandırma ve müsadere kalkmıştır. Buraya gelinceye kadar, hayat ve servetlerinden bir emirle olan politikacı ve şehzadeler artık rahatladılar. Bir parantez açarsak, Osmanlı'da bir "aristokrasi" olmayışının sebebi de veraset sisteminin yokluğudur. Eskiden. Osmanlı'da mal ve servet ırsi olarak bir sonraki kuşağa geçmezdi. Bu değişiklik, muhalif yöneticilerin yaşayabilmelerine ve modern bir siyasetin oluşmasına imkan sağlamıştır.

Tanzimat Dönemi'nde, tebaa ve devlet arasındaki ilişkinin düzenlenmesi, başka bir ifade ile, tebaa üzerindeki kontrolü artırma önemli hale gelir. Karagöz oyunları, figürlerin ağzından devleti ve devlet adamlarını zamanında eleştirmiştir. Kahvehaneler de, devlet hakkında ileri geri konuşulduğu, Bektaşi ve Sufi akımlarının etkilerinin yayıldığı yerler olarak kapatılma yoluna gidilmiştir. Devlet kendi ideolojisini dillendirmek için, böylece gazetenin farkına varır. Tebaasına ve yabancı devletlere kendi ideolojisini anlatmak için 1831 *Takvimi Vakay-i* ve Fransızcası olan *Le Moniteur Ottoman*'ı kurar. Bu, Osmanlıda kamuoyunun farkına varıldığının ve ciddiye alınmaya başlandığının göstergesidir. "Babıali, modern bir bürokrasi olma yönünde, toplumu kontrol etme biçimini de tamamen değiştiriyordu, ideolojinin önemi anlaşıldığı gibi, devletin çalışma yapısı ve toplumun bu açıdan eğitimi önemli hale geldi."[12]

Osmanlıda sanayi yok denecek kadar azdır, tarım ise Avrupa'ya göre ilkel bir biçimde yapılıyordu. Ticaret dışa bağımlı, kapitülasyonlar artmış, tarım ürünlerini yabancılar pazarlamaktadır. Ticaret de genelde kaçak olarak yapılmaktadır. 1831 Balta Limanı Antlaşması İngiltere ile imzalanmıştır. Bu antlaşma ile, İngiliz tüccarlar lehine "devlet tekeli" kaldırılır. Ortaylı'ya göre antlaşma, bilgisizlikten değil, imkansızlıktan yapılmıştır. Deniz aşırı ticaret Osmanlı ile Avrupa ticaretini azalttığından, ticaret zaten 19. yüzyıllın başlarından itibaren kaçak ve kontrol edilemez durumdadır. Antlaşma, Osmanlı'ya en azından ticaretin yasal hale gelmesi ile vergi almak ve gümrük kontrolü yapmak şansı tanımıştır. Antlaşma aslında çok uzun yıllardan beri varolan ve denetlenemeyen fiili durumun kağıda dökülüp yasallaşmasıdır.

Tanzimat döneminde özellikle tekstil ve porselen üzerine devlet fabrikaları kurulmuş, fakat yolsuzlukların önüne geçilememiştir ve sanayi gelişememiştir. Tarımda ise, tek tipte uzmanlaşıp gelişen dünya ticareti karşısında rekabete girişmek de mümkün olmadığından, ülke dış borçlara mahkum bir ekonomiye karşı hızla yol almıştır. Yalnız, çeşitli zanaatlar atölyeler şeklinde örgütlenmiştir. Bunlar, modern sanayi olmamalarına karşın, o dönemde fabrika olarak adlandırılmamıştır. Bu atölyelere çok az olan sanayi mekteplerinden insan yetişmiş, bu gelişme de, sanayileşmesini asla tamamlayamamış Osmanlı İmparatorluğu'ndan, yeni Cumhuriyete bazı yetişmiş eleman bırakabilmiştir. Elbette, Osmanlı sanayisi gelişemediğinden, bir işçi sınıfı da yoktur. Bunun dışında Tanzimat döneminde karayolu yapımı, telgraf işletmeleri ve postacılığa önem verilmiş, görece büyük gelişmeler kaydedilmiştir.

[11] Ahmet Hamdi Tanpınar, *19 Asır Türk Edebiyatı Tarihi,* 5.Baskı, İstanbul, Enderun Kitapevi, 1982, ss. 69-70.

[12] Ortaylı, *a.g.e.,* s. 90.

Eğitim alanında ise, Tanzimat dönemi eğitim reformları, bürokrasi ve özellikle ordu eksenlidir. Bürokrasi alanındaki ihtiyaç, öncelikle okuma-yazma ve hızdır. Modernleşen bürokrasi, geleneksel yavaş öğrenilen, az kişinin bildiği ve ağır dilli yazıyı kaldıramazdı. Modern bürokrasi ise. hızlı hareket için daha sade ve kolay yazılan bir dile ihtiyacı vardı. Adliye, maliye ve eğitimin modernleşmeye başlaması ile, bilgi akışının hızlanması gerekiyordu ve daha fazla okur-yazara ihtiyacı vardı. Orduda da modern matematik ve coğrafya öğrenmek için bu gerekliydi. Bu dönemde, Avrupa ile ilişkilerin sonucu imla kuralları ve noktalama işaretleri öğrenilmişti. Bürokrasinin dışında, sade bir dile ihtiyacı başka bir açıdan değerlendirecek olan Şinasi de, gazete ve kitle iletişiminde anlaşılabilirliğin öneminin farkında olarak, bu sürece katkı yaptı. Harf sayısı azaltıldı. Hatta o dönemde Latin Harfleri bile önerilmiş, fakat fazla taraftar bulamamıştır. Gazete ve kitap da bu süreci hızlandırmıştır. Bunun dışında, Islahat Fermanı'ndan sonra artan yabancı okul ve kiliselerde, Türkçe'de öğretiliyor, hatta bu konuda daha iyi bir eğitim alınıyordu, Türkçe'ye olan etkide bu okulların önemi de vardır.

Tanzimat Dönemi okulları, II.Mahmut döneminde gerçekleşenleri devralmış ve ilerletmiştir. Mühendishane, Harbiye, ve Tıbbiye (Osmanlıda ilk tıp okulu askeridir) geliştirilmeye çalışılmıştır. II.Mahmut ile eğitimin "devletleştirilmesi"ne çalışılıyordu. Bu medreseleri Şeyhülislam elinden çıkarak, modern bilimler ışığında okutulması demekti. Fakat ilk öğretim Tanzimat döneminde medreselerde kalmıştır. Bu bir ikilik yaratmış, daha sonra, medreselerde modern bilimin temelleri öğretilmediğinden. yüksek okullara öğrenci bulma zorluğu çekilmiştir. Bu dönemde kız öğrenciler orta öğretime alınmıştır ve kadınlar öğretmenlik gibi meslekleri yapabilir hale gelerek toplumsal yapıdaki klasik iş bölümünde kırılmalar meydana gelmiştir.

Tıbbiye eğitimi, Tanzimat döneminde politik olarak da etkilidir. Öğrenciler bu dönemde yurt dışına gönderildi. Eğitim dili Fransızca'ydı. Hatta o dönemde Avrupa'da bile tepki gören "kadavra" kullanımı İstanbul Tıbbiyesi'nde eğitim amaçlı kullanılıyordu. Bu okullarda Avrupa kültürü ve özellikle materyalist ve zamanın din dışı kitapları öğrenciler arasında yaygındır. Eğitim düzeyi çok yüksektir. Tanzimat'ın ileri gelenleri sık sık bu okulda öğrenim görenler arasından çıkmıştır. Yüksek okullarda kitapların Türkçeleştirmesi çalışması başlamış, ilk tıp dergisi *Tıbbiye Ceridesi*, tıbbiye mezunu Hekim İsmail Paşa tarafından çıkarılmıştır.[13]

[13] Berkes, *a.g.e.,* s. 234.

Encümeni Daniş adlı eğitim örgütü kuruldu. Buradan dönemin en önemli tarih eseri *"Cevdet Paşa Tarihi"*, Cevdet Paşa tarafında yazılır. Joseph von Hamer adlı Osmanlı Tarihi yazarı ve James Redhouse adlı Türkçe-İngilizce, İngilizce-Türkçe sözlük yazan kişiler bu kurumda çalışmışlardır. Kurum, edebi ve bilimsel yazınları teşvik etme ve cahilliğin kaldırılması için kurulmuştur. Encümeni Daniş fazla yaşayamamış, onun yerine Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye kurulmuştur. Tıbbiye mezunu Tahsin Bey, bu kurumda fen bilimleri yönünde çalışmalar yapmış, ilk bilim dergisi *Mecmua-i Fünun'*u çıkarmıştır. Dar'ül Fünun (Fenler Evi) kurulması fikri, bu kurumun ve derginin ürünüdür. Eğitimin modernleşmesi, ayrıca, ulemanın etkisini azaltmıştır.

Osmanlı ordusu, gelişen eğitim sisteminden olumlu etkilendiyse de, modern bir 19. yüzyıl ordusunu kurabilecek yeterliliğe pek sahip değildi. Gelişmiş teknik mühendis kadroları, geniş mali-idari kadro, bunun dışında madencilik, yan sanayi dalları, teknik askeri okullar, ülke çapında geniş karayolları ve deniz yolları ağı vb. böyle bir ordu için gereklidir. Osmanlının ise hepsini karşılayacak durumu yoktur. Düşünsel ve idari alanlardaki modernleşme sancıları, iktisadi alanda da az gelişmiş bir tarım ve gelişmemiş bir sanayi, bunu zorlaştırmıştır.

Bu dönem Osmanlı eğitimi, batı tarzı eğitim görenleri tam anlamıyla batılı, batı-doğu sentezi öneren kişiler ve modern gelişmelere tepki veren (özellikle ilk öğretimin medrese aşamasında kalmışlarda) farklı tip ve karakterlerde kişiler yaratmıştır. Tanzimat Dönemi, Türk toplumunda, okumamış, değişmekte olan bir devlet çatısı altında ekonomik zorluklar ve dönemin savaş koşullarında yaşayan kişilerde düşünüldüğünde, ve buna birçok yabancı dil. din ve ırktan kişiler eklendiğinde, dönemin karmakarışık yapısı akılda canlandırılabilir. Bunun dışında, Tanzimatçıların zor işi, reformların geleneksel bir adalet yapısı, çatışan farklı dil ve dinden gruplarla, iflas etmiş bir ekonominin üzerinde gerçekleştirilmeye çalışılmasıdır.

2. Dönemin Gazetecilik Faaliyetleri

"Bu dönemde Avrupa'ya bakıldığında, gazetecilik oldukça gelişmiş durumdadır. Kitle gazeteciliği yerleşmiş, bunun dışında ideolojik yayınlar yapan ve içeriğinde uzman yazılarına yer veren gazeteler de yer almaktadır."[14]

[14] Orhan Koloğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, 2.bs., İstanbul, İletişim Yay., 1994, s. 9.

"Gazetelerin Avrupa'da, özellikle kamuoyu üzerindeki değiştirici ve oluşturucu etkisi fark edilmiş ve kullanılmıştır. Birçok farklı milleti bünyesinde barındıran Osmanlı yönetimi için, gazetenin kendi toplumunda etkili bir rol üstlenmemesi, yönetim açısından bir avantaj oluştururken gazetenin göz ardı edilmediği de bilinmektedir. Osmanlı yönetimine göre gazete, özellikle Avrupa kamuoyuna ve diğer ülke yönetimlerine karşı kullanılabilecek bir silah anlamını taşımaktadır. Bu güçlü silahtan faydalanmayı amaçlayan yönetim, Alexandre Blacque'dan başlamak üzere gazetelere doğrudan veya dolaylı yardımlarda bulunarak kendi politikalarına Avrupa kamuoyunda taraftar bulunmaya çalışmıştır."[15] Gazete, bir propaganda aracı olarak Babıali'deki "halkı modern tekniklerle" kontrol altına tutmaya çalışan "modern bürokrasi" ve "merkeziyetçilik" anlayışına paralel olarak algılanır ve hayata geçer. Eskiden bu işleyiş, camilerde, meydanlarda vb. verilen vaazlarla sürdürülmeye çalışılmıştı.

Osmanlı, Avrupa kamuoyunu etkilemek için *Takvim-i Vakayi*'nin Fransızcası, *Le Moniteur Ottoman*'ı yayınlamıştır. Bunun dışında Osmanlı, farklı yollar da aramıştır. Avrupa'da gazeteci satın almak yoluna başvurmak bunlardan biridir. Ya da örneğin, 1846 yılında, Almanya'da Frankfurt gazetesine, bilinen amaçlarla dolgun bir abone ücreti ödenmiştir.

"Osmanlı'da ilk gazeteler 19.yüzyıl da kurulmasına rağmen, içerik ve sosyal fonksiyonları açısından Avrupa ve Amerika'daki gazetelerle karşılaştırıldığı zaman, arada büyük farkların olduğu görülür. İstanbul ve diğer merkezlerde yayınlanmaya başlanan yabancı dillerde yayınlar ile Türkçe gazetelerin çıkarıldığı dönemde İngiltere ve Amerika'da başta olmak üzere Kıta Avrupa'sında "yönetimden bağımsız" olarak kurulan, kendilerini yönetime kabul ettiren ve sosyal hayatın günlük parçası haline gelen gazeteler, ilk kuruluşundan itibaren geçen zaman süresince, içerik ve şekil olarak büyük gelişmeler sağlamışlardır. İlk olarak 18. yüzyılın sonlarında yabancı dilde yayın yapan gazeteler ve daha sonra yayın hayatına başlayacak olan *Takvim-i Vakayi* gerçek anlamda sosyal hayatın bir parçası olamadığı gibi içerik ve biçim açısından da Avrupa ve Amerika basınından çok geridirler. Osmanlı'da gerçek anlamda gazetecilik ancak 1860'tan sonra kurulabilecek, yönetimin izin verdiği oranda yayın hayatına devam edebilecektir."[16] Avrupa'da bu dönemde, artık gerçek basın problemleri üzerinde uğraşmakta basın ve kamuoyu hakkında teorik düzeyde tartışmalar yapılmaktadır. Örneğin Liberal İngiliz Maliye bakanı Sir

[15] Güz, *a.g.e.*, s. 44.
[16] *a.g.e.*, s. 42.

George Lewis, "19 yüzyıl ortalarında, serbest piyasanın muhalif fikirleri denetim altında tutmasının faydalarını savunurken, piyasanın reklam verenlerin tercihini savunan gazeteleri ihya edeceğini belirtmiştir. Bu durum, tahmin edilebileceği gibi, özellikle işçi sınıfı gazetelerini vurmuştur. Reklamcılığın önemi, gazetelerin yapılan işin maliyetinden daha ucuza ürünlerini satabilmeleri gerçeğini oluşturmasındadır. Bu durum, rekabet açısından reklam alamayan gazetelerin zararına bir durum ortaya çıkarır. Reklamın gerçeği, müşteriye ulaşmaktır, işçi sınıfı gazetelerinin okuyucuları doyurucu müşteriler olmadığından, reklam vermenin anlamı da çok fazla değildir."[17] Görüldüğü üzere, dönemin Batıdaki basın tartışmaları ile, gazetecilik alanında, ilk tefrika, ilk makale veya okuyucu mektupları gibi ilkleri yaşayan Osmanlı arasında uçurumlar vardır.

Osmanlıda kitap kültürü gelişmemiş durumdadır. Lale Devri ürünü olan İbrahim Müteferrika matbaası çok az kitap basabilmiştir. Aydın kesim dahil, çok fazla okuma yollu zihinsel gelişim sağlandığı söylenemez. Böylece, gazete, eğitim ve bilimsel gelişmeleri yayma gibi görevleri de yerine getirmeye çalışarak, kitap yokluğunun yerini de tutmaya çalışmıştır. Gazeteyi kullanmadaki bu tutum, Ermeni, Bulgar vb. Osmanlı kavimlerinin hepsinde görülmektedir. Açıkçası gazete, bu dönemde yazıyla öğretimin tek aracıdır, bu anlamda gazetenin kitabın asli görevlerini de alması Osmanlı'daki kitap kültürünü olumsuz etkilemiştir. Tefrika romanların bu dönemde yaygınlaşması da, bu duruma etki eden bir diğer faktördür.

"Matbaacılık gelişimi de gazetecilik etkinlikleriyle beraber yürümüştür".[18] Kitap basımı yaygınlık kazanmadığından, matbaa asıl etkinlik alanından kaynaklanan güncel ihtiyaçlarla şekillenememiş, gazetenin kısa zamanda çok sayıda basıma gereksinim duyan zorlamaları sayesinde, yeni tekniklerden yararlanma fırsatını bulmuştur.

2.1. Takvim-i Vakayi ve Ceride-i Havadis

İlk Türkçe gazete, Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın çıkardığı *Vakay-i Mısıriye*'dir. Daha sonra, *Takvim-i Vakayi* yayınına başlar. *Takvim-i Vakayi*, daha önce belirtildiği gibi, Tanzimat'ın genel eğilimlerine uygun olarak, merkezi bir yönetimi güçlendirmek için bir araç olarak, devlet tarafından çıkarılır. Gazete

[17] Noam Chomsky, Edward S. Herman, *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle iletişim Araçlarının Ekonomi Politiği*, 2. bs., İstanbul, Minevra, 1999, s.49.
[18] Koloğlu, *a.g.e.*, s. 14.

çalışanları devlet memuruydular. Gazete, ilerideki daha yüksek makamlar için bir basamaktı da. Basın özgürlüğü açısından bakıldığında bu olumsuz görünse de, dönem açısından olumlu bir etki yapmıştır. Genel politikanın reformlar ve ilerleme yönünde olması, bu kadroların sonradan Osmanlı modernleşmesinde, gazetede öğrendikleri ile ilerici atılımlar yapmasına katkıda bulunmuştur. Mustafa Reşid Paşa'nın gayretleriyle Tanzimat ilan edilince, *Takvimi Vakay-i* bu Hatt-ı Hümayun'un tamamını "*Varaka-i Mahsusa*" adıyla ilave olarak yayınlamıştır."[19]

"Fransa'da ilk gazete *La Gazette* 1631 yılında çıkarılmıştır. Ülkemizde ilk Türkçe gazete ise bundan 200 yıl sonra 1831'de yayına başlamıştır. 1 Kasım 1831 de yayınlanan 40x27 boyutundaki bu gazete başlangıçta haftalık olarak çıkarılmış, ilk sayısı 5 bin nüsha basılmış, devlet büyüklerine, ulemaya, yüksek rütbeli memurlara, taşradaki eşrafa ve elçiliklere gönderilmiştir. Gazeteye çok büyük değer veren II.Mahmut "gazete kutsal şeriata ve devlet düzenine dokunmamak şartıyla, benim iktidarıma çok yardımcı olacaktır" demiştir." [20]

Gazete, resmî ilan ve tebliğlerin yanı sıra çok çeşitlilik gösteren bir içeriğe sahiptir. Yapılan yol ve binalardan, kapatılan Yeniçeri Ocağına anti-propagandasını yapan uyduruk hikayelere, Avrupa'dan siyaset, kültür ve sanat, haberlerinden bilimsel bir konu olan Malthus'un nüfus kuramına pek çok tipte haber gazete sayfalarında yer alabiliyordu.

"*Takvim-i Vakayi*, 4 kasım 1922'ye kadar sürecek yayın hayatı boyunca (ki bu tarih Osmanlı İmparatorluğu'nun resmî olarak tarih sahnesinden silindiğini de gösterir), önceleri devletin kitle iletişim alanındaki boşluğunu doldurmaya çalışmış, 1860'tan sonra ise tam bir resmî gazete hüviyetine bürünmüştür. Devlete bağlı olarak yayınlanmasına rağmen dizgi hataları yüzünden kimi zaman kapanırken düzenli periyotlarla yayınlanamamış, gazetede kullanılan dil sebebiyle Sultan II.Mahmut tarafından bile eleştirilmiştir. Yayınlandığı ilk yıl rakipsiz olmasına rağmen halkın gazeteye alışması ve basının toplumun bir parçası olması yolunda başarılı olamamıştır."[21]

II.Mahmut'un devlet daireleri arasında haberleşmeyi gerekli gördüğü için 1831'de kurduğu gazete, resmî yayın olmasına karşın, II.Abdülhamit devrinde (1876 -1909) 1878 ve 1892 yıllarında iki kere kapatılmıştır. Abdülhamid'in şüpheci tutumu, alınan bu tedbirleri izah eder. İktidarını sürdürmek endişesine dayanan bu şüpheci tutumun dışında, padişah ticaret ve küçük sanayi ile ilgili kitapların yayınını yasaklamamıştır.[22]

[19] M. Nuri İnuğur, *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s. 180.
[20] *A.y.*
[21] Güz, *a.g.e.*, s. 45.

Takvim-i Vakayi'nin Fransızcası *Moniteur Ottoman*, İzmir'de daha önce Osmanlı yanlısı yayınlar yapan Blacque Bey tarafından, padişahın isteği üzerine yayınlandı, etkili de oldu. Bunun üzerine bu gazeteye karşılık, Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa, kendi gazetesinin Fransızcası *Moniteur Egypten*'i çıkarmış, fakat etkili olamamıştır. Daha sonraları Fransızca resmî gazete olarak 1850'lerde *Journal Konstantinapol* ve 1860'larda *La Turqiue* belli oranda etkili olmuşlardır.

Takvim-i Vakayi'den sonra ikinci gazete olan, İngiliz William Churchill tarafından 1 Ağustos 1840'da yayınlanmaya başlayan *Ceride-i Havadis*, ilk çıktığı andan itibaren halk tarafından ilgi görmemiştir. Birkaç sayısı parasız olarak dağıtılır buna rağmen daha sonraki satışı kimi zaman 150 civarında kalır. Osmanlı yönetiminin yardımlarıyla ayakta kalabilen gazete yarı resmî konuma gelir. 1854 Kırım Savaşı'nda Churchill'in İngiliz gazetelerinin muhabiri sıfatıyla savaşı izlemek üzere Kırım'a gitmesi gazeteye canlılık getirir. İlk defa telgrafın kullanılması ile Kırım'dan gönderilen haberler önce İstanbul'a, oradan da İngiltere'ye yollanır. Gazetenin yayım 1864'e kadar devam eder.[23]

Ceride-i Havadis, Türk basın tarihinde önemsiz bir yer işgal eder görünse de, veya hatırlanışı kurulma öyküsüyle sınırlıysa da, çalışanlarının, daha sonraki gerçek Türk basının temelleri olarak görünen gazetelerde etkileri oldukça olumludur. Eski diplomat Mustafa Sami'nin, Şinasi tarafından olgunlaştırılan bir gazetecilik Türkçe'sini kullanmaya başlaması *Ceride-i Havadis*'te oldu. İlk çıkışından itibaren *Ceride-i Havadis*, Dış Haberler başlığı altında, okuyucularına yeni dünya, Hindistan, modern seyahat yöntemleri hakkında zengin ansiklopedik malumat verdi. Ayrıca, sayfalarında yer verdiği insan aklı konusundaki, daha da önemlisi Avrupai parlamenter yönetime dair makalelerle, *Tasvir-i Efkâr*ın müjdecisi olmuştu. Keza, tefrika yazımını başlatan da *Ceride* idi.[24]

Yeni Osmanlılar, yeni sade bir dil ve üslubunun meydana getirilmesinde, öncüleri olan Hafız Müşfik ve Ali gibi *Ceride-i Havadis*'le katkıda bulunmuş olanları her zaman minnetle andılar. Bu üslubun başlıca özelliği zihni okşamaktan ziyade, fikirleri iletmeyi gaye edinmiş olmasıydı. Batılılaşma ile

[22] Oğuz Arı, *İzmir'de Kitle Haberleşmesi*, Ankara, Sosyal Bilimler Derneği Yay., 1972, s.12-13.
[23] Güz. *a.g.e.*, s. 45.
[24] Mardin, *a.g.e.*, s. 288.

bunun başlı başına pek az ilgisi var ise de Osmanlı toplumunun modernleşmesinde önemli bir adımdı.[25]

Bu açıdan bakıldığında, *Ceride-i Havadis*'in aslında, temel olarak ikiye ayrılabilecek Tanzimat Dönemi basınında, bir geçiş gazetesi niteliği taşıdığı söylenebilir. *Takvim-i Vakayi* ile başlayan gazeteciliğe ilginin, vilayet gazeteleri ile birlikte, devletçi ve merkezi yönetimi güçlendirmekle yükümlü yayınlar olması, bu ayrımın ilkini oluşturur. Özellikle Yeni Osmanlılar siyasi hareketiyle gündeme gelen özel gazeteler ise, dönemin devlet politikalarına muhalif tavrıyla ikinci tip gazeteciliği gösterir. Elbette, ileride değinileceği gibi, Basiret gibi politik amaçlardan ziyade, gazeteciliğin kendisine önem veren gazeteler, ya da çocuk ve mizah gazetelerinin yayınlanması da 1860'tan sonra gerçekleşecektir. Ama, yayın süreleri ve etkileri açısından yetersiz görünmektedirler.

2.2. Vilayet Gazeteleri

Vilayet gazeteleri, bugünkü anlamında yerel gazeteciliğin temellerini atmıştır. Bu gazetelerin ortaya çıkışı da, 19. yüzyılda Osmanlı topraklarında gerçekleştirilmeye çalışılan ve Tanzimat Dönemi adı altında kavranan pek çok alandaki reform hareketleriyle yakından ilgilidir. "Osmanlı mahalli idarelerinde ilk büyük düzenleme, eyalet sisteminin kaldırılarak vilayet sistemine geçişle ilgili, 7 Kasım 1864'te çıkarılan nizamnameyle yapılmıştır. 1864 denemesi, genel bir uygulamaya örnek olmuş, imparatorluğun tüm kıtalarında uygulamaya geçilmiştir. 1871'deki "İdare-i Umumiye-i Vilayet Nizamnamesi" adı altında daha da geliştirilmiştir. Buna göre, yerel yönetim birimleri, vilayet, liva, kaza, nahiye ve köy düzeyinde yeniden yapılandırılmıştır."[26]

Yine merkezi hükümetin çıkarlarına hizmet edilmesi için, yerel gazeteciliğe Osmanlı'da önem verilmiştir. Reformlar sonucu eyalet sisteminden vilayet sistemine geçilmesi ile, her ilde bir basım evi açma kararı alınmıştır. Bu basım evlerinde Türkçe'nin yanında diğer yerel dillerde gazetelerde çıkarılmıştır. Vilayet gazetelerini, bir yandan ayrılıkçı eğilimleri dengelemek, öte yandan Avrupa'da özellikle Araplara yönelik olarak sayıları artan Arapça süreli yayınların etkisini bastırmak isteği teşvik etmiştir.[27] Bunun başarılı örneği *El Cevaib* (1860), Osmanlıcılık ağırlıklı Arapça bir gazetedir. Etkisi yüzünden pek çok Avrupa ülkesinde yasaklanmıştır.

[25] Mardin, *a.g.e.*, s. 288.
[26] Atilla Girgin, *Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap, 2001, s. 84.
[27] *a.g.e.*, s. 85.

"Vilayetlerde, temelde valiliklerin kırtasiye işlerinin yürümesi için kurulan basım evlerinde, resmî yayınların yanı sıra, özel kişilerin de yayın yapmasına izin verilmiştir. Bunun sonucu olarak bir yandan Vilayet Salnameleri (yıllıklar), takvimler, dini, edebi ve bilimsel eserler basılması gibi yararlı gelenek yerleşirken, öte yandan resmî vilayet gazetelerinin yayını yoluna gidilmiştir. Bu gazetelerin resmî dil olan Türkçe'nin yanı sıra, bölgenin yaygın olan ikinci diliyle yayınlanması da gerçekleştirilmiştir. Resmî bildirileri, hükümetçe yapılan yol, köprü vb. yanında, özellikle başka milletlerle karşılaştırmalı olarak "Türklerin" özeleştirisi de yapılıyordu. Böylece Osmanlı'da en geç ulus bilincine varan Türklere katkısı da oldu. Ancak, merkezi yönetimi güçlendirmek için yapılan bu hamle, dönemin yaygın hareketlerinden olan ulusçuluk akımlarını yer yer beslemiştir."[28]

"Bu uygulamanın ilk örneği, Suriye'deki iç kargaşaları bastırmakla olağanüstü yetkilerle görevlendirilen Fuat Paşa da, 1860'da, Beyrut'ta çıkmakta olan *Hakikat al-Ahbar* isimli Arapça gazeteyi yerel yönetimin resmî sözcüsü haline getirmiş, böylece Türkçe-Arapça olarak ilk vilâyet gazetesi yayınlanmıştır."[29]

Vilayet gazeteleri arasında ikinci sırada Mithat Paşa'nın Tuna valisiyken 1865'te Rusçuk'ta yayınladığı *Tuna* gazetesi yer almaktadır. Mithat Paşa Niş valisi olduğu yıllarda, genç bir delikanlı olan Ahmet Mithat Efendi'yi tanımış, kendi adını ona vermiştir. Tuna gazetesinde de ona çalışma olanağı sağlamıştır. Ahmet Mithat Efendi'nin yazın hayatıyla tanışması böyle olur. Gazetenin başyazarı bir süre sonra İstanbul'a atanınca Mithat Paşa, Ahmet Mithat'ı gazetenin başına getirir ve bu görev sekiz ay kadar sürer.[30]

Önemli vilayet gazetelerinden biri de 1866'da Trablusgarp'ta çıkartılan *Trablusgarp* gazetesidir. Türkçe-Arapça olarak yayınlanan bu gazete kendi işlerini şöyle tanımlamaktadır: "Bilindiği gibi gazete denilen şey, yararlanılacak haberleri gerek çıktığı yere, gerekse taşraya duyurmak ve herkesi iyi bilgiye sahip kılarak eğitim hizmetini üstlenmektir." (Sayı 69, 1867) *Trablusgarp* gazetesi 25 Haziran 1874'teki sayısında da "Anadolu'da açlık" konusunu şöyle işlemiştir: "İstanbul ve ecnebi gazetelerinin tümü Anadolu'da açlığın arttı-

[28] Girgin, *a.g.e.*, s. 123.
[29] Orhan Koloğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın,* İstanbul, İletişim Yay., 1994, s. 20.
[30] Hıfzı Topuz, *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s. 31.

ğından söz ediyorlar. Adeta feryad ediyorlar. Nasıl feryad etmesinler ki, Anadolu'nun birçok yerlerinde ahali açlıktan can veriyor. Ciğerparelerini (evlatlarını) kesip yemek derecesine varıyorlar. Böyle müthiş acıları işitip de hüngür hüngür ağlamayan, gönlü bin parça olmayan kimdir? Meğer ki insan gibi görünen bir canavar olursa... Anadolu'da birkaç milyon, din ve vatan kardeşlerinin açlıktan can vermekte olduğunu bildiği halde, sofrasını kurup da keyifle karnını doyuran insana insan diyebilir miyiz?..." [31]

Üzerinde durulması gereken bir başka gazete de 1866'da Erzurum'da yayınlanan *Envar-ı Şarkiyye* (Doğu'nun Nurları) gazetesidir. Muammer Yaşar Anadolu'da İlk Türk Gazetesi adlı monografisinde *Envar-ı Şarkiyye*'nin çıkışını şöyle anlatıyor: "Sultan Abdülaziz, Nisan 1863'te yaptığı Mısır gezisinden çok olumlu izlenimlerle dönmüştü. Sultan, Mısır'ın çeşitli vilayetlerinde gazeteler çıkarıldığını öğrenmiş ve Anadolu'yu aydınlatacak başka önlemler düşünmeye başlamıştı. *Envar-ı Şarkiyye* bu düşüncenin bir ürünü oldu. Gazetenin kurulmasını Anadolu'nun kalkınması fikrinin bir başlangıcı da saymak gerekir. Çünkü Padişah sadece Erzurum'da değil, çeşitli vilayetlerde birer matbaa kurulmasını, gazete çıkartılmasını ve birer de salname (yıllık) yayınlanmasını öngörüyordu. Bu karar, İstanbul'un yüzyıllarca unuttuğu Anadolu'ya nihayet katılmasının bir işaretiydi."

O yılların önemli gazetelerinden biri de 1869'da Bursa'da Türkçe-Ermenice yayınlanan *Hüdavendigâr* gazetesidir. Bu gazetenin ilk sayısında şu açıklama yer almıştır: "Basımcılık ilmi ortaya çıkınca, bir kalemde, az vakitte yüz bin okuyucunun ele geçmesi mümkün oldu. Artık herkes gözünün önündeki adamın sözleriyle yetinmeyip kendisinden bin saat uzaktaki adamların söylediklerini işitmeye ve okumaya başladı. Bu çeşit havadisi ilân eden kâğıtcağıza da gazete dendi."[32]

İzmir'de ilk Türkçe gazete ise vilayetin adını taşıyan *Aydın* idi. Bu gazete 1869 yılında çıkmıştı ve yalnız resmî haberleri, duyuruları kapsıyordu. Ne var ki İzmir, bu resmî gazete sayesinde Türkçe gazete ve kitap basabilecek bir matbaaya kavuşmuş ve bu vilayet matbaası, İzmir basın ve yayımcılığının ilk itici gücünü oluşturmuştur. Nitekim resmî *Aydın*'dan sonra 1872'de *Devir* gazetesi yayına girdi. Bunu çıkaran Mehmet Salim bu konuda deneyimli biriydi. Midhat Paşa'nın Tuna valiliği sırasında vilayet matbaasının

[31] Topuz, *a.g.e.*, s. 31.
[32] *a.g.e.*, s. 34.

kurulmasında ve Türkçe-Bulgarca *Tuna* gazetesinin yayınlanmasında önemli bir rol oynamıştı. Mehmet Salim, İzmir'de haftada iki kez yayınlanmak üzere *Devir* gazetesini yayma soktu. Amacı, Osmanlı toplumunun kutsal medeni haklarını savunmak maddi refahına hizmet etmek biçiminde özetleniyordu. Bu nedenle gazetenin her sayısında ekonominin gelişmesi milli refahın artması, bilim, eğitim, sanayi, tarım, ticaret gibi konular da ele alınıp tartışılacaktı.[33]

Bu vilayet gazetelerinin bölgeye merkezî yönetimin kararlarını sağlıklı yansıtma görevinin dışında asıl yararlarım şöyle özetleyebiliriz: "Basımevi için gereken yatırımın devletçe yapılması özel girişimcileri büyük masraflar yapmaktan kurtarmış ve sadece baskı masrafını ödeyerek yayın yapma olanağına kavuşturmuştur. Kuşkusuz devlete ait bir matbaada baskı yapmak bir tür ön sansüre girmek anlamını taşıyordu. Yine de taşranın kültür yaşamına bu yolla bir hareketlilik getirilmiştir."[34]

"O dönemde yayınlanan bazı vilayet gazeteleri, günlük olaylara yer vermelerine karşın; bazıları da sadece yasalar, yönetmelikler, kamu görevlilerinin ödüllendirilmeleri, tayinler, kolluk kuvvetlerinin başarıları, valilerin konuşmaları ve yazılarını haber olarak vermişlerdir. Gazetelerin bu olumsuzluklarını eleştiren aydınlar hareketinden; II.Abdulhamit döneminde Bab-ı Ali rahatsız olmuştur. Dahiliye Nezareti, 1889 yılında bir genelge yayınlayarak; vilayet gazeteleri ve İstanbul Gazetelerinin, yazıları kapsamı dışına çıkmamaları emredilmiştir. Daha sonra tüm gazetelere bazı yasaklar getirilmiş ve bunun sonucunda da, okur oranlarında düşüş görülmüştür. 1903 yılında toplanan Şüray-ı Devlet; yayınladığı kararnamede, vilayetlerde çıkan gazetelerin çoğunlukla o yörenin tarımı ve doğal kaynakları ile ilgili sorunları aydınlatmadığı; halkın kültürel ve mesleki gelişimine katkıda bulunmadığını belirtmiş ve bu durumun düzeltilmesi için alanlarında söz sahibi kişilerin; bu gazetelerde herkesin anlayabileceği bir Türkçe ile yazması ve daha geniş kitlelere ulaşması için yöre muhtarlarının bu gazetelere abone edilmeye çalışılması istenmiştir."[35]

1908 yılında Meşrutiyetin ilan edilmesiyle; gerek yerel, gerekse ulusal gazetelerin sayılarında önemli bir artış olmuştur. Yerel ve ulusal basın, tek

[33] Zeki Artıkan, *İzmir Basınından Seçmeler 1872-1922*, I. Cilt, İzmir Büyükşehir Bel. Yay., 2001, s.1-2.
[34] Koloğlu, *a.g.e.*, s. 21-22.
[35] Feyyaz Bodur, *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yay., 1997, s. 43.

düzelikten kurtulmuş ve devlet baskısının bulunmadığı düşünce platformlarına dönüşmüştür. Böylece basın, gerçek anlamda toplumun iletişim kurumu olma işlevini kazanmıştır.

"Kurtuluş Savaşı yıllarında ise, işgal altındaki İstanbul ve tüm İstanbul gazeteleri susarken; çoğunluğu işgal altında olmasına karşın; tüm Anadolu Basını var gücüyle, Kurtuluş Savaşına destek vermiştir."[36]

Osmanlı'da ayrıca özerk basın olarak da nitelenebilecek, yabancı gazeteler ve azınlık gazeteleri de mevcuttur. Öncüleri yabancı gazetelerdir. Osmanlı'da 1908'e kadar 150 civarında Fransızca gazete yayınlanmıştır. Bu gazeteler genelde, Avrupa ve onların ticaret çevresinin sözcüleridir. İtalyanca, Almanca, İngilizce gazeteler bu dönemde yer almışlardır.

Azınlıkların Fransızca gazeteleri de bulunmaktadır. Fransızca'nın gazetecilik alanında etkin olma sebebi, Osmanlı topraklarında çok sayıda Fransızca eğitim veren okulun bulunmasıdır. Bu durum, kültürel açıdan gazete ihtiyacı yaratmaktadır. Ayrıca Osmanlı'da Paris basımlı gazetelerde bol bol bulunmaktadır.

Yabancı gazeteler sansürden oldukça bağımsız görünürler. Namık Kemal, Şinasi gibi gazeteciler, yazdıklarını önce Fransızca gazetelerde yayınlatıp, daha sonra sanki onlardan alıntı yapıyormuş gibi kendi gazetelerinde yayınlatarak bu durumdan istifade etmişlerdir.

"Azınlık gazeteleri ekonomik yönden etkili kullanılmışlardır. Bu gazetelere Avrupa'da ihale peşinde koşan, ayrıca dünya borsaları da bu gazetelerde yayınlanmışlardır. Dönemin Galata Borsasında dalgalanmalar yaratılarak, spekülatörlerin para kazanmaları işlevini de görmüştür. Spekülasyon peşindeki Avrupalı borsacı ve bankerlerle işbirliği yapan paşalara "Rusçu, Almancı vb." adlar verilmiştir."[37]

Fransız gazeteleri ayrıca Osmanlı'ya tüketim kavramını aşılamakta da etkilidirler. Tüketim toplumu bilinci ve Fransız yaşam tarzı gazeteler aracılığıyla hızla özellikle İstanbul'da yayılmıştır. Bu gazetelerde ticari reklamlara bolca yer verilmiştir.

[36] Bodur, *a.g.e.*, s. 44.
[37] Koloğlu, *a.g.e.*, s. 26.

Genel olarak gazetelerin seslendiği kitle, mali yatırımcılar olan azınlıklar ve Avrupalılardır. Bu kesim, azınlık da olsalar, Osmanlı'nın parçalanmasına karşıdırlar, çünkü bozuk düzen para kazandırmaktadır.

Bu dönemde Rumca Basın, bağımsızlık mücadelesinde etkin rol oynamıştır. Fakat patrikhane, bağımsız ulusların kendi kiliselerini kurmak istediklerinden bu basma olumsuz yaklaşmıştır. Ermenice Basının merkezi İstanbul'dur. İçinde Ortodokslar ve Katolikler olduğu gibi, laikler, anarşistler vb. gibi çeşitli unsurlar barındırmıştır.

2.3. 1860 Sonrası Gazetecilik

"Avrupa için gazete haber veren, eleştiren, yönetimle okuyucu arasında bir köprü işlevi görüp fikrin yayılmasında bir araç görevi üstlenirken arkasında sosyal kurumların yanında aydınlar da vardır. Buna karşılık Osmanlı'da ise yeniliğin ve gelişmenin kaynağı gazetedir. Kamuoyu onun etrafında oluşur, okumayı o öğretir, aydını o yetiştirir, kitabın bıraktığı boşluğu o doldurur, birçok gazeteci mesleğe gazetecilikle başlar. 1873'e kadar sürecek olan bu dönemin sonunda gazete kendi asli fonksiyonlarına dönecek, kitap başta olmak üzere, diğer araçlar kendi rollerini üstlenecektir."[38]

İlk eğitimi gazete tamamlar. Özellikle, gazeteciği dil konusundaki sadeleşme çalışmaları, gazeteye okuma zevkini aşılar, bu dilin biçiminin anlaşılabilirlik gücü altındaki doyurucu içerik, o döneme kadar belirli bir grubun tekelinde bulunan fikir ve edebiyat alanının halkın katılımına ve beğenisine açmasında çok etkilidir. Türkçe'de ilk tiyatro, tercüme ve telif eserleri gazete verir, roman çeşitlerinin ilk örnekleri gazetelerde görülür. Makale ve eleştiri ve denemelerin gelişmesini gazete sağlar. Günlük gelişmelerin tartışılması, siyaset ve sorunların haber ve eleştiri yapılmasıyla toplumun düşünce ufku genişler. Avrupa gazetelerinde muhalefetin başlayışı, edebi gazeteciliğe yönelme, eleştiri ve yorumların yer bulması uzun zaman alırken, Osmanlı'da gecikmenin de etkisiyle adeta bir patlama yaşanır.

"II.Mahmud'un döneminde basına gösterdiği büyük ilgi, Abdülmecid döneminde hemen hemen yok olmuştur. Oysa ki bu dönem çok yüklü ve hareketli bir dönem olduğundan gazeteye büyük ihtiyaç duyulması doğaldır. Örneğin, 1840 yılında Mısır sorunu ile ilgili Londra antlaşması yapılması,

[38] Güz, *a.g.e*, s. 48.

1848 yılında Avrupa'da ulusal ve demokratik devrimlere girişilmesi, 1853'te Kırım Savaşı, 1854'de ilk dış borçlanma meselesi, 1841 yılında Boğazlar Meselesi, 1856 Paris Barışı, yabancı tebaaya yeni haklar tanıyan 1856 Islahat Fermanı'nın ilanı ve bu suretle Hıristiyan azınlıkların yeni haklara sahip olmaları gibi sosyal ve siyasal olaylar halk tarafından merakla ve heyecanla izlendiği halde, mevcut basın ürünleri halkın haber alma ihtiyacını gidermekten yoksun bulunmaktadır. Basın alanında rakipsiz durumda olan *Ceride-i Havadis* halkı gerektiği gibi aydınlatamamaktadır. İşte böylesi siyasal ve olaylarla dolu bir ortamda Agah Efendi tarafından *Tercüman-ı Ahvâl* gazetesi yayınlanmıştır."[39] İnuğur'un bu yorumuna karşılık, örneğin siyasi ve sosyal olaylardaki yoğunluk karşısındaki "halkın haber alma ihtiyacı" ve halkın merakı gibi kavram ve teşhisler fazla iyimser olabilir. II.Mahmut, gazeteyi modern bir bürokrasinin ihtiyacı olan kontrol mekanizmasında işlev gören, bir araç olarak kullanmak derdinde idi. Bunun dışında özel girişimle kurulan gazetelerin de, aydınların makalelerinde sık sık görüldüğü gibi, öncelikle yeni yetişen aydınlara ve halka gazetenin ne anlama geldiğini, görevlerini anlatmak derdinde olduğu görülür. Bu anlamda gerek devlet tarafından çıkan gazetelerde, gerekse özel teşebbüs basınında, tepeden seslenen bir yapı vardır. Özellikle ikinci tip basın, halkın "haber alma ihtiyacının" varlığıyla ortaya çıkmak şöyle dursun, bu ihtiyacın oluşması için öğretici bir işlevdedir. Tanzimat ve reform hareketlerine de halkın teba olmaktan çıkıp birer modern birey olmalarını isteyen çalışmalar olarak bakıldığında, gazetelerin halk tarafından talep edilmesini sağlayacak bireylerin ve okuyucu kitlesinin Osmanlı'da varolmadığı görülür. Gazetenin kendisi, ister devlet, ister aydın kesim tarafından olsun, başlı başına bir yeniliktir. Talep edilen değil, çeşitli amaçlarla arz edilen bir araçtır. Zaman içinde gazeteler sınırlı bir kitlenin zihninde yer edinebilmiş ve talep görmüştür. O günün koşullarına, çağdaş ve artık olağan görülen kavramlarla bakmak, yanıltıcı sonuçlara yol açabilir.

Gazetenin çıkmasından önceki on yılda Osmanlı büyük değişimler içerisindedir. 1854'te başlayan Kırım Savaşı sırasında, İngiltere ve Fransa Osmanlı Devleti'nin yanında, Rusya'ya karşı savaştılar. Buna karşılık, barış görüşmeleri sırasında ülkedeki Hıristiyanların her bakımdan Osmanlılara eşit olmaları koşulunu Osmanlı yönetimine kabul ettirdiler. Paris Barış Antlaşması'nın temeli olacak bu koşul, daha antlaşma imzalanmadan 18 Şubat 1856 tarihli Islahat Fermanı'nda yer alıyordu. Burada Tanzimat Fermanı'ndaki ilkeler bir kez daha

[39] İnuğur, *a.g.e,* s. 186.

ortaya konuluyor, eşitliği sağlamak üzere yapılacak düzeltimler üzerinde duruluyordu. Çok geçmeden Abdülmecid öldü, Abdülaziz tahta oturdu (1861).

"Savurganlıklar, parasal bunalımlar ve sürekli borçlanmalarla geçen bu dönemde Eflak ve Boğdan'ın adım adım bağımsızlığa doğru giderek Romanya Devleti'ni oluşturmaları, Sırbistan, Karadağ, Mısır, Tunus, Lübnan, Girit, vb. sorunları baş gösterdi. Bunlar ülke içinde hoşnutsuzluğu artırdığı gibi, Fuad ve Ali Paşaların yönetimleri de huzursuzluklara yol açıyordu. Yine bu dönemde "Tanzimat alafrangacılığı" üst sınıflar arasında yayılmaya başlamıştı. Devlet adamları ve varlıklı kesim, giyim kuşamda, ev ve toplum yaşamında "Batı usul ve adetleri"ni uyguluyorlar. Batıdan gelen eşyayı kullanıyorlardı. Özellikle Kırım Savaşı sıralarında, Kırım'a gidecek İngiliz, Fransız ve Sardunya ordularının İstanbul'a uğrayıp bir süre kalmaları, Batı etkisinin önemli ölçüde artmasına yol açtı. Yeni yaşama biçimi, Osmanlı sarayını bile sardı. Padişah yabancı konuklarına balolar veriyor ya da elçiliklerde düzenlenen balolara katılıyordu. Yalı ve konaklarda "Avrupai lüks hayat" yaşayanların sayışı giderek artmıştı. Abdülmecid'in savurganlığı yüzünden devlet bütçesindeki açık sürekli artıyor, açığı kapatmak için dış ve iç borçlanma yöntemine başvuruluyor; bu da. faiz ödemeleri dolayısıyla, açığı daha da büyütüyordu."[40]

Tanzimat Dönemi, Osmanlı'da o zamana değin görülmemiş değişimlerin ve yeniliklerin yapıldığı bir dönem olarak oldukça ilericidir. Fakat Osmanlı'da özel teşebbüsle kurulan ilk Türk gazetelerinin muhalif bir içerikte çıkmaları, Tanzimat döneminin olumsuz uygulama ve etkilerinin sonucudur. Bu olumsuzlukları şöyle sıralayabiliriz:

Siyasal olarak "Aydın Despotlar" veya "Tanzimat Diktatörleri" olarak adlandırılan bürokratlara karşı oluşan tepki. Eleştirilere göre, bu bürokratlar takımı, eskiden padişaha özgü olan despotik yönetimi, aynen devralmışlardır. Tanzimat dönemi boyunca ülke yönetiminin hemen her alanında yeniliğe girişildi, fakat gelişen adalet, sağlık, eğitim, hukuk gibi temel alanlarda yetişmiş eleman azlığı bulunuyordu ve yenilikler işlemekte zorlanıyordu. Eski sistemden de dönülmemek üzere uzaklaşıldığından, ülkedeki karmaşa daha da arttı.

Reformlar, ekonomiye yük getirdi. Ama ekonomik bir gelişme gerçekleşemedi ve Osmanlı giderek bir borç batağına saplandı. Fermanla reformlara karışmayacağını bildiren Padişah (özellikle Abdülaziz), artan eleştiri-

[40] Alpay Kabacalı, "İlk Özel Gazete: Tercüman-ı Ahval", *Bizim Gazete,* 02.11.2002, (Çevrimiçi) http://www.bianet.org/2002/11"04/14291.htm, 01.05.2003

lerle yeniden bağımsız iradesini kullanmaya başladı. Bu irade ise özellikle politikacılara, yabancı diplomatlara ve entrikalara açıktı ve bu durum ülke politikasının tutarsızlaşmasına yol açtı.

II.Mahmut döneminde sinen ayanlar, tekrar etkinlik alanlarını genişletmeye başladılar. Merkezde kanunlaştırma, eğitim vb. projelerle uğraşılırken, diğer yerlerde Müslüman, Hıristiyan zıtlaşması baş gösteriyordu. Bu, fermandan sonraki yenilikleri kabul etmeyen gelenekçi yapıyla, bunlardan faydalanan Hıristiyanlar arasında yaşanıyordu. Yönetim alanında 'Kanuni Esasicilik ve Meşrutiyet akımları' başladı. Yeni Osmanlılar gazeteciliğinin etkileri siyasi alandaki tartışmaları kızıştırdı.

"Özel girişim Türkçe yayınlanan ilk gazete, 21 Ekim 1860 tarihli *Tercüman-ı Ahvâl*'dır. Kurucuları, batıcı fikirlerin sahibi Şinasi ve Agah Efendi'dir. Bu gazete yayınlandığı sırada azınlık ve yabancı uyrukluların çıkardığı 13 gazete vardır. Oysa *Tercüman-ı Ahvâl*"in yayınladığı 1860 yılından 24 yıl önce İngiltere'de basın, "İngiltere Bankası", "İngiliz Donanması" ve "İngiliz Kömürü" kadar hatırı sayılır bir kuvvet olduğunu kabul ettirmişti. Amerika'da çağdaş basını oluşturan büyük gazetecilerin piri sayılan James Gordon Bennet. 1835'te *New York Herald*'ı kurmuş ve bu tarihten itibaren Amerikan Gazeteciliği yeni liderlerin öncülüğünde büyük gelişmeler göstermeye başlamıştır. 1668 yılında bir Alman gazetesi yalnız 90 adet basılırken, 1836 yılında *Times*'ın tirajı 17 bine yükselmiş bulunuyor, daha süratli baskı makineleri yapmak için, gazeteciler mucitleri sıkıştırıyorlardı. 1814'te Koenig buharla işleyen baskı makinesini icat etmiş, bunu ilk satın alan *Times* saatte 1100 adet basılmaya başlamıştı. 1846 yılında Amerika'da Robert Hoe ilk rotatifi yapmış bu sayede baskı işi çok hızlanmıştı. Fakat buharla işleyen baskı makinesinden 46, rotatifin icadından 14 yıl sonra çıkmaya başlayan *Tercüman-ı Ahvâl* henüz el tezgahında basılmaktaydı. Bu ilkellik yüzünden ülkenin sosyal hayatında daha feci bir görünüşe sahipti."[41]

"Ancak içerik olarak bakıldığında, gazete, Osmanlı'da sadece gazetecilik alanında değil, fikirlerin beyanındaki o zamana değin görülmemiş yaklaşımıyla da, toplumsal ve siyasal alanda da çok önemli bir yeniliktedir. Daha çıkar çıkmaz bir fikir ve tartışma gazetesi olacağını ilan etmiştir. Şinasi tarafından kaleme alman ve *Ahvâl*'in ilk sayısında yer alan çıkış yazısı incelendiğinde gazete, gazetecilik ve kamuoyu ile ilgili o güne kadar görülmemiş

[41] İnuğur, *a.g.e.*, s. 185.

bir yaklaşıma rastlanır."[42] İfadelere göre halkın ülke sorunlarıyla ilgi görüşlerini açıklamaları "müktesep" yani kazanılmış bir haktır. İnsanlar, kanunlar çerçevesinde bir takım yükümlülükleri yerine getirmek zorundadır, o halde vatanına ait işlerle ilgili söz söylemeleri de bir haktır ve bunun ifade vasıtası olan gazete çıkarmakta tabi bir hak olarak görülmelidir. Gazete daha önceki konumundan farklı bir hale gelerek, devletin yanından vatandaşın yanına geçmiş, başka bir ifade ile taraf değiştirmiş, sadece halk için değil halkın ifade aracı haline gelmiştir. Halkın anlayacağı bir şekilde yazmak ve haber vermek bu gazete için çok önemlidir. İlk gazete *Takvim-i Vakayi*'de yer alan anlaşılmaz kelimeler, II.Mahmut'un bile tepkisini çekmiş, padişahın uyarılarına rağmen gazete halkın seviyesine inememiştir. Şinasi öncülüğünde tamamen farklı bir konuma gelinir.

Gazetenin farklı tavrı başlangıçtan itibaren kendini belli etmiştir. Halbuki basma izni *Ceride-i Havadis* gibi Babıali'ye bağımlı bir gazete olacağı düşünüldüğü için verilmiştir.[43] Devletten yardım almadan, Türklerin kendi gazetelerini çıkarmalarını gerekliliği fikri ile Şinasi, gazetenin kurulduğunu belirtir.

Gazete oldukça ilgi görmüştür. Gazetenin dilinin sade olması ve dolgun bir içerik bunu sağlamıştır. Resmî görüşün dışında fikirler ileri sürmüş, toplumun dertlerini dile getirmiştir. Ansiklopedik bilgiler dağıtmak ve sadece padişaha övgülerden oluşmayan gerçek halk mektuplarına yer vermek, gazetenin yeniliklerindendir.

"Bu gazetenin çıkması, yıllardır alternatifsiz tek tip yayın yapan *Ceride-i Havadis*'i hareketlendirmiş ve *Tercüman*'a rakip olarak *Ruzname-i Ceride-i Havadis* adlı yayın çıkarılmıştır. 21 Ekim 1860'da yayınlanan Şinasi'nin "Şair Evlenmesi" adlı oyunu, Türk edebiyatında batı tiyatrosu yolunda yazılmış ilk eserdir. Şinasi bu oyunda aracılar yardımıyla nikah yapılmasını ve gençlerin kendi mutluluklarını seçme hakkından yoksun bırakılmasını şiddetle eleştirmiştir. *Ceride-i Havadis'te*, Şinasi'nin *Tercüman-ı Ahvâl*'de yayınlanmış "Şair Evlenmesi" adlı tefrikası "Kocakarılara mahsus masal" olarak nitelendirilmiştir."[44] Bu gazeteler arasında bir polemiğe neden olmuştur. Tartışmaya Ermenice, Fransızca ve Rumca gazetelerde katıldı. Tartışma sonucu, Türklerin hakim millet olmalarına karşın, azınlık gazetelerinin daha özgür olduğu

[42] Güz, *a.g.e.*, s. 46.
[43] Koloğlu, *a.g.e.*, s. 32.
[44] İnuğur, *a.g.e*, s. 188.

sonucu çıkmıştır. Ruzname-i *Ceride-i Havadis*'te buna hak veren yazılar yayınlayınca, basın yoluyla ortaya çıkmış bir kamuoyu değişimi gözlenmiştir.

"Gazetede, Avrupa'dan alınan borçların iyi kullanılamaması, gazetelerin ticari alanda fazla etkin olmaları gibi eleştirilerin yanı sıra, Osmanlı dış politikasına yönelik eleştiriler de yayınlanmıştır. Sonuç olarak Tanzimat yönetimine yapılan eleştiriler tepki çekti ve gazete yayın hayatına başladıktan 6 ay sonra 2 hafta süre ile kapatılmıştır. Gazetenin asıl önemi, Şinasi önderliğinde Tanzimat ve uygulanan liberal politikaların eleştirisini başlatmış olmasıdır. Eğitim Sistemini eleştiren yazılarla *Tercüman-ı Ahvâl*, ilk siyasi eleştiri örneğini vermiştir. Yazarı Ziya Paşa olduğu söylenen ve konusu eğitimdeki aksaklıklardan ibaret olan böyle bir yazı üzerine hükümet duruma müdahale etmiş ve gazete 1861 Mayısında iki hafta süre ile kapatılmıştır. Bu kapanış 43. sayı ile 44.sayı arasına rastlamaktadır. Böylece Türk basın tarihinde ilk gazete kapatma olayı gerçekleşmiştir. *Tercüman-ı Ahvâl*'in 583. sayısına kadar üzerinde sahip ve sorumlu müdür adları yer almamaktadır. 30 Aralık 1864 tarihli 583. sayıda ise 4. sayfanın sonunda "Tevfık" adı görülmektedir. Bu imzanın 15 Kasım 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi hükümlerine uyulmak amacıyla konulduğu anlaşılmaktadır.[45]

Agah Efendi ile anlaşamayan Şinasi, 25. sayıdan itibaren gazeteden ayrılır (15 Nisan 1861). Gazete eski gücünü kaybettiği gibi, sıradan bir haber gazetesi olur ve çoğu kere padişahı öven bir yayın organı konumuna düşer. 1860'larda, *Tercüman-ı Ahvâl*'den sonraki gazetecilik alanındaki gelişmeleri daha iyi anlamak için, Yeni Osmanlıları yakından tanımak gerekmektedir.

2.3.1. Yeni Osmanlılar

"Tanzimat'ın hedeflerinden devlet karşısındaki insanların tebaa olmaktan çıkıp vatandaş haline gelmeleri fiilen 1860'lı yıllarda gerçekleşmeye başlar. Tanzimatın getirdiği batılılaşma politikası doğrultusunda yurt dışına gönderilen ve genellikle 1826-1840 yılları arasında doğanların oluşturduğu genç kuşağın, 1856'dan sonrasının siyaset ve fikir alanında kendilerini gösterdikleri dikkat çeker. Tanzimat'tın getirdiği prensipleri halka doğru genişleten ve devlet eliyle yapılmış bir yenileşme hareketini ona karşı yapılmış bir mücadele şekline sokan bu genç kuşak daha sonra Yeni Osmanlılar Cemiyeti, ki

[45] İnuğur, *a.g.e.*, s. 190.

aynı zamanda Jön Türkler, İttifakı Hamiyet, Türkistanın Erbab-ı Şebabı (Türkiye'nin Genç Evlatları) gibi isimler de verilmiştir, adı altında örgütlenecektir."[46]

"Yeni Osmanlı hareketi birçok etkinin ürünü olmasına rağmen, onun entelektüel temellerini atmak, bir kişinin üzerine kalmıştır. Bu kişi, yayınları 19. yüzyılın ortasında Avrupa'da geçerli olan edebi, sosyal ve siyasi kavramlarla Türk aydınlarını tanıştıran şair Şinasi'dir. Şinasi, tam olarak Tanzimat ürünü bir aydındır ve yetişmesi de Tanzimatın ünlü sadrazamı Mustafa Reşit Paşa tarafından desteklenmiştir. İngiliz-Osmanlı ticaret antlaşmasını imzalayan ve Tanzimat Fermanını yazan ve okuyan, o zamanlar dışişleri bakanı, sonradan da sadrazam olan Mustafa Reşit Paşa, Türkiye'nin ilk devrimci demokratı sayılabilecek Şinasi'yi Fransızca öğrenmeye zorlamış ve ardından da, onu Fransa'ya göndermiştir."[47] "Şinasi, Fransa'da edebiyat ve kamu maliyesi okumuştur."[48] Bizzat Namık Kemal, Yeni Osmanlılar'ın entelektüel üstatlığının bütün şerefini, Şinasi'nin omuzlarının üzerine yerleştirir.

"Şinasi'nin *Tasvir-i Efkâr*'ın başında olduğu dönemde, gazete çok geçmeden siyasi olduğu kadar yeni edebi fikirlerinde ifade edildiği bir forum haline geldi. Gazete, Şinasi tarafından Avrupa'nın entelektüel derlemeleri konusundaki bilgileri yaymak ve Osmanlı edebiyatının klasik kalıplarını kırmak için kullanıldı."[49] "Şinasi, *Tercüman-ı Ahvâl*'in ilk sayısındaki ünlü giriş yazısında (mukaddeme), halkın görevleri olduğu kadar haklan da olduğunu ve ülke yararına konularda görüş bildirmenin bunlar arasında bulunduğunu yazmış; öteki yazıların da -satır aralarında da olsa- özgürlük düşüncesini savunmaya girişmişti. Gazetede kimi zaman da yöneticilerin hiç alışık olmadığı açık eleştiriler yer alıyordu."[50] Pek çok genç aydın, Şinasi etrafında toplanarak, gazeteyi adeta bir okul işlevine büründürdü.

Tercüman-ı Ahvâl, Türk ideologlar için bir yetişme mekanı olmuştu. Onun yetiştirdiklerinden bir ünlü kişi, 1865'te kolera salgını yüzünden henüz 23 yaşında iken ölen, kısa ömürlü *Mir'at*'ın editörü Refik Bey'dir. Refik Bey, Yeni Osmanlılar tarafından hareketin önemli bir müjdecisi olarak görülür. Refik Bey, bir anlamda Namık Kemal-in gözünü açmış olan kişidir. Ayrıca Namık Kemal'in Montesquieu'dan çevirdiği *Romalıların İhtişamı ve Çöküşü*

[46] Güz, *a.g.e.*, s.47.
[47] Serol Teber, "Namık Kemal. Yeni Osmanlılar ve Paris Komünü", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal*, İstanbul, Amaç Yay., 1988, s.63.
[48] Mardin, *a.g.e.*, s. 281.
[49] *a.g.e.*, s. 283.
[50] Kabacalı, *a.g.m.*

Üstüne Düşünceleri'nin çıkışı, Refik Bey tarafından *Mir'at*'ta duyurulur. Refik Bey, emek ve çalışkanlığın Batı toplumunun temelini teşkil ettiği fikrinin temsilcisidir. Bu, siyasi olayların bütün vatandaşları ilgilendirdiği düşüncesinde oldukça samimidir. Refik'in ölümünden sonra, *Tercüman-ı Ahvâl*'de bir süre yazan Namık Kemal, Refik'ten büyük bir hayranlıkla söz eder.[51]

"Şinasi, özellikle dil sorunlarıyla ilgilenmiştir. Bir gazeteci olarak dil sadeliğinin önemi elbette geniş bir kitle ile iletişim kurmak için önemlidir. Fakat onun için bir başka önemli yanı. genç aydınların kendini Türkçe olarak ifade edebilmelerini sağlamaktadır da. Dile yeni soktuğu pek çok kavramın altında yatan gerçek neden budur. O zamanki aydınlar kendilerini işin içine Fransızca sokmadan ifade edemezlerdi".[52]

"Şinasi'nin hayati önemi, modernleşme taraftarlarının, onun zamanında ve etkisiyle iki gruba bölünmüş olmasıdır. Bu yeni aydın grubu, Osmanlı devletinin hizmetinde yetişmiş olmalarına karşın, teklif ettikleri bir ideolojileri olmaları açısından, Babıali reformcularından farklı idiler. Bu genç insanlar, reform problemini tartıştılar ve devletin en yüksek mevkilerine yükselme ve bilahare tercih ettikleri politikayı uygulama umudu ile yetinmeden, kendi teorik çatılarını kurdular. Bu anlamda Şinasi tarafından yönetilen bu grup, gerçek bir aydınlar zümresinin damgasını taşıyan ilk gruptu."[53]

"İttifak-ı Hamiyet 6 genç insanın toplanması ile kurulur: Mustafa Fazıl Paşa, Mehmed Bey, Namık Kemal, Ayetullah Bey, Reşad Bey, Agah Efendi ve Pazarköylü Ahmed. Pikniğe katılanların hemen hepsi. Babıali Tercüme bürosunda zaman zaman çalışmışlardı. Bu insanları birleştiren şey. Avrupa medeniyeti hakkında genel bir bilgi ve Osmanlı'nın dağılıp parçalanması konusunda ortak bir endişe idi. Avrupa'nın hasta adamının çöküşündeki hızlı gidişin mesuliyeti, onlar tarafından, şimdi Ali Paşa ve Fuad Paşanın başını çektikleri bürokratlara yükleniyordu. Bu iki kişi zaman zaman, Sadrazamlık ve Hariciye Nazırlığı makamlarında birbirlerinin yerlerine geçmişlerdi. Onlar, aynı zamanda, Babıali'nin politikalarının oluşturulmasında da el ele vermişlerdi. Kendilerinin dışında kalan devletin nazırlarının tayin edilmesi, onların istisnai imtiyazları olmuştu. Bu yüzden, şahsi yönetimleriyle, bir fildişi kulesinde yanlış politikalar üretmekle ve bir dalkavuklar oligarşisi oluşturmakla suçlanıyorlardı. Yeni Osmanlılar, karşı çıktıkları birçok kişinin gayretleri sayesinde, Batı tarzında

[51] Mardin, *a.g.e.*, s. 29.
[52] Berkes, *a.g.e.*, s. 264.
[53] Mardin, *a.g.e.*, s. 286.

yetişmiş bir nesil idiler. Hedef aldıkları Ali ve Fuad Paşalar, Reşid Paşa'nın bırakmış olduğu yerden devam etmişlerdi. Fakat Ali ve Fuad, kendi zamanlarında, çok ılımlı bir reformcu olarak Reşid'e nasıl karşı çıktılarsa, şimdide yeni nesil siyasi muhalifler tarafından aynı şekilde tenkit ediliyorlardı. Toplantıda hazır bulunanlar, gayesi imparatorluktaki "mutlakiyet idaresini meşruti idareye" dönüştürmek olan bir cemiyet kurmaya karar verdiler. Gerçekte bu, Avrupalı Büyük Güçlerle olan ilişkilerinde korkak davrandığını düşünen entrikacıları da aleyhine çevirmiş bulunan Ali Paşa'nın her yerde mevcut bulunan hakim nüfuzuna son vermek demekti."[54] Böylece, Yeni Osmanlıların sürgünler ve hapis cezaları ile geçecek, basın aracılığıyla yapılan mücadeleleri başladı.

"Bugün Türkiye'de yazı dilinin sadeleştirilmesinden köklü sivil hürriyetlere kadar, kökleri Yeni Osmanlılar'ın öncü çalışmalarında yer almayan tek bir modernleşme alanı olduğunu söylemek zordur. Paradoksal olarak, Türk devletinin temellerine İslam'ı yeniden enjekte etmeye yönelik her ciddi teşebbüs, geriye, onların zamanına da bakmak zorundadır. Çünkü. Yeni Osmanlılar aynı zamanda Türkçe okuyan halkın entelektüel donanımının Aydınlanmacı kısmının fikirlerini hazırlayan ilk insanlardır ve hem de bu fikirlerle İslam arasında bir sentez meydana getiren ilk düşünürlerdir."[55]

"Yeni Osmanlılar, Osmanlı İmparatorluğunda daha önce benzeri görülmemiş bir siyasi protesto grubunu temsil ederken, Türk aydın grubundan organize bir grup, ilk kez Osmanlı yönetimini açıkça ve sert bir biçimde tenkit ederek seslerini duyurmak için kitle iletişim araçlarını kullanıyordu."[56]

"Fakat Yeni Osmanlılar'ın üyelerinin, birbirleriyle düşünsel olarak tam bir uyum içinde olduğunu söylemek kesinlikle imkansızdır. Namık Kemal dışında düşünsel bir tutarlılığa ve teorik bir anlayışa yaklaşabilen yoktur. Yeni Osmanlılar'ın Ebüzziya'ya göre 245 üyesi vardır, ama bir o kadar da kavrama dayanıyordur. Öyle ki Mustafa Fazıl Paşa, Belçika gazetesi *Le Nord*'a ünlü mektubunda (5 Şubat 1867), Yeni Osmanlılar'ın temsilcisi olarak şeref duyduğunu yazabiliyordu."[57]

[54] Mardin, *a.g.e.*, s.18-20.
[55] *a.g.e.*, s. 10.
[56] *a.g.e.*, s. 11.
[57] Nermin Menemencioğlu. "Namık Kemal Avrupa'da", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal*, İstanbul, Amaç Yay., 1988, s.32.

"Namık Kemal'in -ve onun yanı sıra, öteki Yeni Osmanlı aydınlarının- geliştirdikleri düşünceler, birçok çağdaş düşünce akımlarını beslediler. Hareketli yaşamı, kültürü, eğitimi, felsefi anlatışı bakımından, özellikle Namık Kemal'in çeşitli yolların kavşak noktasında bulunması da. mirasçılarının çoğalmasına katkıda bulunmuştur."[58]

2.3.1.1.Tasvir-i Efkâr

Tercüman'ın başlattığı yolda, yine Şinasi önderliğinde 27 Haziran 1962 yılında *Tasvir-i Efkâr* yayın hayatına başlamıştır. Haftada iki kere yayınlanmıştır. Bu gazetede de Tanzimat yönetimine karşı eleştiriler sürmüştür. Şinasi önderliğinde gazete Yeni Osmanlıların siyasi örgütlenme yeri haline gelmiştir. Yeni Osmanlılar, anayasalı ve parlamenter bir sistem önererek, Tanzimat tipi bürokratik mutlakiyetin son bulmasını istemişlerdir. Bu kadrodan daha sonra, Namık Kemal gibi pek çok dönemin ünlü siması çıkacaktır.

Şinasi, dönemin basın alanındaki ikiliğinden yararlanarak, yayınlarını önce gazetenin Fransız eşi sayılan *Corier d'Orient*'te yayınlayıp, çeviri alıntı olarak tekrar kendi gazetesinde yayınlatmıştır. Gazetenin tirajı, özellikle İstanbul kent problemleri, dış politikada Karadağ meselesi, Rusya'nın Polonya ve Kafkasya politikalarının eleştirisi, Padişah'a övgü yazılarını reddetmesi vb. yüzünden, o dönem için çok büyük bir rakam olan 24 bine kadar yükselmiştir.

"*Tasvir-i Efkâr* edebiyat alanında da çok etkindir. Kitap tefrikaları, tiyatroya ait yazılar, şiirler ve fikri tartışmalar gazetenin içeriğini oluşturur. Divan edebiyatından gerçek kopuşu gerçekleştirmiştir. Sayfa düzenlemesi ilk olarak Şinasi tarafından bu gazetede yapılır."[59] Şinasi özel olarak dil sorunlarıyla ilgilenmiştir. Şinasi, Türkçe'nin Arapça ve Farsça'dan ayrı bir olduğunun altını önemle çizen düşünürlerinden biridir.

Şinasi'nin yaptığı bir diğer yenilik, Arap harfleri ile dizgiyi kolaylaştırmak için harf sayısını 112'ye indirmektir. Bu değişikliğin Arap harflerinin ıslahı ve Latin harfleri konusundaki tartışmaya etkisi büyüktür. Bu tartışma zamanında öyle genişlemiştir ki, Arapça basın ve İranlı aydınlarda kendilerini bunun içinde buldular.

[58] Paul Dumont, "Namık Kemal'in Gazeteciliği'", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal*, İstanbul, Amaç, 1988, s.58.
[59] Güz, *a.g.e.*, s.47.

Şinasi, tartışmalı bir şekilde, adının Ali Paşa suikastına karışması sonucu, gazetenin 106. sayısından sonra Paris'e kaçtı. Ondan sonra gazete yönetimi Namık Kemal'lin eline geçti. Namık Kemal ile birlikte özellikle makaleler arttı ve çeşitlilik göstermeye başladı. Eleştirel nitelikteki yazılar, kadınların okutulmasından tarihe, Avrupa'daki yeni savaş tekniklerine büyük bir yelpaze içerisinde yayınlandı.

"Genç yazarın ilk yazıları saray yetkililerince çok beğenilmiştir. Örneğin *Tasvir-i Efkâr*'da iken yazdığı "Yangın" başlıklı makale nedeniyle, Ali Paşa kendisine rütbe vermiştir. Fakat *Tasvir-i Efkâr*, Namık Kemal'in elinde giderek Yeni Osmanlılar'ın organı olmuştur."[60] *Tasvir-i Efkâr*'ın 1867'de 465. sayısında yayınlanan "Şark Meselesi" başlıklı bir yazı dizisi üzerine Namık Kemal'in gazetecilik yapması yasaklanır. Bu durumda Namık Kemal'de Avrupa'ya kaçtığından, gazetenin yönetimi 469. sayıdan itibaren Recaizade Ekrem'e kalmıştır."[61]

Genel olarak *Tasvir-i Efkâr*, eğitimle ilgili makalelerinin nitelikleri açısından, zamanın diğer Türk gazete ve dergilerinin de çok ilerisindedir. Bu makaleler, 19. yüzyılda Avrupa'da gelişmiş yeni bilgi dallarında kullanılan metotlarının anlatılmasına tahsis edilmiştir. Örneğin Şinasi, doğal hukuk teorilerinin Avrupai içeriğini vurgulamak için, *Tasvir-i Efkâr*'da çıkan ilk tefrika olarak, Vattel'in "Uluslararası Hukuk"unun tercümesini yayınlamayı seçmiştir. Vattel'in, doğal hukukun bütün meşru kurumlarının nihai temeli olduğu inancı, Türk okuyucuya böylelikle aktarılmaktadır. Şinasi, bir süreç olarak, tarihin Allah'ın eliyle yönlendirildiği şeklindeki klasik İslami görüşe karşılık, Sami ve Suphi Paşa tarafından antik tarih üzerine yazılan ve tarihi olayların bir nedensellik zincirinin halkası olarak ele alındığı seri yazılar yayınlanmıştır.

"Aynı gazetenin sütunlarında Ahmet Vefik Paşa tarafından tarih metodolojisi üzerine yazılan yazılarca tarih, Türkiye'de ilk kez bir ilim olarak adlandırılmıştı."[62]

Gazete, 20 bin, bazı önemli tartışmaların yapıldığı dönemde 24 bin tiraja ulaşmıştır. Aynı dönemde *Ceride-i Havadis*'in ancak 150 kadar satıldığı, kimi zaman parasız dağıtıldığı düşünüldüğünde, gazetenin kamuoyu oluşturmada ve halkın nabzını tutmadaki başarısı daha iyi anlaşılır.

[60] Menemencioğlu, *a.g.m.*, s.33.
[61] İnuğur, *a.g.e.*, s. 196.
[62] Mardin, *a.g.e.*, s. 291.

Özel girişim gazetelerinin ortaya çıkması ile devletin gazeteler üzerinde denetim kurma ihtiyacı doğmuştur. Bu noktada, bu yasal düzenlemelere de değinmek faydalı olacaktır.

Osmanlı İmparatorluğumda, yerli ve yabancı hasmı kontrol etmek için genellikle padişah iradeleri yayınlanmıştır. Fakat yabancı gazeteler oldukça bağımsız durumda idiler. 1857 yılında izinsiz litograf matbaaları arttığından, bu alanda bir yasal düzenleme gereği ortaya çıktı ve "Matbaalar Nizamnamesi" yayınlanmıştır. Bu yasa, 1908'e kadar yürürlükte kalmıştır.

"Ülkede *Takvim-i Vakayi*, *Ceride-i Havadis*, *Tercüman-ı Ahvâl* ve *Tasvir-i Efkâr* olmak üzere henüz 4 gazete bulunurken 17 Şubat 1852'de Fransa Kralı III.Napolyon'un çıkarttığı kararname örnek alınarak hazırlanan 1864 tarihli "Matbuat Nizamnamesi" yürürlüğe girmiştir."[63]

Nizamname, Sadrazam Fuad Paşa tarafından 35 madde olarak çıkarılmıştır. Bu yasa ön sansürü kaldırmış, ayrıca basın mahkemeleri açmıştır. Bunlar ilerici adımlardı fakat Osmanlı yöneticileri, yabancı hükümdar ve elçiler halen dokunulmazdır ve gazete çıkarmak izne tabidir. Bu noktalarda ise kısıtlayıcı bazı hükümler içermektedir. Bu yasanın hükümlerini uygulamak için Matbuat dairesi kurulur. Amacı sansür ve kontrol işlevlerinin sağlıklı yapılabilmesidir. Nizamnameye özellikle Türk gazeteciler çok sevinmiştir. Bu kanunla Türk ve yabancı gazeteler arasındaki ayrım kaldırılmıştır.

1862'den beri yayınlanmakta olan *Tasvir-i Efkâr*'ın muhalif tutumuna, 1866'da *Muhbir, Ayine-i Vatan, Utarit* gibi gazetelerinde katılmasıyla, hükümet matbuat nizamnamesiyle yetinmez hale gelmiştir. Çünkü bu yıllarda gazeteler siyasal konularla fazlasıyla ilgilenir hale gelmiştir. *Tasvir-i Efkâr*'ın 465. sayısında Namık Kemal tarafından yazılan ve ülkenin içinde bulunduğu koşulları belirten "Şark Meselesi" adlı makale bardağı taşıran son damla olmuştur. İşte böyle bir ortamda beşinci defa sadrazamlığa getirilen Ali Paşa tarafından 27 Mart 1867'de bir kararname çıkarılmıştır. Kararnamenin yayınlanmasına bir diğer sebep ise, özellikle *Muhbir* ve *Tasvir-i Efkâr*'da hükümetin Girit politikasının şiddetle eleştirilmesidir. Ali Kararname geçici olarak çıkarıldığı halde 1909 yılına kadar yürürlükte kalmış, Abdülaziz'den sonra tahta geçecek olan Abdülhamid de kendinden önce geçici olarak çıkartılan bu kararnameden yararlanarak basına kilit vuracaktır. 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi'nde sansür yer almadığı ve nispeten özgürlük bulunduğu halde, 1867 tarihli Ali Kararname, basın özgürlüğünü tamamen ortadan kaldırmış, gazetelerin kapanmasına neden olmuştur.[64] "Kararname'nin önemli özelliği, kanundan

[63] Güz, *a.g.e.,* s. 47.
[64] İnuğur, *a.g.e,* s.206.

bağımsız olarak hükümete gazeteleri koğuşturma hakkı vermesiyle, Tanzimat'ın temel ilkelerine tamamen ters bir tutumun göstergesi olmasıdır."[65]

Ancak kararname basının dinamizmini frenlemeye yetmemiştir. 1874 yılında her gazeteye "iki paralık pul" yapıştırma zorunluluğu getirilerek gazetelerin önü kesilmeye çalışılmışsa da, bu da çok etkili olmamıştır. Osmanlı'da basın ilk 31 yılında sadece 4 Türkçe gazete yayınlanmıştır. 1860-66 yılları arasında ise İstanbul'da toplam 17 yayın görülür. 1867-78 yılları arasında ise 113 yeni yayın basın hayatındaki yerini almıştır. Bu Ali Kararname'ye rağmen, toplumun aydın kesimindeki artan dinamizmin göstergesi olarak okunabilir.

2.3.1.2. Muhbir ve Diğer Yayınlar

1867 yılında, yayına başlayan, basın tarihimizde ayrı bir yeri ve özelliği olan gazetenin sahibi Filip Efendi'dir. *Muhbir* küçük boyda, haftada 5 gün yayınlanan, satışa çok fazla önem vermeyen, çeşitli fırsatlarla hükümet politikasını sert bir şekilde eleştirerek, basında eylem yaratmaya çalışan bir gazetedir. Ali Suavi, 27 yaşında bu gazetede yazarlığa başlamıştır. 27 Mayıs 1867'de gazete kapanmıştır.

Yine Şinasi'nin etrafındaki genç aydınlardan olan, Ali Suavi'nin ellerindeki *Muhbir*, önceki iki gazeteden özellikle üslubunun çok daha sert olmasıyla ayırt edilebilir. Gazete, dönemin despot bürokratları karşısında büyük bir meydan okuma olarak ulusal meclis önerisini sayfalarına taşımıştır.

"*Muhbir*, dönem itibariyle ilginç etkinliklerde de bulundu. Girit'te ezilen Türk ve Müslümanlar'a yönelik bir yardım kampanyası başlattı ve büyük paralar topladı. *Muhbir* sadece 55 sayı çıkabildi ve aynı yıl içerisinde kapatıldı.

Muhbir ve *Tasvir-i Efkâr*, Mustafa Fazıl Paşa'nın Paris'te yazdığı, hükümetin özellikle ekonomi politikalarını eleştiren yazısını *Courier d'Orient* ile birlikte yayınlanmıştır. Yeni Osmanlılar hareketinin finansörü olan Mustafa Fazıl Paşa'nın Mart 1967'de Padişaha hitaben yayınladığı mektup, Fransızca olarak Paris'te basılmış, İstanbul'daki *Courrier d'Orient* gazetesi sahibi Jean Pietri'nin yardımıyla Farnsız Kayol'un litografyasında 50 bin nüsha çoğaltılarak elden ele dağıtılmıştır."[66] İstanbul kamuoyunda büyük yankılar uyandıran bu mektup, *Courrier d'Orient* gazetesinden başka 21 Şubat 1867'de *Muhbir* Gazetesi'nde, iki gün sonra da *Tasvir-i Efkâr*da yeniden yayınlanmıştır.

[65] Koloğlu, *a.g.e.*,s.37.
[66] İnuğur, *a.g.e.,* s. 216.

Muhbir'de çıkan eleştiri yazıları, aynen *Tasvir-i Efkâr*'da yayınlanabiliyordu. Ziya Paşa "*Hürriyet*" adlı makalesinde açıkça "hükümetin bir danışma meclisine tabi olması" gerekliliği yönünde bir yazı yazdı. Bu, Babıali otoritesine karşı açık bir saldırıydı. Bu yazıdan sonra *Muhbir* kapatıldı. *Tasvir-i Efkâr*'ın 465. sayısında Namık Kemal tarafından yazılan ve ülkenin içinde bulunduğu koşulları belirten, "Şark Meselesi" adlı makaleden dolayı, Namık Kemal'in gazetecilik yapması da yasaklanmıştı. Baskı altındaki Ziya Paşa. Ali Suavi ve Namık Kemal gibi isimler yurtdışına, Mustafa Fazıl Paşa'nın yanına kaçtılar. Yeni Osmanlılar, böylece Avrupa'da Londra'da yine *Muhbir* adıyla, fakat bu kez bir sürgün gazetesi niteliğinde olan bir gazeteyi çıkarmaya başladılar. Ali Suavi yine gazetenin başındaydı (3 Ağustos 1967).

Tanpınar'ın deyimiyle haris, zeki, mizacına mağlup ve müsrif bir devlet adamı olan Mustafa Fazıl Paşa, Mısır vilayeti üzerinde sahip olduğu haklardan birkaç milyon İngiliz parası karşılığında vazgeçerek Mısır valiliğini kardeşi Hidiv İsmail Paşa'ya bırakmaya mecbur kalır. Ancak hayatı boyunca valiliği tekrar alabilmek için her türlü fırsattan yararlanmaya çalışır ve bu uğurda her şeyi feda etmekten kaçınmaz. Kasım 1865'te Maliye Bakanlığı'na getirilen Paşa, iki ay sonra görevinden azledilerek Avrupa'ya sürgüne gönderilir. Avrupa'da bulunduğu süresince maddi yönden çok rahat bir hayat yaşar ve Cemiyetin yönetime haber verilmesi üzerine Anadolu'ya kaçan gazetecileri Avrupa'ya çağırarak, yönetime karşı bir şantaj unsuru olarak kullanmak ister.

"Bu döneme genel olarak göz atıldığında Şinasi'nin Avrupa'ya kaçması basın açısından dönüm noktasını teşkil ederken, 12 Mart 1867 yılında yayınlanan Ali Kararname ve Anadolu'ya sürgün edilen gazetecilerin Avrupa'ya kaçmaları diğer önemli noktayı oluşturur. Kararname'de, İstanbul'da yayınlanan gazetelerin bir süredir yanlış bir yol tuttukları, "devletin esası hakkında bile saldırılar yaptıkları, bunun karşısında hükümetin kayıtsız kalmayarak, hukuki düzenler dışında koruyucu önlemler alacakları ifade edilir. Kararın geçici olduğu da vurgulanmaktadır."[67]

"Bu dönemde, ikinci derecede önemli aslında diğer gazeteler de vardı. Bunlardan biri Ahmed Mithad Efendi'nin 1863'te yayınladığı *Ceride-i Askeriye*'dir. Basın tarihinin ilk askeri gazetesi olarak nitelenir. Diğeri de 1865'te Hasan Fehmi Paşa tarafından yayınlanan *Takvim-i Ticaret*'tir. Bu da ilk ticaret gazetesidir. Ancak her ikisi de etkileri bakımından önemli sayılmamaktadır."[68]

[67] Güz, *a.g.e.*, s.48.
[68] İnuğur, *a.g.e.*, s.204.

2.3.1.3. Sürgün Gazeteleri

Yurtdışına kaçan gazeteciler, Paris'te yapılan toplantıda mücadeleye devam etmek ve bu amaçla bir gazete çıkarma kararı alırlar. Cemiyetin yayın organı olmak üzere Ali Suavi yönetiminde *Muhbir* tekrar yayınlanır. Mücadelenin merkezini Paris'in oluşturmasına rağmen aynı dönemde sultan Abdülaziz'in Fransa ziyareti sebebiyle, Fransa yönetiminin gazete çıkarmalarına sıcak bakmamasından dolayı, *Muhbir* 31 Ağustos 1867 yılında Londra'da yayınlanır.

Muhbir, 31 Ağustos 1867'den 3 Kasım 1868'e kadar 50 sayı çıkar, Fransızca ve İngilizce ilaveleri de verir. Ali Suavi. *Muhbir*de şu konuları işler, idare şekli değişmelidir, bakanlar icraatlarından sorumlu olmalıdırlar, hükümet milletçe seçilmiş beş altı yüz kişilik meclis tarafından denetlenmelidir.

"Gazetesinde mali konulara özellikle borçlanma ilgili konulara oldukça geniş yer ayıran Ali Suavi, nazırlardan birkaçının, milletin karar ve haberi olmadan, millet namına Avrupa devletlerine borçlanmasını eleştirmiş ve iktidar değişince bu borçların ödenmeyeceğini ilan etmiştir. Yazılarında özellikle eğitim ve öğretim konusunda ısrarla durmuş, eğitimdeki ilerlemenin istenmediğini, zira Fransa'daki gibi bir ihtilale neden olacağından korkulduğunu belirtmiştir. Ali Suavi oldukça, oldukça sert yazılarıyla gazetenin çok saldırgan bir hal almasına neden olmuştur. Örneğin eğer meclis fikri hükümetçe kabul edilmezse, halkın bunu zorla alacağını iddia etmiştir."[69]

Ali Suavi'nin başına buyruk davranışları sonucu, *Muhbir*'in Yeni Osmanlıların sözcüsü olamayacağına karar verilir. 29 Haziran 1868'de, yine yurt dışında, Namık Kemal yönetiminde *Hürriyet* yayına başlamıştır.

Hürriyet, *Muhbir*'e göre çok daha dengeli bir yayın politikası izledi. Montesque'nin kuvvetler ayrılığı prensibi işlemiştir ve basın özgürlüğü savunuldu. Namık Kemal bu dönemde "Osmanlılık"ı savunmaya başlamıştır.

Hürriyet, sağladı içeriği ile aydın kesimin ihtiyacını doyuracak niteliktedir. Binlerce basılıp Türkiye'deki yabancı posta aracılığıyla ülkenin her yanma ulaşabilmektedir. 17 Ağustos 1868 tarihli *Hürriyet* gazetesinde Namık Kemal meşruti yönetimin zorunlu olduğunu belirtmiş ancak meşruti yönetim sayesinde ülkenin doğal zenginliklerinden yararlanılacağını, endüstri ve ticaretin gelişeceğini, kamu haklarının korunacağını ve devlet hazinesinden yapılan yolsuzlukları yok etmek için gerekli koşulların yaratılacağını dile getirmiştir.

[69] Koloğlu, *a.g.e.*, s.36.

"Ali Paşa, *Hürriyet*'in yayınının yasak edilmesini sağlamak amacıyla, Fransa sefareti aracılığıyla İsviçre Cumhuriyeti ne başvurmuş, ancak İsviçre'de herkesin özgür ve serbest gazete çıkarma hakkına sahip olduğu ve hükümetin bir gazete yayınını yasaklayamayacağı cevabını almıştır. O günlerde, Basiretçi Ali Bey'in de sevmediği Zaptiye Nazırı Hüsnü Paşa'nın önemli görevlerinden biri *Hürriyet*'in nüshalarını bulmak, bir tanesini Sadrazam Ali Paşa'ya takdim ettikten sonra diğerlerini yakmaktı."[70]

Namık Kemal'den sonra Ziya Paşa yönetime gelince, kişilere yönelik, özellikle Ali Paşa'ya, yayın başlamış ve kişisel çıkarlar ön plana geçmiştir. Grup içinde, ilkesiz yayın tartışması başlamış ve kopmalar yaşanmıştır. 63. sayıdan sonra Namık Kemal ve Ziya Paşa'nın yolları ayrılmıştır.

"Cemiyetin Avrupa'da ki mücadelesi yalnızca *Hürriyet*'le sınırlı değildir. Londra'da *Muhbir*'i çıkaran Ali Suavi, orada yayın imkanı kaybolunca Paris'e geçer ve *Ulum*'u, 1870 Almanya Fransa Savaşı nedeniylede Paris'ten kaçarak *Muvakkaten Ulum Müşterilerine* adlı gazete/dergiyi çıkarır. Yine Cemiyet üyelerinden Sağır Ahmet Paşazade Mehmet Beyin çıkarttığı *İhtilal* ile yine Mehmet Bey'in çıkarttığı *İnkılap* adlı gazeteler Yeni Osmanlılar'ın çıkarttığı başka gazetelerdir."[71]

Osmanlı yönetimiyle anlaşan M.Fazıl Paşa, Avrupa'daki Cemiyete mali desteğini keserek mücadelenin sona erdiğini ve artık İstanbul'a dönmeleri gerektiğini bildirir. Namık Kemal bu çağrıya uyarak İstanbul'a dönerken, Sadrazam Ali Paşa'ya duyduğu kin yüzünden Ziya Paşa bu çağrıyı reddeder. Ziya Paşa Londra'da *Hürriyet*'i tek başına 90. sayıya kadar çıkarır. Ali Paşa'nın ölümünden sonra, yeni sadrazam şerefine, bir genel af ilan edildiğinden ihtilal örgütünün ileri gelenlerinden ve topluluğun kurucularından olup 5 yıldan beri Avrupa bulunan Ziya Bey, Mehmet Bey ve Nuri Beyler birbirlerinin ardından ve değişik tarihlerde Türkiye'ye dönmüşlerdir. Böylece Yeni Osmanlıların Abdülaziz'in padişahlığı yıllarına rastlayan yurt dışındaki devrimci yayın dönemi sona ermiştir.

Bu dönemde Avrupa'da yayınlananlar dışında İstanbul'da da gazete ve dergiler çıkarılmıştır. 1868'de yayınlanan *Terakki*, 1869'da *Mümeyyiz* ve 1870'*de Basiret, İbret, Asır, Memaliki Mahrusa, Hakayiku'l Vakayi, Hulasatü'l Efkar, Diyojen* bulunur.

[70] İnuğur, *a.g.e.*, s.226.
[71] Güz, *a.g.e.*, s.49.

Ebüzziya'ya göre dönemin en çok okunan gazeteleri *Basiret* ve *Hakayiku'l Vakayi*'dir. Ali Bey, 23 Ocak 1870 tarihinden itibaren *Basiret*'i yayınlamaya başlar.

"Bu dönemde, memur-gazeteci tipinin yerini meslekten gazeteciler almaya başlamıştır. Basiret'in oluşumu bunun bir örneğidir. Bu gazetede, bir "yayın kurulu" gibi izlenecek politikayı birlikte tartışıp tayin eden bir kadro bulunuyordu. Yazılacak makaleler, konularında uzman kişilere hazırlatılıyordu. "Gazeteci" kimliği de, Avrupa'dan örnekler verilerek oturtulmaya çalışılmıştır. "Avrupa'da gazeteciler öyle saygın kişilerdir ki, bunlardan dışişleri bakanlığına yükselenler görülür; Osmanlı ülkesinde ise zaptiye neleri kadar haysiyetleri yoktur" ifadelerinin yer aldığı yazı üzerine Zaptiye Nazırı erlerine hakaret ederken padişahı hedef aldığını belirterek Ali Bey'i 90 gün hapse mahkum ettirir. Ali Suavi'nin yazılarını yayınladığı için Mayıs 1878'de yakalanan Basiretçi Ali Bey Taşkışla'da beş buçuk ay tutuklu kaldıktan sonra Kudüs'e sürülür ve gazete kapanır, otuz yıl sonra 1908'de II.Meşrutiyet'in ilanı üzerine tekrar yayınlanmaya başlanır."[72]

Basiretçiler, Yeni Osmanlılar'ın ılımlılarındandır. Saraya karşı değillerdi ama, "doğruluk" içerildiği sürece serbestçe yazma taraftarı idiler. Bu yayın politikası, gazeteyi sürekli 10 bin tirajda tutabilmiştir.

Ali Suavi de *Basiret*'te siyasi ve felsefi yazılar yazmış, özellikle V. Murad döneminde yazdığı yazılarla Mithat Paşa'ya şiddetli saldırmıştır. 1870 Fransız-Alman savaşı çıktığı zaman bu gazete idarehanesinde yazı kurulu toplantısı yapılmış ve yazarlardan Mustafa Celalettin Paşa'nın isteği üzerine, *Basiret* gazetesinin yayınlarında Prusya'yı desteklemesi, gerçekçi bir yol tutması kararlaştırılmıştır. Oysa o günlerde Osmanlı sarayı ve Babıali, Fransız politikasına taraftar bir tutum ve eğilim içerisindedir. Gazete, savaşla ilgili haberleri zamanında sayfalarına yansıtmıştır. Savaş sırasında, 1871'de, tirajı 10 bine kadar yükselmiştir.

"1870 Alman-Fransız savaşında Almanların tarafını tuttuğu için, savaştan sonra Bismark bir mektupla Basiretçi Ali Bey'i Berlin'e davet eder. Bismark kendisine 1000 mark para yardımında bulunmuş ve bir baskı makinesi hediye eder. *Basiret*'te sık sık Namık Kemal'in yazıları da yayınlanır."[73]

[72] Güz, *a.g.e.*, s. 50.
[73] İnuğur, *a.g.e.*, s. 212.

Basiret Gazetesi 1869-78 döneminde 2376 sayı çıkar. Ancak 1908 meşrutiyetinden sonra Ali Bey İstanbul'a dönerek *Basiret*'i tekrar çıkarttıysa da gazetenin ömrü kısa olmuş ve birkaç sayı çıktıktan sonra kapanmak zorunda kalmıştır.

Filip Efendi, Ali Reşat Bey, Recaizade Ekrem, Ebüzziya Tevfık tarafından 1868'de yayınlanmaya başlayan *Terakki*, Osmanlı toplumunun çıkarlarını ön planda tutarken, kimilerine göre, dönemin önde gelen gazetelerinden olan *Basiret*'ten daha iyi bir gazete olarak görülür. Gazete özellikle hürriyet kavramı üzerinde durur ve bu iyi ile kötüyü ayırmanın yoludur ve bunu sağlayabilmek için eğitime gerek vardır. Terakki Gazetesi'nde özellikle kadın sorunları ve eğitimi detaylıca tartışılır. Gazete, ilk kez *Lataifi Asar* adında bir mizah dergisi çıkarmıştır. Gazetenin özgürlük fikrini fazla dillendirmesi Babıali'yi rahatsız etmiş ve gazete bir ay kapatılmıştır. Gazete bundan sonra yayınlanmamıştır. Aynı kadro, gazete kapandıktan sonra *Hakayıku'l Vakayi* (Olayların Gerçeği) yayınlar.

2.3.1.4. İbret

"Tanzimat Dönemi basınına damgasını vuran en etkin gazete *Muhbir*'dir. Bu etkinliğin en büyük sebebi ise Namık Kemal'dir. Namık Kemal yurda dönünce yeni bir gazete çıkarma girişimlerine başlar. Bu tarihte Yeni Osmanlıların üyelerinden Reşat ve Nuri Beyler de Avrupa'dan dönmüşlerdir (1 Aralık 1871). Namık Kemal *İstikbal* adında bir gazete çıkarmayı düşünmektedir. Bu amaçla bir dilekçe yazarak Hariciye nezaretine müracaat etmişse de, Ali Kararname gereğince gazete çıkarması yasaklanmış olduğundan isteği reddedilmiştir. Bu durumda yayınlanmakta olan bir gazetenin kiralanması yoluna gidilir. Sarrafyan'ın *İbret* gazetesi Ahmet Mithat Efendi tarafından iki yıl süreyle kiralanmıştır. Gazetenin diğer yazarları Reşat, Ebuzziya Tevfık ve Nuri Beyler'dir."[74]

Namık Kemal'in *İbret* teki her yazısı bir bomba etkisine sahiptir. Süleyman Nazif'in dediği gibi "Kemal, Avrupa'ya bir bıçak gibi gitmişti, fakat İstanbul'a bir ustura gibi döndü".[75]

İbret'in ilk sayısının çıkışı büyük ilgiyle karşılanır.Bu ilginin sebebi gazeteyi çıkaran kişilerin isimleridir. Namık Kemal ilk yazısında "gazetelerin görevini halka siyasal ve medeni ilerlemeler konusunda bilgi vermek" olarak

[74] İnuğur, *a.g.e.*, s. 228.
[75] *a.g.e.*, s. 229.

deklare ederken, basının siyasal etkinliğine vurgu yapar (13 Haziran 1872). "Havadis" vermekte de kusur etmeyeceğiz der. Beyanname iktidara açıktan açığa savaş ilân edercesine yazılmıştır ve birçok gerçeği barındırmaktadır. Öncelikle, gazete imtiyazı almanın güçlüğünden bahsedilmekte ve hükümetçe, belki de hâlâ, faaliyetlerinin izlendiğine işaret edilmektedir. Sonra da gazetenin asıl programına geçilmiştir. *İbret*, halka siyasi usuller öğretecek ve medeniyet yolunda rehberlik edecektir. Ayrıca daha elverişli bir basın kânunu elde etmek için çalışacaktır. *İbret*'in en iyi özelliği, örneğin *Tasvir-i Efkâr* haftada bir gün yayınlanırken, haftada beş gün yayınlanmasıydı. Bu bakımdan *İbret* gazetesi Namık Kemal'in yazmak için en geniş alan bulduğu yer olmuştur.[76]

Gazetenin ilk sayısı 2 baskı yapar ve 25 bin gibi görülmedik bir rakama ulaşır. Tirajı, yayın hayatı boyunca 12 binin altına düşmemiştir. *İbret*, Rusya yanlısı olduğu için "Nedimov" diye anılan Sadrazam Mahmut Nedim Paşa'ya hücum eden yazılarla işe başlamış, adı geçenin icraatına karşı açıkça cephe almıştır. Sadrazam ve dolayısıyla hükümete karşı muhalefet gazeteciliği yapar. Gazete adeta bir savaşım gazetesidir.

Gazetede makalelerin 3 tam sayfa tuttuğu olmuştur. O sırada Avrupa'daki emsalleri gibi çok yoğun düşünce üretiminde bulunmuştur. Bu arada Kemal, 1872-73'lü yıllarda iki üç gazeteye birden makaleler ve tenkitler yazmıştır. Ayrıca, Osmanlılığın yanında İslam düşüncesine de vurgusunu arttırmaya başladı. Gazetenin eleştirel tavrı öyle yoğundu ki, yayınlandığının 27. gününde kapatılır. Çalışanları, Namık Kemal dahil (Gelibolu'ya) Anadolu'nun çeşitli yerlerine sürgün edilir. Kapatılmaya sebep, Namık Kemal tarafından yazılmış olan "Garaz Marazdır" isimli makaledir ve kapatılma süresi dört aydır. Yazarların her biri taşrada valiliklere, Namık Kemal ise Gelibolu'ya sürgün edilir. Namık Kemal Gelibolu'daki sürgününe gitmeyi sürekli geciktirir. B. M. rumuzu ile *Diyojen*'e, özellikle eski sadrazama yönelik, mizahi yazılar yazar. Ancak 26 Eylül 1872 tarihinde Gelibolu'ya bir uyarı üzerine gider. '*İbret* gazetesinin cezasından kırk gün önce çıkarılmasına izin verilince; Namık Kemal B. M. rumuzu ile gazeteye yazılar göndermeye başlar. Ayrıca Ebuzziya'nın çıkarttığı *Hadika* gazetesinde de N. K. kısaltmasıyla yazıları yayınlanmaya başlar. Gelibolu tayini üzerinden üç ay bile süre geçmemiştir ki, azledilir. *İbret* Gazetesi'nin başına geçti ve bu sefer çok daha sert makaleler kaleme almaya başlar.

[76] Emine Gürbüz, "Namık Kemal: Mücadelenin ve Bilincin Şairi", (Çevrimiçi) www.dusle.com/goster/bio.php.idd^22&ids=16, 12,05.2003

"Fakat çok geçmeden gazete bir daha kapatılacaktır. *Evrak-ı Perişan* adlı eseri basılırken matbaa nizamnamesi gereğince basıma el konulduğundan, Namık Kemal bu konuda sert yazılar yazmış, gazete bu nedenle bir ay kapatılmıştır. *Evrak-ı Perişan*'ın bir iki cildi de *İbret*'te yazdığı makalelerden ibaret olacaktır. "Şimdi o makaleler *İbret*'te basılırken izin almak gerekmeyip de kitap şeklinde basıldığı zamanını teftişten geçmek gerekecek? Kitap çıkarmayı gazete yayınından fazla güçleştirmek dünyanın neresinde görülmüştür?" yazısı kapanışa sebep olmuştur."[77]

"*Hürriyet* mücadelesinin öncülerinden olan Namık Kemal, Osmanlı ordusunun Silistre'de Ruslara karşı yaptığı savunmadan ilham alarak *Vatan Yahut Silistre* adlı bir tiyatro eseri yazmıştır. *İbret* Gazetesinin 31 Mart 1873 tarihli ve 127 sayılı nüshasında bu oyun ile ilgili bir yazı da yayınlanmış ve oyun Gedik Paşa Osmanlı Tiyatrosu sahnesinde 1 Nisan 1873 tarihinde temsil edilmiştir. Bir makalesinde edebiyat türleri arasında en çok tiyatroyu sevdiğini söyleyen Namık Kemal'in beş dile çevrilen eseri halkı ayaklandırmıştır. *"Vatan Yahut Silistre"*nin ilk temsilinde yapılan büyük tezahürat, halkın yazarı sahneye istemesi, bulamayınca *İbret* Gazetesi idaresine giderek aramalar, neşredilmek üzere bir teşekkürnâme bırakmaları ve ikinci temsilde de aynı olayların gerçekleşmesi üzerine hükümet, *İbret* Gazetesini 5 Nisan 1873'te 132. sayısında, kapatır. Yazarları tutuklanarak 9 Nisan 1873'te İstanbul'dan sürüldüler."[78] 4 gün sonra *İbret* gazetesi bir daha çıkmamak üzere kapatılmıştır (5 Nisan 1873).

Ancak, *İbret*'in son sayısı olan 232. sayıdır. Oysa kapatılış gerekçesinde 130. sayıda yayınlanan "iki imzalı varaka'" dan söz edilmektedir. Bu yazıda "ehali-i tabia" (milletin hakimi) yerine dizgi hatası olarak "ehali-i metbua'[1] (hakim millet) yazılmış ve cümle şu şekilde düzenlenmiştir. "Maamafih yine ümitvar olalım, hükümeti seniyenin Milleti Metbuasın-ı bu kadar meyus etmeyeceğine itikad edelim." İşte bu deyim kapatılma nedeni olarak zikr edilmiştir.

"Yazarlardan *Sirac* gazetesi sahibi Ebüzziya Tevfik ile *Dağarcık* yazarı Ahmed Mithat Efendi'nin Rodos Ada'sına, *İbret* yazarı Nuri Bey ile Bereketzade İsmail Hakkı Efendi Akka'ya, *İbret* başyazarı Namık Kemal Kıbrıs'taki Magosa Kalesi ne sürgün edilmişler, Gedik Paşa Tiyatrosu da yıktırılmıştır. Mahkemeye verilmeden, duruşma yapılmadan, kanuni gerekçe gösterilmeden yazarların keyfi bir karar ile sürgüne gönderilmeleri, Mustafa Reşit Paşa tarafından ilan

[77] İnuğur, *a.g.e.,* s.232.
[78] Gürbüz, *a.g.m.*

edilen Tanzimat ilkeleri ile taban tabana zıt bir zihniyetin devlet yönetimine egemen oluşunun başlıca delilidir."[79]

"Namık Kemal, bütün gazetecilik hayatı boyunca bugün "'başyazı" denilen türde kendini gösterdi. Namık Kemal tam bir gazeteci olarak, her konuya el attı; günün gereklerine uyup konudan konuya geçti. Bu yazılarının bir haylisi, siyasal aktüaliteyi yansıtır; bunlarda söz konusu olan, Osmanlı İmparatorluğu'nun içişleri ya da dış olaylardır. Onun gazetecilikte arkaya bıraktığı eserden, sonraki kuşaklar, özellikle Türkiye'de bir anayasa rejimi, daha da genci olarak, modern bir devletin kurumlarının kurulması yolundaki ateşli savunmaları bellekte tuttular."[80] Ayrıcalıklı konuları arasında, basın sorunları da yer alıyordu. Bunlar içinde basının boğaz boğaza geldiği sansür ve diğer baskı biçimleri özel bir yer tutar. Namık Kemal gazetelerin toplumun değişmesinde ve gelişmesinde çok büyük etken olduğu inancındadır. Basının önemi, değeri ve yararını izah eden aşağıdaki sözleri bize bu konuda tam bir fikir verebilecek niteliktedir. "Ülkemizin Avrupa'dan birkaç yüzyıl geri kalmasının başlıca nedeni basının olmayışıdır. Basın bugünkü uygarlıklarda görülen olgunluğun, asli sebebi sayılır. Basının görevi, bir ağızdan çıkan sözü dünyanın her yanına dağıtmaktır. Baskı altında olmadığı dönemlerde, basının edebiyata ve halk eğitimine çok çok yararlı etkileri olur. Gazeteler ülkeye ve devlete büyük yarar sağlamış, olumlu işler görmüşlerdir. Niçin baskı altında tutulurlar?"[81]

İbret gazetesindeki bir diğer yazısında, hükümetin gazeteleri kapatmasına şiddetle çatmakta, gazete kapatmakla basına ve gazetecilere büyük zararlar verildiğini dile getirmekte ve şöyle demektedir: "Hangi gazete kapansa, sahibi gelirlerini yitirmiş olmuyor mu? Gazetenin sahibi ve yazarları aç da bırakılabilir. Dünyada açlığa cevaz var mıdır?".

Bunların içinde unutulmamalıdır ki, Namık Kemal her şeyden haberdar bir sanat eleştirmeni de oldu; bu tür yazılarında. Osmanlı ve Batı edebiyatının yanı sıra, üslup ve dil sorunlarıyla da ısrarla ilgileniyordu.

"Namık Kemal, hemen her türde eser vermesine karşın, onun asıl etkisini gösterdiği alan makaleleridir. Namık Kemal, Türk yazınına nesri (düz yazıyı) kazandıran en önemli edebiyatçılardan da biridir, ve bu kazanımı onun gazetecilik etkinlikleriyle sıkı sıkıya bağlıdır. Örneğin, "Taassup Meselisi" ni yazmış, "'İslamiyet,

[79] İnuğur, *a.g.e.,* s.233.
[80] Dumont, *a.g.e.,* s.53.
[81] İnuğur, *a.g.e.,* s.235.

taasubu emretmez" demiş, "İstikbali yazmış, "ümit" telkin etmiş, "Maarrif'i yazmış, "kızlarımızın da erkekler gibi okutulmasını" savunmuştur. "Garaz Marazdır"ı yazmış, kapatılmış. "Reji'yi yazmış, kapatılmış, "Terakki"yi yazmış, Avrupa'dan örnekler vermiş, "Aile"yi yazmış, iç hayatımızdaki eksikleri göstermiş, "Türkçe Matbuat"ı yazmış, "çünkü bir hükümetin muradı ne ise neşrettiği nizamattan bilinir" demiş, bir daha kapatılmış, "Vatan"ı yazmış, bütün kalpleri heyecanlandırmış ve bu amansız mücadele, Namık Kemal'in Magosa'ya sürgün edilmesine kadar sürüp gitmiştir."[82]

"Namık Kemal anadilin kullanımında Şinasi ve Münif Paşa gibi selefleri-nden daha ileri gitmekle ve bu suretle, Türk dilinin sadeleşmesinin bu öncülleri-nin ulaştıklarından daha geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmaktadır. Türkçesi'nin sadeliğinin yanı sıra, üslubunun gücü de çok büyüktür. Onun makaleleri, döneminin siyasi yazıları arasında 19. yüzyılın yazı Türkçesi'nin gereksiz ifadelerinden tamamıyla uzak, resmî yazışmalarda bu belgelerde kullanılan süslü üsluptan çok farklı olarak göze çarpmaktadır."[83]

"Namık Kemal'in gazeteci dilini kullanmaktaki ustalığına bakıp etkilenmek olasıdır. O devrin Fransız gazetecilerinin gözde bir takım alışkanlıklarını alıp hitabet olanaklarını alabildiğine çoğaltır; onları ünlemler ve soru işaretleriyle dokur ve, gerektiğine inandığında da tekrarlar, takviyeler ve imgelerle baş vurarak adeta top ateşi açar."[84]

"Mahmut Nedim Paşa tarafından 11 Mayıs 1876'da çıkarılan bir karar-name ile, bütün gazetelere ilk resmî sansür konmuştur. Bunun adı "Sansür Hakkında Ali Kararname'dir". *Sabah Gazetesi* de ilk gün, sansürün yasakladığı yazıların yerini boş bırakarak yayınlanmıştır. Gazete iç ve dış haberleri genellikle 2. ve 3. sayfalarında verdiğinden, bu sayfaların yarısını yazısız çıkması, okurlara sansürün ne gibi haberleri makasladığını açıkça göstermiştir. Böylece gazetede sansür edilen yerlerin beyaz bırakılarak yayınlanması usûlünü, dünyada ilk defa bulup uygulayan Sabah başyazarı Şemsettin Sami olmuştur."[85]

1866-1876 Döneminde önemli gazete ve dergiler şunlardır. *Ayine-i Vatan (1866), Muhip (1867), Utarit (1867), Terakki (1868). Mümeyyiz 1(869). Vekayi'i Zaptiye (1869), Hadika (1869). Diyojen (1869), Hayal (1873), İstikbal (1875), Asır*

[82] İnuğur, *a.g.e.*, s.235.
[83] Mardin, *a.g.e.*, s.315.
[84] Dumont, *a.g.e.*, s.59.
[85] İnuğur, *a.g.e.*, s.253.

(1870). Devir ve Bedir (1870). Hülasatül Efkar (1873), Medeniyet (1874), Sadakat (1875), Hakayikul Vakayi (1870), Vakit (1875).

Abdülaziz döneminde Avrupa'ya kaçan Ali Suavi, uzun süre yurt dışında kalmıştır. Ancak 1876 yılında İstanbul'daki hürriyet taraflısı Yeni Osmanlılar eyleme geçmişlerdir. Hüseyin Avni Paşa Süleyman Paşa Harp okulu talebeleriyle birlikte sarayı kuşatarak Abdülaziz'i tahtan indirmişler ve V.Murad'ı tahta çıkarmışlardır. Ancak çok geçmeden V.Murad'ın yarine II.Abdülhamit 1876'da padişah olmuştur. Meşrutiyet ilan edildiğinde Ali Suavi de İstanbul'a dönmüş ve sarayda teşkil edilen Tercüme Kuruluna üye seçilmiştir. Ancak aynı kurulun üyeleri olan Namık Kemal ve Ziya Bey, Ali Suavi'nin üyeliğine itiraz ettiklerinden, bu kurul hiç bir çalışma yapmadan ertesi yıl dağılmıştır.

"Ali Suavi, *Basiret*'te yazılarını yazmakta iken, Abdülhamit'i devirip yerine tekrar V.Murad'ı çıkarmak için eylem hazırlamaktadır. Bu ihtilalci II.Abdülhamit'ten öç almaya karar verdiğinden, Üsküdar'da ve Cerrahpa-şa'da kurulan gizili örgütlere üye olmuştur. Amacı Çırağan Sarayında hap-sedilmiş olan V.Murad'ı tekrar hükümdar ilan etmektir. Dört beş yüz kişi ile birlikle saraya hücum eden Ali Suavi, Beşiktaş Muhafızı Hasan Paşa tarafın-dan başına vurularak öldürülmüştür (20 Mayıs 1878)."[86]

Bu başarısız denemeyle de Tanzimat dönemi sona erer ve II.Abdülhamit padişahlığında şiddetli bir İstibdat dönemi başlar.

Gazetenin olduğu her yerde sansür olgusuyla karşılaşmak kaçınılmaz-dır. Tanzimat Dönemi'nde bu olgunun baş göstermesi, özellikle 1860 tari-hinde *Tercüman-ı Ahvâl*'in yayına başlamasıyladır. Osmanlı'da özel gazeteler, "aydın despotizmi" de denen Tanzimat yönetimine tepkili yayınlar gerçekleştirdiler. Bu eleştirel konumları gazetelerin pek çok kez sansür ve kapatma uygula-malarına maruz kalmalarına ve yazarlarının sürgün yemelerine yol açmıştır. Muhalif basın, hukuki alanda gazeteciliğe yönelik Osmanlı tarihindeki ilk kanunlaştırma çalışmalarının da sebebidir (1864 Matbuat Nizamnamesi ve 1867 Ali Kararname).

Osmanlı genelinde okuma oranı yalnızca yüzde 5'tir. Gazeteler için da-ğıtım zorluğu çekilmektedir ve gazeteler yalnızca İstanbul'da etkin ve etki-lidirler. Bu anlamda, kitle iletişimin fonksiyonlarını toplumda başarılı olarak gerçekleştirdiklerini, en azından geniş bir kitleye hitap edebilmeleri açısın-

[86] İnuğur, *a.g.e.*, *s.* 210.

dan bakarsak söylemek zordur. Bunun sonucunda, gazeteler halkın geneline olmasa da özellikle aydın kesimin iletişiminde ve kendini geliştirmesinde etkili olarak I.Meşrutiyet'e giden yolun etkin unsurlarındandır.

Sonuç

Dünyada basının gelişimi ve ciddiye alınışı, basın özgürlüğüne bağlı olarak gelişmiştir. Bu özgürlük, ilk önce bir gazeteyi çıkarmak için gerekli olan yasal ve ekonomik özgürlük, daha sonra içeriğine yönelik bir özgürlük olarak anlaşılır. Siyasi olarak kutuplaşmaların ve somut siyasi rekabetin olduğu dönemler, gazetelerin çoğaldığı dönemlerdir. Bu durum, muhalefetin verdiği gücü basının arkasına almasından ve siyasi ortamın renkli olduğu zamanlarda insanların düşünce üretimindeki fazlalaşmadan kaynaklanır. Bu dönemlerde gazeteye olan talep, olan biteni sağlıklı olarak öğrenmek isteyen halktan, iktidarını meşrulaştırmak ve eleştirilere cevap vermek isteyen iktidardan ve de farklı düşüncelerini ve siyasi saldırılarını iktidara yöneltmek ve kamuoyu desteğini almak için gazeteye ihtiyaç duyan muhalefetten gelir. "Örneğin 18. yüzyıl boyunca İngiltere'de basın diğer Avrupa ülkelerine oranla model oluşturacak şekilde gelişmiştir. Bunun nedeni, o dönemde İngiltere bünyesinde iki partiyi barındırmaktadır. Whig'ler (1868'den beri liberaller olarak adlandırılmaktadır) ve Tory'ler (1832'den bu yana kendilerini muhafazakarlar olarak adlandırırlar.)"[87] Bir o kanattan, bir bu kanattan koparılan özgürlükler, özetle, gazetelerin gücünün kullanılmak istenmesi, zaman içerisinde gazetelerin özgün niteliği olarak anayasalara geçmiştir. Osmanlı dönemine baktığımızda, devlet eliyle çıkarılan resmî gazete *Takvim-i Vakayi* ve vilayet gazeteleri, özgürce düşüncelerin dillendirildiği bir platform olmak şöyle dursun, devletin bir örgütlenme ve propaganda aracı olarak, modern anlamda gazete bile değildirler. İlk özel girişim gazetesi olan *Ceride-i Havadis* bile bu anlamda, bazı basın tarihçileri tarafından, modern anlamda bir gazete olarak görülmemekte, ve gazetenin başlangıcı, çoğunun gözünde *Tasvir-i Efkâr*'dır. Sınırlı ve Batı kaynaklı da olsa, resmî otoriteye karşı muhalefetin dile getirilmeye başlandığı bu gazete, nitelik yönünden farklılığını hemen gösterir ve bu da, dünyadaki basın özgürlüğü mücadelesi süreciyle paralellik gösterir. Bu paralelliği, devlet-birey mücadelesiyle oluşan tarihteki demokratik mücadelelerle de kurabiliriz. Basın özgürlüğü, ilke olarak düşünce özgürlüğü demektir ve asıl muhatabı, düşünce iklimini kapalı bir hale getirmeye çalışan otoritedir. Otoritenin egemenliğini kıran gazete, elbette tek başına yeterli değildir. Böyle olsaydı eğer, gazete de tek başına başka bir otorite konumunu devralır (bir anlamda başka bir resmî propaganda aracına dönüşür), tek tipleşen düşünce, egemen güçten gazeteye ya da arkasındaki çıkar gurubuna geçerdi. Bundan sonraki aşama, sivil toplumun bu platformda özgürce farklı düşüncelerini dile getirebilmesidir. Yeni Osmanlılar hareketi ekseninde gazetenin modern bir nitelik kazandığını söyleyebiliriz. Ancak sınırlı okuyucu kitlesinin varlığı, gazetenin aydınlar arası bir iletişim ve muhalefet aracı olması ve Osmanlı İmparatorluğu'nun içinde bulunduğu siyasi konjonktür düşünüldüğünde, gazetecilik alanında Tanzimat Dönemi boyunca kaydedilen gelişmeler kalıcı ve istikrarlı olamamış ve İstibdat dönemiyle kesintiye uğramıştır.

[87] Jean-Noél Jeanneney, *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*, Çev. Esra Atuk, 2. bs., İstanbul, YKY, 2006, s. 39.

Kaynakça

- Arı, Oğuz: *İzmir'de Kitle Haberleşmesi*, Ankara, Sosyal Bil. Der. Yayınları, 1972.
- Arıkan, Zeki: *İzmir Basınından Seçmeler 1872-1922,* I. Cilt, İzmir Büyükşehir Belediyesi Yay., 2001.
- Berkes, Niyazi: *Türkiye'de Çağdaşlaşma,* 4. bs., Haz. Ahmet Kuyaş, İstanbul, 2003.
- Bodur, Feyyaz: *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı,* Anadolu Üni. Yayınları, 1997.
- Chomsky, Noam: Edward S. Hcrman, *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politiği, 2.* bs., İstanbul, Minerva, 1999.
- Dumont. Paul: "Namık Kemal'in Gazeteciliği", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal,* İstanbul, Amaç Yay., 1988.
- Girgin, Atilla: *Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- Gürbüz, Emine: "Namık Kemal: Mücadelenin ve Bilincin Şairi", (Çevrimiçi) www.dusle.com/goster/bio.php.idd=22&ids=16, 12.05.2005.
- Güz, Nurettin: "Osmanlı Basını", *Selçuk İletişim*, No:3, 3 Temmuz 2000
- Jeanneney, Jean-Noél: *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi,* Çev. Esra Atuk, 2. bs., İstanbul, YKY, 2006.
- Kabacalı, Alpay: "İlk Özel Gazete: Tercüman-ı Ahvâl", *Bizim Gazete*, 02.11.2005, (Çevrimiçi).

- Koloğlu. Orhan: *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, 2.bs., İstanbul, İletişim Yay., 1994.
- Mardin, Şerif: *Yeni Osmanlı Düşüncesinin Doğuşu,* Çev. Fahri Unan, 3. bs., İstanbul, İletişim, 2002.
- Menemencioğlu, Nermin: "Namık Kemal Avrupa'da", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal,* İstanbul, Amaç. 1988.
- Mercan, Mehmet: *Anadolu'da Gazetecilik ve Diyarbakır Basını*, Diyarbakır, Güneydoğu Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998.
- İnuğur M. Nuri: *Basın ve Yayın Tarih,* İstanbul, Der Yay., 1993.
- Ortaylı, İlber: *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı,* 6. bs., İstanbul, İletişim Yay., 2000.
- Tanilli, Server: "Tanzimat Edebiyatı ve Namık Kemal", *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal,* İstanbul, Amaç Yay., 1988.
- Tanpınar. Ahmet Hamdi: *19 Asır Türk Edebiyatı Tarihi,* 5.Baskı., İstanbul, Enderun Kitapevi, 1982.
- Teber, Serol: "Namık Kemal, Yeni Osmanlılar ve Paris Komünü"', *Bir Çağdaş Öncü: Namık Kemal,* İstanbul, Amaç Yay., 1988.
- Topuz, Hıfzı: *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Tüfekçioğlu, Hayati: *İletişim Sosyolojisine Başlangıç,* İstanbul, Der Yay., 1997.
- (Çevrimiçi) http://www.bianct.Org/2002/l 1/04/14291.htm, 01.05.2005
- (Çevrimiçi) http://farabi.selcuk.edu.tr/suzcp/tarih/ders_notlari/guz_yariyili/bolum_4/bolum04.html, 02.05.2005
- *Ana Britannica,* 20 Cilt, İstanbul, 1990. s. 390-393.
- *Meydan Larousse,* 19.Cilt, İstanbul, Sabah Yayınları, s.54-57.

OSMANLI DÖNEMİNDE YEREL BASIN
(1828-1922)

Halûk Harun Duman*

Giriş

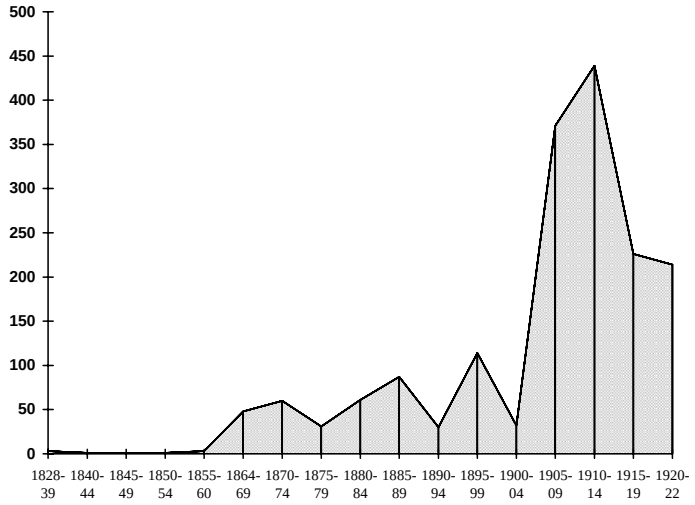
Osmanlı basını konusunda bu makalede ayrıntılı bir inceleme yapmak, hem zaman darlığı, hem de bazı engeller yüzünden mümkün değildir. Her şeyden önce, bu dönem basınının sistematik bir envanterinin bulunmaması engellerin başında gelmektedir. Hangi yıllarda, kaç süreli yayın çıktığı, bunların çıkış yeri ve çıkaranlar, yayın politikaları, yayın türleri vs. gibi bilgiler henüz tam anlamıyla mevcut değildir. Bu nedenle, dönemin basını üzerine nicelik yönünden bir değerlendirme yapmak, şu an için mümkün görünmemektedir.

Bunun gibi, Osmanlı basınının niteliği konusunda da yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bütün Osmanlı ülkesini kapsayan bir basın tarihi yazılmaya kalkıldığında, Osmanlı'dan ayrılmış ulusların basını da göz önüne alınmalıdır. Böyle bir tarih yazıldığında mutlaka Arap, Bulgar, Yunan veya Musevi basın tarihlerinin de incelenmesi gerekmektedir. Bütün bu engelleyici sebeplerden dolayı, burada yalnızca Osmanlı döneminde Türk yerel basını üzerinde kısaca durmak istiyorum.

Bilindiği gibi, Osmanlı Devleti'nde modern anlamda matbaacılık faaliyetleri 1727 yılında başlar. Kurulan İbrahim Müteferrika matbaasında ilk kitap 1729 yılında basılır. Gazetecilik faaliyetleri ise bundan yaklaşık yüz yıl sonra gerçekleşir. Mısır valisi Mehmet Ali Paşa'nın direktifleri ile 1828 yılında çıkarılan *Vaka-yi Mısriyye* gazetesi Türkçe ve Arapça yayın yapan ilk gazetedir. İşte bu tarihten sonra gelişen basın-yayın faaliyetlerini hazırladığım grafikteki veriler ışığında dört ana dönem altında incelemek mümkündür:

*Doç. Dr., Marmara Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi.

Grafik 1: Osmanlı Dönemi Türk Basını (1828-1922)



I. Tanzimat dönemi (1831-1876)
II. Sultan II.Abdülhamid dönemi (1877-1907)
III. İkinci Meşrutiyet dönemi (1908-1918)
IV. Millî Mücadele dönemi (1919-1922)

1. Tanzimat Dönemi (1832-1876)

Bu dört dönemden ilki, yani Tanzimat yılları, basının başlangıç dönemi olması bakımından önemlidir. Sosyo-politik değişimlerin hemen her alanda yaşandığı bu dönemde, basın da çağdaşlaşmanın bir gereği olarak Osmanlı ülkesine girer. Basının kamuoyunu etkilemede oynadığı rolü gören reformcu Osmanlı lideri II.Mahmut'un gayretleri ile, 11 Kasım 1831 tarihinde bugünkü resmî gazetenin atası sayılan *Takvim-i Vekayi*, ilk resmî Türkçe gazete olarak yayınlanır. Sultan II.Mahmud, yapılan yenilikleri topluma iletmek ve basın yoluyla kamuoyunu kontrol etmek amacıyla bu gazeteden yararlanır. Kanunların, tüzük ve nizamnâlerin yayınlandığı bu ilk gazete, devletin desteği ile sınırlı sayıda okuyucu kitlesine ulaşır. Bu yolla merkezi yönetimle taşra yönetimi arasındaki iletişim kopukluğu giderilmeye çalışılır.

Bu gazeteden sonra, 1840 yılında devletten yardım aldığı için yarı resmî nitelikte olan *Ceride-i Havadis* gazetesi, William Churchil adlı bir İngiliz tarafından çıkarılır. Bunun ardından 1860 yılında ilk özel Türk gazetesi sayılan *Tercüman-ı Ahval* İbrahim Şinasi ve Agâh Efendiler tarafından çıkarılır. Öncü ve model konumdaki bu gazetelerin ardından, başta İstanbul olmak üzere, Osmanlı ülkesinin farklı bölgelerinde basın yavaş yavaş gelişmeye başlar.

Osmanlı devlet kurumlarının Tanzimat döneminde yoğunlaşan basın çalışmaları, açık topluma dönüşmenin bir parçası şeklinde değerlendirilebilir. Bu çabalar içinde, devlet idâri yapısında köklü değişiklikler gerçekleştirmeye başlar. 1864 yılı Kasım ayı başlarında, Fransızların yerel yönetim kanunlarından ilham alınarak hazırlanan yeni yönetim sistemi uygulanmaya konulur. Böylece imparatorluk idâri anlamda 21'i Asya, 6'sı Avrupa, 1'i Afrika ve 1'i de Akdeniz adalarında olmak üzere toplam 29 vilâyete ayrılır. Her vilâyete bir vali atanarak sorunların yerinde çözümlenmesine çalışılır.

Tablo 1: Osmanlı Vilayet Gazeteleri

Tarih	Yer	İsim	Tarih	Yer	İsim
1828	Kahire	*Vaka-yi Misiriyye*	1874	Ankara	*Ankara*
1831	İstanbul	*Takvim-i Vekayi*	1874	İzmir	*Aydın*
1864	Tuna	*Tuna*	1876	Hersek	*Neretva*
1865	Şam	*Suriye*	1877	Priştine	*Kosova*
1865	Trabzon	*Trabzon*	1877	Sana	*San'a*
1866	Bosna	*Bosna*	1878	Sivas	*Sivas*
1866	Erzurum	*E. Şarkiyye*	1882	Musul	*Musul*
1866	Halep	*Fırat*	1882	Rodos	*C.B.Sefid*
1866	Trablus	*Trablusgarp*	1883	Elazığ	*M. Aziz*
1867	Beyrut	*Beyrut*	1884	Manastır	*Rumeli*
1867	Girid	*Girid*	1885	Balıkesir	*Karesi*
1868	İşkodra	*İşkodra*	1888	Beyrut	*Beyrut*
1868	Yanya	*Yanya*	1888	Üsküp	*Kosova*
1869	Bağdat	*Zevra*	1889	Basra	*Basra*
1869	Bursa	*Hüdevendigar*	1908	Hicaz	
1869	Konya	*Konya*	1910	Kayseri	*Kayseri*
1869	Diyarbakır	*Diyarbakır*	1913	Bolu	*Bolu*
1869	Selanik	*Selanik*	1914	Malatya	*Malatya*
1871	Prizren	*Prizren*	1916	Eskişehir	*Karahisar*
1872	Kastamonu	*Kastamonu*	1919	Kocaeli	*Kocaeli*
1872	Adana	*Seyhan*	1921	Çorum	*Çorum*
1873	Yemen	*Yemen*	1922	Amasya	*Amasya*
1873	Manastır	*Manastır*	1922	Silifke	*Taşili*

Kanunun getirdiği en önemli yenilikse basın alanında olur. Buna göre, her vilâyet merkezinde bir resmî basımevi kurulacak, burada evrak dışında *Takvim-i Vekayi* benzeri bir gazete çıkarılacaktır. Bunun ilk örneği, reformcu bir bürokrat olan Mithat Paşa'nın vali olduğu Tuna vilâyetinde gerçekleştirilir. 1864-65 yılında yayına başlayan *Tuna* gazetesi, taşrada çıkarılan ilk resmî gazete olur. Aynı anlayışla iki yıl içinde Trabzon ve Erzurum'da birer resmî basımevi kurulur. 1867 yılında ise *Envâr-ı Şarkiyye* adlı gazete Erzurum'da çıkarılmaya başlanır ki bu aynı zamanda Anadolu'da yayınlanan ilk Türkçe gazetedir. Bu başlangıçla birlikte, 1864-1922 yılları arasında, yerel yöneticiler aracılığıyla bütün ülkede başlayan basın-yayın faaliyetleri sonucu toplam 46 resmî basımevi kurulur.

Basının resmî kanalla da olsa geliştiği bu ilk dönem ortalarında, muhalif bir aydın hareketi önem kazanır. 1865 yılında yoğunluk kazanan hareketin arkasında, Mustafa Fazıl Paşa bulunmaktadır. Çok varlıklı biri olan paşa, Namık Kemal, Ziya Paşa, Ali Suavi gibi yönetim muhaliflerini maddi açıdan destekler. Onların yurt dışına kaçmalarına yardımcı olur ve burada gazeteler çıkararak, Osmanlı yönetimi aleyhinde yayın yapmalarını sağlar. Böylece, Yeni Osmanlı basını diye adlandırılan ve Osmanlı ülkesi dışında faaliyet gösteren bir basın hayatı ortaya çıkar. İşte bu atmosfer içinde, Sultan Abdülaziz'in saltanatının son yıllarında, yani 1876 yılında, İstanbul'da 13'ü Türkçe, 35'i diğer dillerde sayıları 48'i bulan aşağıdaki gazeteler yayınlanır.

Tablo 2: 1876 yılında İstanbul'da yayınlanan gazeteler

Türkçe	**Yabancı Dil**
Takvim-i Vekâyi *Ceride-i Havadis* *Basiret, Vakit* *İstikbal* *Sadakat* *İittihad* *Sabah* *Şems* *Hayal* *Ceride-i Askeriye* *Ceride-i Tıbbiye-i Askeriye* *Cihân*	**Almanca:** *La Verite* (1) **Arapça:** *El-Cevâib* (1) **Bulgarca:** *Vik, Napredak, Çitalişte*.(3) **Ermenice:** *Masis, Avadaper, Jamanak, Manzume-i Efkâr, Mecmua-i Havâdis, Airenik, Norakir, Me'mul, Punç*.(9) **Fransızca:** *La Turquie, Journal de Konstantinopol, Kurriye d'orient, Phare de Bosphore, İstanbul, L'Orinet illustre, Moniteur de Commerece, Gazette Medicale d'Orient* (8) **İbranice:** *Le Journal İsraelite, Zaman* (2) **İngilizce:** *Levant Herald, Fizik* (2) **Rumca:** *Vizandis, Telgraf de Bosphore, Anatolikus, Astir, Neolugus, Anatoli, Teatis, Terakki, Mevmus, Menip, Terumit*. (11)
Toplam: 13	**Toplam: 35**

2. Sultan II.Abdülhamid Dönemi (1877-1907)

Tanzimat yıllarında başlayan ve I.Meşrutiyet'in etkisiyle gelişen basın, II.Abdülhamid'in saltanat yıllarında daha durağan bir döneme girer. Uygulamaya konulan yayın öncesi ve sonrası sansürle, basın adeta bir cendere içinde sıkıştırılır. Bu nedenle, yayın hayatına atılan gazete ve dergi sayısında önemli miktarda azalma görülür.

II.Abdülhamid'in en fazla eleştirilen yönlerinden biri, belki de başlıcası, basına karşı takındığı sert tavırdır. Çoğu araştırmacıya göre sultan, kendi despot idaresini sağlamlaştırmak için baskıcı anlayışı tercih etmiştir. Ancak bu baskının gerçek anlamda boyutları ve etkisi konusunda söylenenler, hâlen subjektifliğini korumaktadır. Gerçekten de yapılanların bizzat sultan tarafından mı, yoksa işgüzar bürokratları tarafından mı gerçekleştirildiği bilinmemektedir.

İşin bir diğer ilginç yanı, bu dönem basını hakkında en ayrıntılı bilgi içeren çalışmalar Poul Fesch adında bir Fransız'ın anılarına dayanmasıdır. Bu bilgiler, daha sonraki yıllarda eleştirilmeden bütün basın tarihlerine aynen aktarılır. Bu nedenle, dönemin basın tarihi bir anı kaynaklı tarih olarak günümüze kadar gelir. İlerde yapılacak arşive ve dönemin süreli yayınlarına dayanan araştırmalarla bu bilgilerin doğruluğu belirlenmelidir.

Bu tür olumsuzluklara rağmen, basın kanunuyla ilgili hususlar, kısmen de olsa kısıtlamaların boyutlarını bize vermektedir. Örneğin, padişahın sağlığı, ülkedeki ticari gelişmeler, ürünlerin durumu konusunda spekülatif bilgiler vermek yasaklanmıştır. Valiler, devlet yöneticileri, yabancı ülke hükümdarları aleyhinde yazılar yanında, makalelerin fazla uzun tutulması ve tefrikalar yapılması yine yasaklanmıştır. Ayrıca, kullanımı yasaklanan kelime ve kavramlar vardır. Bunlar arasında: Kanûn-ı Esâsî, ihtilal, hürriyet, anarşi, zulm, hukûk-ı millet, mûsâvât, uhuvvet, vatan, şebâb, dinamo, dinamit, millet, beyne'l-milel, veliahd, cumhuriyet, meb'ûsân, âyân, bomba, burun, yıldız, ıslahat gibi sözcükler, Mithat Paşa, Kemâl Bey, Sultan Murad gibi isimlerden daha yüzlercesi sayılabilir.

Doğal olarak bu yasaklar, kamuoyunun bilgilenmesini engellemekteydi. Örneğin, Rusya'da Duma meclisinin kurulduğu, İran'da anayasa ilan edildiği, yabancı ülke hükümdarlarının çeşitli nedenlerle öldüğü, şehirdeki terör olayları gazetelerde yer almamaktaydı. Yalnız gazeteler değil kitaplara da sansür uygulanmaktaydı. Fransa'da bulunan Osmanlı sefirlerinin bir

görevi de burada yayınlanan kitaplar hakkında sultanı bilgilendirmekti. Sultan veya saltanat aleyhinde yazılmış her kitaba gümrüklerde el konulurdu. Bununla beraber, bazı kitaplar gizlice ülkeye sokularak, kitapçılar tarafından güvenilen müşterilere satılırdı. Gümrükçülerin eline geçen kitaplar ise, oyula oyula dantelaya dönerlerdi.

Bu kısıtlamalar yüzünden insanlar akla hayale gelmez yollarla kitapları ülkeye sokarlardı. Örneğin birisi, büyükçe bir kitabı sayfa sayfa yırtarak mektup şeklinde yurda sokmayı başarır. Yasaklanan veya müsadere edilen eserler ise çeşitli yollardan yok edilirdi. Bu yollardan biri de Çemberlitaş hamamının külhanında yakarak yok etmekti. 20 Mayıs 1902 tarihli bir yazıda, 150 çuval kitabın ve zararlı belgenin, bahsedilen hamamın külhanında yakılmaya başlandığı, küllerin ise çamur haline getirildiği bildirilmektedir.

Sultan Abdülhamid, yurt içinde gazeteleri birer ikişer yasaklarken, yurt dışında yayınlanan gazeteleri de kendine bağlamanın yollarını araştırır. Önce, kendi hesabına çalışan birkaç gazete elde eder. Örnek olarak Nicolaides Efendi'nin başlangıçta Paris'te, daha sonra Brüksel'de çıkardığı *l'Orient* gazetesi sırf Abdulhamid'in sermayesiyle yayınlanır. Ancak, Avrupa gazetelerinin bazı müdür ve yazarları nişanlar almakla beraber, Osmanlı ülkesinin içinde bulunduğu durumu eleştirmeyi sürdürürler. Bu da eleştiri yaparak para kazanmayı benimseyen gazetecilerin ortaya çıkmasına neden olur. Çok sayıda Avrupalı yazar, Osmanlı ülkesini hiç görmedikleri halde, burası hakkında yazılar yazarak geçinmenin yolunu bulurlar.

3. İkinci Meşrutiyet Dönemi (1908-1918)

24 Temmuz 1908 tarihinde ordu Osmanlı yönetimine karşı açık bir başkaldırı gerçekleştirir ve İkinci Meşrutiyet ilan edilir. Bu coşkulu ortam içinde, sansür memurları yayınları denetlemezler. Takip eden günlerde bütün yurtta basına karşı büyük bir yumuşama gözlenir. Bunun sonucu olarak, çok sayıda, ancak kısa ömürlü süreli yayınlar ortaya çıkar. Bunlarda meşrutiyet öncesi kıyasıya eleştirilirken, meşrutiyete ve onu gerçekleştirenlere övgüler dizilir. Ne yazık ki bu hürriyet ortamı fazla devam etmez. Önce İstanbul'da yaşanan 31 Mart hadisesi ve daha sonra da birbiri ardınca ortaya çıkan savaşlar, basını olumsuz şekilde etkiler. Mürekkep, kağıt gibi temel baskı malzemelerinin fiyatı hızla yükselir. Yayıncılar baskı yapabilmek için gerekli malzemeleri bulamazlar. Bu yüzden gazeteler zaman zaman farklı ebatlarda, hatta farklı renklerde kağıtlarla yayınlanır. Küçük tirajlı çoğu gazete yayınını durdurur.

Savaş döneminde, gazeteler özel ekipler kurarak, cephe gerisine haber ulaştırmaya çalışırlar. Ancak askeri sansürün yoğunlaşması nedeniyle gazetecilerin işi bir hayli güçleşir. İstanbul'da bulunan yabancı gazetecilerin haberleri yurt dışına çıkarabilmeleri de ayrı bir sansüre tabi tutulur. Örneğin, Balkan Savaşı'nda görev yapan gazeteci Stephane Lauzanne, sansür memurunun uygulamasını anılarında şöyle anlatır:

Çorlu'dan çekmek istediğim 720 kelimelik telgrafnâmeyi (... alan) Giritli sansürcü, telgraf metninde yalnız ilk ve son cümleleri bıraktı. Eline makası aldı. Orta yerini tamamıyla kesip çıkardı. Telgraf metnini şu hale getirdi:

Çorlu 31 Ekim...
Dün savaş tekrar başladı... Savaş sürüyor.

Siyasî ağırlıklı olmalarına rağmen, gazetelerin hemen hepsinde, bu yıllardaki savaşlarla ilgili şiir ve öykülerin yayınlandığı görülür. Savaş bölgesinin haritaları ve temsilî resimleri de bu dönem gazetelerinde yer alır. Ayrıca, savaşı anlatan kitapların ve albümlerin yayınlandığına dâir ilânlar çıkar. Savaşların getirdiği ekonomik çıkmazdan kurtulabilmek amacıyla devletin başlattığı iç borçlanma çabaları, *Tanin, Tasvir-i Efkar, Vatan* gibi gazeteler tarafından desteklenir. Anketler, röportajlar, makaleler, hatta şiirler yayınlayarak, okuyucular borçlanma konusunda devlete yardıma çağırırlar. 1918 yılında yayınlanan şiirlerden biri de şöyledir:

Kaydıraktır, kaydırak,
İçi altından varak,
İnanmazsan al da bak.
Kâğıt veren bu oyuna,
Altın çeker boyuna.
Kızım Ayşe haydi kalk,
Koşuyor bankaya halk,
Nene lazım senin park?
Süsü müsü satalım,
Cebe altın atalım.
Vallahi ey nevcivan,
Gelin olmam, başımdan
Altın atmazsan inan.
Haydi koş git bankaya
Altın doldur çantaya.
Tasvir-i Efkâr, 1 May›s 1918.

Ülkenin içine girdiği siyasal karmaşa ve kutuplaşma basına da yansır. İttihatçılar ulusçuluğa dayanan politik görüşlerini topluma yaymak için okul, matbaa ve gazete olmak üzere üç unsurdan yararlanırlar. Bu nedenle başta İstanbul olmak üzere, Anadolu'nun farklı yerleşim birimlerindeki Türk girişimcileri desteklerler. Muhaliflerin de bu alanla ilgilenmesiyle İttihatçı-İtilafçı diye adlandırdığımız parti basını etkisini artırır. Bu kutuplaşma, Osmanlıcı, İslamcı, Batıcı, Türkçü ve Sosyalist görüşe mensup insanların çıkardıkları yayınlarla genişler. Böylece meşrutiyet sonrasında ortaya çıkan fikri ve felsefi yayınların sayısı artar.

4. Millî Mücadele Dönemi (1919-1922)

Uzayıp giden savaş dönemi Türk insanını endişelendirir. Osmanlı Devleti, Avrupa ve Balkanlardaki bütün topraklarını kaybeder ve düşman kuvvetleri İstanbul'a kadar yaklaşırlar. I.Dünya Savaşı'nın yenilgiyle sonuçlanması üzerine, Osmanlı başkenti ve Anadolu'nun büyük bir kısmı işgal edilir. İşgal kuvvetleri ilk iş olarak muhalif gördükleri basını susturmaya çalışırlar. Gazeteciler Malta'ya sürülür. Bunun yanı sıra işgalcilerin uyguladıkları sansür nedeniyle basın ses çıkaramaz hale gelir. 1919 yılında, yine eski bir Osmanlı generali olan Mustafa Kemal Paşa tarafından Erzurum Kongresi ile Millî Mücadele hareketi başlatılır. Esasta bu hareket, düşman kuvvetleri tarafından yapılan saldırıları durdurmak ve Anadolu'daki Türkleri topyekün bir mücadeleye davet etmek amacını taşımaktadır. Bu çağrıya yalnız bölge halkı değil, basın da büyük destek verir. Başta Erzurum olmak üzere Balıkesir, Sivas, Kastamonu, Konya gibi Anadolu'nun dört bir yanında çıkan süreli yayınlar Millî Mücadele'yi övücü ve destekleyici yayınlar yaparlar. Örneğin, Erzurum'da çıkarılan *Albayrak* gazetesi, logosunda "Vilayet-i Şarkiyye Ermenistan olamaz!" sözüyle ulusal bütünlüğü destekleyici yazılar içerir. Bunun gibi Bolu'da çıkarılan *Dertli* gazetesinde yayımlanan yazı ve şiirlerde Kurtuluş Savaşı'nın başarıları övülür. Halkta milli coşku ve sevinç yaratan, savaşan Mehmetçiğe moral veren bu şiirlerden birinde şöyle denilmektedir:

Sakarya'yı duman sarar
Yine yaylım ateş başlar
Mitralyözler coşup tarar
Erir bütün dağlar taşlar
Kaçışıyor işte bakın
Yıldı kafir döndü geri
Kaçışıyor akın akın
Kovalıyor Türk askeri..
Dertli, nr. 86, 11 T.Evvel 1921

Basın, Türk ulusu için vatanın kutsal olduğu ve düşmana asla verilemeyeceği konusunda halkı bilinçlendirir. Kamuoyu oluşturmadaki gücünü ve kitlesel mücadeledeki önemini kavrayan Millî Mücadele planlayıcıları para ve diğer bazı imkanlarla basına destek verirler. Örneğin, gazetelerin kolay malzeme ve haber temin etmeleri sağlanır, ajanslar kurulur, hatta gazeteciler bir süre askere alınmazlar. Bu destek Anadolu içlerinde basınının gelişimi için son derece faydalı olur. Gazeteciler halkı yalnızca düşmanla mücadele konusunda değil, aynı zamanda siyaset, ekonomi, eğitim gibi konularda da aydınlatıp, ülkenin geleceğini tartışırlar.

1828-1922 yıllarını kapsayan doksan dört yılık dönemde, Türk basını bu evrelerden geçerek gelişimini sürdürür. Bu dönemde, ülkenin dört bir yanındaki yerleşim birimlerinde, basın hayatının yoğunlaştığı görülür. Doğal olarak İstanbul hem devletin, hem kültürel hayatın başkenti olarak basının geliştiği en önemli merkezdir. Bunun dışında, şu merkezlerde basın hayatının etkin bir şekilde sürdürüldüğünü söyleyebiliriz:

Tablo 3: Osmanlı döneminde gazete çıkarılan yerleşim birimleri

A. Beş ve üzeri gazete çıkarılan yerler

Adana: 16	Erzurum: 7	Konya: 22
Ankara 39	Eskişehir: 17	Londra: 8
Bağdat: 6	Filibe: 11	Manastır: 6
Bahçesaray: 4	Gaziantep: 18	Ordu: 5
Balıkesir: 6	Giresun: 7	Paris: 9
Beyrut: 12	Hanya: 9	Samsun: 12
Bolu: 4	İstanbul: 1003	Selanik: 19
Bursa: 23	İzmir: 105	Sivas: 7
Cenevre: 10	Kahire: 31	Trabzon: 39
Diyarbakır: 7	Kars: 5	Üsküp: 8
Edirne: 12	Kastamonu: 14	Belirsiz: 7
	Kayseri: 8	

B. Beşin altında gazete çıkarılan yerler

Adapazarı 1	Drama: 1	Kuyesna: 1	Orenburg: 3	Sofya: 1
Amasya: 3	Elazığ: 2	Lahor: 1	Pazarcık: 2	Sofya: 2
Antalya: 2	Folkston: 1	Lefkoşe: 2	Razgrad: 1	Söke: 1
Artvin: 1	Halep: 3	Lefkoşe: 2	Romanya: 1	Şam: 3
Astrahan: 1	Hamburg: 3	Londra: 1	Ruscuk: 4	Şumnu: 1
Atina: 2	Hokand: 1	Manastır: 1	Sakız: 1	Tahran: 2
Avrupa: 1	İnebolu: 1	Manisa: 4	Samsun: 1	Tarsus: 1
Aydın: 2	İskenderiye: 3	Maraş: 1	San'a: 1	Taşkent: 1
Bakü: 11	İşkodra: 1	Marsilya: 2	Saraybosna: 1	Tebriz: 1
Banglore: 1	Kabil: 1	Mekke: 1	Saraybosna: 2	Tiflis: 2
Batum: 3	Karaçi: 1	Mersin: 2	Sarıkamış: 2	Trablusgarp: 4
Berlin: 6	Kazan: 3	Merzifon: 1	Sayda: 1	Trois: 1
Bosna: 1	Kıbrıs: 1	Midilli: 1	Selanik: 19	Trouville: 3
Buenosaires: 1	Kırcaali: 1	Muğla: 1	Serensen: 1	Tunus: 3
Bulak: 1	Kilis: 1	Musul: 1	Serez: 1	Van: 1
Bulgaristan: 1	Köstence: 2	Musul: 1	Seydibeşer: 1	Yozgat: 1
Cezayir: 1	Köstence: 2	New York: 3	Sinop: 1	Yunanistan: 1
Çorum: 1	Kudüs: 1	Orenburg: 2	Sivas: 1	Zonguldak: 1

C. Bölgelere göre çıkan gazeteler

Balkan: 11	**Anadolu: 21**	**Arap Y. adası: 10**	**Afrika: 2**
Tuna 1864	İstanbul 1831	Şam 1865	Kahire 1828
Bosna 1866	Trabzon 1865	Halep 1866	Trablus 1866
İşkodra 1868	Erzurum 1866	Beyrut 1867	Akdeniz: 2
Yanya 1868	Bursa 1869	Bağdat 1869	Girid 1867
Selanik 1869	Konya 1869	Yemen 1873	Rodos 1882
Prizren 1871	Diyarbakır 1869	Sa'na 1877	
Manastır 1873	Adana 1872	Musul 1882	
Hersek 1876	Kastamonu 1872	Beyrut 1888	
Priştine 1877	Ankara 1874	Basra 1889	
Manastır 1884	İzmir 1874	Hicaz 1908	
Üsküp 1888	Sivas 1878		
	Elazığ 1883		
	Balıkesir 1885		
	Kayseri 1910		
	Bolu 1913		
	Malatya 1914		
	Eskişehir 1916		
	Kocaeli 1919		
	Çorum 1921		
	Amasya 1922		
	Silifke 1922		

Yukarıda özetlediğimiz gibi Osmanlı döneminde yerel basın devlet desteği ile başlatılır. Ancak zaman içinde, özellikle de 1908 İkinci Meşrutiyet hareketinden sonra özel girişimcilerin katkılarıyla daha hızlı gelişir. Siyasi oluşumların desteği ile Osmanlı coğrafyasının farklı bölgelerinde siyasi içerikli gazeteler çıkarılmaya başlanır. Buna rağmen yerel basının gelişmesini engelleyen çok sayıda faktör vardır. Bunlardan en önemlilerini şu beş başlık altında toplamak mümkündür:

1. Okur-yazar kitlenin az sayıda olması.
2. Gazeteciliğin ve matbaacılığın ayrı bir uzmanlık işi olması.
3. Özel girişimcilerin azlığı ve bu alana ilgi göstermemesi.
4. Basın-yayın organlarına karşı duyulan resmî güvensizlik.
5. Kamuoyu fikrinin yeterince olgunlaşmaması.

Sonuç

Sonuç olarak, yaptığımız kısa değerlendirmeden de anlaşılacağı gibi basın-yayın faaliyetleri Osmanlı döneminde öncelikli olarak resmî kanalarla başlatılır. Devletin genişleyen coğrafi sınırlar içinde modern bir iletişim sistemi arayışı bu işi hızlandırır. Zaman içinde özel teşebbüsün ve siyasi oluşumların katkılarıyla gelişen yerel basın, haber akışı dışında hemen her konuda halkı aydınlatır. Bu nedenle ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel değişimlerde basının önemli rol oynadığı görülür. Örnek olarak, basın öncesi ve sonrası Türk edebiyatına göz attığımızda, bunun etkisini açık bir şekilde farkedilir. Basın öncesinde gelenekselleşmiş ve kalıplaşmış tarzda ürünler veren edebiyatçılar, batı edebiyatının da etkisiyle, basın sonrasında kendilerini saran bağlardan kurtulurlar. Basın politik anlamda olduğu kadar, kültürel alanda da özgürlüğün, demokrasinin ve açık toplum olma özleminin en büyük destekçisi olur. Gençler basın kanalıyla eğitilir, kadınlar her türlü modayı ve kültürel hareketi basından takip eder. Böylece Tanzimat'la başlayan çağdaşlaşma süreci, basının önemli katkılarıyla hayata geçirilir. Bu dönüşüm içinde Osmanlı basını, cumhuriyete geçişle yeni bir çehreye bürünerek karşımıza çıkar. Bu yeni çehrede basın, cumhuriyet idealleri ve yeni Türkiye bilincini aşılayan bir okul haline dönüşür.

Kaynaklar

- Arisarchi, Georgie: "Légslation Ottomane", İstanbul, *Journal Thraky*, 7 Volumes., 1873-1888, III, 318.319.
- Cioeta, Donald: "Ottoman Censorchip in Lebanon and Syria", 1876-1908, *International Journal of Middle East Studies*, 10, 1979, 168-86.
- Coşar, Ömer Sami: *Millî Mücadele Basını,* İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti, ty.
- Duman, Halûk Harun: "Süreli Yayınlar Üzerine Yapılmış Tezler Bibliyografyası", *Müteferrika*, 5, Bahar 1995, 157-189.
- Duman, Halûk Harun: *Balkanlara Veda,* İstanbul, Duyap Yayınları, 2005.
- Duman, Halûk Harun: *Erzurum Basın-Yayın Tarihi 1867-1997*, İstanbul, Duyap Yayınları, 2000.
- Eren, İsmâil: "Tuna Vilâyeti Matbaası ve Neşriyatı", *Türk Kültürü,* nr. 29, Yıl: 3, Mart 1965, 311-318.
- *Eski Harfli Türkçe Süreli Yayınlar Toplu Kataloğu*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Millî Kütüphâne Başkanlığı Yayınları, 1987.
- Fesch, Paul: *Abdülhamid'in Son Günlerinde İstanbul,* (Çev: Erol Üyepazarcı), İstanbul, Pera Yayıncılık, 1999.
- Güz, Nurettin: "Harf İnkılabı ve Basına Etkileri", *Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Dergisi*, 9, 1988/89, 154.156.
- Hanioğlu, Şükrü: "Jön Türk Basını", *TCTA*, c. III, İstanbul, İletişim Yayınları, 1985.
- İnuğur, Nuri: *Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Çağlayan Yayınları, 1982.
- *İstanbul Kütüphâneleri Arap Harfli Süreli Yayınlar Toplu Kataloğu 1828-1928*, İstanbul, İslâm Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi Yayınları, 1986.
- Jeltyakov, A.D.: *Türkiye'nin Sosyo-Politik ve Kültürel Hayatında Basın*, Ankara, 1979.
- Koloğlu, Orhan: "Osmanlı Basını, İçeriği ve Rejimi", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi,* c. I, İstanbul, İletişim Yayınları, 1985.
- "Tanzimat ve Meşrutiyet Dönemlerinde Sansür", *TCTA*, c. III, İstanbul, İletişim Yayınları, 1985, s. 163.
- Toprak, Zafer: "II.Meşrutiyet'te Fikir Dergileri", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi,* c. I, İstanbul, İletişim Yayınları, 1985.
- Yalman, Ahmet Emin: *The Development of Modern Turkey as Measured by its Press*, New York, Columbia Üniversitesi Press, 1914.

KURTULUŞ SAVAŞI'NDA YEREL BASININ ROLÜ

Uğur Gündüz*

Giriş

Küreselleşme yanlılarının öne sürdüğü üzere, sınırların kalktığı, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ışığında bilginin sınır tanımaksızın dolaşımda olduğu ve topluma sunulduğu bir dünyada yaşıyoruz. "Küresel düşün, yerel uygula" düsturundan da anlaşılacağı gibi küreselleşme ve yerelleşme birbirlerini ikame edici nitelikte birer sosyal pratik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerelleşmenin gündelik hayat pratiklerindeki yeri, birtakım yerel lafzıyla başlayan kavramlarla yaygınlaşmakta (Yerel yönetimler, yerel kaynaklar, yerel güvenlik, yerel basın, yerel medya vs. gibi) ve toplumsal yaşamdaki yerini almaktadır. Çalışmamıza konu olan yerel basın olgusu ise; tarihsel gelişim sürecinde dönemsel olarak incelenerek, Ulusal Kurtuluş Savaşı'ndaki boyutu ve kitlelere ulaşmadaki etkinliği irdelenecektir.

Basının ne gibi misyonları vardır ve kitleleri nasıl etkilemektedir? Bu soruya bir yanıt bulmak gerekirse; "haber verme, bilgilendirme, eğitme, kamuoyu oluşturma ve yönlendirme gibi işlevleri olan basın, gerek siyasi gerekse kültürel açıdan çok önemli bir etki aracı durumundadır. Basın, birey veya kitlelerin siyasi tercihlerini etkilediği gibi, belirli konulardaki kanaatlerinin veya tutumlarının değişmesine de etki edebilmektedir ki, nitekim basının bu özelliği siyasi çevrelerce de dikkatten kaçmamıştır. Siyasi çevreler, genelde basını propaganda amacıyla kullanma yoluna gitmektedirler. Kitleleri kendi fikirleri etrafında birleştirme, kendi etki alanı içine dahil etme düşüncesiyle hareket eden siyasiler, insanları bilgilendirme ve bu bilgilendirme işini gerçekleştirirken de etkileme ve yönlendirme amacını gütmektedirler. Doğal olarak da bunu yaparken, en uygun araç olarak düşündükleri basını kullanmaktadırlar." [1]

* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

[1] Belkıs Ulusoy, "Milli Mücadele, Propaganda, Atatürk ve Basın", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı: 20, 2004, s. 56.

"Mustafa Kemal Atatürk de basının kitleler üzerinde oluşturduğu etkinin bilincinde olan bir devlet adamı olarak, milli mücadele döneminde, bağımsız bir Türkiye kurmak amacıyla hareket ettiği dönemde basını bir silah olarak kullanmayı tercih eden devlet adamlarından biri olmuştur. Askeri alanda verdiği mücadeleye ek olarak yazınsal alanda da bir mücadeleye girişme gereksinimi hissetmiştir. Çünkü askeri alanda kazanılacak bir başarının yolunun bağımsızlık fikrini en son raddeye kadar benimsemiş, aklında bu düşünceye zıt hiçbir görüşe yer olmayan ve bu savaşın kazanılması konusunda kuşkuları bulunmayan dolayısıyla da maneviyatı çok güçlü bir kitlenin varlığından geçtiğinin bilincindedir. Askeri sahadaki mücadele, bu kitlenin vereceği destekle kazanılabilecektir. Bu maksatla, genellikle Anadolu'daki kurtuluş hareketine dair hiçbir bilgi içermeyen ve ekseriyetle İstanbul hükümeti ile ilgili ve itilaf devletlerinin Türkiye ile ilgili düşünce ve faaliyetleriyle alakalı yayınlar gerçekleştiren İstanbul basınının yayınlarına karşın alternatif bir basın oluşturulması düşünülmüştür. Bu alternatif basın aracılığıyla kamuoyunun ülkede hali hazırda yürütülmekte olan bir bağımsızlık mücadelesinin varlığından haberdar edilmesi, kamuoyunun söz konusu mücadeleye katılmaya teşvik edilmesi ve bu doğrultuda yönlendirilmesi amaçlanmıştır. Sözü geçen basının; İstanbul dışında, yabancı kuvvetlerden ve İstanbul hükümetinin baskı ve sansüründen uzak bir bölgede faaliyet göstermesine karar verilmiştir. Bu düşünceden hareketle Anadolu'nun pek çok vilayetinde ve kazasında Anadolu Basını veya milli mücadele basını olarak adlandıracağımız bir basın yayın faaliyeti hayat bulmuştur." [2]

1. Kurtuluş Savaşı'nda Anadolu Basını'nın Durumu

Birinci Dünya Savaşı bitiminde imzalanan Mondros Mütarekesi (30 Ekim 1918) ile Osmanlı İmparatorluğu topraklarının büyük bölümü, 1 Kasım 1918'den itibaren itilaf devletlerince işgal edilmiştir. Mütarekenin 7. maddesi uyarınca galip devletlerin (İngiltere, Fransa, İtalya), askeri kuvvetleri tarafından gerçekleştirilen işgal eylemleri, iç politikada da, iktidarın devrilmesi, yeni bir hükümetin kurulması, Meclis-i Mebusan'ın feshedilmesi gibi değişikliklere neden olmuştur. [3]

1918-1923 yıllarını kapsayan bu dönemde, merkezi İstanbul'da bir Osmanlı hükümeti, bir de merkezi Ankara'da TBMM hükümeti vardır. Osmanlı

[2] Ulusoy, *a.g.m.*, s. 56.
[3] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2001, s. 104.

hükümeti işgal kuvvetleriyle işbirliği yapmakta, Ankara hükümeti ise, ülkenin bağımsızlığı için Kurtuluş Savaşı'nı yürütmekteydi. Basın da bu duruma paralel olarak İstanbul basını ve Anadolu basını olmak üzere iki merkezde gruplaşmıştır. İstanbul basınında da bu bölünmeyi yansıtan çeşitli gruplaşmalar görülmektedir. İstanbul'da yayınlanan gazetelerin bir kısmı, Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'da yönettiği Kurtuluş Savaşı'nı destekliyor, ancak Osmanlı hükümetinin 5 Şubat 1919 tarihli kararnamesiyle kurulan ve işgal kuvvetlerinin buna eklenen ve hatta şiddetlendiren sansürleri yüzünden cesur ve bilinçli bir yayın yapamıyorlar, gerektiği şekilde seslerini duyuramıyorlardı. Bu nedenle mütareke döneminde gazeteler, hem hükümetin hem de işgal kuvvetlerinin sansürü altına girmiştir. [4]

Böylesine karışık bir toplumsal ve siyasal ortamda, Anadolu halkının ulusal bağımsızlık mücadelesine çekilebilmesi amacıyla, kamuoyunu bir fikir doğrultusunda şekillendirmeye yönelik propaganda faaliyetine girişilmesi Kurtuluş Savaşı'nın başarıya ulaşması ve yeterli halk desteğini sağlaması açısından gerekliydi. İşte bu yüzden Mustafa Kemal Paşa; Erzurum ve Sivas kongrelerinin yapıldığı tarihlerde ülke içinde cereyan eden olayları, ulusal bağımsızlık hareketini başlatanlara halkın duyduğu destek ve güveni, yurtiçi ve yurtdışındaki kamuoyuna süratle iletme amacıyla *İrade-i Milliye* ve ardından da *Hakimiyet-i Milliye* gazetelerinin yayınlanmasını sağlamıştır.

Mustafa Kemal, *İrade-i Milliye ve Hakimiyet-i Milliye*'nin kurulmasını sağlamakla kalmadı, Anadolu'da Kurtuluş Savaşı'nı destekleyen basının yaratılıp güçlenmesi için de çalıştı. Meclis'teki bir konuşmasında, "Bütün gazetelere ne yolda idare-i kelam edeceklerine (yazacaklarına) dair tarafımızdan talimat verişmiştir ve bütün matbuatımız bu dairede ifa-yı vazife etmektedir, diyordu. Yalnızca işgal altındaki bölgelerde çıkan birkaç gazete ile Hürriyet ve İtilaf Fırkası'nı tutan birkaç yayın Kurtuluş Savaşı'nı desteklemiyordu; bunlardan birkaçı aleyhte yazıyordu. [5]

Mustafa Kemal Paşa, Ulusal Bağımsızlık Savaşının yanında yer alan basının dikkate alacağı hususları açıklarken, ulusal hak ve hukukun korunması yanında, Avrupa kamuoyunu da kendi yanlarına çekecek yazıların yazılmasını, onların darıltılmamasını, milletlerin hak ve hukuka saygı gösterilmesini de istemekteydi. Nitekim Mustafa Kemal Paşa, 4 Mart 1920'de, Sivas vilayetine ve Heyet-i Merkeziye'ye yolladığı telgrafta, basının dikkatini çekerken basın

[4] M. Nuri İnuğur, *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, Çağlayan Kitabevi, 1982, s. 337.
[5] Alpay Kabacalı, *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi*, İstanbul, Cem Ofset Matbaacılık, 1998, s. 152.

mensuplarına, dünya milletlerinin uluslararası sorunlarının çözümlenmesinde onları gücendirecek hareketlerden kaçınılmasını istemiştir. [6]

Mustafa Kemal'in gazetecilik faaliyetlerine önem vermesinin nedenlerine değinecek olursak;

a) Anadolu'da oluşan bağımsızlık fikirlerinin arttığı bu dönemde bağımsızlık yolunda bir fikir birliği oluşturmak,

b) Gerekli siyasi, sosyal ve kültürel zemini hazırlamak için işe girişmiş ve davalarının propagandasını yapmak için milli merkezler ve çeşitli dernekler kurmanın yanı sıra bu faaliyetlerin gazeteciliğin enformasyon akışı yoluyla duyurulması ve geniş halk kitlelerine yayılmasını sağlamak

c) Dış dünyayı Milli Mücadeleden, Kurtuluş Savaşı'ndan haberdar etmek; böylece bütün dünyaya basın yoluyla Ulusal Bağımsızlık Savaşının varlığını duyurmak ve dış destek sağlamak biçiminde özetleyebiliriz.

Mustafa Kemal Paşa, dış dünyayı Ulusal Bağımsızlık Savaşından haberdar etmek için, yabancı gazetecilerle ilişki kurmak, onlara beyanat vermek yollarına her zaman başvurmuştur. Halide Edip Adıvar'ın tavsiyesi üzerine, Sivas Kongresi'ne (4-11 Eylül 1919), Louis E. Browne adlı Amerikan *Chicago Daily News* gazetesi muhabiri gelmişti. Mustafa Kemal, bu gazeteciye, Amerikan Kongresi'nden Türkiye'yi incelemek ve gerçek durum hakkında rapor hazırlamak üzere bir heyet gönderilmesini söyleyerek Sivas Kongresi hakkındaki bilgilerin kendi ve birkaç arkadaşının imzasıyla Amerikan Senatosu'na iletilmesini sağladı. Böylece, bütün dünyaya, basın yoluyla Ulusal Bağımsızlık Savaşının varlığını duyurmuş oldu. [7]

Mustafa Kemal 19 Mayıs 1919'da, Anadolu'ya geçmeden önce, yabancı işgaline karşı sesini yükselten Türk gazeteleri ve gazetecileri de bulunmaktadır. Bunların başında 15 Mayıs 1919'da Kordon'da ilerleyen Yunan askerlerine ilk kurşunu attıktan sonra şehit edilen, İzmir'in *Hukuk-u Beşer* gazetesi başyazarı Hasan Tahsin (Osman Nevres) gelmektedir. Ancak bazı Anadolu gazeteleri, direnmekten çok işgalcilerle uzlaşma eğilimi göstermişlerdir.[8]

İstanbul'da yayımlanan gazetelerin bir bölümü, Mustafa Kemal'in başlattığı kurtuluş hareketini desteklemişlerdir.Ancak, Osmanlı hükümetinin 5 Şubat

[6] Yücel Özkaya, *Milli Mücadelede Atatürk ve Basın I*, İstanbul, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş, 2001, s. 40.
[7] *a.g.e.*, ss. 40-41.
[8] Orhan Koloğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994, s. 61.

1919 tarihli kararnamesiyle başlatılan ve işgal kuvvetlerinin de buna eklenen sansür uygulamaları yüzünden, seslerini yeterince yükseltememişlerdir. Yine de *İleri*, *Yenigün*, *Akşam* ve *Vakit* gazeteleri, basın tarihimizde Mustafa Kemal'e verdikleri destekle yer almışlardır.[9] "Ayrıca bu gazetelerin birçoğu (başta *Vakit* ve *Tasvir*) Ankara'ya, silah, adam ve haber kaçırma işlerinde fiilen rol aldılar. Kuvay-i Milliye'nin zaferleri, İstanbul'daki işgal sansürüne rağmen halka sürekli yansıtıldı. Öyle bir durum belirdi ki, Türk milliyetçiliği hem Anadolu hem de İstanbul basını aracılığıyla topluma tamamen hakim oldu." [10]

"Kurtuluş Savaşı ve bu savaşı yürütenlere karşı amansız bir biçimde saldıran gazeteler, İstanbul Hükümeti ve işgal kuvvetleri tarafından olabildiğince desteklenmişlerdir. Bu gazetelerin arasında, *İstanbul*, *Alemdar*, *Peyam-ı Sabah*'ı saymak mümkündür."[11] Kurtuluş Savaşı sırasında gazetecilik alanında yaşanan bölünmeyi şu şekilde açıklamak mümkündür: Bir tarafta Mondros Mütarekesiyle başlayan süreçte; milli mücadelenin karşısında yer alan, imparatorluğun varlığını sürdürmesinin işgal güçleriyle uzlaşma yoluyla sağlanabileceğini savunan Mütareke basını ve diğer tarafta Mustafa Kemal'i ve dolayısıyla Kurtuluş Savaşı'nı destekleyen Milli Mücadele basını...

Yazılı basının bir başka alanı olarak dergicilik faaliyetlerinden bahsetmek gerekirse; gazetelerde yaşanan bölünme dergicilik alanında görülmemiştir. "Hemen hemen yayımlanan tüm dergiler milli mücadelenin yanında yer almışlardır. Bu dönemin önemli dergileri arasında *Büyük Mecmua* (1919), *Ümid* (1919), *Kurtuluş* (1919), *Aydede* (1920), *Aydınlık* (1921) ve *Dergah* (1921) yer almaktadır." [12]

Kurtuluş Savaşı boyunca Anadolu'da yüz dolayında gazete çıkmış; bunların büyük bir kısmı Ankara'yı desteklemiştir. Büyük zorluklar içinde yayın hayatlarını sürdürmek zorunda kalan çoğu pedal makinesinde basılan bu gazeteler özellikle düşman işgali altındaki şehirlerde kağıt sıkıntısından etkilenmişlerdir. Tiraj rakamlarından bir örnek vermek gerekirse; *Hakimiyet-i Milliye* ve Ankara'da haftada bir çıkan *Köy Hocası* 2000, *Yeni Gün* 1750 tirajlıdır. Anadolu'da ve Ankara'da en büyük tirajı Mehmet Akif'le Eşref Edip'in çıkardıkları, dinsel konulara ağırlık veren *Sebil'ür Reşad* (1908'de İstanbul'da *Sırat-ı Müstakim* adıyla

[9] Girgin, *a.g.e.*, ss. 109-110.
[10] Koloğlu, *a.g.e*, s. 116.
[11] Hıfzı Topuz'dan akt. Atilla Girgin, s. 110.
[12] Aslı Yapar Gönenç, *Türkiye'de ve Fransa'da Dergicilik ve Kadın Dergileri*, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2006, s. 25.

yayına başladı) sağlamaktadır: 3000 adet. Sarıkamış'ta çıkan *Varlık* ile Trabzon'da çıkan *Güzel Trabzon*'un tirajları 1000'dir. Öteki Anadolu gazetelerinin büyük çoğunluğu ise 250-300 tirajlıdır. [13]

Milli mücadele sırasında önemli roller üstlenen Anadolu gazeteleri 1919'un sonlarına doğru ülkenin hemen her köşesine yayılmıştır. Edirne'de *Ahali*, Erzurum'da *Albayrak* ve *Envar-i Şarkiye*, Antalya'da *Anadolu*, Balıkesir'de *İzmir'e Doğru*, Kayseri'de *Adana'ya Doğru*, Trabzon'da *İstiklal*, ayrıca Kastamonu'da *Açıksöz*, Adana'da *Yeni Adana* ve Konya'da *Öğüt* örnek olarak verilebilir. Bunların sayısı 50–60 civarındadır ve çok zor şartlar altında yayın hayatlarını sürmektedirler. Kimi soba borularından toplanan isle hazırlanmış mürekkeple, kimi vagonlarda, kimi sarı kağıda basılmıştır. Bu gazetelerin hazırlanmasında çalışanlar zamanı geldiğinde kalemi bırakıp Kuvayi Milliye saflarında da savaşmış, akşamları da gazetelerine dönmüş kişilerdir.

Bu gazetelerin kurtuluş savaşında ne kadar etkili rol oynadıklarını anlatan bir örnek olarak Fransız istihbarat subayının notlarında yer alan bir belgeden bahsetmek gerekirse;

"Balıkesir'de Milli kuvvetlerin idarecileri elinde çok okunan ve etki alanı çok geniş bir gazete var: İzmir'e Doğru…Bu gazeteyi mükemmel bir propaganda silahı haline getirmeyi başarmışlar. İzmir'e Doğru'nun tirajı 2000'dir. Bu, kati bir rakamdır. Yalnız bu tiraj gazetenin okuyucu adedi hakkında bir fikir vermez. Çünkü İzmir' Doğru birer-ikişer adet köylere gönderilmektedir. Herkes onu tanır, bilir. Akşam olunca, köydekiler ocak başında toplanınca, köyün okur yazar kişisi İzmir'e Doğru'yu başından sonuna kadar yüksek sesle okur. Yunanlıların işgal bölgelerinde giriştikleri mezalimi, cephe yakınındaki masum, savunmasız Türk köylerinin Yunan uçakları tarafından bombardımanını, halkın bu işgal sebebiyle neler çektiğini, ızdırabını, felaketini okur. Böylece kafalarda intikam fikrinin ilk tohumları atılır, yeşerir, beslenir. İzmir'den Yunan ordusunu söküp atacak bir kuvvetin kurulması lüzumuna da köylüler yavaş yavaş inandırılmış olur. Kemalist subaylar asker toplamak için köylere vardıklarında havanın önceden bu gazete tarafından hazırlanmış olduğunu görürler ve işleri böylece son derece kolaylaşır." [14]

Görüldüğü üzere, tiraj ve boyut olarak çok küçük, fakat gördükleri görev itibariyle çok büyük olan gazeteler milli mücadelede Mustafa Kemal Paşa'nın

[13] Kabacalı, *a.g.e.*, s. 156.
[14] Ömer Sami Coşar, *Atatürk ve Basın*, Türkiye Gazeteciler Sendikası İstanbul Şubesi'nin Düzenlediği Seminer Kitabı, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Sendikası İstanbul Şubesi, 1981. ss. 23-24.

işini kolaylaştırmışlardır. Halkı bilinçlendirmek ve mücadeleye sürüklemek bakımından yazdıkları yazılara hemen hemen her gazetede rastlanır. Bursa'da *Gündüz* adlı gazeteden bir örnekte şu satırlara rastlanmaktadır ;

"Bursalılar, silah başına! Kabadayılar, delikanlılar, söz yüzünden katil olan, bir kahve yüzünden kardeş kanına giren, mertlik davasında gezen yiğitler! Ne duruyorsunuz? İzmir'e!..." [15]

Konya'da *Öğüt* gazetesinde de şu satırlar yer alır ;

"Düşman canevinize girerken dükkanında çalışan, bir daireye yerleşen, evlerine gizlenen ey vefasız çocuklar! Size hitabediyor ve diyoruz ki; girdiğiniz deliklerden çıkın. Azıklarınızı alın, erlik alanına, hak yoluna gidin. Yoksa, daha fazla sabredemeyip gazetemizde sizleri teşhir edeceğiz." [16]

Anadolu'da Milli Mücadele'nin doğup gelişmesinin yanı sıra bir de Milli Mücadele Basını doğmuş ve gelişmiştir. Gazetelerde o zamanlar en basit baskı araçları kullanılmıştır. Bazı yerlerde de gazete esericedit denilen yazı kağıtlarına basılmıştır. Baskı makineleri at ve öküz arabalarıyla ilden ile taşınmış ve gazeteler en ilkel koşullar altında yayınlanmıştır. Meslekte mürettip (dizici) yoktur, matbaacı yoktur, yedek parça yoktur…ama Milli Mücadeleye katılanlar her şeye rağmen gazete çıkarmıştır. Bu yılar Türk basın tarihinin kahramanlıklarla dolu dönemlerinden biri sayılır. Anadolu basınının düşmana ilk direnişi İzmir'de *Hukuk-ı Beşer* (insan hakları) Gazetesi Başyazarı Osman Nevres'in (takma adıyla Hasan Tahsin'in) 1919 Mayıs'ında Kordon boyunda karaya çıkan Yunan askerlerine attığı kurşunla başlar.[17]

2. Kurtuluş Savaşı'nda İstanbul Basını'nın Durumu

Mütareke yıllarında İstanbul basınında Milli Mücadele haberlerinin kaynağı genellikle takalarla, motorlu kayıklarla, yük gemileriyle İnebolu'dan ya da İzmit'ten getirilen haber bültenleriydi. 6 Nisan 1920'de Ankara'da Atatürk'ün kararıyla kurulan Anadolu Ajansı'nın Ankara'da Resmî Tebliğ olarak yayınladığı bu bültenlerde Meclis toplantılarının özetleri ve cephe haberleri vardı. Bunları çeşitli yollardan bulan kaptanlar, lostromolar, tayfalar İstanbul'a getirir, gazetecilere

[15] Coşar, *a.g.e.*, s. 24.
[16] *A.y.*
[17] Hıfzı Topuz, *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s. 118.

satarlardı. O zamanlar gazeteler bülten avcılığı için özel muhabirler tutmuşlardı. Bunlar sabah erken saatlerde, Kızkulesi açıklarında demirleyen ya da Yemiş iskelesine yanaşan motorlara yaklaşıp bu bültenleri elde etmeye çalışırlardı. [18]

23 Nisan 1920'de TBMM açıldı ve 2 Mayıs'ta 11 üyesiyle ilk hükümet kuruldu. Bu ilk bakanlar kurulu 2 sayılı kararnamesinde basınla ilgili şu nokta önemlidir:

"İstanbul ile her nevi resmî muhaberat memnudur. Dersaadetten gelecek evrakı resmîye ve İstanbul matbuatı derhal iade olunacaktır. Evrakı varideyi ve matbuatı kabul eden veya iade etmeyen memurlar hıyaneti vataniye mucibince itham edilecektir. Şunu belirtmek gerekir ki, bu yasaklamadaki maksat Ankara hükümeti aleyhine saray ve düşman işgal kumandanlığından para alarak coşan düşman yanlısı basının yaptığı yayınlardan, milli hudutlar içindeki vatandaşları uzak tutmaktır. Ankara hükümeti bu münasebetle milletin yüksek menfaatlerini millete anlatmak ve dünyanın her tarafında propaganda yapmak amacıyla başta padişah olmak üzere, önceki hiçbir hükümetin aklına gelmeyen yeni esas ve görevlerle donanmış bir Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesini kurdu." [19]

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere TBMM'nin işi nasıl sıkı tuttuğu anlaşılmaktadır. Hükümet bunun için Meclis'te derhal bir İrşad Encümeni kurmuş ve tasarının ele alınmasını sağlamıştır. Tasarı 7 Haziran 1920'de 6 sayı ile 4 maddeden ibaret ilk Matbuat Kanunu halini almış, idarenin başına da Hamdullah Suphi (Tanrıöver) getirilmiştir. Meclis başkanlığına bağlı olarak 25 Aralık 1920 yılına kadar çalışan Umum müdürlük, 79 sayılı kanun ile Hariciye Vekaleti'ne bağlanmıştır. [20]

Yukarıda da belirtildiği üzere Mustafa Kemal Paşa, zararlı yayınların Türk kamuoyuna ulaşmasını ve halk arasında bu yüzden karışıklık çıkmasını istememekteydi. Zararlı yayınların halka ulaşmaması için, 6 Mayıs 1920'de bir sansür talimatnamesi çıkarılmış ve 20 Mayıs 1920 tarihli *Hakimiyet-i Milliye*'de yayınlanmıştı. 19 maddelik bu talimatnamenin ilk maddesi, İstanbul ile her çeşit resmî haberleşmenin yasak olduğu, sahildeki ilk sansür merkezlerinde İstanbul'dan gelen resmî yazışmaların durdurulup gene İstanbul'a gönderilmesi ile ilgilidir. İkinci madde, İstanbul gazetelerinin taşraya girmesinin yasak olması konusundadır. Bütün İstanbul gazeteleri sahil sansür merkezlerinden geriye

[18] Topuz, *a.g.e.*, s. 140.
[19] Fuat Süreyya Oral, *Türk Basın Tarihi*, 1919-1965 Cumhuriyet Dönemi, Doğuş Matbaacılık, t.y, s. 60.
[20] Oral, *a.g.e.*, s. 61

yollanacaklardı. Bu gazeteleri ve resmî evrakları kabul eden ya da geriye göndermeyen memurlar "Hiyanet-i Vataniye" yasası ile yargılanacaklardı. Görülüyor ki, İstanbul basını Anadolu hareketinden bahsetmemekte, yalnız padişah ve İstanbul hükümetinden bahsetmekte, ancak Ankara da bu yararsız basının Anadolu'ya girmesini önlemekle misilleme yapmakta ve halkın aldatılmasını önlemektedir. [21]

İstanbul basını sansür ve işgal nedeniyle Kuvayi Milliye'nin ve Mustafa Kemal Paşa'nın çalışmalarını başlangıçta yayınlayamamış, ancak başarının görülmeye başlanması ve sansürün kısmen kalkması ile 1921 başlarından itibaren Kurtuluş Savaşı ile ilgili haberlere yer vermeye başlamışsa da, bunlar hiçbir zaman Anadolu basınının boyutlarına ulaşamamıştır. 1921'den sonra, artık İstanbul basınının rahat yayın yapmaya başladığını görmekteyiz. Böylece İstanbul ve Anadolu basını bir bütün olarak çalışma ortamına girmiş ve Kurtuluş mücadelesinin kazanılmasında pay sahibi olmuşlardır.

Sonuç

Kurtuluş Savaşı'nda, milli bütünlüğün sağlanması, halkın bir bayrak altında toplanması hususunda olağanüstü çaba gösteren Mustafa Kemal Paşa ve arkadaşlarına, Anadolu Basını ve zaman zaman İstanbul basını kamuoyunun oluşması ve bilinçlenmesi bakımından büyük yardım sağlamıştır. Mustafa Kemal, bu arada halkın moralinin bozulmaması ve yanlış bilgi alınmaması için zararlı yayınlarda bulunan bazı İstanbul gazetelerinin ve azınlıkların basın organlarının Anadolu'ya sokulmaması konusunda önemli çalışmalar yapmıştır. Mustafa Kemal basının toplumsal etkilerini çok iyi analiz eden, kitleler üzerindeki psikolojik yansımalarını iyi kavramış bir lider olarak tarihe geçmiş, bu yaklaşımını da yaptığı konuşmalarda açıkça belli etmiştir.

Basının toplumsal kuruluştaki dinamik işlevini, 1 Mart 1922'de verdiği bir söylevde şöyle değerlendirir:

"Basın, milletin genel sesidir. Bir milleti aydınlatma ve doğru yolu göstermede, bir millete muhtaç olduğu düşünce besinini vermekte, özetle bir ulusun mutluluk amacı

[21] Yücel Özkaya, *Milli Mücadelede Atatürk ve Basın II*, İstanbul, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş, 2001, ss. 9-10.

olan ortak yönde yürümesini sağlamakta, basın başlı başına bir güç, bir okul, bir rehberdir."[22]

Ulu önder Atatürk "Basın özgürlüğünden doğan tehlikeleri gidermenin aracı yine basın özgürlüğünün kendisidir" diyerek basının propaganda ve kitleleri yönlendirme işlevinin yanında, halkı aydınlatma ve haber alma aracı olarak kullanılmasına da vurgu yapmıştır. Basın özgürlüğüne verdiği önem bu sözlerinden anlaşılmaktadır ve cumhuriyet rejiminin gereği olan demokratik anlayışın da doğal bir sonucudur.

Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasında önemli bir yere sahip olan basın Atatürk'ün önem verdiği bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasının ardından cumhuriyetin ilan edilmesi, ilke ve inkılapların hayata geçirilmesi sürecinde de basın önemli görevler üstlenmiştir. Yeni kurulan cumhuriyetin ve onun getirdiği yeniliklerin halka anlatılmasında ve benimsenmesinde de tıpkı Kurtuluş mücadelesinde olduğu gibi önemli roller üstlenen basın; Atatürk tarafından her zaman ön planda ele alınan bir kurum olmuştur.

Tarihsel gelişim sürecinden de anlaşılacağı üzere Yerel basın, Kurtuluş Savaşı döneminde Türk halkına moral vermek, bilgilendirmek, milli mücadelenin teşkilatlanmasını sağlamak ve işgal güçlerine karşı direniş gösterilmesi için kamuoyu oluşturmak adına çok önemli görevler üstlenmiştir. Atatürk ve silah arkadaşlarının verdiği ulusal bağımsızlık mücadelesinde; siyasi ve askeri alanda sağlanan başarı Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasını sağladığı gibi, gazetecilik alanında Milli Mücadele basını ve Mütareke basını arasındaki savaşın da Milli Mücadele basını tarafından kazanılması, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerine atılan güçlü bir harç olmuştur.

Kaynaklar

- Coşar, Ömer Sami: *Atatürk ve Basın, Türkiye Gazeteciler Sendikası İstanbul Şubesi'nin Düzenlediği Seminer Kitabı*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Sendikası İstanbul Şubesi, 1980.
- Gevgilili, Ali: *Türkiye'de Yenileşme Düşüncesi, Sivil Toplum, Basın ve Atatürk*, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 1990.

[22] Ali Gevgilili, *Türkiye'de Yenileşme Düşüncesi, Sivil Toplum, Basın ve Atatürk*, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 1990, s. 124.

- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2000.
- Gönenç, Aslı Yapar: *Türkiye'de ve Fransa'da Dergicilik ve Kadın Dergileri*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2006.
- İnuğur M. Nuri: *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, Çağlayan Kitabevi, 1982.
- Kabacalı, Alpay: *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi*, İstanbul, Cem Ofset Matbaacılık, 1998.
- Koloğlu, Orhan: *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994.
- Koloğlu, Orhan: *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*, İstanbul, Pozitif Yayınları, 2006.
- Oral, Fuat Süreyya: *Türk Basın Tarihi, 1919-1965 Cumhuriyet Dönemi*, Doğuş Matbaacılık, t.y.
- Özkaya, Yücel: *Milli Mücadelede Atatürk ve Basın I*, İstanbul, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş, 2000.
- Özkaya, Yücel: *Milli Mücadelede Atatürk ve Basın II*, İstanbul, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş, 2000.
- Ulusoy, Belkıs: *Milli Mücadele, Propaganda, Atatürk ve Basın*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sayı: 20, 2004, ss. 55-64.

EK- 1

7 Nisan 1920 tarihli *Hakimiyet-i Milliye* gazetesi nüshası



حاكميت ملّيه

عاصيلر پريشان و حاله كلديلر

شريعت پرده سي آلتنده مورديه عاصيلرآ وحشيانه ده

ارمنی اتهوف ايدلشدر عسكرلرمز موفقيتن موفقيتن يورلر

آلمان سفيری بادولی جنابلری

اعتماد نامه لرينی رئيس جمهوره تقديم ايتدلر

ايلك نتيجه لر

تورکيه ايش بانقه سی هيئت عموميه اجتماعی

خلقك منافعه خادم اولمق شعاريله بانقه

اقتصادی ماهده سوقی اوزره فعاليته

EK- 2

Kastamonu'da yayınlanan *Açıksöz* gazetesinin 25 Şubat 1921 tarihli 421 tarihli nüshası (Milli mücadeleyi destekleyen belli başlı Anadolu gazetelerindedir)



آچيق سوز

عزم مليمز محقق يونانستانی يقه جقدر

بويوك مسامره

EK- 3

***İrade-i Milliye* gazetesinin 8 Mayıs 1912 tarihli nüshası**



قوناقجیلق سیاستی

مجلس مبعوثان ریئسی

صالح پاشا حضرتلری

قاینه تشکیله مأمور ایدلدی

ازمیر جریمه‌سنده

اورفه‌ده..

قاینه محرانی مناسبتیله کشیده ایدیلن

تلغراف صورتلری

EK- 4

Milli Mücadeleyi destekleyen Anadolu Basını'na bir örnek, *Konya Öğüt* gazetesi



افادهٔ مخصوصه

آلمان باش و کیانك

مملکتزده غزته وغزتهجیلکه بر نظر

یوقدر!

دوست روسیه

فرعون وفنارلی آدم

منارلق مسئلهسی

EK- 5

Erzurum'da yayımlanan *Envar-i Şarkiye* gazetesi



EK- 6

Adana ve civarında yayımlanan, *Yeni Adana* gazetesi



EK- 7

Dergicilik alanında Milli Mücadele basınına bir örnek: 1920 tarihli *Aydede*


آی دده

YEREL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ VE GELECEĞİ

Orhan Erinç*

Bilindiği gibi, Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı İmparatorluğu'nun üzerine kurulmuştur. Bu nedenle, yerel medya dediğimiz zaman şu anda ülkemizin sınırları dışında kalan ülkelerdeki medyayı bir yana bırakarak, bugünkü sınırlarımız içindeki medyayı göz önüne almak gerekmektedir.

Türkiye'de ilk gazeteler İstanbul'da yayımlanmıştır. Ama o dönemde İstanbul'da yayınlananlar bugünkü değerlendirmelere göre yerel medyadırlar. Çünkü başka illerde veya o dönemdeki tanımıyla, eyaletlerde satış olanakları bulunmamaktadır.

11 Kasım 1831 'de ilk Türkçe gazete olan *Takvim-i Vekai*'yi yayımlandı. *Takvim-i Vekai*'yi bugün de *Resmî Gazete* olarak yayınını sürdüren Osmanlı İmparatorluğu 'nun resmî gazetesiydi. Türkçe, Farsça, Arapça, Ermenice, Rumca ve Fransızca olarak da yayımlanıyordu. İlk gün 5000 adet basılıp İstanbul' da dağıtıldığı gibi, taşradaki askeri ve mülki üst yöneticilere, hatta şehir ve kasabaların ileri gelenlerine de gönderilmiştir. 120 kuruştan yıllık abone yapılacağı açıklanmıştır. Buna göre abone yoluyla dağıtıldığını düşünürsek, bu gazeteyi yaygın basın organı olarak adlandırmak doğru olmayacaktır. Sonra, 31 Temmuz 1840'ta *Ceride-i Havadis* arkasından 21 Ekim 1860'ta *Tercüman-ı Ahval* çıkmıştır. Ve son olarak, yerel medyanın başlangıç yıllarını alırsak 15 Eylül 1864' de *Ruznameyi Cerideyi Havadis* Gazetesi çıkmıştır. O zamana kadar Osmanlı İmparatorluğu'nda yayınlar için izin alma zorunluluğu yoktur. Her ne kadar bazı gazeteler kurulurken padişahtan izin istiyorlarsa da, bu istek bir ölçüde gazeteye padişahın katkısını da sağlamak amacını güden başvuru biçimi olarak değerlendirilebilir.

İlk defa 1 Ocak 1865'te bugünkü Türkiye sınırları içinde yayınlanan gazetelere izin alma zorunluluğu getirilmiştir. İstanbul'da Osmanlı uyruklular için Eğitim Bakanlığı'na, yabancı uyruklular için Dışişleri Bakanlığına başvurarak izin alınması istenilmiştir. Diğer illerde, yani eyaletlerde ise başvurular valiliklere yapılmıştır Ancak o dönemde valilerin izin verip vermeme

* Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı.

hakları bulunmamaktadır. Bu sebepten dolayı gazete çıkarmaya teşebbüs edenler isteklerini, Osmanlı uyruklular için İçişleri Bakanlığına, yabancı uyruklular için de Hariciye Nezaretine yani Dışişleri Bakanlığına aktarmışlardır.

Yine bilinen konulardan biri, Osmanlı dönemindeki valilerin vilayetlerine matbaa kurmaya çalışmalarıdır. Bu matbaalarla da kendi eyaletleri içindeki haberlerin, bilgilerin yayınlanmasını sağlama amacı gütmüşlerdir. Türkiye sınırlan içindeki ilk yerel gazete olarak tanımlanabilecek vilayet gazeteleri 1869 yılında Diyarbakır'da ve Erzurum'da yayınlanmaya başlamıştır.

Türkiye'de gazetelerin ne zaman yaygın basın olduğu konusunda ise kesin bilgiler bulunmamaktadır. Gazetelerin uzun süre yerel basın olarak görevlerini yerine getirmeye çalıştıkları söylenebilir. Gazetelerin, en parlak dönemlerini Kurtuluş Savaşı yıllarında yaşamışlardır. Bu dönemde gazeteler hem Kurtuluş Savaşı'na destek vermek için yayınlanmaya, hem de bölgesel basın haline dönüşmeye başlamıştır. Ve yaygın basın konusundaki ilk bilgiler arasında 1923 yılında Bilal Akba'nın Ankara'da İstanbul gazetelerinin bayiliğini almasıyla başladığına dair bir kayıt yer almaktadır. "Gazete dağıtıcılığında 115 yıl" başlığıyla, Milliyet Gazetesi'nde çıkan habere göre, Mehmet Hazar'ın 1885'ten beri Antalya'da gazete dağıttığı yolunda bilgiler ve belgeler bulunmaktadır. Ancak hangi gazetelerin satıldığı konusunda yeterince bilgiye ulaşılamamaktadır.

O dönemde gazetelerin belli bir fiyat1a değil de, bağış karşılığı satıldığı yolunda bilgiler aktarılmıştır. Yerel basının tarihsel gelişimini bu şekilde özetlenebilir. Günümüzü ise hem Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün hem de Basın İlan Kurumu'nun kaynaklarından yararlanarak şu şekilde özetleyebiliriz: Türkiye'deki illerin il merkezlerinde 350 gazete yayımlanırken; ilçe merkezlerinde yahut ilçe sınırları içinde de 374 gazete yayımlanmaktadır. Bu sayılar sadece resmî ilan yayınlama hakkı olan gazeteleri göstermektedir. Muhtemeldir ki, oralarda yeni yayınlanmış, bekleme süresinde olan veya gerekli kurallara uymadığı için, özellikle başka yerlerde basılıp da o il sınırları içinde satılan gazeteler de vardır, ancak söz konusu veriler onları kapsamamaktadır. Bu bilgiler 1999 sonu itibarıyla valiliklerden alınmış olan bilgilerdir.

Ancak Artvin'de, Kars'ta, Mardin'de, Muş'ta, Siirt'te, Sinop'ta, Iğdır'da ve Osmaniye'de yayımlanan gazetelerden hiçbirinin günlük olmadığı anlaşılmaktadır. Haftada beş günle iki gün arasında değişen yayın süreleri bulunmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak şöyle bir değerlendirme yapılabilir; Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunmayan, yani Ankara, İzmir, İstanbul, Bursa ve Konya illeri dışında 290 günlük, 19 haftada 5 gün, 1 haftada 4 gün, 8 haftada 3

gün, 69 haftada 2 gün, 262 haftalık, 1 tane 10 günlük, 1 tane 13 günlük, 29 tane 15 günlük, 2 tane 20 günlük, 14 tane aylık ve 1 tane de 2 aylık süreyle yayınlanan gazete bulunmaktadır.

Şimdi, o dönemden bugüne bakınca görüyoruz ki, gerçekten bütün sıkıntılara, zorluklara ve ekonomik azlıklara karşın yerel medyada çok önemli bir gelişme var. Hem teknik açıdan, hem içerik açısından, hem de çalışan elemanların kalitesi ve sayısı açısından gerçekten hepimizi mutlu eden bir gelişme var.

Afyon Türkeli: 1951, *Antalya İleri*: 1949, *Demokrat Çoruh* (Artvin): 1950, *Ses* (Aydın): 1946, *Bartın*: 1924, *Bayburt Postası*: 1953, *Düzce Postası*: 1951, *14 Eylül*: 1946; bu gazete Bursa Karacabey'de çıkıyor, *Çankırı*: 1954, *Denizli*: 1951, *Yeni Yurt* (Diyarbakır): 1953, *Vatandaş* (Edirne): 1948, *İstikbal* (Eskişehir): 1951, *Sakarya* (Eskişehir): 1946, *Demokrat Gümüşhane*: 1950, *Yeşil Giresun*: 1925, *İskenderun*: 1947, *Körfez*: 1950, *Öz Vatan*: 1949, *Demokrat Isparta*: 1947, *Memleket Postası* (Kahramanmaraş): 1946, *Ülker Gazetesi* (Kayseri): 1927, *Yeşil Yurt* (Kırklareli): 1925, *Babaeski Postası*: 1954, *Konya Pervasız Gazetesi*: 1953, *Araplar Postası*: 1954, *Zümrüt Rize*: 1950, *Akşam Haberleri* (Sakarya): 1951, *Yeni Sakarya*: 1954, *Siirt*: 1937, *Anadolu* (Sivas): 1953, *Yeni İnan* (Tekirdağ): 1952, *Van Sesi*: 1943, *Şafak* (Zonguldak): 1955 ve *Uyanış* (Zonguldak): 1951.

Hem bu yayın organlarına daha uzun ömürler diliyorum, hem de daha sonra yayın yaşamına giren ve şu anda sizler tarafından yayınlanmakta olan gazetelerin de 100'üncü yıllarını, hatta daha da sonralarını kutlayarak kuşaktan kuşağa aktarılmalarını diliyorum.

12 EYLÜL İHTİLALİ'NİN YEREL BASININ HABER SEÇİMLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: HAKİMİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ

Beste Nigar Erdem*

Giriş

Yerel basın, yayımlandığı bölgedeki insanların sorunlarını dile getirmek, yerel unsurları öne çıkarmak ve kamuoyu oluşturmak konusunda, oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Okuyucuların yerel basından beklentileri de, aslında bu yöndedir. Buna karşın yerel basın, özellikle yerel yönetimlerin uyguladığı baskılar nedeniyle, okuyucuların beklentilerini karşılamak konusunda çeşitli sıkıntılar yaşamaktadır. Aslında basının, yönetimi eleştirme, yönetimden kaynaklanan sorunları okuyuculara iletme görevi, iktidarı elinde bulunduranların, basına çeşitli yasaklamalar getirmelerine neden olmuştur. İktidarlar, demokrasiyi içselleştirememiş Türk toplumunda ortaya çıkan toplumsal huzursuzluklardan, kendilerini değil, basını sorumlu tutmuşlardır.

12 Eylül, basının yoğun baskılar altında olduğu bir dönemdir. 1980-1984 yılları arasında çok sayıda basın davası açılmış, gazeteciler tutuklanmış, pek çok gazete kapatılmıştır. İhtilalin, yaygın basın kadar, yerel basın üzerindeki etkisi de önemli ve araştırmaya değer bir konudur.

12 Eylül İhtilali'nin yerel basın üzerindeki etkisini incelemek adına, bir ön araştırma niteliğindeki bu çalışmada, yerel bir basın organındaki manşet seçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamına sadece manşetlerin alınmasının nedeni, manşetin o günün siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal koşullarına ilişkin olarak, iktidarların ve gazete yöneticilerinin tutumunu değerlendirmede önemli bir kriter olmasıdır. O gün yaşanan olaylar arasından, en önemli olduğu gerekçesiyle seçilen haber, manşet olarak okuyucuya sunulmaktadır. Bu seçim işleminde, gazete yöneticilerinin, iktidarların, ülkenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve sosyal koşulların da etkisi bulunmaktadır.

* Araştırma Görevlisi, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Araştırma kapsamına alınan Mersin'deki *Hakimiyet* gazetesinin manşete taşıdığı haberler, hitap edilen kesim ve haberin türü baz alınarak, 12 Eylül 1980 tarihinden 1 yıl önce ve 1 yıl sonra, belirli periyotlarla ve 2 haftalık süreler halinde incelenmiştir.

1. Yerel Basın Kavramı

Türkiye'de yerel basının öncüsü sayılabilecek ilk gazeteler, Osmanlı döneminde yayımlanan "vilayet gazeteleri"dir. Daha sonraları yerel basın "taşra basını", "Anadolu basını" ya da "mahalli basın" şeklinde adlandırılmıştır.

5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2. maddesinde, yerel basın kavramı "yerel süreli yayın" ve "bölgesel süreli yayın" bağlamında ele alınmaktadır. Kanuna göre, tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınlar "yerel süreli basın"; tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan süreli yayınlar ise "bölgesel süreli yayın" olarak tanımlanmıştır. Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere, ülkenin en az yüzde 70'inde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınları ise "yaygın süreli yayın" şeklinde açıklanmıştır.[1]

Genelde mesleki ve akademik dilde, Türkiye içi ve dışı dağıtımı yapılan basın "ulusal basın" olarak adlandırılmaktadır. Bazı çevre ve kaynaklar ise yerel basın mensuplarının "ulusal" sıfatına yönelik, "Biz milli değil miyiz?" biçimindeki eleştirilerini göz önüne alarak, "yaygın basın" deyimini kullanmayı yeğlemektedirler.[2] Bugüne kadar yerel basına ilişkin gerçekleştirilen toplantılarda yaşanan kavram kargaşasına son vermek için yerel, yaygın ve ulusal basın gibi bir sınıflandırma düşünülmüştür. Ulusal basın; yerel ve yaygın basının tümünü içeren bir yapı biçiminde tanımlanarak, görüş birliğine varılmıştır.[3]

Genel bir anlatımla yerel basın, sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, yöre halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye, böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır. Yerel basın, "yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal

[1] (Çevrimiçi) http://www.byegm.gov.tr/byegmhakkinda/basinkanunu.htm, 27 Ocak 2006.
[2] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001, s. 147.
[3] Suat Gezgin, "Yerel Basın ve Değerlendirme Ölçütleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 7, 1998, s. 9.

gazetelerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler" olarak da tanımlanmaktadır. [4]

Tarihsel gelişim açısından değerlendirildiğinde, yerel basının öncüleri sayılabilecek vilayet gazetelerinin ilk örneği, Tuna vilayetinde 14 Mart 1865'te yayımlanan *Tuna* gazetesidir.

Önceleri haftada bir çıkan bu gazete, sonraları haftada iki kez yayımlanmaya başlamış ve 1 Haziran 1877'ye kadar sürekli olarak çıkmıştır. *Tuna*'dan sonra ikinci vilayet gazetesi, 1867'de Erzurum'da yayımlanan *Envar-ı Şarkiyye*'dir. Tuna gazetesi gibi *Envar-ı Şarkiyye*'nin masrafları da il bütçesinden karşılanmıştır. Yani o dönemlerde vilayet gazeteleri, devletin çıkarttığı bir çeşit resmî gazetedirler. 1869'da Bursa'da *Hüdavendigar*, Diyarbakır'da *Diyarbekir,* Konya'da *Konya* gazeteleri o dönemde yayımlanan diğer vilayet gazeteleridir.[5] 1876 yılında Osmanlı Devleti'nin, İstanbul dışında kalan yörelerinde, 22'si vilayet gazetesi olmak üzere 29 gazete yayımlanmaktadır. Bunların 11'i bugünkü Türkiye sınırları içindedir.[6]

Osmanlı döneminde, özellikle İkinci Meşrutiyet'in ilanıyla beraber, yerel gazete sayısında belirgin bir artış olmuştur. Koloğlu'nun ifadesine göre, "1908'in başında tüm ülkede sayısı 120 olan gazete ve dergi yerine, Meşrutiyet'in ilk yedi ayında 730, yani 6 misli imtiyaz başvurusu yapılmıştır. Bu miktar, İstanbul için 7 mislidir. İmtiyaz başvurularındaki artış, ülkenin çeşitli bölgelerinde, kamuoyu oluşturma merkezleri yaratmıştır. İzmir-Aydın bölgesinde 110, Suriye-Lübnan bölgesinde 85, Selanik'te 57 başvuru bulunmaktadır".[7]

Yüz yılı aşkın yerel gazetecilik tarihimizin en parlak dönemi, Kurtuluş Savaşı yıllarıdır. Bu dönemde yayımlanan yerel gazeteler, birkaç gazete dışında, milli mücadeleyi destekleyici bir politika izlemişlerdir. Bütün bu gazeteler, dönemin zor şartları altında, çoğu kırık dökük baskı makineleri, kağıt ve mürekkep yokluğu gibi sıkıntılara rağmen, yayımlandıkları bölgedeki halkın sesi, kulağı olmuş; Cumhuriyet dönemi inkılâplarının hayata geçirilmesinde de büyük bir rol oynamıştır.

Kurtuluş Savaşı'ndan önce, İstanbul, İzmir ve Bursa'da yayımlanan gazeteler dışında, Anadolu'da çıkan ve yerel basını oluşturan gazete sayısı çok

[4] Girgin, *a.g.e.*, s. 160.
[5] Hıfzı Topuz, *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s.382.
[6] Girgin, *a.g.e.*, s. 86.
[7] Orhan Koloğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın,* İstanbul, İletişim, 1994, s.54.

azdır. Bu gazeteler çıkış tarihlerine göre şöyle sıralanmaktadır: *Aksiseda* (1908/ Samsun), *Babalık* (1910-1952/ Konya), *Albayrak* (1913-1921/ Erzurum), *Kayseri* (1914-1924/Kayseri), *Öğüt* (1917-1923/Afyon-Konya-Ankara), *İstikbal* (1918-1923/ Trabzon), *Işık* (1918/Edirne), *Yeni Adana* (1918/Adana). [8]

Kurtuluş Savaşı'nın başlamasının ardından Anadolu'nun çeşitli illerinde yeni gazeteler çıkmış ve yerel gazetelerin sayısında belirgin bir artış olmuştur. Bu gazeteler çıkış tarihlerine göre şöyle sıralanmaktadır: *Doğru Söz* (1919/ Balıkesir), *İzmir'e Doğru* (1919/ Balıkesir), *Açıksöz* (1919-1932/ Kastamonu), *İrade-i Milliye* (1919-1921-Sivas), *Ahali* (1919-1922/Edirne), *Güneş* (1919/ Samsun), *Adana'ya Doğru* (1919/Kayseri), *Trakya* (1919/Edirne), *Mefkure* (1919/ Ankara), *Erciyes (*1919/Kayseri), *İbret* (1919-1920/Konya), *Dertli* (1919-1926/Bolu), *Emel* (1920-1928/ Amasya), *Anadolu* (1920-1922/Antalya), *Amali Milliye* (1920-1923/ Maraş), *Aydın İli* (1920/Nazilli), *Yeni Gün* (1920-1924/Ankara), *Hakimiyet-i Milliye* (1920-1934) *Söz Birliği* (1920-1921/Afyon), *Yeni Dünya* (1920-1921/Eskişehir), *Yeni Giresun* (1920/Giresun), *Türkoğlu* (1921/Bolu), *Hayat* (1921/Samsun), *Emek* (1921/Ankara), *Misak-ı Milli* (1921/ 1923/Kayseri), *Yeşilyurt* (1922/ Artvin), *Satvet-i Milliye* (1922/Elazığ). [9]

Bu gazetelerden *Yeni Adana* ve savaş sonrasında çıkmaya başlayan *Kent*, (Antalya/ 1922), *Bartın* (1924), *Yeşil Giresun* (1925), *Turan* (Elazığ/1926) gazeteleri, yayımlanmaya halen devam etmektedir.

Yaygın basının Anadolu'ya dağıtım yapmaya başladığı 1960'lı yıllara kadar, yerel gazeteler, yayımlandıkları bölgede kamuoyunun oluşmasında önemli bir rol oynamış, bölge halkının haber almada birinci kaynağı olarak işlev görmüştür.

1950'den itibaren Türkiye, ABD'nin büyük desteğiyle, ulaştırma politikasında temel bir değişiklik yaparak, karayollarına dayalı bir ulaşım sistemine ağırlık vermiştir. Önceki yıllarda, sanayinin gelişmesine önem verilirken, 1947 İktisadi Kalkınma Planı'nda ülkenin kalkınması için tarımsal gelişme ön plana alınmış, diğer sektörlerdeki gelişmelerin de, buna bağlı olarak belirlenmesi vurgulanmıştır. Böylece tarım ve tüketim mallarına dayalı bir sanayileşme sürecinin netleşmeye başladığı dönemin başlangıcı olan 1950'lerde, ulaştırmada karayolları ağırlık kazanmaya başlamıştır.[10]

[8] Hülya Baykal, *Türk Basın Tarihi 1831-1923,* İstanbul, Afa, 1990, s.235.
[9] Baykal, *a.g.e.*, s.236.
[10] *Cumhuriyet Ansiklopedisi: 1941-1960,* C. II, Yapı Kredi, 2002, s. 214-215.

1950-1960 yılları arasında, Demokrat Parti (DP) tarafından uygulanan yeni ulaşım politikası, yaygın basının, Anadolu'ya günü gününe dağıtım yapmasına olanak tanımış; bu durum, yerel basın açısından bazı sıkıntıları da beraberinde getirmiştir.

Kötü baskı teknikleri, fotoğraftan yoksun sayfalar ve çoğu kötü Türkçe ile donatılmış yazılar içeren bu gazeteler, yaygın basının rengarenk gazeteleri karşısında yavaş yavaş güç kaybetmeye başlamıştır. 1980 öncesinde ulusal gazetelerin taşra baskıları artmış, kimi gazeteler bölge sayfaları açarak kentlerdeki en küçük kıpırtıya sayfalarında yer vermeye başlamışlardır. Kurtuluş Savaşı gibi bir mücadelede, unutulmaz çabalar sergileyen bu gazetelerden bazıları, 1980'li yılların yozlaşan siyaset ortamının da etkisiyle günümüzde, ülke ve ulus çıkarlarından çok, kişisel çıkarlarını gözetmeye başlamış, bazı güç odaklarının sözcüleri ve koruyucuları konumuna getirilmiştir. [11]

Günümüzde yerel basın, ilkel baskı makineleri, gazete kağıdı temini, ilan ve reklam pastasından adil bir şekilde pay alamama, profesyonel kadro yetersizliği, yaygın basının bölge sayfaları, teknik yetersizlikler gibi sıkıntılar yaşamakta; bu zor şartlar altında, her şeye rağmen ayakta kalmaya çalışmaktadır.

Trabzon'da çıkan *Hizmet* gazetesinin yazı işleri müdürü Aykan Kıyak, yerel basının günümüzdeki en önemli sorununun, resmî ilan konusu olduğunu belirterek, "Yerel basının desteği, sadece, devletin verdiği resmî ilanlardır. Basın İlan Kurumu'nun olduğu illere uygulanan bin adetlik satışın konulması yanlıştır. Gazetecilik, parası olanlar tarafından yapılacak bir iş olarak görülmemelidir. Aksi halde basın özgürlüğü tehlikeye girer ve tekelleşme söz konusu olur"[12] şeklinde görüşlerini ifade etmektedir.

Yeni Kütahya Gazetesi Köşe Yazarı Ahmet Yaylıoğlu ise, özellikle profesyonel iş gücü sorunun önemine işaret ederek, yerel gazetelerin, deneyimli muhabir veya matbaacı bulmakta sıkıntı çektiklerini belirtmektedir.[13]

Günümüzde, yerel basına ilişkin olarak altı çizilmesi gereken birkaç husus daha bulunmaktadır. Yerel basın, yanlış ve özensiz haber yazımı; fiilen gazetecilik yapmamalarına karşın gazete sahiplerinin yakınları oldukları

[11] Mehmet Faraç, "Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi", (Çevrimiçi) http://www.jurnal.net/arastirma/arastirma-7.htm, 8 Nisan 2006
[12] Aykan Kıyak, 5 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme
[13] Ahmet Yaylıoğlu, 10 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme

gerekçesiyle sarı basın kartı alan kadrolar; özellikle seçim dönemlerinde belirli bir siyasi görüşü benimsetmek ya da savunulan siyasi partinin propagandasını yapmak amacıyla kısa bir süreliğine çıkartılan veya sadece resmî ilan alabilmek adına birkaç sayfa olarak yayımlanan gazeteler gibi nedenlerden dolayı, Kurtuluş Savaşı'nda göstermiş olduğu başarılara gölge düşürmektedir.

2. Yerel Basında Yerel Haberin Önemi

Yerel gazetelerin yaygın gazetelerden en önemli farklılığı, gazetenin dağıtım bölgesinden kaynaklanmaktadır. Yaygın gazeteler olayları ülke ve dünya bazında ele alırken, yerel gazeteler kasaba ya da kentlerinde gerçekleşen olaylarla ilgilenmekte, haber metinlerinde de bu "sınırlı" hedef kitleye seslenmektedir.[14] Diğer bir deyişle, yaygın basında, ülkeyi veya dünyayı ilgilendiren konular, herhangi bir ile ya da bölgeye ilişkin konulara oranla daha fazla yer kaplamakta, buna karşın yerel basın, daha çok yayımlandıkları bölgeyle ilgili haberlere yer vermektedir.

İnsanların, ülkelerinde ya da dünyada meydana gelen olaylar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacının yanı sıra, vurgulanması gereken bir husus daha vardır: İnsanlar her şeyden önce yakın çevrelerinde meydana gelen olaylar ya da sorunlarla ilgilenme, bunlar hakkında bilgi sahibi olma eğilimindedirler. Bu anlamda yerel basının rolü büyüktür. Yerel basın, yayımlandığı bölgedeki insanların, yakın çevrelerinde meydana gelen olaylar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacına, yaygın basına göre çok daha fazla cevap verebilmekte; o bölgenin sorunlarına dair bir kamuoyu oluşumuna da katkı sağlamaktadır. Sözen'in de belirttiği gibi, "yerel basın bir bakıma, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkartmak ve bu sorunlara ilişkin halkı bilgilendirmek demektir".[15] Başka bir ifadeyle yerel basın, bilinçlendirici ve yayımlandığı bölgede, kamuoyunun oluşumuna katkı sağlayıcı bir özellik taşımaktadır.

Isparta ilindeki yerel medyanın kamuoyu oluşumundaki etkisini belirlemeye yönelik olarak, 2001 yılında yapılan bir araştırmaya göre, yerel gazetelerin kentin kamuoyu oluşumunda etkili olduklarını düşünenlerin oranı yüzde 17, kısmen etkili olduklarını düşünenlerin oranı ise yüzde 69'dur. Araş-

[14] Erkan Yüksel, "Eskişehir Basını Neden Tiraj Kazanıyor?", *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 2, Ocak 2006, s.19.
[15] Edibe Sözen, "Yerel Medya Ne Kadar Yerel", (Çevrimiçi) http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kayseri-x/kayseri_15.htm, 8 Nisan 2006.

tırmaya katılan örneklem grubunun verilerine göre, Isparta kamuoyunun büyük bir çoğunluğu yerel gazeteleri, yaklaşık yüzde 70'lik bir oranla, haber ve gündem amaçlı takip etmektedir. [16]

Birey, yerel ilişkilerle yaşadığı çevreye, kültüre ve topluluğa daha yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusuyla yaklaşmaktadır. Bu noktada da yerel basın, bireyin yöresel yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı olmaktadır. Çünkü yerel basın, yayımladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin gereksinimleri, kentteki kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle bireye "yaşanan yer" duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır. [17]

Okuyucu, kendisini bulamadığı, kendisiyle özdeşleştiremediği gazeteyi almak istemez. Yerel basın, yayımlandığı bölgedeki insanları, yaygın basına oranla daha iyi tanımakta, okuyucusuyla yakın diyalog kurmakta ve onunla ortak bir dil kullanmaktadır. Diğer bir deyişle, yerel basın, okuyucusuyla özdeşleşebilmektedir.

Yerel basının dili, "valimiz, kaymakamımız, futbol takımımız v.s." gibi yöreyi temsil eden kişi ve kurumları "bizim" diye takdim eden bir yapıdadır. Buradaki sahiplenmenin gizli öznesi medyadır. Ancak bu, cemaatin ortak ruhaniyeti adına yapılmakta, böylelikle cemaat ve medya özdeşleşmekte, medya işlevinin hayatî önemi açığa çıkmaktadır. Böylece yerel gazetecilik, sosyolojik boyutta da taşıdığı önemi yükseltmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, en az ulusal basındaki kadar önemli işlevlerle yüklü yerel basının en önemli özelliği, hedef kitleleri olan yöre insanları ile daha yakın bir iletişim ve yüz yüze bir etkileşim içinde olmaları, şeklinde ifade edilebilir. [18]

Ancak yöre insanlarıyla iletişim halinde olmak, bazı sakıncaları da beraberinde getirmektedir. Bu konuda, Yaylıoğlu, görüşlerini şöyle ifade etmektedir: "Yerel gazeteler, o yörenin insanları tarafından çıkartılan gazeteler olduğu için, arkadaşlarımız, akrabalarımız ya da komşularımız, herhangi bir haberle

[16] Orhan Alav, *Kitle İletişim ve Yerel Medya*, Isparta, Fakülte Kitabevi, 2001, s.164-219
[17] Girgin, *a.g.e.*, s.141.
[18] Mustafa Murat Çay, "İnkılâpların Hayata Geçirilmesinde Yerel Gazeteciliğin Önemi ve Konya'da Ekekon Örneği (1935-1942)" (Çevrimiçi) http://www.atam.selcuk.edu.tr/makaleler/ATA%2012/mcay.htm, 7 Nisan 2006.

ilgili olarak, bize hemen ulaşabiliyorlar. Bazen bu kişiler, manevi ya da maddi anlamda, bize baskı yapmaya çalışıyorlar"[19]

Yerel basın çalışanlarının bu sıkıntılarına karşın, yaşanılan yöreyi ve o yörenin insanını tanımak, o yöreye dair konular ya da sorunlar hakkında daha duyarlı olmayı ve bütün bunları dile getirmeyi gerektirmektedir. Aslında yerel gazete okuyucularının, yerel basından beklediği de budur.

Eskişehir'de yerel basın üzerine 1999'da yapılan bir araştırmaya göre, okuyucuların yüzde 83'ü yerel gazetelerden daha çok yerel haber beklemektedir.[20] Bir diğer araştırmaya göre ise, okuyucuların yüzde 65'i, yerel gazetelerin bölgesel haberler vermelerini olumlu karşılamaktadır. [21]

Okuyucuların bu beklentilerine karşın, yerel basın, yaygın basınla rekabete girme eğilimindedir. Bu anlamda, yerel basında, haber ajanslarından alınan, çoğunluğu ülke gündemine ilişkin ulusal haberler, yerel haberlere oranla daha fazla yer almaktadır. Yerel gazetelerinin ülke ya da dünya gündemine ilişkin önemli haberleri vermesi kaçınılmazdır. Ancak bu, yerele dair sorunları görmezden gelmek anlamında değerlendirilmemelidir. Konuyla ilgili olarak, görüşülen bazı yerel basın çalışanları, yerel sorunlara ilişkin haber yaparken, sıklıkla baskı altında oldukları yönünde hemfikirdirler.

Kıyak, ulusal bazda suç teşkil etmeyen bir haberin, yerel basında yayımlanması halinde, ilgili gazete hakkında hemen dava açıldığını; hakimlerin, yerel basın çalışanlarına yönelik olarak "Sizler yerel basınsınız, ulusal basın değil" gibi bir yaklaşım içinde olduklarını ifade etmiştir.[22]

Yaylıoğlu ise, yerel gazetelerin, yöredeki en büyük mülki amirin iznine bağlı olarak yayımlanmasının, bazı sıkıntıları beraberinde getirdiğini belirterek, bazen, bütün haberlerin, mülki amir tarafından verilmek istendiğini, bunun aksine bir yaklaşım söz konusu olduğunda, yerel gazetelere çeşitli yasaklamalar getirildiğini vurgulamaktadır.[23]

Türkiye Spor Yazarları Derneği Trabzon Şubesi Başkanı ve *Taka* gazetesi köşe yazarı İhsan Öksüz'ün konuya ilişkin görüşleri ise şöyledir: "Hepimiz

[19] Ahmet Yaylıoğlu, 10 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme.
[20] Mine Gencel Bek, "Yerel Politika ve Yerel Medya", *Medya ve Toplum,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı, 2003, s. 135-136.
[21] Alav, *a.g.e.,* s.163.
[22] Aykan Kıyak, 5 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme.
[23] Ahmet Yaylıoğlu, 10 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme.

bu ülkede yaşadığımız için, ülkenin sorunlarına yabancı kalamayız. Ancak yerel basının gündemi, öncelikli olarak yerel sorunları irdelemek olmalıdır. Buna karşın, küçük şehirlerde yerel gazetecilik yapan kişilerin, kendilerini ifade etme şansı yok denecek kadar az. Gücü elinde bulunduranların sürekli tehdidi altındalar. İlişkilerinin düzeyli olmasına özen göstermek zorundalar. Vilayet, emniyet veya zabıta ile ilgili olarak, sadece, eleştirel nitelikte olmayan yorumlar yapılabilir. Eğer gazeteciler böyle davranmazlarsa, haber alamazlar, kolluk kuvvetleri ile korkutulur ya da 'ilan kesme' tehdidi ile karşılaşırlar. Belediye ile ilgili olumsuz haber yapan bir muhabir, bir daha belediyeye giremez veya belediye mensuplarınca horlanır, korkutulur, 'patrona' şikayet edilir. Yerel gazetelerin, gücü elinde bulunduranların, halka sunmak veya göstermek istediklerinden başkasını haber haline getirme şansları yok denecek kadar azdır". [24]

Okuyucuların, yerel basından, yerel konulara ya da sorunlara ilişkin daha fazla haber beklemelerine karşın, yerel basının bu konuda yaşadığı sıkıntılar, aslında yeni bir durum değildir. Türk siyasi tarihinde, iktidar ile basın arasındaki ilişkiler incelendiğinde, bu durum, gerek yaygın basın, gerekse yerel basın açısından, karşımıza sıkça çıkmaktadır. İktidarı elinde bulunduranların yaygın basına uyguladıkları baskıları, yerel basın, günümüzde yerel yöneticiler tarafından da görmektedir. Bunun yanı sıra, tek parti dönemi, 1960, 1971 ve 1980 ihtilalleri gibi süreçlerde, yaygın basın kadar yerel basın da, ülke gündemine ilişkin sorunları dile getirmek konusunda sıkıntılar yaşamıştır. Türk siyasi tarihinde, yerel basının geçtiği süreçler üzerinde durmak, yapılan araştırmaya katkı sağlaması açısından yararlı olacaktır.

3. Türk Siyasi Tarihi ve Yerel Basın

Türkiye Cumhuriyeti, Batı demokrasileri gibi endüstrileşme sonucunda değil, bir bağımsızlık savaşı sonucunda kurulmuş bir ulus devlettir. Dolayısıyla tarihsel köklerinde ve geleneğinde endüstrileşme değil, tam tersine endüstrileşmenin kaçırılması, bunu telafi etmeyi amaçlayan tepeden inme ideolojik devrimcilik ve onun ardındaki asker gücü vardır. Batıdaki demokrasiyi kuran sermaye ve işçi sınıflarının, onu koruyan ve geliştiren gücü Türkiye'de olmadığı için, Cumhuriyet'in kuruluşundan neredeyse günümüze kadar, bu çağdaş sınıfların demokrasiyi koruma ve geliştirme görevini askerler üstlenmişlerdir.[25]

[24] İhsan Öksüz, 6 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme.
[25] Emre Kongar, "Asker-Siyaset İlişkilerinde Unutulan Noktalar, (Çevrimiçi) http://www.kongar.org/aydinlanma/2003/367_Asker-Siyaset_Iliskileri_I.php, 27 Ocak 2006.

Cumhuriyetin ilanından DP'nin iktidara geldiği 1950 yılına kadar, ülkede sivil bürokratik sistem hakim olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında hedeflenen, çağdaş uygarlık düzeyine erişmek, Batılılaşmak, bunun için ihtiyaç duyulan, "devletçi-seçkinci" kadronun oluşmasını sağlamak ve anti-emperyalizm düşüncesini pekiştirmektir.

Söz konusu kadronun kökenini, Kurtuluş Savaşı'nın liderliğini yapan bir avuç seçkin oluşturmuştur. Savaştan sonra askeri bürokrasi, yeni stratejik kararın öngördüğü misyonun gerçekleştirilmesine bizzat katılmıştır. Kısa bir süre sonra ise, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) onun yerini almıştır. Bu parti, siyasal hayatın sivilleştirilmesinde önemli rol oynamıştır.[26]

Atatürk'ün ölümünün ardından İsmet İnönü, 11 Kasım 1938 tarihinde Cumhurbaşkanı seçilmiştir. 26 Aralık 1938 tarihinde toplanan CHP Olağanüstü Kurultayı, İnönü'yü değişmez genel başkanlığa seçmiş ve Atatürk'e "Ebedi Şef", İnönü'ye ise "Milli Şef" unvanını vermiştir. Dönemin adını simgeleyen Milli Şeflik olsun, İnönü'nün CHP Değişmez Genel Başkanı ilan edilmesi olsun, bütün bunlar, Atatürk döneminin siyasi geleneklerini ve özellikle de rejimin Şeflik geleneğini devam ettiren uygulamalardır. [27]

11 Kasım 1938'de başlayıp, 14 Kasım 1950'ye kadar süren on iki yıllık Atatürk sonrası dönemde, Türkiye Cumhuriyeti'ne, İnönü'nün siyasası egemendir. Bu dönemi iki aşamada ele almak yararlı olacaktır. Birincisi 1945'e değin süren İkinci Dünya Savaşı yılları, ikincisi bir yönetim değişikliği ile sonuçlanacak çok partili siyasal yaşama geçişi sağlayan 1945-1950 arasıdır. [28]

Milli Şef döneminin ilk aşaması ya da diğer bir deyişle tek parti döneminin son safhası, oldukça bunalımlı bir dönemdir. 1939 yılında başlayan İkinci Dünya Savaşı, Türkiye'yi, savaşın dışında kalmayı başarmasına karşın, sosyo-ekonomik anlamda oldukça etkilemiştir.

Türkiye, savaş yılları boyunca iki milyon çalışma yaşındaki yurttaşını silah altında bulundurmuş, bütün ekonomik gücünü, herhangi bir dış saldırı karşısında ülkeyi korumak için askeri amaca yöneltmiştir. 1938'de başlayacak ikinci ve onu izleyen beş yıllık kalkınma planları uygulamadan çekilmiş; Türk

[26] Metin Heper, Bürokratik Yönetim Geleneği, Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, 1974, s.89.
[27] Cemil Koçak, "İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Türkiye", *Cumhuriyet Ansiklopedisi 1923-1940*, C. I, İstanbul, Yapı Kredi Yay., 2002, s.316.
[28] Suna Kili, *Türk Devrim Tarihi,* İstanbul, Türkiye İş Bankası, 2005, s. 344-345.

ulusunun tümüne yakın bir kesimi, ekmek, tuz, gaz, bez bulamaz hale gelmiş; çalışan nüfus, silah altına alındığı için tarımda, sanayide, hemen her alanda bir büyük duraksamaya, bazı alanlarda da bir gerilemenin içine girilmiştir. [29]

1940 Kasım'ında, İstanbul bölgesinde sıkıyönetim ilan edilmiş, hükümet savaş bitene kadar bu sınırsız yetkileri kullanmıştır. Basın özgürlüğünün hiç lafı olmaz bu dönemde. Bakanlar Kurulu gerekli gördüğü anda, dilediği gazeteyi kapatmıştır. [30]

II.Dünya Savaşı'nın bitiminde, demokratik çoğulcu siyasal düzen gelişmeye başlamış, tek partili otoriter yönetimlere dayalı siyasal sistemler gözden düşmüştür. Türkiye'nin kuruluşundan beri süregelen Batıcılık düşüncesi, savaş sonrasında da etkili olmuştur. Sovyetler Birliği ile savaş sırasında yaşanılan gerginlikler nedeniyle, Türkiye, Batı ile özellikle de ABD ile daha yakın ilişkiler kurmaya yönelmiş, bu yöneliş demokrasiyi beraberinde getirmiştir. Türkiye'de çok partili sisteme geçişte, Batı'nın, özellikle de ABD'nin büyük etkisi vardır. Özgen'in de belirttiği gibi, "ülkemizde gerçekleşen demokratikleşme ve özgürleşme hareketlerinin hemen tamamına yakını, Batı ve yakın dönemde de dost ve müttefiklerimizin istekleri yönünde gerçekleştirilmiştir".[31]

DP'nin 1950 yılında iktidara gelişiyle birlikte, tek parti dönemi sona ermiş, çok partili sisteme geçilmiştir. DP'nin iktidara gelmesi sonucunda, ülkeye hakim olan demokratikleşme havası; iktidarın anti-demokratik uygulamaları ve yasaları, ekonomideki dengesizliğe neden olan politikaları nedeniyle fazla uzun sürmemiş, bunun sonucunda da 27 Mayıs 1960 sabahı ordu yönetime el koymuştur.

Aslında bu tarihsel süreç, yani askerlerin demokrasiyi kurma, koruma ve geliştirme görevleri, çok partili düzene geçildikten sonra serbest seçimlerle gerçekleştirilen iktidar değişikliği ile sona erebilirdi. Fakat 1950 yılından sonra ülkeyi yöneten DP, ülkedeki demokrasiyi geliştirmek yerine, tek parti yönetimini taklit ederek, rejimi yozlaştırmış, temel hak ve özgürlüklere dayalı demokrasiyi, çoğunluğun diktatörlüğüne çevirmiştir. İşte çok partili demokratik hayatımızın ilk askeri darbesi, bu koşullarda, sivillerin demokrasiyi rafa kaldırma teşebbüslerini engellemek için yapılmıştır. [32]

[29] Kili, *a.g.e.,* 344-345.
[30] Topuz, *a.g.e.,* s.169.
[31] Murat Özgen, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2004, s.26.
[32] Kongar, *a.g.m.*

27 Mayıs 1960 İhtilali, 12 Mart 1971 ve 12 Eylül 1980 ihtilallerinin de, bir bakıma önünü açmıştır. Her iki askeri müdahale de, 1960 İhtilali'nin sonucunda kabul edilen, 1961 Anayasası'na karşı yapılmıştır. 1968'li yıllardan itibaren, toplumda gittikçe artan şiddet ve terör olaylarının nedeni olarak, bu anayasanın yarattığı özgürlükçü ortam görülmektedir. 12 Mart Muhtırası'nda önemli ölçüde sınırlanan 1961 Anayasası, 12 Eylül İhtilali ile tamamen kaldırılıp, yerine oldukça baskıcı 1982 Anayasası kabul edilmiştir.

Gerek yapılan resmî konuşmaların, gerekse 12 Eylül 1980'den, genel seçimlerin gerçekleştirildiği 6 Kasım 1983 tarihine dek ortaya konulan uygulamaların ışığında konuya bakıldığında, amacın 'daha merkeziyetçi' bir yapı yaratmak olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu merkeziyetçi yapı, özellikle Cumhurbaşkanlığının yetkileri artırılarak kurulmak istenmiştir.[33]

12 Eylül İhtilali'nin beraberinde getirdiği merkeziyetçi ve baskıcı yapı ile amaçlanan, toplumu apolitikleştirerek, şiddet ve terör olaylarını bastırmak ve devletin gücünü artırmayı sağlamaktır. 12 Eylül yönetimi, bütün bu amaçlarını gerçekleştirmek için, basını, kişisel hak ve özgürlükleri kısıtlayıcı denetimler getirmiş; dernekler, sendikalar, odalar, üniversiteler merkezi otoritenin tam denetimi altına alınmıştır.

12 Mart'a oranla daha kalıcı olmayı amaçladığı görülen 12 Eylül yönetimi, bu niteliğinden ötürü, özgürlükleri fazlasıyla kısıtlamış, böylece kitlelerin depolitizasyonunu gerçekleştirmeyi umut etmiştir. [34]

Genel hatlarıyla çizilmeye çalışılan Türk siyasi tarihindeki bütün bu gelişmeler, gerek yaygın basını, gerekse yerel basını büyük oranda etkilemiştir. Çağdaş uygarlık düzeyine erişmek ve Batılılaşmak amacıyla biçimlendirilmeye çalışılan Cumhuriyetin ilk yıllarından, Batı'nın Soğuk Savaş dönemindeki anti-komünist yaklaşımı nedeniyle, ulusal ve uluslararası iktidarlar tarafından desteklenen dinci ve milliyetçi öğelerin hakim olduğu 12 Eylül yönetimine kadar geçen süreç değerlendirildiğinde, iktidarların kendi görüşlerini halka benimsetmek ve amaçlarını gerçekleştirmek adına basını bir araç olarak kullandıkları; ancak basın tarafından eleştirildiklerinde, basına çeşitli yasaklamalar getirdikleri görülmektedir.

[33] Emre Kongar, *21. Yüzyılda Türkiye*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2005, s.198.
[34] Ahmet Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın*, BFS, 1987, s.133-134.

Batılılaşma (ya da özellikle DP yönetiminden sonra gelişen Batı'ya bağımlı olma) hedefi, demokrasiyi kurma fikrini beraberinde getirmiş; ancak demokrasi, Batı'daki gelişimin aksine Türkiye'de "tepeden inme" bir biçimde uygulanmıştır. Demokrasiyi içselleştirememiş Türk toplumunda, iktidarların öncelikli hedefi, otoritelerini sağlamlaştırmak olmuştur. Bunu sağlamak için de, başta basın olmak üzere, otoritelerini tehdit eden her türlü mekanizmaya karşı baskı uygulamaktan kaçınmamışladır. Koloğlu'nun belirttiği gibi, "iktidarlar, halkın özlemlerini yansıtan basının bu işlevlerinden hep yakınmış, bundan doğan toplumsal huzursuzluktan kendilerini değil, hep basını sorumlu tutmuşlardır".[35]

Yerel basın açısından da durum farklı değildir. Kurtuluş Savaşı döneminde, milli mücadeleyi destekleyici yönde yayın yapan Anadolu basını, İstanbul hükümetinin ve işgalci devletlerin uyguladıkları baskılara maruz kalmıştır. Örneğin "Konya'da yayımlanan *Öğüd* gazetesi, 26 Ocak 1920 tarihinde, İngiliz yüksek komiserinin emriyle baskına uğramış ve matbaası tahrip edilmiştir".[36]

Cumhuriyet kurulduktan sonra ise, devrimler aleyhinde yayın yapan bazı yerel gazeteler kapatılmış, gazeteciler tutuklanmıştır. Örneğin hilafetin kaldırılmasına karşı çıkan Adana *Toksöz* gazetesi yazarı Abdülkadir Kemal Öğütücü tutuklanmıştır. 13 Şubat 1925'te Şeyh Sait ayaklanmasının patlak vermesi sonucunda çıkartılan Takrir-i Sükun Kanunu kabul edilir edilmez, ayaklanmada etkili oldukları gerekçesiyle *Sada-yı Hak* (İzmir), *Doğru Söz* (Mersin), *Kahkaha* (Trabzon), *İstikbal* (Trabzon), *Sayha* (Adana), *Yoldaş* (Bursa) gazeteleri kapatılmış, *Toksöz* gazetesi yazarı Şükrü Oğuz ve *Doğru Söz* gazetesini çıkaran Ata Çelebi, birer yıl hapis cezasına çarptırılmıştır. "Komünist Tevkifatı"nda, Yoldaş gazetesinin sahibi İbrahim Hilmi, 1 Mayıs 1925'te tutuklanarak Ankara İstiklal Mahkemesi'ne gönderilmiştir. Toplumsal düzeni bozmak amacıyla propaganda yapmak suçunun işlenmesi gerekçesiyle, "Anadolu'da bir Bolşevizm idaresi kurulmasını mümkün kılacak, buhran yaratacak durumlara yol açıcı eylemlerde bulunulduğuna kanaat getirilen İbrahim Hilmi, on yıl kürek cezasına çarptırılmış, 1926'da çıkarılan genel afla serbest bırakılmıştır. 1930'da Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kurulmasının ardından, İzmir'de çıkan *Hizmet, Halkın Sesi* ve *Yeni Asır* gazeteleri, bu partiyi desteklemeye başlamıştır. Ancak Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın üç buçuk ay sonra kapatılmasıyla birlikte, basına uygulanan baskılar artırılmıştır. 14

[35] Koloğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, s.72.
[36] Alpay Kabacalı, *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti, 1990, s. 109.

Ocak 1930'da, *Yeni Asır* gazetesi yazarlarından Behzat Arif ve gazetenin sorumlu müdürü Abdullah Abidin ile *Hizmet* gazetesi başyazarı Zeynep Besim ve sorumlu müdür Bedri Bey tutuklanmış; Behzat Arif ve Abdullah Abidin üçer yıl altışar ay hapis cezasına çarptırılmıştır.[37]

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde olduğu gibi "Milli Şef" döneminde de, iktidara muhalefet eden gazeteleri denetim altına almak, gerektiğinde kapatmak, uygun görüldüğünde cezalandırmak gibi eylemler devam etmiştir. Örneğin "Eskişehir'de, *Söz Milletin* gazetesini yayımlayan Recep Bilginer 1947'de tutuklanmış, açılan davanın, üç ay sonra aklanmayla sonuçlanması üzerine serbest bırakılmıştır. 1946-1950 döneminde kapatılan gazetelerden biri olan Ege gazetesinin (Mersin) kapatılma süresi ise 7 gündür". [38]

DP yöneticilerinin daha önceden CHP'de görev almaları ve siyasi tecrübelerini tek parti döneminde kazanmaları, çok partili sistemin gerektirdiği demokrasi yerine, tek parti döneminin otorite anlayışını benimsemelerine neden olmuştur. Demokratik bir ortama henüz hazır olmayan, yeterli düzeyde işçi ve sermaye sınıfı oluşmamış Türkiye'de, çok partili sistem, tek partili sistemden farklı olmayan bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun en belirgin yansıması da basında görülmüştür. Tek parti döneminde basına getirilen yasaklamalar, eleştiriyi kaldıramayan DP iktidarı tarafından daha da artırılmıştır.

Türkiye'de yerel gazete sayısı, özellikle Demokrat Parti döneminde artmıştır. Bu dönemde, resmî ilanlar siyasal görüşlere göre verildiği için, hükümet tarafından beslenen bir basın yaratılmıştır.[39] İlgili dönemde, DP'ye karşı yayın yapan gazeteler, maddi anlamda baskı altına alınmış, ilanları kesilmiş ya da kapatılmıştır. Örneğin "Ankara'da çıkan *Medeniyet* gazetesi 22 Eylül 1955'te 'Batı Trakya Türkleri ve Acıklı Durumları' başlıklı makaleden dolayı süresiz olarak;

[37] Cumhuriyet'in ilk yıllarında kapatılan yerel gazeteler için bkz. Kabacalı, *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü,* s.115-120-125; Topuz, *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,* s. 138; Nedim Şeyhüseyinoğlu, *Dünden Bugüne Düşünceye ve Basına Sansür*, Ankara, Paragraf Yay., 2005, s.48-51.

[38] Milli Şef döneminde kapatılan yerel gazeteler için bkz. Kabacalı, *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü***,** s.161; Şeyhüseyinoğlu, *Dünden Bugüne Düşünceye ve Basına Sansür*, s.72.

[39] Serdar Kaypakoğlu, "Küresel ve Yerel Medyada Gelişmeler ve Ulus-Devlet", *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi,* Sayı 16, 2002, s.124.

İzmir'de yayımlanan *Demokrat İzmir* ile *Sabah Postası* gazeteleri de, Tahkikat Komisyonu'nun ardından kapatılmıştır". [40]

Örtük ya da açık, her askeri rejim, üstesinden gelemediği sorunların, basın kanalıyla kamuoyuna yansıtılmak durumuyla karşılaştığı her anda, kısıtlamalara gitmeyi seçmiş; haberin duyulmamasının, olayların gelişmesini önleyeceğini varsaymıştır.[41] Bu nedenle, özelikle 1971 ve 1980 ihtilalleri sonrasında çok sayıda gazete kapatılmıştır.

Topuz'un da ifade ettiği gibi, "1981, 1982 ve 1983 yılları, Türk basın tarihinin türlü baskılar altında yaşadığı bir dönemdir".[42] 1980-1984 yılları arasında gazeteci, yazar, çevirmen ve sanatçılara verilen mahkumiyet kararları 316 yıl 4 ay 20 gündür.[43]

12 Eylül ihtilalinden sonra, kapatılan bazı yerel gazeteler ve haklarında cezai işlem uygulanan gazetecilerin isimleri şunlardır: [44]

- *Bursa'nın Sesi* gazetesi Yazı İşleri Müdürü Şevki Şevket (25 Eylül 1980),
- *Bursa'nın Sesi* gazetesi Sayfa Sekreteri Hasan Çapçı (25 Eylül 1980),
- *Bursa'nın Sesi* gazetesi, yayımlanan bir şiir nedeniyle, 25 Eylül1980 tarihinden itibaren 10 gün süreyle kapatıldı,
- *Zonguldak Uyanış gazetesi* Genel Yayın Yönetmeni Ali Bahadır hakkında, 6 Nisan 1981 tarihinde, 2 ayrı suçtan 4 yıl 8 ay hapis cezası ve Samsun'da 8 ay gözetim altında tutulma kararı alındı,
- *Demokrat İzmir gazetesi* yazarlarından Akın Simav, 10 ay hapis cezasına çarptırıldı,
- *Demokrat İzmir gazetesi* Yazı işleri Müdürü Necdet Onur, 10 ay hapis cezasına çarptırıldı,
- *Kemaliye'nin Sesi gazetesi* Yazı İşleri Müdürü Murat Cano, 11 yıl 8 ay hapis cezasına çarptırıldı,
- *Sakarya gazetesi* hakkında, Arif Damar'ın "Vietnam" şiirini yayımlandığı gerekçesiyle dava açıldı,

[40] Demokrat Parti döneminde kapatılan yerel gazeteler için bkz. Kabacalı, *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü,* s.183; Şeyhüseyinoğlu, *Dünden Bugüne Düşünceye ve Basına Sansür*, s. 88

[41] Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın*, s.132.

[42] Topuz, *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,* s.258.

[43] Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın,* s. 134.

[44] Şeyhüseyinoğlu, *Dünden Bugüne Düşünceye ve Basına Sansür*, s.166-181.

- *Muğla İlk Adımlar* gazetesi, "Hanlar Eriyor", "Şimdi Turşu Zamanı" yazılarından dolayı, 15 Eylül 1983 tarihinden itibaren süresiz olarak kapatıldı. Gazete, 2 Aralık 1983'te tekrar yayımlanmaya başladı,
- *Gemlik Körfez* gazetesi, 5 Ağustos 1982 tarihinde süresiz olarak kapatıldı.

Öksüz, 1980 döneminde yerel basının yaşadığı sıkıntıları şöyle dile getiriyor: "Ben 12 Eylül İhtilali'nde bir gazetenin genel yayın müdürüydüm. Tüm haberlerimizi dikkatle yazardık. Yorumlar başlı başına sorundu. 48. Piyade Tugay Komutanlığı'ndan, her sabah bir asker gelir ve 6 nüsha gazete alır giderdi. İhtilalin ilk günlerinde, gazetemiz baskıya girmeden önce kontrol edilir, sakıncalı görülen yorum ve haberler çıkartılırdı. Yenisini kaleme almak, el dizgisi ile yazıp sayfaya yerleştirmek imkansız olduğundan, o haber ve yorumların yerleri boş bırakılır, sayfa bir gün sonra, siyah-beyaz olarak çıkardı. Bulvar basını yazacak yerde 'bulgar' basını diye yazan bir köşe yazarı, tüm gazeteleri imha etmektense, patatesten imal ettiği bir damga ile 400 adet gazetede 'Bulgar' ismindeki 'g' harfinin üzerine 'v' harfini basmıştı. İhtilalden birkaç ay sonra yazdığım bir spor haberini süslemek için koyduğum ve ilk bakışta tribünlerdeki coşkulu taraftarları anımsatan eskimiş klişe fotoğrafın, ihtilalin yapılmasına vesile olduğu iddia edilen örgütlerin ateşli bir görüntüsü olduğunu nereden bilebilirdim ki? O gün gazete patronumla beraber, sobanın başına oturmuş ve 500'e yakın gazeteyi sobada yakmıştık. Kısa bir süre sonra gelen askere de 'Teknik bir arıza nedeniyle, bugün gazete çıkmadı' demiştik. O dönemlerde, yerel bir gazetenin resmî ilanı, gazete bir yıl içinde 3 günden fazla mazeretsiz yayınlanmazsa, kesilirdi. Ayrıca sırf gazetecilik yaptıkları için, birkaç arkadaşımızın da bir süre nezarethanede tutulduğunu hatırlıyorum. 1979 yılında kaybettiğimiz basın şehidi Abdi İpekçi vurulduğunda, Trabzon'da vali olan ve 12 Eylül döneminde de bakanlık yapan Münir Raif Güney, yazı işleri müdürü olduğum *Yenigün* gazetesi ile hemen yanımızdaki *Sonhaber* gazetelerinin önüne iki polis dikmişti. 12 Eylül'den önce daha özgür, iktidarı ve yerel yönetimleri daha çok ısıran haber ve yorumlar yapabilirdik. 12 Eylül'den sonra, ne yazık ki 'yılan yutan', 'astığı astık, kestiği kestik' olan kalemler susmuş, uslu, söz dinleyen bir basın türemişti". [45]

12 Eylül yönetimi, toplumun aşırı politize olmasını engellemek, daha kalıcı ve merkezi bir yönetim kurmak amacıyla, gerek yaygın basını, gerekse yerel basını sıkı bir denetim altında tutmuştur. Gazetelerin kapatılması, gazeteciler

[45] İhsan Öksüz, 6 Nisan 2006, elektronik posta aracılığıyla görüşme.

hakkında cezai işlem uygulanmasının yanı sıra, gazetecilerin haber seçimlerinde de, 12 Eylül yönetiminin baskıcı tutumunun etkisi büyüktür. 1980 döneminde yerel basının, sayfalarında, ülke gündemine ilişkin haberlere mi, yoksa yerel haberlere mi daha fazla yer ayırdığı konusu, önemli ve araştırılmaya değerdir. Bu konuyla ilgili olarak, yerel bir basın organında, 1980 İhtilali'nden hemen önce ve hemen sonra çıkan haber manşetlerini incelemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, 12 Eylül döneminde, yerel bir basın organında, manşet olarak çıkan haberlerin konularına ve türlerine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamına manşetlerin alınmasının nedeni, manşetin o günün siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal koşullarına ilişkin olarak, iktidarların ve gazete yöneticilerinin tutumunu değerlendirmede önemli bir kriter olması ve o günkü gündemle ilgili önemli ipuçları vermesidir. Demirkent'in ifade ettiği gibi, "manşetle çıkarılacak haber o günkü olayların ayıklanmasıdır".[46] Başka bir deyişle, o gün yaşanan olaylar arasından en önemli haber seçilip, manşet olarak okuyucuya sunulmaktadır. Bu seçim işleminde, gazete yöneticileri kadar iktidarların, ülkenin içinde bulunduğu siyasi ve ekonomik koşulların da etkisi bulunmaktadır.

Araştırmanın kapsamına dahil edilecek yerel basın organını tespit etmek için, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün internet sitesi ziyaret edilmiş, sitede yer alan il bazındaki süreli yayınlar listesinden, 1980 İhtilali'nden daha önce kurulan ve hâlâ yayın hayatını sürdüren günlük yerel basın organlarının irtibat bilgileri elde edilmiştir. Bu yerel basın organlarının yetkili kişilerine, telefon ve elektronik posta aracılığıyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda, diğer yerel basın organlarına göre daha rahat ulaşılabilen ve gazete arşivlerine ulaşılması konusunda, araştırmacıya büyük kolaylık sağlayan, Mersin ilindeki günlük siyasi gazete *Hakimiyet Gazetesi* (1952) araştırma kapsamına alınmıştır.

Araştırmada, gazetede manşet olarak çıkan haberler, 12 Eylül 1980 tarihinden 1 yıl öncesi, 6 ay öncesi, 1 yıl sonrası, 6 ay sonrası gibi periyotlarla ve ikişer haftalık süreler halinde incelenmiştir. 12 Eylül 1980 İhtilali'nden 1 hafta öncesi ve 1 hafta sonrasında gazetede manşet olarak çıkan haberler de

[46] Nezih Demirkent, Medya Medya, İstanbul, Dünya, 1995, s.33.

ayrıca incelenmiştir. Manşetler, haberin hitap ettiği kitle açısından "yerel-ulusal" ve haberin konusuna göre "ekonomi-siyaset-eğitim-sağlık, ziraat, kültür-sanat" gibi türlere ayrılarak, EXCELL programında tablolaştırılmıştır. Gazetenin belirtilen tarihlerdeki bazı sayılarına ulaşılamadığı için değerlendirmeye alınamamıştır.

5. Bulgular ve Yorumları

Belirtilen tarihlerde, *Hakimiyet* gazetesinde, manşet olarak toplam 66 haber çıkmıştır. Bu haberlerin yaklaşık beşte üçü yerel konulara ilişkindir (%58). Ülke gündemine ilişkin haber manşetleri ise tüm manşetlerin yüzde 42'sini oluşturmaktadır (Şekil 1).



Haber manşetleri dönemsel olarak incelendiğinde, yerel konulara ilişkin haberlerin, 12 Eylül İhtilali'nden sonra belirgin bir şekilde artış gösterdiği gözlenmiştir. En fazla yerel haber, 12 Eylül İhtilali'nden 1 yıl sonra çıkmıştır. İhtilalden 1 yıl sonra manşet olarak çıkan yerel haberler, diğer dönemlerde manşete taşınan yerel haberlerin yaklaşık beşte ikisini oluşturmaktadır (%39,4). Yerel haberler en az, ihtilalin 1 hafta öncesi ve 1 hafta sonrasını kapsayan dönemde çıkmıştır (%5,2). Ülke gündemine ilişkin ulusal haberler ise, ihtilalden 1 yıl önce ve ihtilal haftasında yüzde 28,5 oranında çıkmıştır. İhtilalden sonra manşete taşınan ulusal haberler, diğer dönemlere göre, yaklaşık yarı yarıya bir azalma göstermiştir (%10,7) (Tablo 1).

Tablo 1. 12 Eylül Döneminde *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Yerel ve Ulusal Haberlerin Dağılımı

		1 Yıl Önce	6 Ay Önce	İhtilal	6 Ay Sonra	1 Yıl Sonra	Toplam
YEREL	n	3	7	2	11	15	38
	%	*7,8*	*18,4*	*5,2*	*28,9*	*39,4*	
ULUSAL	n	8	6	8	3	3	28
	%	*28,5*	*21,4*	*28,5*	*10,7*	*10,7*	
TOPLAM	n	11	13	10	14	18	66
	%	*16,6*	*19,6*	*15,1*	*21,2*	*27,2*	

Tablo 1'de görüldüğü gibi, yerel ve ulusal haberlerin kendi içlerindeki yüzdelik dağılımı, ihtilal öncesinde ve sonrasında değişiklik göstermektedir. Yerel haberler ile ulusal haberlerin birbirlerine göre dağılımı dönemsel olarak incelendiğinde ise, ihtilalden 1 yıl önce manşet olarak çıkan toplam 11 haberin yaklaşık dörtte üçü, ülke gündemine ilişkindir (%72,7). İhtilalden 6 ay öncesinde ise, yerel haberler dörtte bir oranında artış göstermiştir (%53,8). İhtilal haftasında manşete taşınan haberlerin beşte dördü, ülke gündemine ilişkindir (%80). İhtilal sonrası dönem değerlendirildiğinde ise, yerel haber manşetlerinin ulusal haberlere oranla belirgin bir atış gösterdiği saptanmıştır. İhtilalden 6 ay sonra yerel konulara ilişkin haberler %78,5 oranında manşete taşınmıştır. İhtilalden bir yıl sonra ise bu oran yüzde 83,3'e ulaşmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. 12 Eylül Döneminde *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Yerel Haberlerin Dönemsel Olarak Ulusal Haberlere Oranı

		YEREL	ULUSAL	TOPLAM
1 Yıl Önce	n	3	8	11
	%	*27,2*	*72,7*	
6 Ay Önce	n	7	6	13
	%	*53,8*	*46,1*	
İhtilal	n	2	8	10
	%	*20*	*80*	
6 Ay Sonra	n	11	3	14
	%	*78,5*	*21,4*	
1 Yıl Sonra	n	15	3	18
	%	*83,3*	*16,6*	
Toplam	n	38	28	66
	%	*57,5*	*42,4*	

12 Eylül 1980 İhtilali'nden 1 hafta önce toplam 5 haber manşete taşınmıştır. Bu haberlerin hepsi ülke gündemine ilişkindir. İhtilalden 1 hafta sonra ise, manşete taşınan haberlerin yüzde 25'i yerel konulara, yüzde 75'i de ülke gündemine ilişkindir (Tablo 3).

Tablo 3. İhtilal Haftasında *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Yerel Haberlerin Ulusal Haberlere Oranı

		YEREL	ULUSAL	TOPLAM
İhtilalden 1 Hafta Önce	n	0	5	5
	%	*0*	*100*	
İhtilalden 1 Hafta Sonra	n	1	3	4
	%	*25*	*75*	
Toplam	n	1	8	9
	%	*11,1*	*88,8*	

Ülke gündemine ilişkin ulusal haberlerin beşte üçünden fazlası, ihtilalden 1 hafta önce manşete taşınmıştır (%62,5). Bu oran, ihtilalden 1 hafta sonrasında dörtte bir oranında azalma göstermiştir (%37,5). Yerel konulara ilişkin olarak manşete taşınan tek haber, ihtilalden 1 hafta sonra çıkmıştır (Tablo 4.).

Tablo 4. İhtilal Haftasında *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Yerel ve Ulusal Haberlerin Dağılımı

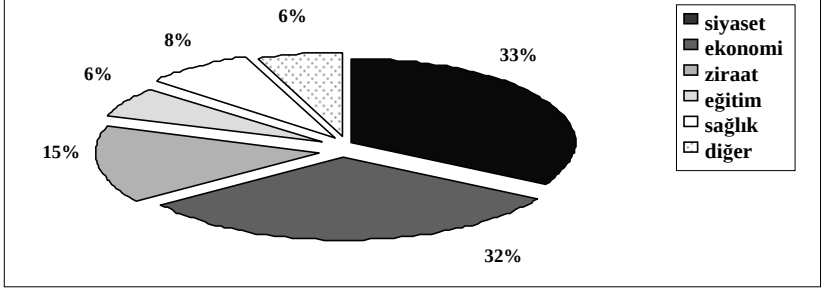
		İhtilalden 1 Hafta Önce	İhtilalden 1 Hafta Sonra	Toplam
YEREL	n	0	1	1
	%	*0*	*100*	
ULUSAL	n	5	3	8
	%	*62,5*	*37,5*	
TOPLAM	n	5	4	9
	%	*55,5*	*44,4*	

Kısaca değerlendirmek gerekirse, *Hakimiyet* gazetesi, 12 Eylül ihtilali sonrasında, yerel habere daha fazla yönelmiştir. Yerel basının, yönetimin basın üzerindeki baskıcı tutumu nedeniyle, ülke gündemine ve yönetime yönelik haberler yerine, yerel konulara ilişkin haberleri tercih etmesi, bunun nedeni olarak görülebilir. Diğer bir deyişle yerel basın, ihtilalden sonra kendi içine kapanmıştır. Aslında bu durum, 12 Eylül yönetiminin toplumu depolitize etme çabalarının bir sonucu olarak yorumlanabilir. İhtilal öncesinde yaşanan olaylar, tüm ülkeyi etkileyecek niteliktedir. Yerel basının, bu dönemde gerek yayımlandığı

bölgeyi, gerekse tüm ülkeyi ilgilendiren ulusal nitelikteki haberlere daha fazla yer ayırmış olması mümkündür. Ancak bu durum, ihtilal sonrasında da geçerlidir. Buna karşın, *Hakimiyet* gazetesinde görüldüğü gibi, ihtilal sonrasında manşete taşınan yerel haberlerin oranında belirgin bir artış söz konusudur. 12 Eylül yönetiminin merkeziyetçi, baskıcı tutumu ve toplumun politize olmasını engelleme çabaları nedeniyle, gerek yaygın basında, gerekse yerel basında, ihtilalin hemen öncesinde yaşananlar, hiç yaşanmamış gibi görülmeye çalışılmış; bu durum, günümüzde, ülke ve ulus çıkarlarından çok, kişisel çıkarlarını gözetmeye çalışan bir basın yaratmıştır.

İncelenen tarihler kapsamında, *Hakimiyet* gazetesinde manşete taşınan haberlerin türlerine göre dağılımı incelendiğinde, en fazla orana sahip haber türünün siyasi haber olduğu ortaya çıkmaktadır (%33). Bunu yüzde 32 oranıyla ekonomi, yüzde 15 oranıyla ziraat, yüzde 8 oranıyla sağlık ve yüzde 6 oranıyla eğitim haberleri izlemektedir. Tabloda, "diğer" başlığı altında belirtilen haber türleri arasında kültür-sanat, adliye, meteoroloji ve magazin haberleri yer almaktadır (Şekil 2).

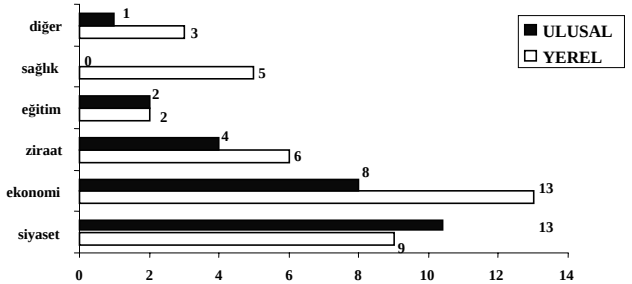
Şekil 2. 12 Eylül Döneminde *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Haberlerin Türlerine Göre Dağılımı



Hakimiyet gazetesinde manşet olarak çıkan haber türlerinin, yerel veya ulusal nitelikli olup olmadığı incelendiğinde ise, manşete taşınan siyaset haberlerin 13 tanesinin ulusal nitelikte olduğu ortaya çıkmıştır. Yerel konulara ilişkin siyaset haberlerin sayısı ise 9'dur. Diğer bir deyişle, siyasi nitelikli haber manşetlerin yaklaşık beşte üçü ülke gündemine ilişkindir (%59). Ekonomi haberlerine bakıldığında ise, manşete taşınan yerel konulara ilişkin ekonomi haberlerinin sayısı 13 iken, ulusal nitelikli ekonomi haberlerinin sayısı 8'dir. Bir

başka ifadeyle, gazetede manşet olarak çıkan ekonomi haberlerinin beşte üçünden fazlası yerel konulara ilişkindir (%61,9). Ziraat konusunda çıkan haber manşetlerinin 6 tanesi yerel, 4 tanesi ulusal niteliktedir. Yerel nitelikli ziraat haberleri yüzde 60, ulusal nitelikli ziraat haberleri ise yüzde 40 oranında manşete taşınmıştır. Manşet olarak çıkan sağlık haberlerinin hepsi yerel niteliklidir. Tabloda, "diğer" başlığı altında belirtilen haber türleri arasında ulusal nitelikli bir tek haber bulunmaktadır. Bu haberin türü magazindir (Şekil 3).

Şekil 3. 12 Eylül Döneminde *Hakimiyet* Gazetesinde Manşete Taşınan Yerel ve Ulusal Haberlerin Konularına Göre Dağılımı



Hakimiyet gazetesinde manşete taşınan haber türlerini dönemsel olarak değerlendirmek gerekirse, ihtilalden 1 yıl önce manşet olarak çıkan haberlerin yaklaşık yarısı siyasi haberdir (%45,5). Bunu yüzde 36,3 oranıyla ekonomi haberleri izlemektedir. Bu dönemde eğitim, sağlık ve diğer haber türleri manşete hiç taşınmamıştır. İhtilalden 6 ay öncesinde siyaset haberlerinde bir artış gözlenmektedir (%53,8). İhtilal haftasında ise, manşete taşınan siyaset haberlerde azalma görülürken (%30), ziraat ve eğitim haberlerinde bir artış söz konusudur (%20). İhtilalden 6 ay sonra siyaset haberleri yüzde 28,5, ekonomi haberleri ise yüzde 35,7 oranında yer almaktadır. İhtilalden 1 yıl sonra manşete taşınan siyaset haberlerinin oranı yüzde 16,6'ya düşerken, diğer haber türlerinde artış gözlenmektedir (Tablo 5).

Tablo 5. Haber Türlerinin Dönemlere Göre Dağılımı

		SİYASET	EKONOMİ	ZİRAAT	EĞİTİM	SAĞLIK	DİĞER	TOPLAM
1 Yıl Önce	n	5	4	2	0	0	0	11
	%	*45,4*	*36,3*	*18,1*	*0*	*0*	*0*	
6 Ay Önce	n	7	4	1	0	0	1	13
	%	*53,8*	*30,7*	*7,6*	*0*	*0*	*7,6*	
İhtilal	n	3	3	2	2	0	0	10
	%	*30*	*30*	*20*	*20*	*0*	*0*	
6 Ay Sonra	n	4	5	3	0	1	1	14
	%	*28,5*	*35,7*	*21,4*	*0*	*7,1*	*7,1*	
1 Yıl Sonra	n	3	5	2	2	4	2	18
	%	*16,6*	*27,7*	*11,1*	*11,1*	*22,2*	*11,1*	
Toplam	n	22	21	10	4	5	4	66
	%	*33,3*	*31,8*	*15,1*	*6*	*7,5*	*6*	

Hakimiyet gazetesinde manşet olarak çıkan siyaset haberlerini, yerel veya ulusal niteliklerine göre dönemsel olarak incelediğimizde, ihtilalden bir yıl önce manşete taşınan bütün siyaset haberlerinin ulusal nitelikli olduğu fark edilmektedir. İhtilalden 6 ay önce ise, manşet olarak çıkan toplam 7 siyaset haberi vardır. Bu haberlerin yaklaşık dörtte üçü, yerel konulara ilişkindir (%71,4). İhtilal haftasında manşete taşınan ulusal nitelikli siyaset haberlerinin oranında belirgin bir artış gözlenmektedir (%66,6). İhtilalden 6 ay sonra azalma gösteren ulusal nitelikli siyaset haberleri, ihtilalden 1 yıl sonra tekrar artmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. Siyaset Haberlerinin Dönemlere Göre Dağılımı

		YEREL	ULUSAL	TOPLAM
1 Yıl Önce	n	0	5	5
	%	*0*	*100*	
6 Ay Önce	n	5	2	7
	%	*71,4*	*28,5*	
İhtilal	n	1	2	3
	%	*33,3*	*66,6*	
6 Ay Sonra	n	2	2	4
	%	*50*	*50*	
1 Yıl Sonra	n	1	2	3
	%	*33,3*	*66,6*	
Toplam	n	9	13	22
	%	*40,9*	*59*	

İhtilal haftasında manşet olarak çıkan ekonomi haberlerinin hepsi ulusal niteliklidir. Ancak, ihtilalden sonra yerel konulara ilişkin ekonomi haberlerinde belirgin bir artış görülürken, ulusal nitelikli ekonomi haberleri azalmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Ekonomi Haberlerinin Dönemlere Göre Dağılımı

		YEREL	ULUSAL	TOPLAM
1 Yıl Önce	**n**	2	2	**4**
	%	***50***	***50***	
6 Ay Önce	**n**	2	2	**4**
	%	***50***	***50***	
İhtilal	**n**	0	3	**3**
	%	***0***	***100***	
6 Ay Sonra	**n**	4	1	**5**
	%	***80***	***20***	
1 Yıl Sonra	**n**	5	0	**5**
	%	***100***	***0***	
Toplam	**n**	13	8	**21**
	%	***61,9***	***38***	

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, *Hakimiyet* gazetesi, ulusal haberlerde daha çok siyaset konusunu, yerel haberlerde ise ekonomiyi manşete taşımıştır. Bu noktada, özellikle ihtilal sonrasında manşete taşınan ekonomi haberlerinin, ülkeyi ilgilendiren politik-ekonomi haberlerinden daha çok, bölgeye ilişkin haberler olduğunu belirtmekte fayda vardır Gazetede, siyaset haberlerine ihtilalden sonra daha az yer verilirken, ziraat, eğitim, sağlık gibi diğer haber türlerinde belirgin bir artış söz konusudur. Bu durum, ihtilal öncesindeki ülkenin siyasi ortamı nedeniyle, yerel basının siyaset haberlerine yönelmesi, buna karşın, ihtilal sonrasında yönetimin baskıcı tutumu ve toplumu depolitize etme çabası sonucu, diğer haber türlerine doğru bir eğilim göstermesi şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç ve Öneriler

Yerel basın, her şeyden önce, yayımlandığı bölgedeki insanların sorunlarını dile getiren ve kamuoyu oluşumunda önemli bir role sahip kitle iletişim araçlarıdır. Yapılan bazı araştırmalar da, okuyucuların, yerel basına böyle bir işlev yüklediğini göstermektedir.

Günümüzde, bazı yerel gazetelerin, sadece reklam ve ilan alabilmek adına bir iki sayfa halinde çıkmaları ya da seçim dönemlerinde, belirli bir partinin

propagandasını yapmak amacıyla kısa bir süreliğine yayımlanmaları veya gazetecilikle ilgisi olmayan kişilerin yerel gazete sahiplerinin yakınları oldukları gerekçesiyle, sarı basın kartı almaları gibi etik dışı davranışlar söz konusu olsa da, yerel sorunları dile getirerek, yayımlandığı bölgede kamuoyu oluşumuna katkı sağlamayı hedefleyen gazeteler de vardır. Ancak bu gazeteler, özellikle yerel yönetimlerin uyguladığı baskılardan kaynaklı olarak, bu hedeflerini gerçekleştirmek ve okuyucuların beklentilerini karşılamak konusunda çeşitli sıkıntılar yaşamaktadır.

Demokrasinin, Türkiye'de, Batı'nın aksine "tepeden inme" bir biçimde uygulanması nedeniyle, iktidara gelen her yönetim, demokrasiyi içselleştirememiş Türk toplumundaki toplumsal huzursuzluklardan, basını sorumlu tutmuş; basına getirilen yasaklamaların, bu huzursuzlukları ortadan kaldıracağını varsaymıştır. Bu durum, Cumhuriyetin ilk yıllarında, tek parti döneminde, DP iktidarında ve sonrasındaki sivil veya askeri yönetimlerde sıkça karşımıza çıkmaktadır.

12 Eylül İhtilali, öncesinde ve sonrasında yaşanan gelişmelerle, Türk siyasi tarihine damgasını vurmuştur. 12 Eylül yönetimi, daha kalıcı ve merkezi bir yönetim kurmak amacıyla basın özgürlüğünü, kişisel hak ve özgürlükleri kısıtlama; dernek, üniversite ve sendikaları merkezi otoritenin tam denetimi altına alma yolunda pek çok uygulama yapmıştır. Özellikle 1980-1984 yılları arası, basın için tam bir baskı dönemidir. Bu dönemde pek çok gazeteci, yazar, çevirmen tutuklanmış; çok sayıda gazete kapatılmıştır.

12 Eylül yönetiminin tüm bu çabalarının nedeni, toplumun aşırı politize olmasını engellemek, merkezin tam denetimini sağlamak ve devleti güçlendirmektir. Yönetimin bu çabaları, basın mensuplarının haber seçimlerinde de kendisini göstermektedir. 1980 döneminde yerel basının, sayfalarında, ülke gündemine ilişkin haberlere mi, yoksa yerel haberlere mi daha fazla yer ayırdığı konusu önemlidir. Konuya ilişkin olarak, yerel bir basın organında, 1980 İhtilali'nden hemen önce ve hemen sonra çıkan haber manşetlerini incelemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır.

12 Eylül İhtilali'nin yerel basın üzerindeki etkisini incelemek adına bir ön araştırma niteliğindeki bu çalışmada, araştırma kapsamına dahil edilen Mersin'deki *Hakimiyet* gazetesinde çıkan haber manşetleri incelenmiştir. Bunun sonucunda, *Hakimiyet* gazetesinin, 12 Eylül ihtilali sonrasında yerel haberlere, ülke gündemine ilişkin ulusal nitelikli haberlere göre daha fazla yöneldiği ortaya çıkmıştır. İhtilalden 1 yıl önce, manşet olarak çıkan ulusal haberlerin oranı yüzde 72,7 iken, bu oran, ihtilalden 1 yıl sonra yüzde 16,6'ya düşmüştür. Yerel haberler,

ihtilalden 1 yıl önce yüzde 27,2, ihtilalden 1 yıl sonra ise yüzde 83,3 oranında manşete taşınmıştır. Bu durum, 12 Eylül yönetiminin merkeziyetçi ve baskıcı tutumu, basını tam denetim altına alma gayreti nedeniyle, yerel basının, ihtilalden sonra, ülke gündemine yönelik konular yerine, yerele ilişkin haberleri tercih etme yönünde bir eğilim gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Diğer bir deyişle, yerel basın, ihtilal sonrasında, kendi içine kapanmıştır. İhtilal öncesinde yaşanan olaylar, tüm ülkeyi etkileyecek niteliktedir. Yerel basının, bu dönemde ulusal haberlere yönelmesi doğal bir sonuçtur. Ancak ihtilal sonrasında da, ülkeyi ilgilendiren pek çok gelişme yaşanmaya devam etmiştir. Buna karşın, 12 Eylül yönetiminin, ihtilalden bir gün öncesinde yaşanlara, bir gün sonrasında, hiç yaşanmamış gibi perde çekme çabası, yerel basının haber seçimlerinde de kendini göstermiştir.

Araştırmada çıkan bir diğer önemli sonuç ise, gazetenin, ulusal haberlerde daha çok siyaset konusunu, yerel haberlerde ise ekonomiyi manşete taşımış olmasıdır. Siyasi nitelikli haber manşetlerinin yaklaşık beşte üçü, ülke gündemine ilişkindir (%59). Gazetede manşete taşınan ekonomi haberlerinin ise yüzde 61,9'u yerel niteliklidir.

İhtilalden 1 yıl önce, manşet olarak çıkan siyaset haberleri, tüm haberlerin yaklaşık yarısını oluştururken (%45,4), bu oran, ihtilalden 1 yıl sonra yüzde 16,6'ya düşmüştür. Bunun yanında ziraat, eğitim, sağlık gibi diğer haber türlerinde belirgin bir artış söz konusudur. Bu durum, ihtilal öncesindeki ülkenin siyasi ortamı nedeniyle, yerel basının siyaset haberlerine yönelmesi, buna karşın, ihtilal sonrasında yönetimin baskıcı tutumu ve toplumu depolitize etme çabaları nedeniyle, diğer haber türlerine doğru bir eğilim göstermesi şeklinde yorumlanabilir. 12 Eylül yönetiminin bütün bu çabaları, günümüzde ülke ve ulus çıkarlarından çok, kişisel çıkarlarını gözetmeye çalışan bir basın yaratmıştır. Yukarıda değinilen, günümüzde, yerel basının göstermiş olduğu etik dışı davranışların da, bu yönetimin bir sonucu olduğu söylenebilir.

Bu çalışma bir ön araştırma niteliğindedir. Manşetler, gazetelerin ve ülkenin durumuna ilişkin önemli ipuçları verse de, genel bir değerlendirme yapmak için yeterli değildir. Bu nedenle araştırma, yerel gazetelerdeki tüm haberlerin, fotoğrafların, köşe yazıların incelenmesi şeklinde genişletilebilir. Ayrıca, 1960 ve 1971 ihtilalleriyle karşılaştırma yapmak, üç ihtilalin, yerel basın üzerindeki farklı ya da benzer yöndeki etkilerini ortaya çıkarmak adına faydalı olacaktır. Bunun yanında, coğrafi bakımından karşılaştırma yapmak da mümkündür.

Kaynakça

- Alav, Orhan: *Kitle İletişim ve Yerel Medya,* Isparta, Fakülte Kitabevi, 2001.
- Baykal, Hülya: *Türk Basın Tarihi 1831-1923,* İstanbul, Afa, 1990.
- Bek, Mine Gencel: "Yerel Politika ve Yerel Medya", *Medya ve Toplum,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- *Cumhuriyet Ansiklopedisi (1941-1960)* C. II, Yapı Kredi Yayınları, 2002.
- Çay, Mustafa Murat: "İnkılâpların Hayata Geçirilmesinde Yerel Gazeteciliğin Önemi ve Konya'da Ekekon Örneği (1935-1942)", (Çevrimiçi) http://www.atam.selcuk.edu.tr/makaleler/ATA%2012/mcay.htm, 7 Nisan 2006.
- Demirkent, Nezih: *Medya Medya,* İstanbul, Dünya, 1995.
- Faraç, Mehmet: "Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi", (Çevrimiçi) http://www.jurnal.net/arastirma/arastirma-7.htm, 8 Nisan 2006.
- Gezgin, Suat: "Yerel Basın ve Değerlendirme Ölçütleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı: 7, 1998.
- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- Heper, Metin: *Bürokratik Yönetim Geleneği*, Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Yayınları, 1974.
- Kabacalı, Alpay: *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1990.
- Kaypakoğlu, Serdar: "Küresel ve Yerel Medyada Gelişmeler ve Ulus-Devlet", *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi,* Sayı: 16, 2002.
- Kıyak, Akyan: Elektronik Posta Aracılığıyla Görüşme, 5 Nisan 2006.
- Kili, Suna: *Türk Devrim Tarihi*, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2005.
- Koçak, Cemil: "İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Türkiye", *Cumhuriyet Ansiklopedisi 1923 -1940,* C.I, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002.
- Koloğlu, Orhan: *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın,* İstanbul, İletişim Yayınları, 1994.
- Kongar, Emre: *21. Yüzyılda Türkiye,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2005.
- Kongar, Emre: "Asker-Siyaset İlişkilerinde Unutulan Noktalar", (Çevrimiçi) http://www.kongar.org/aydinlanma/2003/367_Asker-Siyaset_Iliskileri_I.php, 27 Ocak 2006.

- Oktay, Ahmet: *Toplumsal Değişme ve Basın*, BFS, 1987.
- Öksüz, İhsan: Elektronik Posta Aracılığıyla Görüşme, 6 Nisan 2006.
- Özgen, Murat: *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Sözen, Edibe: "Yerel Medya Ne Kadar Yerel", (Çevrimiçi) http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kayseri-x/kayseri_15.htm, 8 Nisan 2006.
- Şeyhüseyinoğlu, Nedim: *Dünden Bugüne Düşünceye ve Basına Sansür*, Ankara, Paragraf, 2005.
- Topuz, Hıfzı: *II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Yaylıoğlu, Ahmet: Elektronik Posta Aracılığıyla Görüşme, 10 Nisan 2006.
- Yüksel, Erkan: "Eskişehir Basını Neden Tiraj Kazanıyor?", *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı: 2, Ocak 2006 (Çevrimiçi) http://www.byegm.gov.tr/ YAYINLARIMIZ/ Turk Sureli Yayinlar/iller.asp, 22 Aralık 2005.
- (Çevrimiçi) http://www.byegm.gov.tr/byegmhakkinda/basinkanunu.htm, 27 Ocak 2006.

MERSİN'İN YEREL GAZETE TARİHİ

Mesut Bulut•

Giriş

Kitle iletişim araçları tarihin her döneminde toplumlar üzerinde büyük etkilerde bulunmuş, onları bir taraftan bilgilendirirken bir taraftan da yönlendirmiştir. İletişim çağını yaşayan günümüzde de kitle iletişim araçları olarak basın bu özelliğini hâlâ korumakta, toplumun nabzını elinde tutmaya devam etmektedir.

Toplumların sesi olan medya, zamanla başka bir işlevi daha yerine getirmeye başlamıştır. Özellikle basılı medya, bulunduğu yörenin, kentin, bölgenin ve hatta ülkenin sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal tarihinin belleği olmuştur. Bu nedenle basın, tüm toplumların yaşamında her zaman önemli bir yere sahiptir. Mersin basını da, Mersin'in belleğidir. "Mersin yerel gazete tarihi" isimli bu çalışmadaki amaç, Mersin'in belleğini belli bir düzen içerisinde yeniden güncelleştirmek, kayıpları, eksiklikleri olabildiğince en aza indirgemektir.

Bu araştırmanın temel kaynağını, Mersin Gazeteciler Cemiyeti tarafından emekli öğretmen Gündüz Artan'a hazırlatılan ve 1996 yılında basılan "Mersin Basın Tarihi" isimli yapıt oluşturmaktadır. Araştırma sırasında ulaşılabilen her kaynağa gidilerek olabildiğince veri toplanmaya çalışılmış ve basın ile ilgili kurum ve kuruluşların arşivleri taranmış, bazen de yaşlı tanıkların bilgilerine başvurulmuştur.

1. Tarihte Mersin

Kilikya adıyla anılan Akdeniz bölgesinde bulunan Mersin, Ovalık Kilikya (Cilicia Pedias) içerisindedir. Bu bölge Mersin-Limonlu çayından Antakya'ya uzanan bölgenin adıdır ve tarih boyunca Hitit, Yunan, Roma, Bizans, Arap medeniyetlerine ev sahipliği yapmış, daha sonra sırası ile Selçuklular, Karamanoğulları ve nihayet Osmanlı İmparatorluğu'nun hakimiyeti altına

• Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

girmiştir. Adını, bölgesinde yetişen ve "murt" denilen bir meyveden alan Mersin, tüm bu medeniyetler döneminde pek göze çarpmamış, daha çok Tarsus ve Silifke sınırları içerisinde gösterilmiştir. Mersin kent merkezinin 10 km batısında bulunan Soli-Pompeipois, tarihte önemli yer tutan ve M.Ö. 78 yılında Romalılara geçen önemli bir yerleşim merkezi olarak bilinmektedir.

1800'lü yıllara kadar adı pek anılmayan Mersin'in, deniz sahilinde birkaç huğdan oluşan küçük bir köy olduğu söylenmektedir: "Mersin'in kesin kuruluş tarihini tespit eden bir belgeye rastlamadığımızı, yerli ve yabancı yayınlara göre bir rakam tespit ettiğimize yukarıda işaret etmiştik. Bu konuda dinlediklerimiz de tespitlerimizde etken olmuştur. (...) Esir edilerek Mersin civarında bir yelkenliden indirilip, bilahare Pozantı'ya götürülen, azat edildikten sonra ölünceye kadar bir yakınımızın himayesinde kalan Habeşistanlı bir kadından dinlediğimize göre Mersin'de sahilde huğ tabir edilen barakada çay içmişler, orada birkaç huğ bulunuyormuş. Anlattıklarından kendisinin Mersin'e gelişinin 1945 yıllarına rastladığını sanıyoruz."[1]

Mersin, adını, Mısır Valisi M. Ali Paşa'nın Anadolu'yu işgal etmeye başladığı 1930'lu yıllarda duyurur. Özellikle de, 1859 yılında Süveyş kanalının açılmasından sonra Mersin'in önemi artmaya başlar: "1832'de Osmanlı kuvvetlerini Akka'da yendikten sonra Anadolu'ya yürüyerek Mersin ve civarını da işgal eden İbrahim Paşa, Anadolu içlerine kadar ilerlemiştir. Ordunun iaşe ve güvenliği için, Mısır ve Suriye'den ziraat işlerini bilen insanları getirerek bölgeye yerleştirmiştir. Bu tarihlerde Mersin'de bir iskele yoktur. Kazanlı ve diğer yakın iskelelerden yararlanılmaktaydı. Gelenler arasında Mersin'e yerleşenler olmuştur. Ancak Mersin'e asıl yerleşme 1860'lardan sonradır."[2]

"18.yüzyılda birkaç Ermeni ailesinin bulunduğu Mersin'de 1881-1893 sayımına göre nüfus sayılarının resmî makamlara göre 430 olduğu görülmektedir."[3] 1830'lu yıllardan sonra deniz ticaretinin önemli merkezlerinden biri haline gelen Mersin hızla büyümeye ve nüfusu da artmaya başlamıştır. 1900'lü yıllara gelindiğinde, Mersin birçok ülkenin temsilciliklerine ev sahipliği yapmaktadır. Bu dönem içerisinde temsilcilikler tarafından yayınlanan haber ve ajans bültenlerinden söz edilmektedir. Ancak, bu güne kadar herhangi bir belgeye ulaşılmamıştır.

[1] H.Şinasi Develi, *Dünden Bugüne Mersin (1836-1990),* 3.Baskı, Mersin,, 1987, s.51.
[2] Şerife Yorulmaz, "Doğu Akdeniz'de bir Cemaat Serüveni", *Tarih İçinde Mersin Kollokyumu,* 2005, s. 71.
[3] Kemal Karpat, *Osmanlı Nüfusu (1830-1914) Demografik Sosyal Özellikleri,* İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2003, s. 164.

2. Mersinde İlk Matbaa ve Gazeteler

Mersin'e matbaa ilk kez 1890 tarihinde gayrimüslimler tarafından getirilmiştir. "1890'lı yılların başında Mersin'de kurulan matbaada (Papazın Matbaası diye bilinirdi, tek pedallı basit makine) gayrimüslimlerin, özellikle Ermenilerin çıkardığı gazeteler basılmıştır."[4] Farklı kaynaklar tarafından da doğrulanan bu açıklamaya rağmen, Ermenilere ait basılı gazete isim ve nüshalarına ulaşılamamıştır.

2.1. Mersin'de İlk Gazeteler

2.1.1. Tarsus

Mersin'de ilk gazete 1877 tarihinde Tarsus'ta doğan Müezzinzade Mehmet Tahir (Öncü) tarafından basılmıştır. Tarsus'ta bulunan Mıgırdıçyan'ın matbaasını satın alan Öncü, matbaayı genişleterek 1908 yılında *Tarsus* isimli gazetenin yayınına başlamıştır. 1927 yılında yayın hayatından çekilen gazete, Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin sözcülüğünü üstlenmiştir. "1912 yılından itibaren önce haftada bir sonra haftada iki defa ve 300 adet basılan gazete, Milli Mücadeleyi destekleyen yazıları kadar zengin içeriği ile de tanınmış, etkili olmuştur."[5]



45x30 ebadında ve tek yaprak olarak çıkan gazete 40 paraya satılmaktadır. Arap harfleriyle basılan bu gazetenin haftada iki gün yayınlanan bir örneği, "Mersin Basın Tarihi'ni yazan Gündüz Artan tarafından Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'ne bağışlanmış ve bölüm arşivinde saklanmaktadır. Gazetenin resimleri son bölümdedir.

[4] Gündüz Artan, *Mersin Basın Tarihi,* Mersin, Mersin Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1996, s. 9.
[5] *A.y.*

Haftada bir çıkan 1918 tarihli gazetenin künyesine bakıldığında şunlar görülmektedir:

Matbaa ve idarehanesi
Tarsus'ta telgrafhane karşısında daire-i mahsus

Umuru tahririyeye ait hususat için idarehaneye müracaat edilmelidir
---
Mesleğimize muvafık yazılar kabul olunur, derc edilmeyen iade olunmaz
---
Bir senelik abone 100 kuruştur

Nüshası 40 paradır

Sahibi İmtiyaz ve Müdür-i mesulü Müezzinzade Mehmet Tahir

İdareye dair hususat için sahip namına müracaat edilmelidir

İlanatın beher satırı 5 kuruştur

Senelik ilanat idare memuru ile kararlaştırılır

Günü geçmiş nüshalar beheri 2 kuruştur

TARSUS

Şimdilik haftada bir defa neşr olunur gazetedir

Nüshası 40 paradır

Sekizinci sene | 24 Tesrinisani 1334 – 1918 Pazar | 21 Sefer'ül-hayr 1337 Numara 133 -1

---

24 Kasım1918 tarihli ve dört sütundan oluşan gazetenin bu baskısının manşetlerinde şunlar bulunmaktadır:

Birinci sayfa birinci sütun:

Muhterem Karilerimize

Vilayetinde intişar edüp pek az sonra ortadan gaib olan refiklerine rağmen üç sene kadar neşr hizmetine devam eden gazetemiz dört senelik ıztırari bir sükundan sonra tekrar arz hizmet ediyor.

Efendiler bize geliniz

Münevverlerimize

Memleketin büyükleri, muharrirleri ve akıllıları bu yurdumu seviyor. Bu yurdun yaşamasını istiyor ve bu yurda saadet erişmesini istiyorsanız sevgili efendilerimiz bize geliniz bizi okuyunuz.

Birinci sayfa, üçüncü sütun:

İspanyol hastalığının kasaba ve karilerimizdeki tahribatı hakkında birkaç söz

Birinci sayfa dördüncü sütun:

Dönüş hırsı

Daha sonra haftada iki kez basılan gazetenin başlık klişesi de değişmiştir.



Sahibi
Müezzinzade Mehmet

Müdür-i Mesul
Tahir Mehmed Fuad

Çarşamba
5 Kanunisani 1927

Abone Şeraiti
Seneliği Yüz Nüsha İtibariyle
400 Kuruş

İdarehanesi
Mersin Yıldız Matbaası'ndadır

TARSUS

Altı Aylığı Elli Nüsha
25 Kuruştur
İlanat-Dairehanede Kararlaştırılır

Yıl 10 | Şimdilik Haftada İki Çıkar Türk Gazetesidir | sayısı 256-555

Bu sayının birinci sayfasındaki başlıklar:

Halas Günümüzün Yıldönümü

Bugün fecayi ve şeametle geçen Türkün namert ve nankör düşmanlarının hezimet ve perişanlıkla .... başlarını aziz yurdumuzdan ebediyen defolup gittikleri gündür.

Kurtuluş (şiir)

Kurtuluş şehitlerinden Hacı İshak (şiir)

Mustafa Nail için: Mustafa Nail Efendi

2.1.2. Şihab

Bugüne kadar hiçbir nüshasına ulaşılamayan bu gazetenin varlığını *Ceride-i Sofiyye* gazetesinin 23 haziran 1352 tarihli (7 Temmuz 1913) 52. sayısında çıkan bir tebrik yazısından öğreniyoruz: "Mersin'de genç ve münevverü'l-fikir bir heyet-i tahririyeden mürekkep zevat tarafından haftada bir edebi, fenni, ilmi, dini, içtimai olarak *Şihab* ismiyle bir risalenin intişarına başlanmıştır. Refikimizi tebrik ve devam-ı intişarını temenni eyleriz." Artan, *Müterrefika Dergisi*, yaz 1995, sayı6, s:121'den yaptığı alıntıda bu metnin, dilimize şöyle aktarıldığını

göstermektedir: Mersin'de genç ve aydın görüşlü kişilerden oluşan yazı kurulu tarafından haftada bir edebi, teknik, ilmi, dini, sosyal olarak *Şihab* (Kıvılcım) adıyla bir gazetenin yayınlanmasına başlanmıştır. Arkadaşımızı kutlar, yayının devamını dileriz."[6]

Bu 1913 yılında yayın hayatına başlayan bu gazetenin Tarsus'taki, Mehmet Tahir Bey'in matbaasında basıldığı ileri sürülmektedir.

2.1.3. Milli Ajans Bülteni

Günümüze kadar ulaşmayan bu bülten hakkındaki bilgilere, Kurtuluş Savaşı sırasında Mersin'de yapılan işleri anılar şeklinde Mersin'de yayınlanan Mayıs 1967 tarihli 7. Sayısında Kuvayı Milliye dergisinde anlatan Şeref Genç'in (1898-1978) yazılarından ulaşıyoruz: "Birinci Dünya Savaşının çeşitli zorluklarından Çukurova bölgesindeki gazeteler kapanmıştı. Ancak kısa haberler Fahri (Gül)'ün abonesi olduğu ve Papazın Matbaasında bastırdığı veya şapografla çoğaltarak satışa çıkarıldığı *Milli Ajans Bülteni*'nden öğreniliyordu. İstanbul gazeteleri ise ancak 10-15 gün sonra geliyordu."[7]

Bu bültenin basılmaya başlandığı tarih ve basımın bittiği tarihler konusunda bir bilgiye ulaşılmamış; Genç'in ifadelerinden, Kurtuluş Savaşı sırasında yayınlandığı tahmin edilmektedir.

2.1.4. Papağan

Yine Şeref Genç'in anılarında bahsettiği ve tahminen 1920 yılında, haftada bir, Saatçi Ali Rıza (Ekinci)Efendi tarafından, Papazın Matbaası'nda basarak çıkarttığı bu gazete, Ali Rıza Efendi askere gidince yayın hayatına son vermiştir. Artan'ın, Ali Rıza Efendi'nin torunu Zeki Ekinci ve Mersin basınının duayeni Nimet Tufan'dan aldığı bilgiye göre, Ali Rıza Efendi, 1925 tarihinde, on beş günde bir çıkan ama sadece birkaç sayı basılan *Bilgi Yolu* isimli bir gazete çıkartmıştır.

2.1.5. Mersin

Yayın hayatına 1922 tarihinde başlayan *Mersin* Gazetesi, Papazın Matbaası satın alınarak, yerine daha modern şekilde donatılan Yıldız Matbaası'nda basılmıştır. Fuad Selami Bey'in sahibi olduğu gazete, Mersin Basın Tarihi

[6] Artan, *a.g.e.*, s. 11.
[7] *a.g.e.*, s. 12.

içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Milliyetçilik ve cumhuriyetçilik anlayışının Mersin'de yayılmasında, Cumhuriyet ilkelerinin tanıtılmasında önemli bir rol oynamıştır. Atatürk'ün 17 Mart 1923 yılında Mersin'i ziyaret ettiğinde yaptığı konuşma ve Dr. Reşit Galip'in konuşmaları bu gazetede basılarak halka duyurulmuştur. Artan, bu gazeteyi şöyle tanımlamaktadır: "Cumhuriyet ilke ve inkılâplarının tanıtılması, Türk Ocağı ve Halkevi çalışmalarının duyurulmasında; Mersinlilerin gelişen yurt ve dünya haberleriyle bilgilendirilmesinde, *Mersin* Gazetesi'nin önemli katkıları olmuştur. 1927 yılında kapanan gazetenin yerine, 1928 yılında *Yeni Mersin* Gazetesi kurulmuştur."[8]

1924 tarihli *Mersin Gazetesi'*nin künyesi şöyledir:

MERSİN

Şimdilik Haftada İki Defa Çıkar Türk Gazetesidir

İkinci sene
Numara: 92

Müdür-i mes'ul ve Başmuharrir: Sami
İdarehanesi: Mersin'de İdadi Mektebi Caddesinde
Posta kutusu numara 4
Nüshası 5 kuruştur

Sahib- İmtiyaz: Mustafa Şakir
Abone: Senelik 400.Altı aylık 200 kuruştur
İlanat: Ücret idare memuru ile kararlaştırılır
Derc edilmeyen evrak iade edilmez

1340
5 Kanun-ı Sani — Cumartesi — 28 Cemaziyelevvel 1338
1924

5 Kanun-ı Sani 1338

2.1.6. Doğru Öz

Mevlanazade Ata Çelebi tarafından, 5 Ocak 1922 tarihinde yayınlanmaya başlayan gazetenin kuruluş tarihi 1.1.1922 olarak görülmektedir. Yerel konu ve haberlere yer veren ve bir taraftan da halkı bilgilendirmeyi amaç edinen gazetenin elimizde, 9 Mart 1925 tarihli Arapça harflerle basılı fotokopisi bulunmaktadır. Artan'ın, 18 Eylül 1922 tarihli 51. sayısından aktardığı şu alıntı, gazetenin yayın politikasını açıklamaktadır: "Mesleğimiz, tufeyli yaşayanlar ve babadan görenler nazarında avam tabir edilen hamal, amele, çiftçi, çırak, köylü, yazıcı kısımların (yani beşerin mazlum kitlesinin) ihtiyacını temin,

[8] Artan, *a.g.e.*, s. 13.

menfaatini müdafaa, hukukunu muhafaza, elemlerini dinlemek, gözyaşlarını dindirmek ve onlarla beraber olmaktır."[9]

İlk çıktığında 45x30 ebadında olan gazetenin fiyatı beş kuruştur. Gazetenin, 1924 yılında hem başlık klişesi değişmiş hem de fiyatı 100 paraya inmiştir. Artan, gazetenin 1 Mayıs 1924 yılına ait nüshasının klişesini şöyle aktarmaktadır:

DOĞRU ÖZ
Şimdilik haftada iki defa çıkar halk gazetesidir.
Beher sayı 5 kuruştur.
Sahibi, yazıcısı, müdürü: Ata Çelebi
Adres: Mersin'de "Doğru Öz"
Tarihi tesisi: Adana'nın kurtuluş günü olan 5 Kânunisani 1338 (1922)

Halkın yükselmesini gösteren, benliğini öğreten yazılara sahifemiz açıktır. Her husus müdürle görüşülür. İlanat pazarlığa tabidir. Doğru Öz matbaasında terip, Yıldız Matbaasında tab olunmuştur."[10]

Aynı gazetenin 1924'ten sonraki klişesi ise şu şekildedir.


دوغرو أوز

9 Mart	Pazartesi	Numara 136
1925-1341.1		Sahibi, Yazıcısı: Ata Çelebi
----------		Mesul Müdür
Abonesi (96) nüsha itibarıyla seneliği		----------
(240) altı aylık (120)	Adres: Mersin'de Doğru Öz	
İlanat Pazarlığa Tabidir	DOĞRU ÖZ	Tesisi: 1/1/1337
Dördüncü sene		1/1/1922
Nüshası 100 Paradır	Şimdilik haftada iki defa çıkar	Nüshası 100 Paradır

[9] Artan, *a.g.e.*, s. 15.
[10] *A.y.*

Üç sütundan oluşan gazetenin birinci sayfasının başlıkları şöyledir:

Birinci sütundaki başlık ve ilk cümle:

Gaile arasında ihtiyacımız

Yurdun bir tarafında irtica meselesi varken diğer tarafında hayati ihtiyaçların teseyyübi bizde arz halindedir.

İkinci sütundaki Başlık:

Takrir-i Sükun Kanunu

Madde 1- İrticaya ve memleketin nizam-ı içtimasını ve huzur ve sükutu ve emniyet ve asayişi ihale beis bilumum teşkilat ve tarikat ve teşvikat teşebbüsat ve neşriyatın hükümet reis-i cumhurunun tasdikiyle reisen idarat mezundur.

Üçüncü sütundaki haber başlıkları:

Yeni Kabine

Vinç meselesi

2.2. Kısa Ömürlü Gazeteler

Doğru Öz Gazetesi'nin yayınlarına devam ettiği tarihler arasında, pek uzun ömürlü olmayan birkaç gazete daha çıkmıştır. Bunlar: 1925 yılında yayına başlayan, 15 günde bir ama sadece birkaç sayısı yayınlanan *Bilgi Yolu Gazetesi*, 1 Temmuz 1928 yılında birkaç sayısı yayınlanan *Halk Gazetesi* ve daha sonra vilayetin resmî gazetesi haline dönüşecek olan, 1923–1928 yılları arası yayınlanan *İçil Gazetesi*'dir. Artan, *İçil Gazetesi*'nin, 9 Şubat 1931'de Taşucu'na gitmesi sebebiyle bir sayı daha yayınlandığını aktarmaktadır.

2.2.1. Taşili

1922 tarihinde yayına başlayan *İçil Gazetesi*, 1923'ten sonra *Taşili* adını alır ve vilayetin resmî gazetesi olur. *Taşili* Gazetesi'yle birlikte adı anılan ve vilayetin diğer resmî gazetesi olan ise 1922 tarihinde yayına başlayan *Işık Gazetesi*'dir. Bunu, Artan şöyle açıklamaktadır: "Bu bölümde bilgi vereceğimiz *Mersin* ve *Doğru Öz* gazetelerinden başka Silifke'de haftalık *İçil* (Sonra vilayetin resmî gazetesi 1923-1928. Sahibi Mehmet Paşazade Sadık (Taşucu) ve *Işık* (vilayetin resmî gazetesi 1922) gazeteleri Yıldız Matbaası'nda basılmıştır."[11]

[11] Artan, *a.g.e.*, s. 11.

50x32 ebadında olan gazete haftada bir Çarşamba günleri çıkmaktadır. Elimizde yarısı kopuk bölümü bulunan, 1927 senesine ait gazetenin künyesi ve klişesi şöyledir:



Beşinci sene-numero:230
Silifke Fi 9Teşrinisani 1927
Çarşamba Fi 13 Cemaziyelevvel 1346
Memlekete ve millete faideli
yazılara sahifelerimiz açıktır

Derc olunmayan evrak iade edilmez

TAŞİLİ

Nüshası beş kuruştur
Türkiye Memalik-i Ecnebiye
iştirak şeraiti
Seneliği 250 370
Altı aylığı 140 200
Üç aylık yoktur

Günü geçmiş nüshalar yirmi kuruştur
İlanat ücreti matbaa müdürü ile kararlaştırılır

Her hafta Çarşamba günleri neşrolunur vilayetin resmî gazetesidir

Sağ köşesinde Atatürk portresi bulunan bu sayının, ikinci sütununun haber başlığı ve ilk paragrafı şöyledir:

Hakikate İtimad

Ankara'dan vürud eden telgraflardan anlıyoruz ki, asil milletimizin maddi manevi mesuliyetlerini üzerlerine alan muhterem vekillerimiz ekseriyat-ı ara ile, büyük bir şevk ve samimiyetle milletin gözbebeğini tekrar başlarında görmek şerefine, bahtiyarlığına nail oldular.

Dört sütundan oluşan arka sayfada ise şu başlıklar yer almaktadır :

Birinci Sütunda başlık yoktur. İkinci sütunda :

Mut'ta

29 Teşrinievvel (Bir şiirle devam eden kısa bir yazı)

Üç ve dördüncü sütunda büyük puntolarla :

Hilal-i Ahmeri Unutma

Üçüncü sütununun ortasında:

Baş Mühendis

Dördüncü sütunun ortasında:

Vilayet Orman Müdüriyetinden

2.2.2. Sicilli Ticaret ve Piyasa Gazetesi

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası tarafından 21x41 ebadında ve 15 günde bir çıkartılan gazete, odaya kayıtlı üyelere bedava dağıtılmaktadır.

3. Latin Harfleriyle Çıkan Gazeteler

Latin alfabesinin kabul edilmesinden sonra bir takım gazeteler bir süre daha Arap harfleriyle baskılarına devam etmiş ama bu uzun sürmemiştir. Arap harflerinde Latin alfabesine geçiş dönemini yumuşak bir şekilde yapan gazete baskılarının yarısını yeni harflerle yarısını da eski harflerle yapmışlardır. Bu gazetelerden biri de 1928 yılında *Mersin Gazetesi* yerine kurulan *Yeni Mersin Gazetesi*'dir.

3.1. Yeni Mersin

Mersin Gazetesi'nin kapatılmasından sonra yerine kurulan gazetenin kurucusu Fuat Selami Bey'dir (Akbaş). *Yeni Mersin*'in matbaasını genişleterek ve kabul edilen latin harflerini getirterek 24.7.1928 tarihinde, 57x39 ebadında, dört sayfa halinde (bazen iki) çıkarttığı gazetenin baskısı bir süre hem Arapça hem de Latin harfleriyle yapılmıştır. Sorumlu müdürlüğünü Halil Zeki Bey'in yaptığı gazete, yerel sorunları dile getiren aydınlanmacı bir politika izlemiş; Mersin'in gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Pazartesi günleri yayınlanmayan gazetenin satış fiyatı beş kuruştur.

Fuat Akbaş'ın 27 Ekim 1949 yılında ölümünden sonra, gazetenin yayınını oğlu Besim Fuat Akbaş sürdürmüş; Besim Fuat'ın 1980 yılında ölümünden sonra, gazetenin yayın hayatına son verilmiştir. Artan, Fuat Akbaş için şunları yazmaktadır:

"Sürekli Basın Kartı sahibi ilk gazetecilerden olan Fuat Akbaş, Matbuat Kongrelerine katılmış, uzun yıllar *Ulusal, Milliyet, Tan, Cumhuriyet* gazetelerinin Mersin temsilciliğini yapmıştır. Gazetecilikte ilke olarak benimsediği ve yanında çalışanlara öğrettiği görüş şöyledir: Gazeteciliği bir silah gibi kul-

lanmayınız. Karşınızdaki kişinin silahı yoksa çok dikkatli olunuz. Kimseye çamur atmayınız."[12]

Gazete ilk çıktığında klişesi farklıdır. Klişenin 1933 teki şekli şöyle düzenlenmiştir:

M. Fuat
Sahip ve Yazı İşleri Müdürü

YENİ
MERSİN
Günlük Gazete

Pazar
26 Şubat 1933

Tesis Tarihi:21 Temmuz 1928

No: 1410

1938 tarihili baskıda ise aşağıdaki gibidir:


YENİ MERSİN

Büyük Ziraat kongresi dün Ankarada Başvekil Celâl Bayarın bir nutkile açıldı. Kongreye binden fazla Çiftçi iştirak etti.

Sahibi ve Umum Neşriyat Müdürü FUAD AKBAŞ

İdare yeri

Sayısı 5 kuruş
Telefon No. 82

Çarşamba
28
B. KÂNUN
1938

Yılı: 11 | Sayı 3175

GÜNDELİK SİYASİ HABER FİKİR GAZETESİ

3.2. İçel Postası

2 Haziran 1943'te çıkmaya başlayan gazetenin imtiyaz sahibi Fehmi Duru'dur. Önceleri Çarşamba ve Cuma olmak üzere haftada iki kez çıkan gazete daha sonra haftada üç gün yayınlanmıştır. 50x40 ebadındaki gazete, iki sayfadan oluşmaktadır. Sadece 60 sayı yayınlanan ve fiyatı beş kuruş olan gazetenin haberleri, genelde Anadolu Ajansı kaynaklı olup, yurt haberlerini vermektedir. Gazete 10 Nisan 1946'da kapanmıştır.

3.3. Ege


20
Sonkânun
Cuma
1939

EGE

H. RI ERKMEN

MERSİN

Fiatı 100 para

Hasan Basri Erkmen tarafından 26 Ağustos 1932 tarihinde çıkartılmaya başlayan gazetenin ebatları 25x52'dir. Yazı işleri müdürlüğünü de Erkmen'in yaptığı gazete, haftada iki veya üç defa çıkmaktadır. Ege matbaasında basılan siyasi nitelikli gazetenin 1934'te yayınına bir yıl ara verilmiş; bu arada,

[12] Artan, *a.g.e.*, s. 20.

Güney isimli gazete çıkarılmıştır. *Ege Gazetesi*, 3 Ocak 1935 yılında tekrar yayına başlamıştır. Bazen iki, bazen dört sayfa olarak çıkan gazetenin yayını, 1 Aralık 1943'te sona ermiştir.

3.4. Akın

"Ata Çelebi, kendi adını taşıyan matbaasında, 16 Mayıs 1944'de, günlük siyasi haber gazetesi *Akın*'ı çıkarmıştır. İmtiyaz sahibi ve başmuharrir Ata Çelebi, Umumi Neşriyat Müdürü Hüseyin Yaşar'dır. 50x34 cm boyutlu dört sahifeli gazete, Ata Çelebi'nin 22 Temmuz 1946'da ölümü üzerine 4 Ağustos 1946'da kapanmıştır."[13]

3.5. Havadis

24 Kasım 1947'de yayın hayatına başlayan gazetenin sahibi ve başyazarı Rıza Atilla'dır. Halkevi matbaasını satın alarak yeniden düzenleyen Rıza Atilla, gazetesinin adını verdiği matbaada yayın hayatını 1950 yılına kadar sürdürmüştür. Büyük boy ve dört sayfa olarak yayınlanan günlük siyasi gazete, genelde yurt haberlerini vermekteydi. 27 Aralık 1949 tarihli gazetenin künyesi şöyledir:

HAVADİS
Başmuharrir: Rıza ATİLLA
27 Aralık 1949 Salı
İdare Yeri: (Havadis) Matbaası-Mersin
Telefon No: 1042-Mersin
Sayı: 575 Yıl:3
Sayısı 10 Kuruştur
Günlük Siyasi Gazete Tesisat: 24 Kasım 1947

3.6.Toros


YASİ ORGUN

Hüseyin FIRAT

İdarehane
Toros Matbaası
MERSİN

TOROS

GÜNLÜK SİYASİ GAZETE

[13] Artan, *a.g.e.*,s. 25.

Mersin'in, ilk renkli başlıklı gazetesidir. Kırmızı başlıkla çıkartılan gazete yayın hayatına 30 Ocak 1948 tarihinde başlar. Sahibi Vasfi Ongun'dur. Gazetenin Yazı İşleri Müdürlüğünü Hüseyin Fırat yapmış ve hükümete karşı yaptığı sert eleştirilerden dolayı sıkıntılı dönemler geçirmiştir. Toros Matbaası'nda basılan günlük siyasi gazete, ekonomik nedenlerden dolayı, 1951 yılında yayın hayatına son vermiştir.

3.7. Hürgazete


HÜRGAZETE

MİLLETLE BERABER

Yıl: 1 : Sayı: 7 — Fiatı: 10 Kuruş

10 Ekim 1949 — Sahibi ve Yazı işlerini fiilen idare eden: SABAHATTİN KÖSEL — Pazartesi günleri çıkar Siyasi ve Edebi Gazete

Yayın hayatı 11 ay süren gazetenin sahibi Sabahattin Kösel'dir. Yazı İşleri Müdürlüğü'nü de Kösel'in yaptığı gazete, hafta bir Pazartesi günleri dört sayfa halinde çıkmaktadır. Mersin'in sorunlarını dile getiren ve yurt haberleri veren gazete aynı zamanda edebiyat konusunu da işlemektedir. 41x29 ebadında çıkartılan ve Haziran 1950'de kapanan gazetenin 10 Ekim 1959 tarihli klişesi yukarıdadır.

3.8. Sabah Postası

1912 Tarsus doğumlu Rıfat Özavcı, 1951 yılında satın aldığı Havadis Matbaası'nda basılan gazetenin sahibi ve Yazı İşleri Müdürü'dür. 28 Aralık 1948'de Tarsus'ta kurmuş olduğu matbaada, haftada 3 kez çıkan *Gülek* gazetesinin de sahibi, yine Özavcı'dır. 1952 yılından itibaren, Mersin'deki matbaasında, *Sabah Postası* ismi ile çıkarttığı, genelde Mersin'in sorunlarını ve toplumsal konuları gündeme taşıyan gazeteye 1956 yılında İhsan Tufan ortak olmuş ve gazete 1958 yılında yayın hayatına son vermiştir.

3.9. Hürses

"Rahmi Yalın tarafından çıkarılan, günlük gazete, 1951-1953 yılları arasında yayınlanmıştır."[14]

[14] Artan, *a.g.e.*,s. 36.

3.10. Hakimiyet

"5 Haziran 1952'de Kazım Erbil tarafından yayınlanan gazete, Hakimiyet Matbaası'nda basılmıştır. Yazı İşleri Müdürü Sabahattin Kösel'dir. Sonra Şükran Erbil'in sahipliğinde çıkan günlük siyasi gazeteyi ve matbaayı Mahir Sümen, 1977'de Kemal Dursunbey varislerinden satın almıştır. Yazı İşleri Müdürü Adil Ovacık'tır. Nisan 1993'te Mete Aktaş'a devredilmiştir."[15] Halen yayın hayatına devam eden gazetenin sahibi, Kantaş Basın Yayın Ltd. Şti adına H. Mete Aktaş'tır. Gazetenin yazı işleri müdürlüğünü S. Aktaş yapmaktadır. Gazetenin bugünkü klişesi şöyledir:


54. YIL

Hakimiyet

19 Nisan 2006 Çarşamba Yıl: 54 Sayı: 17622 — Günlük Bağımsız Siyasi Gazete — E-mail: hakimiyetgazetesi33@mynet.com — Fiyatı: 10 Ykr

Yerel haberleri gündeme taşıyan, bağımsız, günlük, siyasi gazete 38x57 ebadında, 12 sayfa olarak yayınlanmaktadır. Günlük yayınlanan gazetenin tirajı 400'dür.

3.11. İyi Gün için Mücadele

Müfide İlhan tarafından 1952 yılında yayınına başlanılan gazete, birkaç sayının ardından kapanmıştır.

3.12. Cenup Postası

"1954'te çıkan *Cenup Postası*, kendi matbaasında basılmıştır. Sahibi Nevzat Şumnu, Yazı işleri Müdürü: Nevin Şumnu'dur. Dört sayfalı, büyük boy, siyasi gazetenin, Nevzat Şumnu'nun ölümünden sonra sahibi ve yazı işleri müdürü F.Nevin Şumnu tarafından yayını sürdürülmüş; 1968 yılında kapanmıştır."[16]

3.13. Afacan

Nimet Tufan'ın 1956 yılında çıkarmaya başladığı ve okur kitlesi olarak çocukları aldığı bu haftalık gazete, yayın hayatını ancak üç yıl sürdürebilmiş ve 1959 yılında kapanmıştır.

[15] Artan, *a.g.e.*,s. 36.
[16] *A.y.*

3.14. Son Haber

Mersin'in önemli gazetelerinden biri olan *Son Haber*, günlük siyasi bir gazetedir. İhsan Tufan tarafından kurulan ve başyazarlığı yapılan gazete 1965 tarihinden itibaren, Tankut Tufan'ın denetiminde yayınına devam etmiştir. Gazete, düzensiz de olsa, hâlâ yayın hayatını sürdürmektedir. Gazetenin bu günkü durumu şöyledir:

Son Haber Gazetesi
Sahibi: İsa Tufan Tankut
Kuruluş tarihi: 09.06.1958
Tirajı: 300
Yayın Periyodu: Haftalık

3.15. Savaş

"Sahibi ve başyazarı Mahir Tümen'dir. Dört sayfalık, günlük, siyasi gazetedir. 1963 yılında Adalet Partisi'nden ihraç edilenlerin çıkardıkları gazete, 1970 yılında haftalık, sonra 15 günlük yayınlanmış; 1973 yılında kapanmış ve yerine *İçel Ekspres* yayınlanmaya başlamıştır."[17]

3.16. Kurtuluş

Kılıç Tülay'ın sahibi olduğu ve 1964 yılında yayınına başlanılan günlük siyasi gazete, 1991 yılında Bülent Ongun'a geçmiştir.

3.17. Fikir

Timur Tülay'ın sahibi olduğu gazete 1971 yılında yayın hayatına başlamış; daha sonra *Güneş* gazetesine devredilmiştir.

4. Mersin Gazeteciler Cemiyeti'nin Kuruluşu

1975 yılına kadar Mersinli gazeteciler, merkezi Adana olan ve K.Maraş, G.Antep gibi çevre il gazetecilerinin de üyesi olduğu Adana Gazeteciler Cemiyeti'ne üye olmuştur. 1975 yılında Mersin'de bir cemiyet kurmaya karar veren gazeteciler, Kurul Başkanlığı'nı Sabahattin Kösel'in yaptığı 7 kişilik Kurucu Yönetim Kurulu, Cemiyeti kurmuştur. Ama bu Cemiyetin ömrü uzun sürmez; 1977 yılında isim değişikliğine giderek Mersin Gazeteciler Derneği'ne dönüşür ve Mersinli gazeteciler

[17] Artan, *a.g.e.,* ss. 39-40.

bu dernek etrafında birleşir. İlk başkanlığını Tankut Tufan'ın yaptığı derneğin başkanlığına 1981 yılında, Osman Bekiroğlu seçilir.

1984 yılında, dernek üyeleri içerisinde çıkan anlaşmazlıklar sonucu ayrılan bazı gazeteciler, 1985 yılında Akdeniz Gazeteciler Cemiyeti'ni kurarlar. Cemiyetin ilk başkanlığını Ali Adalıoğlu yapar. Daha sonra sırasıyla 1986'da Osman Bekiroğlu ve 1989'da Ali Adalıoğlu başkanlığa seçilir. 1992 yılında başkanlıktan istifa eden Adalıoğlu'nun yerine Şevket Coşkun başkanlığa geçer.

1992 Yılında, Vahap Şehitoğlu'nun başkanlığı sırasında kendini fesheden Mersin Gazeteciler Derneği ve adını Mersin Gazeteciler Cemiyeti olarak değiştiren Akdeniz Gazeteciler Cemiyeti, bir çatı altında birleşir ve ilk başkanlığı Yurdakul Dinçerler yapar. Daha sonra 1994 ve 1996 yıllarında Ali Adalıoğlu Yönetim Kuru Başkanı olur.

Bugün Mersin'de üç basın kuruluşu bulunmaktadır. 1975 yılında kurulan Mersin Gazeteciler Derneği'nin başkanlığını A.Vahap Şehitoğlu yürütmektedir. İkinci kuruluş ise Anadolu Basın Birliği Mersin Şubesi'dir. Bu kuruluşun başkanlığını Selman Özipek yapmaktadır. Üçüncü kuruluş olarak Mersin Basın Çalışanları Derneği'ni görmekteyiz. Derneğin bu günkü başkanı Kemal İstek'tir.

1 Ağustos1984 tarihinde kurulan, Mersin Gazeteciler Cemiyeti Başkanı'nın sahibi olduğu, Yazı İşleri Müdürlüğünü Nadir Sucular'ın yaptığı ve Necdet Canaran tarafından yayına hazırlanan *Bayram* gazetesi, "Çalışan Gazeteciler Bayramı" olarak her 10 Ocak'ta ve bayramlarda çıkmaktadır.

5. 1990'a Kadar Mersin Gazeteleri

İÇEL EKSPRES: Sahibi A.Mazlum Gökçay, Genel Yayın Yönetmeni Mehmet Can olan gazete, 1 Ekim 1973 yılında kurulmuştur. Yayın hayatına devam eden gazete, günlük siyasi gazete niteliğindedir ve bugünkü sahibi Nevzat Yasti, Genel Yayın Yönetmeni Nafi Çelik'tir. Yerel konuları gündeme getiren gazetenin günlük tirajı 450'dir. **GÜNEY:** 24 Kasım 1975 te kurulan gazete günlük, siyasi gazetedir. Cumali Tunç'un kurduğu gazetenin bugünkü sahibi Aydan Tunç (Baydak)'tır. 8 sayfadan oluşan gazete daha çok yöresel haberlere ağırlık vermektedir**. MERSİN TİCARET:** 1981'de çıkartılan, 1986'da kapanan ve günlük çıkan bu gazete'nin sahibi Kamil Cömertler'dir. **ZAFER:** Yayına başlama tarihi 5 Aralık 1982, sahibi Kılıç Tulay'dır. **GÜNEŞ :** 1982'de çıkmıştır, Sahibi, Kılıç Tulay'dır. **YENİ GÜN**: 4 Kasım 1982 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Atilla

Tülay'dır. Sorumlu Yazı İşleri Müdürlüğü'nü Abdulkadir Erden Gündüz'ün yaptığı gazete, Mersin ağırlıklı haberleri gündeme taşıyan 12 sayfalık gazetedir. Günlük, siyasi gazetenin tirajı 500'dür. **ÇUKUROVA:** 29 Eylül 1983 tarihinde kurulan gazetenin ilk sahibi ve kurucusu Halil İnci'dir. Yayın hayatına hâlâ devam eden gazetenin bugünkü sahibi, Ramazan İncikuşu'dur.12 sayfalık yerel haber ağırlıklı gazetenin günlük tirajı 250'dir. **HAKİKAT:** 15 günde bir çıkan gazete 24 Ekim 1984'te yayın hayatına başlamıştır. Sahibi, M.Nural Emiroğlu'dur. **FİLİZ**: Haftada bir çıkan gazetenin kuruluş tarihi 1 Ocak 1985, sahibi Sezai Filiz'dir. **BÖLGE:** 1986 tarihinde kurulan günlük siyasi gazetenin kurucusu Feyyaz Biçer, sahibi Yıldız Yurtlu'dur. Rabia Demirci'nin Yazı İşleri Müdürü olduğu gazete, Mersin haberlerini işlemektedir.12 sayfa olarak çıkan gazetenin günlük tirajı 1000'dir. **YENİ UFUK:** Merkezi Erdemli olan ve 2 Şubat 1986 yılında kurulan, günlük, siyasi gazetenin sahibi Muzaffer Şahin'dir ve tirajı 450'dir. **AKŞAM:** 30 Haziran 1986 yılında kurulan ve haftalık yayın yapan gazetenin sahibi Mukadder Balkan'dır. **ÖZDEMİR HABER**: Günlük çıkan gazete, 5 Eylül 1986 tarihinde kurulmuştur. Sahibi Yusuf Özdemir'dir. **İÇEL TİCARET:** 1986'da Feyyaz Biçer tarafından kurulan gazete bağımsız, günlük, siyasi gazetedir. **HABERCİ:** Kurucusu ve sahibi Selman Özipek'tir. Yayın Yönetmeni Burak Karataş olan gazete, 16.03.1987 tarihinde kurulan günlük, siyasi gazetedir. Gazetenin tirajı 500'dür. **AKDENİZ:** Mustafa Ergun'un sahibi olduğu gazete 13 Ekim1987'de kurulmuş, önceleri ayda bir, sonra 15 günde bir çıkartılmıştır. **YENİ HABER:** Günlük siyasi gazetenin merkezi Erdemli'dir. Ümmü Can'ın sahibi olduğu, 270 tirajlı gazetenin kuruluş tarihi 23 Temmuz 1987'dir. **YÜKSEL**: Günlük, siyasi, bağımsız gazete, 16 Mart 1987'de Bayram Ekinci tarafından kurulmuştur. **HAVADİS:** Mustafa Göktaş tarafından 29 Temmuz 1987 tarihinde kurulan günlük bağımsız siyasi gazete yayın hayatına hâlâ devam etmektedir. Genel Yayın sorumluluğunu da üstlenen gazetenin günlük tirajı 1000'dir. **GÜNEYDE SÖZ**: Saffet Özdemir'in yayınladığı aylık gazetedir. Kuruluş tarihi 1 Mart 1988'dir. **GÜNDEM:** 13 Nisan 1988'de kurulan ve haftalık çıkartılan gazetenin sahibi Mustafa Ergun'dur. **MAVİ AKDENİZ**: Mehmet Parku'nun sahibi olduğu ve haftalık çıkan gazetenin kuruluş tarihi 16 Mayıs 1988'dir. **GÜN SPOR:** Haftalık spor gazetesi olarak çıkan gazetenin sahibi Yusuf Taşkın'dır ve 20 Ekim 1988 tarihinde kurulmuştur. **MERSİN BÜLTENİ**: 26 Ekim 1988'de kurulmuştur. Sahibi, Hüseyin Öztürk olan gazete, haftalıktır. **ÇUKUROVA GÜNEŞ:** Günlük, bağımsız, siyasi gazete, 5 Temmuz 1988 tarihinde Feyyaz Biçer tarafından kurulmuştur. Tayfun Yülay'ın sahibi olduğu gazete, yayınlarına düzensiz olarak devam etmektedir. **İKİNCİ GÜN**: 20 Ocak 1989 tarihli, haftalık gazetenin

sahibi Nermin Ergenekon'dur. **GELEN HAVADİS**: Ahmet Gelen tarafından aylık çıkartılan gazetenin kuruluş tarihi 21 Şubat 1989'dur. **GÜN**: 1990 yılında kurulan ve haftalık çıkan siyasi gazetenin sahibi, İsmail Hakkı Eroğlu'dur.

6. 1990 Sonrası Çıkan Mersin Gazeteleri

GÜNEYDE 32.GÜN: 19 Aralık 1990 yılında çıkartılan gazetenin sahibi İlyas Yılmazer'dir. Aylık çıkan, siyasi bir gazetedir. **STAR:** Mikail Yıldız'ın çıkarttığı, haftalık gazete 1 Haziran 1991 tarihinde kurulmuş; Eylül 1991 tarihinde, 8. Sayısından sonra kapanmıştır. **MERSİN HABER:** 20.9.1991 tarihinde Mehmet Mercimek tarafından çıkartılan, haftalık, siyasi gazetenin tirajı 1000'dir. Gazetenin bugünkü sahibi ve yazı işleri müdürü Hümeyra Öndül'dür. **İÇELİN SESİ: 15** günde bir çıkan ve 1991 yılında kurulan gazetenin sahibi Ahmet Özdemir'dir. **GAZETE:** Aydın Karaçay'ın 1991 yılında kurduğu, haftada bir yayınlanan gazetedir. **ŞİMŞEK:** Muhammet Şimşek'in kendi adıyla çıkardığı gazete, 1991 yılında yayına başlamış; önceleri haftalık, sonraları ise aylık yayınlanmıştır. **METROPOLİTEN:** 15 günde bir çıkan, Orhan Okan'ın sahibi oduğu gazete yayın hayatına 1992 yılında başlamıştır. **ÇİVİ**: Nevin Gök tarafından, 15 günde bir çıkartılan gazetenin kuruluş tarihi 1992'dir. **VİTRİN HABER:** Bakkallar ve Bayiler Odası tarafından çıkartılan aylık gazetedir. **BÜYÜKŞEHİR MERSİN:** Mersin Belediyesi'nin çıkarttığı haftalık gazetedir. **DEMOKRAT MERSİN:** Haftalık çıkan gazetenin kuruluş tarihi 1992 ve sahibi İstemi Kerem'dir. **İÇELDE KATILIM:** Nisan 1992 yılında kurulan, sahibi ve yazı işleri müdürü Hatice Yalçıner'in olduğu gazete, haftalık haber ve yorum gazetesidir. **YANKI 33:** Mayıs 1993'de Mehmet Kontak tarafından kurulan, 15 günde bir çıkan gazete, siyasi ve aktüel bir gazetedir. **HÜRSES:** 11.01.1993 tarihinde Oktay İnce'nin yayınladığı gazete haftalık siyasi gazetedir ve tirajı 500'dür. Gazetenin merkezi Erdemli'dir. **AKDENİZ ADALET:** Halil Önal tarafından 28 Haziran 1993 yılında kurulan haftalık, siyasi gazetedir. **POSTA:** Ağustos 1993'te Selim Talas'ın sahibi olduğu, haftalık gazetedir. **AJANS:** Mithat Ertekin tarafından 1993 yılında kurulan, haftalık gazetedir. **MERSİN EKO POLİTİKA:** 20 Ekim 1993 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Selahaddin Akkuş'tur. Haftalık çıkan sosyo-ekonomi ağırlıklı gazetenin tirajı 1000'dir. **YENİ MERSİN:** 27 Ekim 1993 tarihinde, Ali Özipek tarafından kurulmuştur. **YURDAKUL HABER:** A.Hamdi Yurdakul'un sahibi olduğu ve ayda bir yayınlanan sosyo-ekonomi konulu haber ağırlıklı gazetenin tirajı, 500'dür. **İZLENİM:** Haftada bir çıkan gazetenin sahibi Metin Vargılı'dır. Gazete Ocak 1995'te kurulmuştur. **TÜRKİYEM:** Coşkun Doğuş'un imtiyaz sahibi olduğu haftalık siyasi gazetenin kuruluş tarihi 22.05.1997'dir.

İSTİKBAL: Rüştü Aydın tarafından 27 Aralık 1997'de kurulan haftalık, siyasi gazetenin haber müdürü Fatma Aydın'dır. 8 sayfa olarak çıkartılan gazetenin tirajı 500'dür. **MERSİN ŞEHİR GAZETESİ:** Yaman Karadavut tarafından kurulan aylık siyasi gazetenin tirajı 250'dir. Gazete, 25.03.1998 tarihinde kurulmuştur. **VATAN:** A.Metin Türkoğlu tarafından, 05.08.1998 tarihinde kurulmuştur. Aylık çıkan siyasi gazetenin tirajı 500-1000 arasında değişmektedir. **OBJEKTİF:** 10.11.1988 tarihinden itibaren, Yaşar Malkoç tarafından, 15 günde bir çıkartılan haber-yorum gazetesinin tirajı 500'dür. Gazetenin Sorumlu Yazı İşleri Müdürlüğü'nü İnci Ayaydın Malkoç'un yaptığı gazete altı sayfalıdır. **GENÇ HABER:** 20.10.1988 tarihinde Bülent Ölçer tarafından kurulan, haftalık, siyasi gazetenin tirajı 500'dür. **ARAYIŞ:** 04.03.1999 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Y. Kenan Özbakır'dır. Haftalık çıkan, siyasi gazetenin tirajı 350'dir. **MERSİN İLKE GAZETESİ:** Merziye Şahin'in imtiyaz sahibi olduğu gazete 19.09.1999 tarihinde kurulmuş, günlük siyasi gazetedir. Gazetenin tirajı 500'dür. **MERSİN ÜNİVERSİTESİ HABER GAZETESİ:** 16.12.1999 tarihinde Mersin Üniversitesi Rektörü Uğur Oral'ın kurduğu gazete, 15 günde bir çıkmakta ve Mersin Üniversitesi ile ilgili gelişmeler ve faaliyetleri konulaştırmaktadır. Sosyo-kültürel ağırlıklı gazetenin tirajı 1000'dir.

7. 2000 Sonrası Çıkan Gazeteler

İki bin yılı öncesi, hemen her yıl yeni gazetelerin çıktığı ve yayınına devam eden eski gazeteler de dikkate alındığında, Mersin'in gazetecilik konusunda epey deneyime sahip olduğu ve çok sayıda gazetenin yayınlandığı görülür. 2000 yılı sonrası da bu gelenek devam etmiş; çok sayıda gazete Mersin'de yayın hayatına başlamıştır. Mersin'in sosyal, siyasi ve ekonomik yaşamına önemli katkıda bulunan ve Mersin'i yönlendirdikleri gibi sorunlarını da gündeme getiren gazeteler, Mersin'in gazetecilik kültürü açısından önemli bir kent olduğunu ortaya koymaktadır. 2000 yılı sonrasına bakıldığında, gazetecilik hayatına atılan şu gazeteleri görmekteyiz:

MERSİN OLAY GAZETESİ: 05.01.2000 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Yüksel Ekici'dir. Günlük, siyasi gazetenin tirajı 500'dür. **GÜNEYDE İMECE**: Nazmi Akdağ tarafından, 10.05 2000 tarihinde kurulan gazetenin Genel Yayın Müdürlüğü'nü Necdet Canaran yapmaktadır. Mersin haberleri yanında ulusal ölçekli haberler de veren, 12 sayfa halinde yayınlanan, günlük, siyasi bir gazetedir. Gazetenin günlük tirajı 500'dür. **YENİ GAZETE**: Tahir Özgür tarafından kurulan gazetenin Genel Yayın Müdürü, Mustafa Özgür'dür. 19.05.2000

tarihinde kurulan, günlük, siyasi gazete, Mersin haberlerinin yanı sıra ulusal olayları da işlemektedir. Gazetenin tirajı 1000'dir. **ANLAYIŞ GAZETESİ:** Siyasi nitelikli olan gazetenin sahibi Havva Uzun'dur. 02.08.2000 tarihinde kurulan gazete, 15 günde bir çıkmaktadır ve tirajı 350'dir. **UMUDA YOLCULUK**: 10.08.2000 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Aysel Tuna'dır. Sosyal konuları işleyen aylık gazetenin tirajı 3000-5000 arasında değişmektedir. **İÇEL GÜNEŞ**: 20.09.2000 tarihinde kurulan İçel Güneş Gazetesi'nin sahibi, Dilber Akgül'dür. 15 günde bir çıkan gazete siyasi nitelikli olup, tirajı 500'dür. **YENİ ÇİZGİ**: Ergün Rençber'in sahibi olduğu gazete, 15 günde bir çıkan siyasi gazetedir. 25.09.2000 tarihinde kurulan gazetenin tirajı 500-1000 arası değişmektedir. **EKONOMİ MALİYE YENİLİK GAZETESİ**: Aylık periyotlar halinde çıkan gazetenin sahibi Senem Işıklar'dır. Ekonomi haberleri veren ve yasa değişikliklerini gündeme taşıyan gazetenin kuruluş tarihi 25.02.2001'dir. Gazetenin tirajı 500'dür. **BÜYÜKŞEHİR HABER GAZETESİ**: 18.02.2002 yılında kurulan gazetenin sahibi, Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Macit Özcan'dır. Aylık çıkan gazete, Mersin Belediyesi ile ilgili çalışmaları tanıtmaktadır. Sosyal nitelikli olan gazetenin tirajı 1000'dir. **MTSO HABER GAZETESİ**: Sahipliğini Kadri Şaman'ın yaptığı ekonomik ağırlıklı gazete, 06.03.2002 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. 15 günde bir çıkmaktadır. 27.500 tirajlı gazete Mersin MTSO tarafından çıkartılmaktadır. **BUGÜN MERSİN:** 18 Mart 2002 tarihinde kurulan gazetenin sahibi İlhami Demir'dir. Sorumlu Yazı İşleri Müdürü olarak Neslihan Yalçın'ın bulunduğu gazete, siyasi niteliklidir ve Mersin'in önemli günlük gazetelerindendir. Gazetenin tirajı 600'dür. **KENT POSTASI**: 25.03.2002 Tarihinde kurulan gazetenin sahibi M.Harun Gündüz'dür. 350 tirajlı gazete haftalık, siyasi, aktüel bir gazetedir. **MERSİN TERCÜMAN** : 25.03.2002 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Abdi Satıroğlu, Yazı İşleri Müdürü Ayşegül Satıroğlu'dur. Haftalık periyotlarla çıkan gazete, 12 sayfadan oluşmaktadır. Ülke haberlerinin özetlendiği gazetenin tirajı 1000'dir. **MERSİN TAMSAYFA GAZETESİ**: Aylık, siyasi, aktüel gazetenin sahibi Haldun Okdemir'dir. Gazete, 01.05.2002 tarihinde kurulmuş olup tirajı 1500'dür. **MEYİL HABER GAZETESİ**: 06.05.2002 yılında kurulan, aylık, siyasi, gazetenin sahibi Nuran Yıldırım'dır. Gazetenin tirajı 750'dir. **TÜKETİCİ GAZETESİ:** Mukaddes Demirkol'un sahipliğini yaptığı gazete, Ekonomi-Siyasi ağırlıklıdır. 16.10.2002 tarihinde kurulan ve aylık periyotlar halinde çıkan gazetenin tirajı 1000 ile 2000 arasında değişmektedir. **EKİBİN SESİ GAZETESİ**: Aylık periyotlar şeklinde çıkan gazetenin sahibi Ali Çelikbaş'tır. 12.12.2002 yılında kurulan gazete, özellikle güvenlik haberleri vermektedir (polis haberleri) ve tirajı 1500'dür. **TAM SAYFA:** 28x40 ebadında, 12 sayfa olarak çıkartılan gazete, 2003 tarihinde kurulmuş günlük siyasi gazetedir. Haldun

Okdemir'in imtiyaz sahibi olduğu gazete, Mersin haberlerine ağırlık vermektedir. **YEDİRENK GAZETESİ**: Yahya Maracı tarafından çıkartılan haftalık, siyasi gazetedir. 300 tirajlı gazetenin kuruluş tarihi 13.03.2003'tür. **GÜVEN**: 23.05.2003 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Türkan Şallı'dır. Aylık çıkan gazete, siyasi-aktüel içerikli olup, tirajı 1000'dir. **İCRAATIN SESİ**: Sosyo-kültürel ağırlıklı, ayda bir çıkan, 1000 tirajlı gazetenin sahibi Adnan Aldemir'dir. Gazete, 02.06.2003 tarihinde kurulmuştur. **MERSİN UFUK**: E.Ufuk Özaydın'ın sahibi olduğu gazete, yayın hayatına 19.08.2003 tarihinde başlamıştır. Haftalık periyotlar halinde çıkan gazete siyasi nitelikli olup, tirajı 500'dür. **MERSİN BARIŞ**: Cennet Erdem'in sahibi olduğu gazete, 24.10.2003 tarihinde kurulmuştur. Aylık, siyasi gazetenin tirajı 1000'dir. **AJANS EKSPRES GAZETESİ:** Hicran Gökçay'ın sahibi olduğu gazete, A.Mazlum Gökçay tarafından, 06.01.2004 tarihinde kurulmuştur. Tamamen Mersin ile ilgili haberler veren gazete, dört sayfadan oluşmaktadır. Haftalık yayınlanan, siyasi gazetenin tirajı 500'dür. **MERSİN:** 19.02.2004 tarihinde kurulmuştur. Selahaddin Akkuş'un imtiyaz sahibi olduğu gazete bağımsız, günlük gazetedir. Ağırlıklı olarak Mersin'in sorunlarını gündeme taşımaktadır. Sabahat Bakırdöven'in Sorumlu Yazı İşleri Müdürü olduğu gazete 12 sayfadan oluşmaktadır. **YEREL GAZETE:** Ahmet Leventyürü tarafından çıkarılan gazetenin kuruluş tarihi, 08.03.2004'tür. Genel Yayın Yönetmenliği'ni M. Murat Mercan'ın yaptığı gazete, yerel haberlere ağırlık veren, 8 sayfalı, 1000 tirajlı bir gazetedir. **GÜLBENG GAZETESİ**: 1000 tirajlı, siyasi, aylık gazetenin kuruluş tarihi 27.04.2004'tür. Gazetenin sahibi Miktat Akgül'dür. **MERSİN POSTASİ GAZETESİ**: F. Rüştü Şahin'in sahibi olduğu gazete, 31.05.2004 tarihinde kurulmuş, günlük, siyasi gazetedir. Gazetenin tirajı 500'dür. **MERSİNDE ŞOFÖRÜN SESİ:** 22.07.2004 tarihinde kurulan mesleki örgüt gazetelerindendir. Veysel Sarı'nın sahibi olduğu gazete meslek sorunlarını dile getiren, siyasi bir gazetedir. Aylık yayınlanan gazetenin tirajı 1000'dir. **MERSİN ANADOLU GAZETESİ :** 31.08.2004 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Mustafa Yıldız'dır. Haftalık çıkan gazete, sosyo-kültürel ağırlıklı ve 1500 tirajlıdır. **UMUDA BİR ADIM GAZETESİ**: Sağlık-kültür konularını işleyen ve aylık periyotlar halinde çıkan gazete, 21.09.2004 tarihinde kurulmuştur. 450 Tirajlı gazetenin sahibi Adil Alpaslan'dır. **VATANDAŞ**: Kemal İstek'in sahibi olduğu gazetenin Genel Yayın Yönetmeni Tanyeli Serin'dir. 28.12.2004 yılında kurulan gazete, Mersin haberlerini vermektedir. 4 sayfalık gazetenin tirajı 500'dür. **MERSİN İLETİŞİM GAZETESİ**: Mersin E.Tic. ve İletişim Lisesi öğrencilerinin çıkardığı uygulama gazetesi 31.12.2004 yılında kurulmuştur. Üç ayda bir çıkan gazetenin sahibi, Hikmet Atalay'dır. Gazetenin tirajı 1000'dir. **MERSİN ALIŞVERİŞ:** Cem Civaoğlu'nun sahibi olduğu gazete, 24.01.2005 tarihinde kurulmuştur. Kültürel-sosyal ağırlıklı gazete, aylık periyotlar halinde

yayınlanmaktadır ve tirajı 500'dür. **AKDENİZ GAZETESİ**: 24.01 2005 tarihinde kurulan gazetenin sahibi Cem Civanoğlu'dur. Aylık yayınlanan gazete kültürel-sosyal ağırlıklı olup, tirajı 500'dür. **AKIB AKTÜEL GAZETESİ:** Sahibi Selami Gedik olan gazetenin kuruluş tarihi, 22.02.2005'tir. Ekonomi konularının ağırlıklı olduğu gazete, 15 günde bir çıkmaktadır ve tirajı 750'dir. **ARTER GAZETESİ:** Üç ayda bir çıkarılan sosyo-kültürel gazetenin sahibi, O.Özkan Özdemir'dir. 01.03.2005 tarihinde kurulan gazetenin tirajı 1000'dir. **MERSİN SES:** M.Suphi Arıkan tarafından kurulan gazete siyasi nitelikli, haftalık gazetedir. Gazetenin tirajı 1000'dir. **ALTERNATİF:** Mersin Üniversitesi Gazetecilik Topluluğu tarafından, öğrenci uygulama gazetesi olarak çıkarılan gazete, 28x 41 ebadındadır. İlk sayısı Şubat 2006'da yayınlanan gazete, 15 günde bir çıkmaktadır. Gazetenin sahibi Topluluk adına, Nurdan Akıner'dir. Üniversite ve kent ağırlıklı haber yapan *Alternatif*, şimdilik Mersin'in en genç gazetesidir.

Kaynakça

- Artan, Gündüz: *Mersin Basın Tarihi,* Mersin, Mersin Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1996.
- Develi, H. Şinasi: *Dünden Bugüne Mersin (1836-1990),* Mersin, 1987.
- Karpat, Kemal: *Osmanlı Nüfusu (1830-1914) Demografik Sosyal Özellikleri,* İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2003.
- Yorulmaz, Şerife: "Doğu Akdeniz'de bir Cemaat Serüveni", *Tarih İçinde Mersin Kollokyumu*, 2005.

EK- 1

24 Kasım 1918 tarihli TARSUS gazetesi



طرسوس

شبه‌لرك هفته‌ده بر دفعه نشر اولنور غزه‌در

۲۱ صفر المظفر ۱۳۳۷ — پازار — ۲۴ تشرین ثانی ۱۳۳۴ — ۱۹۱۸

محترم قارئلرمزه

دوستی بیلدیکی کوره‌ده‌کی ملدارینی کوردیکی ، هیچ بر مثلث ایشدن چکمدن فلانلرك ، فلانلاقی حرمه‌ده اولدیغی ، آیلدنبری اولدیغی ، خیث‌لکدن اولدیغی ، دار آمدیجه‌لرك اولدیغی اولادلارینی قورتارق اوزره اولدیغی ، افلاس ایتدیکی ، سایری خصلتلرك طولیسیله فقط سالا خبایه بر حاله اولدیغی به یاشایوب کیدن قدر پوکسك بر حیات یاشایق کوسترن هیچ بر دلی تاپیلمز قید ایتمیورم .

صرف کندی منفعتی ایچون چوبان تحصیل سورسنه یاتار ، تحصیل اولدقدن صوکره هیچ انلارسه اوکی کی اولسون تورمه‌یه چالیشان ، بر دلی مزی کوردیکی ایچندر مزی دیکلیك و بر زی تعاونیه چالیشمك لزم یارلی مزی مارق .

هیچ اولمازسه ، صندیه بر آی کوبرمزه ، شهر لرمزه اوغرامیلی ، یولمزده ، مسافر بولدیرمه ، برزی ، دی ، آیکیزی ایتکزی صوبه سویه قوللانمز ، قاره ، کیمسه‌لر اولدیرمزدن ، یاخود صوبه‌لرك سوء استعمالی یوزندن صوبه‌سز قالمزدن ،

EK-3

9 Mart 1925 tarihli DOĞRU ÖZ gazetesi



دوغرو اوز

نومرو ١٣٦

بازارایرتسی

٩ مارت ١٣٤١ ١٩٢٥

(٩٦) نمره امتیاز طه سنه لکی [٧٤٠] ایلان آیلی [٧٢٠]

آونه‌می

اعلانات : بازقولغه تابیدر

دوردونجی سنه

صاحب و بازیجیسی : عطا چلبی
مسئول مدیری

آدرس : مرسینده دوغرو اوز

تأسیسی ١٣٣٨/١/١ ١٩٢٢/١/١

نسخه‌سی ٠ ٠ ١ پاره‌در

شمدیلك هفته‌ده ایکی دفعه چیقار

نسخه‌سی ٠ ٠ ١ پاره‌در

یکی قابینه

یاس وکیل : عمیدپاشا خارجیه وکیلی توفیق رشدی بك داخلیه وکیل جیلی بك مدافعه‌ملیه وکیل رجب بك بحریه وکیل احسان بك مالیه وکیل حسن بك (نامروق) تعارف وکیل حدافله صبحی بك عدلیه وکیل محمود اسعد بك تجارت وکیل علی جنان بك زراعت وکیل سیری بك (صاروخان) نافعه . وکیل سلیمان سری بك صحیه وکیل دوقتور رفیق بکدن تشکل ایتمشدر .

ویرنج مسئله‌سی

رسومات درت سنه‌دنبری کاشی برمعامله‌سندن لیمان اوزه‌رنده‌کی ویرنج غمرونیلاط نامنده‌کی برقرانسز ویرمش و او قرانسز نامنه اجرتی تحصیل ایچك کی ایکنجی برخطایی ده اوزه‌رینه آلشدی پوایده وشوا کاتبی معاملهٔ‌یی برحوق دفعه‌یازدقی حکومت غمرونیلاطدن بدلی مقابلی سایین آلمامی خراریردی . ورتدن برتی اوك رسومات باشمدیری بك مایه ایدلمی حقنده امرلك ورماینده‌یکی ده سویله‌مشدی . بر آیدر ویرنج آلان قرانسز حسابنه یاپیلیور ورسومات تحصیلدارلغی وظیفه‌سنی ایفا ایدیور .

برآیدر مایه ایدلمه‌سی اسبابی نه‌در ، قرانسز تملکی سویه ورمق آرتی کافی دکلیدر . ؟

مرسین ولایت سرحسابات مفتشلغی بیاناتی

طرسوسلی صوچی الیاس اوغلی ٣١٥ تولدلی داوود ، فاروق ، قسنیه ایدیلدیرك مرسینده کرمکده‌در . یوقدم استانبولدن ایرایدیور . کندیسنی طرسوس محاولدیغی عرب دوم اورتودوقس متنفذی شاکر بیلروس ایله شمدیلك اسمنی یازیه چیقمز یوزك برذات چقتجی قید ایدیرك تسجیلی جهتنه گیدیرجکمش .

یوقدم مرسینده یاشی یوش ، کزر قطعیاً نه تجارتی وارده جهتجیلکی وارکزر . موثوق استخباراتمزه نظراً آیری آیری تولدلی برقاچ نفوس نام ذکره سی‌ده واردیغی یوقدمك قیدی طرسوسده جامع النور محله‌سنده‌در . نظر دقتی شهینه وظیفهٔ وطنیه‌م اولدیغندن عرض ایدیرم ایندم .

طرسوسك کوچك منار محله‌سندن

احمد

تقریر سکنن قانونی

ماده : ١ — ارتجاعیه و مملکتك تسطام اجتماعیسی و حضوراو سکونی وامنیت واسایشنی اخلاله یاعز بالعموم تشکیلات وتحریکات و تشوشات (تشبثات و تشریاتك حکومت ، رئیس جمهورك تصدیقیله رأساً وادارهٔ منه مأذونیدر .

اشبوافعال ادبانی حکومت استقلال محکمه سنه توديع ايدهجكلر .

ماده : ٢ — اشبو قانونك نشرندن ایکی سنه مدتله مری الاجرادر .

ماده : ٣ اشبو قانونك اجرا وکیلاری هیئتی مأمورلردر ، (حکمت مفیه)

قانونك برنجی ماده‌سنه معدل شکلی

[ ] اساس اتخاذ متعدد [ ] تشکلی تحریر [ ] اولاش خائن وطن عد اولونور .

دینی و مقدسات دینیه‌یی آلت اتخاذ ایدرك شکل دولتی تبدیل و تغییر ولا قیمت دولتی اختلال و یا دینی و مقدسات دینیه‌یی آلت اتخاذ ایدرك هرنه صورتله اولورسه اولسون اهالی آراسنه فساد و نفاق النا ایچون کرك شفاهاً و کرك تحتاً قول و یا تحریری و یا فعل بر شکاده و یا اعلی ایرادی و یاخود تشریات اجراسی سویله سرکشده بولنانلر کندك خائن وطن عد اولونور .

ماده : ٤ — اشبو قانونك نشری تاریخندن معتبردر .

ماده : ٥ — اشبو قانونك اجراسنه عدلیه وکیلی مأمورلردر . [صوك تشرف]

فقاله کوریورز ، حکمك یاپدن یانه یاپاسزلق ، بهالت و سکنسزلك ایچنده پیچیرمکدن مسلك و اجتماعی مکتبلرینه عجبا هانکیسنه واردر ، اطلری ، لسل کوزه‌یور ؟ یارالری تداوی ایدهجك خلق وکوپل قاپوسی و واسطه‌سیدر . دیپورز .

ایتدائی مکتبلری اولدیغی ، معالاسف برطرفده ایتدائی دریاسنه و دیاریاغی معارف سفینه‌سی ده بوبوك لقطه‌در ، آغیردر .

غائله آراسنده اجنبی الجمن

بوردوقلر رسلرنده‌ده ترکیه‌نك داخلی و خارجی دیکر طرفلرنده حیاتی احتیاجلرك تسویه یزده صرفی حالته‌در . هرفرد اوموزاری اوزرینه آلمدیغی یوکدن غیری بر طاقم یوك آلته کیرر ، کیه بالطبیع نه کندی وظیفه‌سی وندن پلیورك ویا احتراص نتیجه‌سی آلمدیغی دیکر یوکلك آلتدن قالقابیلیر . بر قهوه‌یه کیدیکن ، هرشخصی قهوه‌جی غارسونی ایستدیکی مقداره قدر پر دیلرماندر . حتی قهوه‌جی غارسونی ایستدیکی مقداره مقابلهٔ نتیجه‌سی حرکتلرنی بالین مشاهده مرد ایدهبیلیر . دون برآزنده‌نام مکتبسزلکدن ، چوجقلك سر ازاده سوءاستعمالدن دولاشدیغندن الیم بر وضعیتده اولاگیلدی . لکن اسفه‌مزده مرسینك نفریس بر قوتی ایستا . تسقیقی قدر ایتدائی [٣١٣٦١] قوتی اولمله نظراً وهرحالده‌ده وسطی درت شخصدن متشکل بولندیغی فرض ایدرسك [٧٨١٤] تحصیل ایتدائیه محتاج چوجق وار دیکدر . هرصنفك موجودیتی [٤٠] طالبه فرض ایدرسك مرسینده ایکی صنفلی [٩٧] ایتدائی مکتبه احتیاج واردر .

[ ] مکتبلرینه [ ] بولنان مرسینده مکتبسز بولندیغی معالاسف بو وقتك اوزده برینی درجه‌سنده مکتبسز بولندیغی بحقوق مختلف مناصردن متشکل اولان بر محاکمه‌ده باطلامه مرجعیتله محمدوده بولندیغمز شوقیافی پورده‌ده یوكك و الیم بر وجه‌در .

برچوق دفعالر یازدق ، برقسم یازیلرمزده صرف بیانك اوزرینه باصه‌بسز ایچون سیله قارشیلاندی . یوكون پشیمان صاریق یوقدی ، دوشوك و مارت بیاسیله ارتجاعك تحرکی اوسنده سکون وصبیه احتیاج قطعیسی یوللان معصوم پورده‌سزده ارتجاعی حورلاغی ایچون شیخ سعید لیمی امین اولمکز نه دیمدن ، نه سلیدن ، نه مقدساتمز ، کلمز بر فرد دکلدر ، بوه جهالتك دیمانی اوزرینه برافدینی اجتماعی برحیصه‌در .

التیوز سنه‌در ، برحیری دولتمان ، سلطنت فردیه‌نك لایل پارچالرندن یوندن غیری برشی یکیلمش خطادر ، سافدلکدر .

صوك تأیینه ثبدلانشده حدالله سیمی بك اك آغیر ، اصلاحی خصوصنده دوچار تجربه ، جلیك برجریمه ایتیاج قطعیسی یوللان ، مارف وکالت تحقیقی .

جدالله سیمی بك مدافعه‌سنده ایتدیکه مالك برستاو مدنی کچیردی ، قرقه دینی قوردیلرندن کندیسنی تحزیه ایدرك ، یوكك ایدلر ایکی یوزك ، دون بر دوستومزه لوجه قاچدیغنه مالك مرسینده‌کی تجارت اصحابندن بزده اون بش ، طرسوس اعدادیسنده یوندن دعا آز مایه بولندیغنی بولغارلقده دخت بش اشتراك و زائین یوجه‌لری اولدیغنی سویلهدی .

بر کندی حسابنه اوزنه حق حال مکتبلری

TÜRKİYE'DE YEREL BASINA DAİR*

Nezih Demirkent**

Anadolu Muhabirleri Yetersiz

…Sırası gelmişken biraz da Anadolu'daki muhabirlere değinmek gerekiyor. Herhangi bir şehirde gazeteciliğe meraklı biri çıkarsa gazetelere haber ulaştırmaya başlıyor. Ancak bu kişiyle kimse fazla uğraşmazsa, o da aklına geleni yazarak sansasyon yaratıyor. Hele bazı kuruluşlar gazetede çıkan haber başına para verdikleri için uydurma habercilik ön plâna çıkıyor ve bunun sonucu istenmeyen eleştiriler alınıyor. Bunun son örneklerinden birini *Radikal* ve *Posta* yaşamış. Dört gün süreyle "Fırtınada ölüm sessizliği" diye yapılan haberlerin asparagas olduğu saptanmış. İnşaatı yapan firmanın başvurusu üzerine Basın Konseyi olayı incelemiş ve sonuçta iki gazete ile yerel muhabiri, "Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde olan haberlerin soruşturmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanmış olmasından" ötürü uyarı kararı alınmış.

Rize'nin Çamlıhemşin ilçesinde yerel muhabir istihdam edilmesi akla yakın değildir. Bugün hâlâ büyük şehirlerde part-time gazeteciler çalışmaktadır, üstelik bunların büyük bölümü birden fazla gazeteyle ilişki içindedir. Bu kişilere sürekli eğitim verilmediği gibi ücretleri haber başına ödenmektedir. Siyasal görüşlere sahip olanlar, çok kere gönüllü yaptıkları işi sorun haline getirmekten çekinmemektedir. Anadolu'ya önem vermeyen gazeteler bu yüzden yeterli ilgiyi görmemektedir. Sadece büyük şehir haberleri o yöre halkını fazla ilgilendirmemektedir. Yapılması doğru olan yerel gazeteciliğe önem vermek; ulusal gazetelerin de bu kaynaklardan yararlanması olmalıdır.

---

* Bu yazı; Türkiye'de yerel basının geliştirilmesi konusunda yoğun uğraşlar sarf eden Nezih Demirkent'in *Dünya* gazetesinde yayınlanan çeşitli makalelerinden derlenmiştir: "Haber ön plana çıkınca yazılı medya güç kazandı" (23 Şubat 1999); "Gazetelerin Geleceği ve Günlük Tartışmalar" (12 Eylül 2000); Yayıncılık, emek yoğun bir iştir" (30 Kasım 1999).

** *Dünya* gazetesi kurucusu.

Bu konuda, Hürriyet Haber Ajansı güzel bir örnekti. Şimdi İhlas Haber Ajansı onun yerini aldı. Medyanın, hele gazete ve televizyonu olan medyanın, yerel haberciliğe önem vermesi gerekir. Bunun için kadrolu muhabirlere gerek duyulur, kadrolu eleman istihdamı pahalı oluyorsa o zaman yerel muhabirlerin sürekli denetlenmesi göz ardı edilmemelidir. Bir tarihlerde Anadolu basını önem kazanmıştı, sonraları bunu ihmal ettik ve sonuçta istenilen satış rakamlarına ulaşamadık. Bugün Anadolu'dan ağırlıklı olarak spor haberleri alan medya, diğer alanlarda da tez elden kadrolaşmayı düşünmelidir. Yoksa ciddî gazetelerin uyarılması sürekli hale gelir.

Gazetecilik ekip işidir. Zincirlerin biri koparsa halkanın bütünlüğü ortadan kalkar. Anadolu'da en güçlü olan gazete er geç Türkiye'nin bir numaralı yayın organı olur. Büyük şehirlerde yüksek ücretlerle eleman çalıştıranlar, bu gerçeği görmelidir. Nereden haber verilirse o bölgeden ses alınır, bu da çok kere satışı artırır. Promosyon yoluyla sağlanacak okur geçicidir. İnsanlar ihtiyaçlarını karşıladıkları gün ilgi sona erer; buna karşılık habere duyulan ilgi ömür boyu sürer.

Haber denilince seçimleri unutmamak doğru olur. Nisan ayında yapılacak seçimler gözlerimizi Anadolu'ya çevirecektir, okur ilgisi artacak, insanlar kendilerini aramaya koyulacaklardır. Bunu bilen Star Grubu nihayet karar verdi, 26 Mart günü adı açıklanmayan gazete hizmete girecekmiş. Son hazırlıklar bitmek üzere. Yeni eleman transferi hareketli. Bir süredir ortalıkta olmayan Fatih Çekirge'nin yönetiminde güçlü bir yapı oluşturulmak isteniliyor. Özcan Ertuna genel müdür olarak uygulamayı yönlendiriyor. Erdal Sağlam Ankara temsilcisi oldu, İzmir'de Cemalettin Özdoğan yakın arkadaşlarıyla birlikte Hürriyet'ten ayrıldı, içlerinde Aykut Fırat gibi deneyim sahibi kişiler de var.

Yazar olarak sadece Kürşat Başar ile Ali Bayramoğlu'ndan söz ediliyor ama herhalde yeni katılımlar olacaktır. Ekonomide Salih Neftçi yazacakmış, Mustafa Mutlu yönetecekmiş. Magazin alanında Ali Hakan televizyon eleştirileri yapacakmış. Söylentiler hayli çok, bize gelenler oldukça sınırlı, önümüzdeki bir iki hafta içinde yapı oluşacaktır. Çünkü seçim öncesi gazetenin çıkması kararlaştırılmış.

Yeni bir gazete, medya dünyasında ne yapar diye sorgulayanlar var. Star Grubu'nun seçimde DYP'den yana tavır koyacağı iddia ediliyor. Gazetenin katı ilkeleri olacağını sanmıyoruz. Star Televizyonu ve Uzanlar'ın bundan önceki denemeleri mesleğin içindekilere önemli bilgiler veriyor. Sanırız olsa

olsa rekabet artacak ve çalışanların ücretleri belli bir süre yukarıya çekilecektir. Bu arada satış pazarında genişleme olabilir, üç büyüklerden birinin tiraj kaybedeceğini sanmıyorum. Artan satışlar mutluluk verir. Televizyon desteği iyi kullanılırsa mesafe almak kolaylaşır. *Akşam* gazetesi çıktığı günlerde kimse umutlu değildi ancak doğruyu söylemek gerekirse kadro düzgün kurulmuştu. Rekabet artmadı ama yüz binden fazla satan bir gazete topluma mal edildi. *Akşam*, şu günlerde çok daha fazla satıyor ve belli bir okur kitlesine hitap ediyor. Çalışanları kutlamak gerekir.

Basın dünyasındaki hareketlilik umut veriyor. Biraz daha toparlanma fırsatı bulunursa her şey daha iyi olacak. Yeter ki gazeteciliği tüccar anlayışından uzak tutabilelim. Habercilik pahalı bir iştir ama itibar getirir, bunun da bedeli ölçülemez boyutlarda olur. Son günlerdeki gelişmelerden keyif aldığımı bir defa daha tekrarlamak isterim. Şimdi her şey düne nazaran daha güzel. İyi ki medya var...

Yerel Televizyonlar Güçleniyor

Yazılı medya belli çevrelerde varlığını koruyor, ama özellikle Anadolu'da gazete okuma eğilimi giderek düşüyor. Gazetelerin yerel habere önem vermeyişi, buna karşılık yerel ve bölgesel televizyonların güçlenmesi halkın haber alma ihtiyacında farklılık yaratmış. Şehirlerdeki gazetelerin eskiden olduğu gibi ağırlığı yok, ama yerel televizyonlar öyle değil. Bizim partime diye tanımladığımız saatlerde insanlar evlerinde yerel haberleri izlemekten zevk alıyor. Şehirlerinde olup bitenleri seyrediyorlar, daha ileri saatlerde bu ilgi kalmıyor, ama yerel televizyonların önemi artmaya devam ediyor. Şehirdeki bir olayı naklen verenler olduğu gibi tartışma programlarıyla ilgiyi artıranlar eksik değil.

Bu gelişmeyi yine medyanın büyükleri görmüş. Doğan Grubu ile Bilgin Grubu yerel televizyonlarla işbirliği yoluna gitmişler. Söylendiğine göre, Türker İnanoğlu ile ATV yerel televizyonlara bazı olanaklar sunmaya başlamış, onlar adına reklam aracılığını üstlenmişler, yakında habercilikte de alışveriş yapılacakmış. Benzeri bir girişimin Kanal D'den geldiği ileri sürülüyor. Ne kadar gelişir bilinmez ama, şehir televizyonları bölgesel hale gelmek istiyorlar. Bunun içinde RTÜK yasasını bekliyorlar. Bir türlü çıkarılamayan yasa yüzünden Anadolu medyası ne yapacağını bilmiyor. Korkarız bu yüzden büyük medya ile birlikte olmayı tercih edecekler.

Yazılı basında yerel girişimler sürse de halkın ilgisini yakalamak zor olacağa benziyor. Şehrine sahip çıkmakta farklı eğilimlere sahip olanlar, gazetelere eleştirel sözle yaklaşıyorlar ve biraz da haksız şekilde gazeteleri, ulusal medya ile mukayese ederek beğenmediklerini dile getiriyorlar. Halbuki yerel medya onlar için var. Bunun önemini yakında fark edecekler.

Yerel Medya Gelişiyor

Türkiye deprem ve deprem vergisiyle uğraşırken Türkiye Gazeteciler Cemiyeti on beşinci yerel medya seminerini Gaziantep'te yaptı. Yüze yakın gazetecinin katılımıyla iki gün süre ile yerel gazetecilik tartışıldı. Sanırız bu konuda maya tutmak üzere. Yerel medyaya ilgi artıyor. Büyük şehirlerde artık ofset baskılı, haber veren gazeteler çıkıyor. Gördükleri ilgi sınırlı olsa da çalışanların bilgilenmesiyle satışların artmakta olduğu gerçek. Türkiye'de demokrasinin güçlenmesini isteyenler yerel medyaya destek vermelidir. Bunun bilincinde olanlar sermaye yapılarını güçlendirerek şehirlerin seslerini duyurmaya çalışmalıdır. Bilgiden mahrum toplumların geri kaldıklarını görenler ister istemez bu alanda yatırım yapacaklardır. Cemiyetin bu alanda öncülük etmesi yerinde olmaktadır. Anadolu'nun değişik yerlerinden gelen insanların bir bölümü hâlâ gazeteciliğin temel ilkelerini tartışmakta ve bu arada güçlü yerel medyaların oluşması yolunda girişimlerde bulunmaktadırlar. Bir iki yıl sonra, belki de önümüzdeki seçim günlerinde yerel medyanın ağırlığı daha çok hissedilecektir.

İletişim alanında oluşmuş görüşleri değiştirmek zaman almaktadır. Tekelciliğin zararlarını aşmak isteyenler tekelci sermayelere karşı dururken yeni girişimlere destek vermektedir. Çünkü insanların doğruları öğrenmesi gerekmektedir. Bu konuda yeterince mesafe alınmış olmasına rağmen geleceğin mesleğimizi daha güçlendireceğine inanıyoruz. Anadolu'da veya büyük şehirlerde çalışan muhabirler haberlerine sahip çıkmalı. Gazeteleri yapanlar meslek ilkelerine sadık kalmalıdır. Dünyayı yönetmek yerine iletişim sağlamakla yetindiğimiz gün başarıyı yakalayacağız. Bundan kimsenin şüphesi olmasın.

YEREL BASININ İŞLEVİ VE DEMOKRASİLERDE ÖNEMİ

Nail Güreli*

Giriş

Yerel basını konu alan bu yazıda önce kavram ve tanımlara değinecek, sonra sırasıyla basının, dolayısıyla gazetecilerin işlev ve görevlerini, yerel basının demokrasilerdeki önemini, içinde bulunduğu sıkıntıları ve sorunları, yerel iş dünyasının basına karşı sosyal sorumluluğunu ele alacağız.

Tanım ve Kavramlar

Gazeteciliğin meslek sayılıp sayılmayacağı zaman zaman tartışma konusu oluyor. Yakın zamana kadar gazeteciliğin meslek olarak genel kabul gören bir tanımı yoktu. Ancak 1998 yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin hazırladığı Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde gazeteciliğin meslek olarak ayrıntılı tanımı yapıldı. Söz konusu bildirgede gazetecilik mesleği şöyle tanımlanıyor:

"Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir."

Gazeteciliğin bu genel tanımından sonra, özellikle yerel ve bölgesel basın ile yaygın basın konusunda yaşanan kavram kargaşasına dikkat çekmek isteriz.

"Ulusal basın – yerel basın" tanımlamasının yapıldığına tanık oluyoruz. Yönetim merkezi İstanbul'da olup, bütün Türkiye'ye dağıtımı yapılan gazetelere ulusal basın, deniliyor. Aynı şekilde, İstanbul merkezli, ama Türkiye'nin tümünde izlenen televizyonlar da ulusal televizyon diye anılıyor. Belli bir bölgeye yayın yapanlara bölgesel, daha sınırlı bir alanda yayın yapanlara da yerel basın, yerel televizyon, yerel radyo deniyor.

* *Milliyet* gazetesi yazarı.

Yerel basın kavramı yerli yerine oturuyor, ama ulusal basın tanımlaması kastedilen anlam ile örtüşmüyor. Yalnızca İstanbul merkezli gazetelere ve televizyonlara "ulusal" kavramını vermek bizce yanlış, bunlara "yaygın basın" demek uygun. Yerel, bölgesel ve yaygın basının toplamı ulusal basını oluşturur.

Sonuçta, bir kez daha vurgulayalım; ulusal basın yerine yaygın basın demek daha doğrudur.

İşlev ve Görev

Yaygın basında olsun, yerel ve bölgesel basında olsun, gazeteci her yerde gazetecidir. Yaygın gazeteler, dergiler ve televizyonlarda çalışan gazeteciler ile bölgesel ve yerel gazeteler, dergiler ve televizyonlarda çalışan gazeteciler arasında meslek ya da yaptıkları iş açısından bir fark yoktur.

Tematik denilen ve belgesel, spor, teknoloji, tarih gibi belli konularda yayın yapan kuruluşları bir yana bırakırsak, basının öncelikli ana görevi haber vermektir. Günlük bir gazetenin, radyo ya da televizyonun ana işlevi (yayımlandıkları yerden başlayarak söylersek) yörelerinde, ülkelerinde, dünyada olup bitenler hakkında güncel haberler vermektir.

Olayları izleyenler, haberleri yazanlar ise, gazete ya da televizyonun vazgeçilemez temel öğeleri olan (olması gereken) muhabirler, yeni sözcükle söylersek, habercilerdir. Haberleri yorumlayanlar, güncel konularda köşe yazıları yazanlar, belli konularda bilgi aktaranlar, olayların magazin yönünü işleyenler de muhabirlerle birlikte topyekun gazetecilerdir.

Gazeteci yerel basında çalışsın, yaygın basında çalışsın bu işlevi ve görevi değişmez; o gazetecidir. Yerel basında çalışan gazetecileri, yaygın basında çalışanlardan ayırarak, deyim yerindeyse, "ikinci sınıf" gibi görmek ve göstermek yanlıştır, büyük bir haksızlıktır. Yerel basında da bu düşüncede olan gazetecilere zaman zaman rastlanıyor, ki bu daha büyük bir yanlıştır.

Bu noktadan hareket edersek, yerel basındaki gazetecilere şunu anımsatabiliriz: Gazeteciliğin saygın bir meslek olması gerektiğini ve yerel basında çalışan gazetecilerle yaygın basında çalışan gazeteciler arasında bir fark olmadığını akıldan çıkarmayınız. Haber kaynaklarına karşı bu düşünceyle davranınız.

Burada yıllara dayanan şu gözlemimizi de eklemeliyiz: Yerel basında da yaygın basında olduğu gibi, iyi yetişmiş, deneyimli, bilgili, sorumluluğunun

bilincinde gazeteciler var, ama ekonomik koşullar nedeniyle yaygın basındaki niteliklere sahip basın kuruluşları (birkaç bölgenin dışında) yok. Bir başka söylemle, iyi yerel gazeteci var, ama güçlü yerel basın yok diyebiliriz. Yerel basının ekonomik durumuna ilerde ayrıca değineceğiz.

Demokrasilerde Önemi

Genelde, özgür ve bağımsız basın demokrasilerin vazgeçilmez ön koşulu olarak kabul edilir. Çünkü, demokrasilerde çok seslilik, düşünce açıklama özgürlüğü ve yönetimlerin halk tarafından denetlenmesi esastır. Bu ortam özgür iletişimle sağlanır. Bunun hayata geçirildiği alan ise medyadır, iletişim ortamıdır. Yasama, yürütme ve yargı dahil, halk adına denetimi basın yerine getirir.

Demokrasinin işlerlik kazandığı, hayata geçtiği alanlar ise mahalle ve köylerden başlayarak, beldeler, ilçeler ve illerdir. Demokrasiye giden yol yerel birimlerden geçer. Yerel birimlerde kök salan demokrasi bilinci, ülke demokrasisine hayat verir.

Basın açısından ele aldığımızda, yerel basının işlevinin ve görevinin demokrasilerde büyük önem taşıdığını görürüz. Yerelde yönetenlerle yönetilenler arasındaki iletişimi sağlayan yerel basındır. Yerel basın, basının işlevini, yani çok sesliliği ve yönetimin denetimini tam olarak yerine getirirse, demokrasi sağlıklı işler.

Bu, şu demektir:

Yerel birimlerde basın olsun, yönetenler ve yönetilenler olsun daha dar bir çerçevede, deyim yerindeyse her gün yüz yüzedirler. Sorunlarla iç içedirler. Basın, Atatürk'ün deyişiyle "halkın müşterek sesini' yönetimlere yansıtmak için, sorunları yönetimlere iletmek için demokratik bir araçtır. Bu bağlamda, özgür ve bağımsız basının varlığı, yönetimler tarafından bir şans olarak karşılanmalıdır. Çünkü, halkın düşünce ve isteklerini, kendi çalışmalarının eleştirisini öğrenip daha iyi hizmet verme şansını kapsamlı bir şekilde basın aracılığıyla elde ederler.

Özgür ve bağımsız basın, yönetilenler açısından da bir şanstır. Yönetimin perde arkasını; aksaklıkları, başarısızlıkları, yolsuzlukları, ulaşamadıkları bilgileri basından öğrenirler. Kendi seslerini, görüşlerini, beklentilerini basın aracılığıyla etkinleşmiş olarak yönetimlere iletme şansına sahiptirler.

İşte bu iki yönlü şans yerel basına (ve elbet ülke düzeyinde yaygın basına da) önemli sorumluluklar yükler.

Basın, yöresinde, ülkesinde ve dünyada olup bitenleri tam olarak aktarırsa, halkı doğru ve dürüst bir biçimde bilgilendirirse; yani, yönetimlerin başarılarını da başarısızlıklarını da, aksaklıkları ve yolsuzlukları da duyurursa, halk yönetimler hakkında sağlıklı bilgiye sahip olur. Sağlıklı bilgiye sahip olduğu zaman, yeri ve zamanı geldiğinde tepkilerini ve siyasal tercihlerini doğru yapar. Dolayısıyla demokrasi sağlıklı ve doğru biçimde işleme şansına kavuşur. Basın bir takım gerçekleri halktan saklarsa, haberleri yanlış, eksik ya da abartılı, yönlendirici biçimde verirse; kısacası halkı yanlış bilgilendirirse, halk da siyasal tercihlerini sağlıklı ve doğru olarak yapamaz ve sonuçta demokrasi de sağlıklı ve doğru biçimde işlemez. İşte böylece, yerel basının demokrasilerde büyük önemi vardır diyoruz.

Sıkıntılar, Sorunlar

Yerel basının, Ulusal Kurtuluş Savaşı'ndan gelen fedakar, yurtsever, övünç verici bir geçmişi var. Her dönemde olduğu gibi, elbet o dönemde de bu niteliği taşımayan az sayıda gazeteye rastlıyoruz, ama bunlar yerel basının gurur tablosunu silikleştirmiyor.

Tarihi boyunca sıkıntılar, olanaksızlar içinde büyük özveriyle görev yapan yerel basın günümüzde de giderek ağırlaşan zor koşullar içinde çalışıyor.

Sorunların başında ekonomik sıkıntı geliyor. Birkaç büyük kentin dışında, yeterli sermaye birikimine, dolayısıyla ekonomik güce sahip medya kuruluşları hemen hemen yok gibi.

Bu bölümle ilgili olarak, şu saptamalar yapılabilir: Değindiğimiz birkaç büyük ilin dışında, Anadolu'nun her ilinde ve hemen hemen her ilçesinde yayınlanan gazetelerin çoğu, yeterli bir sermaye yatırımına sahip değil. Bu nedenle teknik donanımları, haber ve yazı kadroları sınırlı. Çoğu matbaa işletmeciliği ve resmî ilan gelirleriyle yaşamını sürdürmeye çabalıyor. Yine büyük çoğunluğu bayilere verilmiyor, abone usulüyle çalışıyor.

Yereldeki bazı gazetelerin sahipleri ve çalışanları aynı zamanda yaygın bir gazetenin de muhabirliğini yapıyor. Son zamanlarda büyük yayın gruplarının sahibi olduğu ajanslar, gazetelerin ayrı ayrı muhabir çalıştırmasına gerek bırakmıyor. Yaygın medyaya çalışan çoğu muhabir, geçimini sağlamak

için ikinci bir iş yapmak durumunda. Başka bir deyişle, kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanlar ikinci iş olarak gazetecilik yapıyor. Bu durum ilkesel açıdan, gazetecinin bağımsızlığı ve tarafsızlığıyla bağdaşmıyor. Bu sakıncalı durumun baş sorumlusu ise, taşrada çalışan muhabirlerine, en az merkezdeki kadar, bir gazetecinin geçimine, kültürel ve sosyal yaşamına yaraşır bir ücret vermeyen sermayedir.

Yerel basının güçlü olarak yaşaması için, bir yandan gazetecilere, bir yandan da o yörenin iş dünyasına, çeşitli kurumlarına, sivil toplum örgütlerine de sorumluluk düşüyor. İş dünyası kişisel bir çıkar beklemeksizin, saydam ve meşru yoldan (örneğin ilan vererek, abone olarak) yerel basına destek olmalı. Buna karşılık gazetenin de gazete niteliğini taşıması gerekir.

Demokrasinin ülkenin kılcal damarlarında kök salmasının en etkin aracı yerel basındır.

TÜRKİYE'DE YEREL BASIN

Suat Gezgin *

Giriş

Toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişimleri yöre halkına aktaran yerel basın, yöre toplumunun ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir. Daha dar dağıtımı olan, ancak yakın çevreye ilişkin daha geniş bilgi taşıyan yerel basının gelişmiş ülkelerde büyük önemi vardır. Bu ülkelerde önce yerel gazeteler okunmaktadır. Çünkü yerel gazeteler o toplumda yaşayan insanların gerçek sesidir. Yerel basın organları vatandaşların, kendi şehir ve beldelerindeki sorunlar, olaylar, ekonomik ve sosyal gelişmeler ve yerel yönetimlerin aldığı kararlar hakkında bilgi sahibi olmaları açısından son derece önemlidir. Yerel basın demokrasinin temeli, halkın sesi ve bilgi kaynağıdır. Toplumun kültürel profilinin temelinde yerel basın yatmaktadır.

1. Yerel Basının İşlevleri ve Önemi

İletişimciler yerel basını, otoritenin merkezden uzaklaşmasına ve insanı gözeten bir yapının yaratılmasına olanak sağlayan dinamik bir etmen olarak görmektedirler. Bu bağlamda yerel basın özellikle gelişmekte olan ülkeler için gerçekten çok önemlidir.

Yerel basının işlevlerini üç ana başlık altında toplamak olasıdır. Bu işlevler üzerinde kısaca durmak gerekirse;

- Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru biçimde halka duyurulması yerel basının işlevlerinden biridir. Ayrıca, denetim, yönetenin halk adına denetlenmesi, kamuoyu yaratılması yerel basının üzerindeki sorumluluklardan biridir.

* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı, Gazetecilik Bölüm Başkanı.

- Beldelerde yerel yönetimlerin hizmetlerinin duyurulmasıyla birlikte yerel yönetim-yurttaş ilişkisinin sağlanması yerel basının önemli işlevlerinden birisidir.
- Yaygın basının işlevlerinden biri olan eğitim işlevi; yerel basında toplumsal kimliği ile önem kazanır. Ulusal iradenin doğru ve amaca uygun yansımasında gerekli demokrasi kültürünün yerleştirilmesi, yerel basının en önemli işlevlerindendir.

Yerel basının taşıdığı biçim ve içerik bu temel işlevlerin yanına yerel, bölgesel niteliğini de eklemekte ve böylece yaygın basına göre daha farklı bir kimlik kazanmaktadır. Genel haberlerin yanı sıra yaşanılan dar bölgeye ilişkin haberlerin yayınlanması, o bölgenin gelişimine katkıda bulunacak niteliktedir. Yaşadığı yerdeki olaylar ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi bulunan birey, bu sorunlara karşı duyarlılık kazanır. Dolayısıyla bu duyarlılık sorunların çözümünde birlik, ortak amaç ve dayanışmayı doğurur. Kuşkusuz bu olgular da o bölgenin gelişimi konusunda önemli katkılar sağlayacaktır. Özellikle ülkemizde bu anlamda yerel basının önemi fazladır. Gelişmişliğin ülke genelinde dengeli bir dağılım göstermediği gerçeğinden hareket edersek, yerel basının ülke gelişimi açısından ne denli önemli olduğu ortaya çıkar.

Yaşanan deneyimler, edinilen bilgiler yerel basının işlevleri açısından ne denli gerekli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Yaygın basın bu anlamda hedef kitlesi ve alanı bakımından bu görevi yerel basına göre daha genel boyutlarıyla işleyebilir. Oysa yerel basın ulusal düzeyde konular hakkında bilgi aktarırken, özellikle üzerinde durduğu yerel sorunlar, olaylar konusunda ilgi yoğunlaşması yaratmaktadır. Örneğin ulusal Kurtuluş Savaşı sırasında dönemin yerel gazeteleri mücadelenin başarıya ulaşmasında önemli bir görev üstlenmişlerdir. Yerel basının böylesi bir işlevselliği vardır. İşte bu nedenle yerel basın yaşatılmalı ve desteklenmelidir.

2. Türkiye'de Yerel Basının Durumu

Ancak maalesef, Türkiye'de basın sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar arasında, maddi imkanlar açısından dev uçurumlar vardır. Bu uçurum, yerel basın organlarıyla ulusal basın kuruluşları arasında daha da büyüktür. Yerel basın kuruluşları ekonomik yönden oldukça kısıtlı imkanlar dahilinde, hayatta kalma mücadelesi vermektedir. Bu durum gazetelerin yeterli sayıda eleman istihdam etmesini ve özellikle de profesyonel elemanlar istihdam etmelerinin önünde bir engel teşkil etmektedir. Bu durum ise, gazetelere gerek şekil, gerekse içerik olarak olumsuz yönde etki etmektedir.

2.1. Türkiye'de Yerel Medya Çalışan Profili

Türkiye'de yerel basının durumunu değerlendirmek amacıyla, yerel medya çalışanları arasında 2005 yılında, İÜ İletişim Fakültesi'nce bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında yerel medya çalışanlarının genel bir profili ortaya konulmaya çalışıldığı gibi, yerel medya mensuplarının mesleklerini sürdürürken karşılaştıkları zorluklar ile çalışanların Türk yerel basını hakkındaki düşünceleri de saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmaya Türkiye'nin farklı bölgelerinden 330 yerel medya çalışanı katılmıştır.

Tablo 1: Çalışmakta oldukları kurumda, hali hazırdaki görevleri

Kurumdaki görevi	Sayı	Oran
Muhabir	73	22,1
Yazı işleri müdürü	71	21,5
Sahibi	42	12,7
Genel yayın yönetmeni	25	7,6
Sorumlu müdür	10	3,0
Köşe yazarı	8	2,4
Haber müdürü	7	2,1
Dj	6	1,8
Fikir işçisi	5	1,5
Genel müdür	5	1,5
Reklam müdürü	5	1,5
Halkla ilişkiler sorumlusu	4	1,2
İstihbarat şefi	4	1,2
Spiker	4	1,2
Spor müdürü	4	1,2
Yayın sorumlusu	4	1,2
Bilgisayar operatörü	3	0,9
Dizgici	3	0,9
Editör	3	0,9
Yönetici	3	0,9
Bilgisayar mizanpaj	2	0,6
Kameraman	2	0,6
Programcı	2	0,6
Sekreter	2	0,6
Teknik servis sorumlusu	2	0,6
Yönetim kurulu başkanı	2	0,6
Yurtdışı sorumlusu	2	0,6
Dağıtıcı	1	0,3
Ekonomi editörü	1	0,3

Finansman	1	0,3
Gece sorumlusu	1	0,3
Genel sekreter yardımcısı	1	0,3
Grafiker	1	0,3
İdare müdürü	1	0,3
Magazin şefi	1	0,3
Mali işler müdürü	1	0,3
Memur	1	0,3
Muhasebe	1	0,3
Musahhih	1	0,3
Ofset	1	0,3
Operatör	1	0,3
Program müdürü	1	0,3
Reklam elemanı	1	0,3
Reklam yayın sorumlusu	1	0,3
Şirket ortağı	1	0,3
Tonmaister	1	0,3
Vtr operatörü	1	0,3
Yanıtsız	7	2,1
Toplam	330	100,0

Araştırmaya katılanların yüzde 22,1'i muhabir olarak görev yaparken, yüzde 21,5'i yazı işleri müdürü olarak görev yapmaktadır. Araştırmaya katılanların yüzde 12'si kurumun sahibidir.

Tablo 2: Daha önce çalışmış oldukları kurumlar

Daha önce çalışılan kurum	Sayı	Oran
Sakarya Gazetesi	8	2,9
Adapazarı Gazetesi	6	2,2
Çorum Haber	5	1,8
Kent TV	5	1,8
Merhaba Gazetesi	5	1,8
Milli Eğitim	5	1,8
İHA	5	1,8
Bursa Hakimiyet Gazetesi	4	1,4
Güneş Gazetesi	4	1,4
Milliyet Gazetesi	4	1,4
Özyurt Gazetesi	4	1,4
Selam Gazetesi	4	1,4
Uludağ Gazetesi	4	1,4
Anadolu Ajansı	3	1,1

Çınar TV	3	1,1
Güney Gazetesi	3	1,1
Hatay Gazetesi	3	1,1
Medya S	3	1,1
Onur Gazetesi	3	1,1
Sabah Haber Ajansı	3	1,1
Tercüman Gazetesi	3	1,1
Yenigün Gazetesi	3	1,1
Akşam Gazetesi	2	0,7
Bizim Karadeniz Gazetesi	2	0,7
Bursa Hakimiyet	2	0,7
Cumhuriyet	2	0,7
Cumhuriyet Gazetesi	2	0,7
Çağdaş Gazetesi	2	0,7
Demokrat Gazetesi	2	0,7
Drt TV	2	0,7
Esin Gazetesi	2	0,7
Gözlem Gazetesi	2	0,7
Haberci Gazetesi	2	0,7
Hakkari Sesi Gazetesi	2	0,7
İskenderun Gazetesi	2	0,7
Karadeniz Gazetesi	2	0,7
Kocaeli Gazetesi	2	0,7
NTV	2	0,7
Olay Gazetesi	2	0,7
SRT	2	0,7
Türk Haberler Ajansı	2	0,7
Türkiye Gazetesi	2	0,7
UBA	2	0,7
Doğueli Gazetesi	1	0,3
Ufuk Gazetesi	1	0,3
Adintaş Aş	1	0,3
Adıyaman Söz Gazetesi	1	0,3
Ak Ajans	1	0,3
Akdede Deri	1	0,3
Akdeniz Gazetesi	1	0,3
Akdeniz TV	1	0,3
Aktif Radyo	1	0,3
Alaşehir Ekol Radyo	1	0,3
Antakya Adliye	1	0,3
Antakya Gazetesi	1	0,3
Aras Kargo A.Ş	1	0,3
Art	1	0,3

As TV	1	0,3
Atayurt Gazetesi	1	0,3
Aydoğdu Mefruşat	1	0,3
Aytuğ Ev Tekstil Aş	1	0,3
B.Hakimiyet Gazetesi	1	0,3
Bakış Bölgesel Gazete	1	0,3
Bayındırlık Bakanlığı	1	0,3
Belediye	1	0,3
Birleşik Radyo Ve Televizyonu	1	0,3
Bosna Enformasyon Merkezi	1	0,3
Bursa Magazin	1	0,3
Bursa Marmara	1	0,3
Bursa Radyo Aktif	1	0,3
Bursa Uludağ FM	1	0,3
Cihan Haber Ajansı	1	0,3
Color Ofset	1	0,3
Çağlayan Gazetesi	1	0,3
Çorum Büyük Otel	1	0,3
Çorum Gazetesi	1	0,3
Çukurova Gazetesi	1	0,3
Denge Gazetesi	1	0,3
Diş Hekimleri Odası	1	0,3
Doğan Haber Ajansı	1	0,3
Doğruyol Gazetesi	1	0,3
Doğuş Gazetesi	1	0,3
Dost Haber	1	0,3
DSİ	1	0,3
Ekspres Gazetesi	1	0,3
Elbistanın Sesi	1	0,3
Ertv-Bestv	1	0,3
Final Dershanesi İzmir	1	0,3
Flash TV	1	0,3
Genç Radyo	1	0,3
Gölge Adam Gazetesi	1	0,3
Gözde Optik	1	0,3
Güneş Gazetesi	1	0,3
Güney Ekspres	1	0,3
Güney TV	1	0,3
Haber	1	0,3
Haber Gazetesi	1	0,3
Haftalık Haber	1	0,3
Hakikat Gazetesi	1	0,3

Hakimiyet	1	0,3
Hakimiyet Gazetesi	1	0,3
Halkın Sesi Gazetesi	1	0,3
Hür Işık Gazetesi	1	0,3
Hür Ortam Gazetesi	1	0,3
Hürriyet Gazetesi	1	0,3
Hürriyet Matbaası	1	0,3
İ.E.E.T. Genel Müd.	1	0,3
İhsan Ofset	1	0,3
İnoksan A.Ş	1	0,3
İnterbank	1	0,3
Kahramanmaraş Postası	1	0,3
Kanal 54	1	0,3
Kanal D	1	0,3
Karadeniz Birlik	1	0,3
Kent Gazetesi	1	0,3
Körfez Gazetesi	1	0,3
Kültür Bakanlığı	1	0,3
Kürecik Gazetesi	1	0,3
M.E.B	1	0,3
Makro	1	0,3
Maliye Bakanlığı	1	0,3
Manisa Hür Işık Gazetesi	1	0,3
Manşet Gazetesi	1	0,3
Memleket Gazetesi	1	0,3
Milenyum Bilgisayar	1	0,3
Milliyet Haber Ajansı	1	0,3
Nazar Elektronik	1	0,3
Oba Ticaret Aş	1	0,3
Ocak Gazetesi	1	0,3
Olay Medya Center	1	0,3
Olay TV	1	0,3
Ordu Haber	1	0,3
Özgür Bakış	1	0,3
Özsaraç Kuyumculuk	1	0,3
Pekerler Çeyiz Ltd.	1	0,3
Polatlı Gordion Halk Gazetesi	1	0,3
Polatlı Sakarya Bölge Gazetesi	1	0,3
Radyo 16	1	0,3
Radyo 24	1	0,3
Radyo 80	1	0,3
Radyo Net	1	0,3
Radyo Ses Radyo	1	0,3

Radyo TFK	1	0,3
Radyo Türk	1	0,3
Radyo Venüs	1	0,3
Sabah Gazetesi	1	0,3
Sağlık Müdürlüğü	1	0,3
Sakarya Genç Radyo	1	0,3
Seramik San	1	0,3
Ses Gazetesi	1	0,3
Sesim Grafik	1	0,3
Son Haber Gazetesi	1	0,3
Son Nokta Gazetesi	1	0,3
Soylu End. Minaş	1	0,3
Sönmez Holding	1	0,3
Sporda 54 Gazetesi	1	0,3
T.K. İşletmeleri	1	0,3
Tamara Ajans	1	0,3
TGRT TV	1	0,3
TSK	1	0,3
Tosyalı TV	1	0,3
Turgutlu Belediyesi	1	0,3
Turgutlu FM	1	0,3
Turgutlu FM Radyosu	1	0,3
Turkuaz Matbaa	1	0,3
Tübitak	1	0,3
Türkoğlu Gazetesi	1	0,3
Uluçınar Yay. A.Ş	1	0,3
Ulus Ankara Gaz.	1	0,3
Ulus Gazetesi	1	0,3
Vardar Sigorta	1	0,3
Vatan Gazetesi	1	0,3
Vestel	1	0,3
Yedinci Gündem	1	0,3
Yeni Asır	1	0,3
Yeni Asır Gazetesi	1	0,3
Yeni Düşünce Gazetesi	1	0,3
Yeni Gün Gazetesi	1	0,3
Yeni Gündem	1	0,3
Yerel Kahta Petrol Gazetesi	1	0,3
Yöremiz Gazetesi	1	0,3
Zaman Gazetesi	1	0,3
Toplam	271	100,0

Araştırmaya katılanlardan 271'i daha önce başka işte çalışmış olup, bunlardan 36'sı (%13,3) iletişim sektörü dışında faaliyet gösteren firmalarda çalışmışlardır. Basın yayın alanına fikir işçisi olarak dahil olan bu kimseler arasında eski devlet memurları, belediye personeli, TSK mensubu, kuyumcu, sigortacı, tekstil, deri, seramik vb. sektöründe faaliyet gösteren firma çalışanları da bulunmaktadır.

Yine yerel medya çalışanı olarak gazetecilik mesleğine giriş yapan bu kimseler arasında; önceleri öğretmen, optisyen, garson, sekreter, satış elemanı, muhasebeci ve topoğraf olarak çalışan kimseler de vardır (bkz. Tablo 3)

Tablo 3: Daha önce çalışılan kurumdaki görev

Daha önce çalışılan kurumdaki görev	Sayı	Oran
Muhabir	94	35,5
Yazı işleri müdürü	26	9,8
Haber müdürü	11	4,1
Genel yayın yönetmeni	8	3,0
Öğretmen	6	2,3
Dj	5	2,0
Genel yayın müdürü	5	2,0
Teknik eleman	5	2,0
Fikir işçisi	4	1,5
Grafik/tasarım	4	1,5
Program yapımcısı	4	1,5
Satış elemanı	3	1,2
Sekreter	4	1,5
Spor muhabiri	4	1,5
Müdür	3	1,2
Reklam müdürü	3	1,2
Sorumlu müdür	3	1,2
Adıyaman tem.	2	0,7
Bilgisayar operatörü	2	0,7
Dizgici	2	0,7
İstihbarat şefi	2	0,7
Kameraman	2	0,7
Köşe yazarı	2	0,7
Magazin şefi	2	0,7
Memur	2	0,7
Mürettip	2	0,7
Şirket sahibi	2	0,7
Sayfa tasarımı	2	0,7

Spor müdürü	2	0,7
Yayın sorumlusu	2	0,7
Abone reklam sorumlusu	1	0,4
Astsubay	1	0,4
Basın ve halkla ilişkiler müdürü	1	0,4
Başyazar	1	0,4
Bilgisayar mizanpaj	1	0,4
Bölge temsilcisi	1	0,4
Bölüm sorumlusu	1	0,4
Dağıtım	1	0,4
Dış haber editörü	1	0,4
Firma sahibi	1	0,4
Fotoğraf dağıtım	1	0,4
Garson	1	0,4
Geçici işçi	1	0,4
Genel müdür	1	0,4
Haber koordinatörü	1	0,4
Haber ve foto muhabiri	1	0,4
Halkla ilişkiler sorumlusu	1	0,4
Kj operatörü	1	0,4
Kültür ve sanat işleri sorumlusu	1	0,4
Market elemanı	1	0,4
Milli emlak memuru	1	0,4
Muhabir-yazı işleri md.	1	0,4
Muhasebe	1	0,4
Muhasebe müdürü	1	0,4
Müdür yrd.	1	0,4
Müşteri hizmetleri	1	0,4
Ocak işletme sorumlusu	1	0,4
Optisyen	1	0,4
Pazarlama	1	0,4
Program müdürü	1	0,4
Reji	1	0,4
Reklam sorumlusu	1	0,4
Resepsiyonist	1	0,4
Satış sorumlusu	1	0,4
Sorumlu yönetici	1	0,4
Spiker	1	0,4
Şarküteri	1	0,4
Şirket ortağı	1	0,4
Şube müdürü	1	0,4
Şube sekreteri	1	0,4

Teknik servis şefi	1	0,4
Topoğraf	1	0,4
Yazar	1	0,4
Yönetici asistanı	1	0,4
Zabit katibi	1	0,4
Toplam	263	100,0

Tablo 4: Çalışanların sigortalı olma durumları

Sigortalı olma durumu	Sayı	Oran
Evet	263	80
Hayır	67	20
Toplam	330	100

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu (%80) sosyal güvence hakkına sahiptir.

Tablo 5: Çalışanların sigorta primlerinin ödenme durumu

Sigorta priminin yatırılma durumu	Sayı	Oran
Evet	244	93
Hayır	22	7
Toplam	263	100

Sigortalı olanların yüzde 93'ünün sigorta primleri çalıştıkları kurum tarafından düzenli olarak yatırılmaktadır.

Tablo 6: Çalışanların Sarı Basın Kartı sahipliği durumu

Sarı Basın Kartı sahipliği	Sayı	Oran
Evet	52	15,8
Hayır	278	84,2
Toplam	330	100

Araştırmaya katılanların yalnızca yüzde 15,8'i sarı basın kartı sahibidir.

Tablo 7: Çalışanların, gazetecilikten memnun olmama nedenleri

Gazetecilikten memnun olmama nedenleri	Sayı	Oran
emeğimizin karşılığını alamıyoruz	18	60,0
yerel basın desteklenmiyor	2	6,6
basın kartımız yok	1	3,3
bilgisayarlı sisteme geçememek	1	3,3

çalışma ortamı çok stresli	1	3,3
çıkar ilişkilerinin yaşandığı bir meslek haline geldi	1	3,3
gazetecilerin ekonomik,siyasal,ve sosyal çıkar amaçlı yazıları	1	3,3
imkanlarımız kısıtlı	1	3,3
istikrar yok	1	3,3
kalitesiz ve kişiliksiz insanlar var	1	3,3
mesleği yapanların kendi ekonomik sosyal ve siyasal çıkarlarını düşünmeleri	1	3,3

Tablo 8: Çalışanların, gazetecilikten genel memnuniyet durumları

Memnuniyet durumu	Sayı	Oran
Evet, memnunum	286	87
Hayır, değilim	44	13
Toplam	330	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu (%87) gazetecilikten memnun olduğunu belirtmektedir. Yerel basında çeşitli sorunların varolduğu göz önüne alındığında bu sorunlara rağmen yerel basın çalışanlarının büyük oranla, mesleklerinden memnun olduklarını ifade etmeleri, gazetecilik mesleğine olan derin sevgi ve bağlılıklarına yorulabilir.

Tablo 9: Çalışanların, haber toplamada karşılaştıkları zorluklar

Haber toplamada karşılaşılan zorluklar	Sayı	Oran
Kamu kuruluşlarından bilgi alamamak	40	23,6
Haber kaynaklarına ulaşamamak	26	15,3
Toplumun ilgisizliği	19	11,2
Ulaşım	17	10,0
Bürokrasi	12	7,0
Şiddet	12	7,0
Toplumda gazeteciler hakkında oluşan olumsuz izlenimler	7	4,1
Tehdit	6	3,5
İlgililerin yardımlaşma eksikliği	5	3,0
Haber kaynağının kendi çıkarı için haberi yanlış veya yanlı yansıtması	3	1,7
Tepki	3	1,7
Saygısızlık	3	1,7
Basın kartımız yok	2	1,2
Güvenliğimiz yok	2	1,2
Maddi imkansızlıklar	2	1,2

Siyasi baskı	2	1,2
Basın camiasında çalışanların hakları yeterince korunmuyor	1	0,6
Bayan olduğum için zaman ve mekan kısıtlamasıyla karşılaşıyorum	1	0,6
Eleman yetersizliği	1	0,6
Haber kaynaklarının kendi istekleri ve çıkarları doğrultusunda yönlendirmesi	1	0,6
İnsanların bilgi vermekten çekinmesi	1	0,6
Küçük yerde haber yaparken yazdığımızın mutlaka birini incitmesi	1	0,6
Olay yerine zamanında ulaşamamak ve basın özgürlüğünün tanınmaması	1	0,6
Yerel güç odaklarının sosyal ve siyasal etkileri	1	0,6
Zaman	1	0,6
Toplam	170	100,0

Genel olarak bakıldığında, basın mensuplarının yarısına yakını, haber toplamada karşılaştıkları zorluklar bağlamında; kamu kuruluşlarından bilgi alamamak (%23,6), haber kaynaklarına ulaşamamak (%15,3), bürokrasi (%11,2) gibi genellikle resmî birimlerle alakalı maddeleri saymıştır. Medya çalışanlarının bu olumsuzlukla karşı karşıya kalmalarının nedeni; resmî kurumlarda görevli kimselerin, kamuoyu ile aralarında bir bağ teşkil etmesi gereken medyanın bu işlevinin farkında olmamalarından, kendilerinin konuyla ilgili yetersiz eğitim ve bilgi donanımına sahip olmamalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 10: Çalışanların, Türk yerel basını hakkındaki düşünceleri

Türk yerel basını hakkındaki düşünceler	Sayı
Yerel basına destek yok devlet gerekli desteği vermeli	66
Ekonomik zorluklar çok fazla	20
Çalışma şartları zor	18
Kanuni düzenlemeler gerekli	5
Hakkettiği değeri görmüyor	2
Taşraya önem verilmiyor	2
Teknolojik imkanların yetersizliği	2
Anadolu'daki birkaç istisna dışında varlığından söz etmek mümkün değil.	1
Avrupa standartlarında değiliz	1
Ayakta durmak için çaba göstermiyor	1

Basının daha özgür ve baskı altında kalmadan haber yapması gerekiyor.	1
Basının geleceği yerelde. En güçlü yerel basında Bursa'da. Anadolu yerel basını gazetecilik dışı konulardan oluşuyor. Bursa ise tam anlamıyla profesyonel.	1
Bilinçsiz, kalite ve seviyeden uzak.	1
Bir güvencesi olmadığı için objektif olamıyor	1
Bursa ve İzmir dışındaki yerel basın çok etkisiz	1
Büyük bir rekabet içerisinde çalışıyoruz ve ayakta kalabilmek için mücadele vermek zorundayız	1
Ciddiyetten uzak abartılı haberler yer veriliyor	1
Çalışanlara sosyal güvence sağlanmıyor	1
Çıkarcı	1
Daha gerçekçi ve dürüstlük ilkesi ön plana alınmalı	1
Daha güçlü bir yerel basının temeli atılabilirse ülkedeki temiz siyasetin ve yönetimin önü açılmış olur	1
Daha objektif olduğuna inanıyorum	1
Daha özgün olmalı	1
Daha özgür olmalı	1
Diken içinde gül yetiştirilmeye çalışılıyor. Emeğimin karşılığını alamıyorum. Gerçek basın yerel basındır.	1
Gazeteciliğin gereklerinin yerine getirilmemesi	1
Gazetecilik mesleği amaçlarından saptı	1
Gelecek için etkin bir güç olacağına inanıyor	1
Gelişme sürecinde	1
Gerçek amaçlarına hizmet etmediğini düşünüyorum	1
Gerçekçi değil	1
Gerçeklerin yazılıp çizildiğine inanmıyorum	1
Haber alma ve Klişe zorluğu çekilmektedir	1
Haber yazılırken maalesef kurumun yöneticisinin yorumu ekleniyor	1
Haber yazılmak için haber yazmamalı ulusal basın gibi haber yapılmalı	1
Halkın yanında daha çok yer alsın	1
Halkın bilinçsizliği nedeniyle yerel basın gerekli ilgiyi göremiyor	1
Halkın sorunlarını çok güzel bir şekilde yansıtıyor	1
Her geçen gün iyiye gidiyor	1
Her isteyen gazete çıkarmamalı standart getirilmeli	1
Holding patronlarından bağımsız hareket edebilen yegane gazetecilik alanı	1
Holdingler bizi kamuoyuna karşı küçümsüyor	1
İlan verilmediği takdirde yerel basın biter	1
İleriye yönelik güzel çalışmalar yapılıyor para olarak tatmin edici değil	1
İlkeli ve dürüst habercilik yapılmalı	1
İnsanların ilgisizliği	1
İşlerini yerine getirmeyen bir grup olduğunu düşünüyorum	1
İşlevini gerektiği gibi yerine getirmiyor	1

Kalitesiz ve kişiliksiz insanlar çalışmakta	1
Karamsarlık	1
Medya bağımsız değil, taraf tutuyor	1
Medyadaki tekelleşme çok büyük bir sorun haline geldi buna karşıyım	1
Öldürülüyor	1
Önümüzdeki yıllarda hakettiği yere geleceğini düşünüyorum.	1
Rant sağlama peşindeler	1
Sermayenin eline geçmesi engellenmeli	1
Seviyesi yükselmeli	1
Sindirilip yok edilmek isteniyor	1
Sistem çok bozuk olduğunda yerel basın bitme noktasına geldi	1
Sivil toplum örgütleri yerel basını maddi manevi desteklemeli	1
Siyasetin basın üzerine de etkili olması basının tarafsız olmaması	1
Sorunlar suni biçimde değil kalıcı bir şekilde çözümlenmeli	1
Şu anki durumdan memnunum	1
Tanınmıyor	1
Taraflı habercilik yapılıyor ve çalışanların iş güvencesi yok	1
Tarafsız olmalı	1
Tarafsız,doğru,objektif tek haber kaynağı yerel basındır	1
Tekelleşiyor	1
Tekelleşme dışında kalan en önemli güç olarak görüyor ve basının gerçek işlevini ifa ettiğini düşünüyorum	1
Teknoloji ve çalışan kalitesi yok	1
Teknolojik imkan yetersizliği	1
Ticari kaygılarla yaptıkları için gerçeklerden çok uzakta kalıyorlar	1
Ulusal basına göre çok daha iyi ve özgür, ancak sadece belirli bölgelerde yoğunlaşmış durumda.	1
Ulusal basına göre inandırıcılığını koruyor	1
Ulusal basına göre toplumsal olaylara daha duyarlı	1
Ulusal basında farklı daima gerçeği yansıtmaya çalışıyor.	1
Ulusal basındaki gibi uydurma haber yazma şansları yok	1
Ulusal basınla rekabet adına seviye düşüyor. Daha seviyeli yayınlar çıkmalı	1
Ulusal medyadaki tekelleşme, yerel basın için önemli bir tehdit.	1
Ulusal medyadan daha etkili	1
Üvey evlat muamelesi görüyor	1
Yanlı ve taraflı haberler yapıyor	1
Yapılan haberler patronun,siyasetçilerin ve yerel yöneticilerin amaçlarına hizmet ediyor	1
Yatırım gerekli	1
Yerel basın kendisini gözden geçirmeli	1
Yerel basın tek taraflı yayın yapmakta gerçeği yansıtmamakta	1
Yerel basın ulusal basından daha etkilidir fakat maddi imkansızlıklar sorun yaratıyor	1

Yerel basına bir standart getirilmeli	1
Yerel basına halk ve özellikle sanayi kesimi destek vermeli	1
Yerel basına ilgi az	1
Yerel basına ilgi gösterilmiyor	1
Yerel basında ciddiyetin sağlanması gerek ve gerçek gazeteciler bu meslekte çalışmalı	1
Yerel basında masa sandalye ve fotoğraf makinesinden ibaret gazetecilik yapılıyor	1
Yerel basında teknik teknolojinin gelişmesi,haber akışının daha seri olması	1
Yerel basının geleceğini karanlık görüyorum	1
Yerel basının hareket alanı daha da genişletilmeli	1
Yerel basının teknik olanakları sınırlı olduğundan çağın gerisinde kalmaktadır	1
Yerel basınla ulusal basın arasında haber akışı sağlanmalı	1
Yerel gazeteleri şantaj aracı olarak kullanıyorlar	1
Yerel özelliğini giderek kaybediyor	1
Yerel radyolar zor durumda	1
Yerel sorunların çözümü konusunda tekili olduğunu düşünüyorum	1
Yeteri kadar anlayış ve saygı yok	1
Yetersiz	1
Yok edilmeye çalışılıyor	1
Zamanla daha iyi durumlara gelecek	1
Toplam	218

Yerel basın ve yayın kuruluşunda, ihtiyacın altında eleman istihdam edilebilmektedir. Üstelik bunların büyük kısmı çok düşük maaşlarla çalışmaktadır. Eleman yetersizliği, hatta mevcut elemanların büyük kısmının da düşük ücretle çalıştırılan ve kalifiye olmayan elemanlardan oluşması gazetenin içerik bakımından zayıf kalmasına neden olmaktadır.

Yerel basının içinde bulunduğu maddi olanaksızlıklar, son dönemde sorumsuz sermayenin basına sızmasına da çanak tutmuştur. Özellikle gelir ortalaması yüksek bölgelerde sözde zenginler protokole dahil olmak gibi, basit şahsi amaçlarla basına sermaye yatırırken, giderek basını kişisel sorunlarını çözecek bir koz gibi kullanmaya başlamışlardır. Böylece birçok bölgede yerel basın, genelde kamu hizmeti veren güvenilir bir kurum olmaktan çıkıp, belirli kişilerin kontrolü altına girmiştir.

Günümüzde yerel gazeteler satış için, yaygın bir dağıtım da uygulayamamaktadır. Pek çok yerel gazete posta yoluyla dağıtımını yapmakta, bu durum gazete maliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde halen tipo sistemle yayınlanan gazeteler bulunmaktadır.

Yerel gazeteler teknolojiye yetişmekte geç kalmışlardır. Teknik yetersizlikler, gazetenin mizanpajından, baskı ve dağıtım ağına kadar çok çeşitli olumsuzluklara yol açmaktadır. Resmî ilan gelirleri yeterli olmadığından, gazetelerin büyük bir bölümü matbaalarında çeşitli firmaların el ilanı, firma broşürleri vb. ufak tefek matbu işlerini yapmaktadır. Bu işlerden elde edilen ek gelirin bir bölümüyle gazete finanse edilmektedir. Maddi imkansızlıklar ve buna bağlı oluşan profesyonel kadro yetersizliği, içeriğin ve mizanpajın kalitesini düşürmektedir.

Toplumda okuma alışkanlığının yetersiz olması nedeniyle Anadolu'da yerel basına olan talep istenilen düzeye ulaşamamaktadır. Bursa, Eskişehir, Kocaeli illeri dışındaki yerel basına talep ne yazık ki yetersiz kalmaktadır. Zaten reklam ve resmî ilan gelirlerinde yeterli finansal girdiyi sağlayamayan yerel gazeteler, tatminkâr bir okuyucu sayısını da ulaşamamakta, böylelikle satıştan da bir fayda görememektedir.

Bu şartlar dahilinde yerel basın kuruluşlarının okuruna, yaygın basın kuruluşlarının verdiği kalitede bir ürün vermesi zor olmaktadır, daha doğru bir deyişle mümkün olmamaktadır. Bu durumda Türkiye'de yerel basın tam anlamıyla yaşam savaşı vermektedir.

Bu durumda yerel basının varlığını sürdürmesi ve bu varlığını yaygın basınla eşit şartlarda, eşit güçte sürdürmesi gerekir. Etkinliğini artırmış, güçlü yerel basın yayın kuruluşları kamuoyunda farklı seslerin duyurulmasında rol oynayacaktır. Bu da demokrasinin güçlendirilmesi ve devamlılığının sağlanmasında etkin olacaktır.

2.2. Yerel Basının Güçlendirilmesi Şarttır

Yerelleşmenin her yönden güçlü olduğu yerlerdeki kişiler, haklarını daha etkin savunabilmektedirler. Bu kişilerin, demokrasi, insan hakları ve özgürlükleri konusunda yerel basının güçlü olmadığı yerlerdeki kitlelerden bir adım daha ileride oldukları görülür. Yerel basının güçlü olduğu bölgelerde, bu yöre insanlarının demokrasiye, kişisel haklarına, toplum olarak ortak haklarına daha kuvvetli sahip çıktıkları gözlemlenir. Bu kimseler istek ve ihtiyaçlarını daha rahat dile getirme imkanına sahiptirler ve bunların işleyişini takip edebilirler. Demokrasinin yerel birimlerle güç kazandığı bir gerçektir. Yerel demokrasinin sağlıklı bir biçimde yaşama geçmesiyle ülke genelinde demokrasinin yerleşme şansı da artacaktır.

Yerel basının güçlendirilmesi ve talep edilir duruma gelebilmesi için ulusal medyaya, devlete, basın mesleği ile alakalı kuruluş ve derneklere, iletişim eğitimi veren öğretim kurumlarına ve yanı sıra bizzat yerel basın yetkililerinin kendileri ve çalışanlarına görevler düşmektedir.

Her şeyden önce, yerel basın organlarının, ulusal basınla rekabet edebilmelerine olanak tanıyacak içerik ve görünüme kavuşabilmeleri için gereksinim duydukları finansal desteğe kavuşmaları gereklidir. Bu sayede gazetenin hazırlanmasında gerekli teknolojik teçhizata sahip olabilecekleri gibi, bunların kullanımına hakim elemanlara, yine gazetecilik eğitimi almış yeterli sayıda vasıflı elemana da sahip olabileceklerdir. Ayrıca, yetişmiş elemanlarının yanı sıra her türlü telekomünikasyon sistemine sahip olacak bu kuruluşların bu sayede haber çeşitliliği ve sayılarında da artış yaşanacak, daha zengin ve ilgi çekici bir içeriğe kavuşabileceklerdir. Dağıtım sorunu da yine finansal imkanlar doğrultusunda iyileşecektir.

Vasıflı elemanlar sayesinde, içerik daha kaliteli ve akılcı bir duruma gelecektir. Yerel basın yerel ekonomiye doğru yaklaşırsa, yerel ekonominin bilgi gereksinimini, yerel ekonominin sorunlarını yakalayıp, onları yansıtmaya başlarsa, o gücün desteğini de zaman içerisinde mutlaka oluşturacaktır ve bir biçimde o oluşumdan payını da alacaktır. Yerel medya, yerel ekonomiyi yansıtabildiği ölçüde, yerel ekonomideki sorunları, yerel ekonomideki gelişmeleri yetkinlikle yazıp çizilebildiği ölçüde, bir süre sonra ulusal medya için de çok önemli kaynak haline dönüşecektir.

Yerel medyayla yerel iş dünyası arasındaki ilişki geliştiği takdirde yerel ekonomilerin yerel medyayı ilan, reklam verme alanı olarak kullanma isteği de artacaktır. Yerel medyanın ekonomi haberciliğine girmesi, yerel ekonomilerin gelişmesi için de önemli bir fırsat ve önemli bir olanak yaratır. Bilinçli, iyi yapılan bir ekonomi haberciliği, yorumculuğu, medyanın uyarıcı, ufuk açıcı rolüyle de birleştirilebildiği zaman, o bölge ekonomisine çok önemli katkılar yaratma şansı olabilir.

Basının işlevini özümsemiş basın-yayın kuruluşlarına devlet destek vermelidir. Araç-gereç sağlanmasında, ulaşımda kolaylıklar sağlanmalıdır. Yerel basın organlarının çokluğu basında çok sesliliğin bir göstergesidir, ancak bu yerel basın organlarının gerçek anlamda gazetecilik faaliyeti amacıyla çıkarılmakta

olmaları kaydıyla. Çünkü bilindiği gibi yalnızca senenin belirli zamanlarında devletten resmî ilan almak ve yine bazı haber kaynakları faydasına çalışıp bunlardan çıkar elde etmek amacını güden bir kısım yerel basın organları da yok değildir. Bunların temizlenmesi de ayrı bir konuyu teşkil etmektedir. Basının işlevini özümsemiş yerel gazetelerin sayıca çokluğu demokrasinin sağlıklı bir şekilde devamlılığının sağlanmasında önemli bir rol oynar.

Bunun yanı sıra yerel basın, İletişim Fakültelerinden mezun genç iletişimcilerin istihdamı için önemli bir olanaktır. Türkiye'de bugün itibariyle 30'a yakın iletişim fakültesi bulunduğu ve bunların yılda 3000'den fazla yeni mezun verdiği düşünüldüğünde, yerel basın kuruluşlarının bugünkü olumsuz şartlarından kurtulabilmesi için gerekli şartların sağlanmasının önemi ortaya çıkar. Yerel gazeteler birer aile gazetesi görünümünden kurtarılmalıdır. Yerel gazeteleri bünyesinde toplayan yerel örgütlenmeler, yerel gazeteleri böylesi bir uygulamaya dahil etmek için uğraş sarf etmelidir. Bu konuda en önemli destek kuşkusuz devlet teşviki olacaktır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile birlikte ortak hareket edilerek yerel basın-yayın kuruluşlarının desteklenmesi için gerekli mercilere devamlı surette hatırlatmalar yapılmaktadır.

Sonuç

Demokrasinin yerel birimlerle güç kazandığı bir gerçektir. Yerel demokrasinin sağlıklı bir biçimde yaşama geçmesiyle ülke genelinde demokrasinin yerleşme şansı artacaktır. Yerel bölgelerde yaşayan halkla, yerel yönetimlerin ilişkilerini yansıtacak olan kuruluşlar da yerel basın organlarıdır. İletişimciler yerel basını erkin, yani otoritenin merkezden uzaklaşmasına ve insanı gözeten bir yapının yaratılmasına olanak sağlayan dinamik bir etmen olarak görmektedirler. Bu bakımdan, yaygın basın için olduğu kadar yerel basın için de ekonomik ve teknolojik gücün yanı sıra yetişmiş ve donanımlı insan gücü de zorunludur. Bunun temini için de yerel basına teşvik şarttır. Teşviklerle güç kazanarak, gerek teknolojik gerekse yetişmiş ve yeterli eleman takviyesi ile kendini yenileme imkânına kavuşacak yerel basın kuruluşları yaygın basın yanında rekabet imkanına kavuşmuş olacaktır ki bu, hepimizin yararına olacaktır.

Kaynaklar

- Alemdar, Korkmaz, Erdoğan, İrfan: *İletişim ve Toplum,* İstanbul, Bilgi Yayınları, 1990.
- Kalender, Ahmet: "Demokrasilerde Yerel Basının Önemi", *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 19.
- *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim Semineri Kitabı*, İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2002.

TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA ÇALIŞANLARI, YEREL MEDYANIN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Belkıs Ulusoy Nalcıoğlu*

Giriş

Çok sesli ve özgür bir basının demokratik sistemin korunması ve güçlendirilmesinde son derece önemli bir unsuru teşkil ettiği düşünülür ve yerel basının da ulusal basınla paralel bir seyir takip ettiği göz önünde tutulursa, günümüzde oldukça zor günler geçirmekte olan yerel medyanın sorunlarının belirlenmesi ve bunlara bir an önce uygun çözümler getirilmesi gerekliliği de ortaya çıkar ki, bu çalışmada söz konusu sorunlar tespit edilip, bu sorunlara çözüm önerileri sunulmasına çalışılmıştır. Sorunların tespitinde, konuyla ilgili literatürden yararlanıldığı gibi, ayrıca yerel medya çalışanları arasında, karşı karşıya bulundukları sorunların tespitine yönelik ve çalışan profilini ortaya koymayı amaçlayan bir anket çalışmasından faydalanılmıştır.** Çalışmada, dikkat edileceği üzere, özellikle yerel medya kuruluşlarında, fikir işçisi statüsünde çalışanlar üzerinde odaklanılmış ve yerel medya kuruluşlarında, maddi imkansızlık kaynaklı olarak, iş gücü odaklı sorunların aydınlatılmasına çalışılmıştır.

1. Yerel Basının Sorunları

Türkiye'de, önceleri İstanbul basınıyla yarış eden hatta onu geride dahi bırakan yerel basın, günümüzde oldukça sıkıntılı günler geçirmektedir. Bir zamanlar milli mücadeleye renk katan, güç veren yerel basın, bugün maale-

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

** "Yerel Basın Çalışan Profili" adlı bu araştırma; 2005 yılında gerçekleştirilmiş olup, araştırma sonucunda, yerel basın çalışanlarının hangi özelliklere (eğitim durumu, yaş vb.) sahip oldukları, hangi şartlar dahilinde çalıştıkları, ayrıca mesleklerini sürdürürken karşılaştıkları zorluklar ile çalışanların Türk yerel basını hakkındaki düşüncelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü verilerine göre Türkiye'deki bütün yerel medya kuruluşlarına, yukarıda bahsi geçen soruların cevaplarını almaya yönelik hazırlanan anketler posta yoluyla ulaştırılmıştır. 21 ilden, 176 ayrı medya kuruluşundan (151 Gazete, 3 Dergi, 14 Radyo kuruluşu, 1 TV kuruluşu, 7 Radyo-TV kuruluşu) toplam 330 anket tarafımıza ulaşmıştır.

sef bir takım yanlış politikalar ve siyasal iktidarların göz ardı etmesi sonucu varlık mücadelesini sürdürebilme çabası içine girmiştir.

Bugün pek çoğu İstanbul'da, dünya standartlarında, son teknolojiyle donanmış dev medya plazalarda faaliyet gösteren ulusal basın karşısında, halen Anadolu'nun pek çok kentinde teknolojinin en basit imkânlarından dahi yoksun, el pedalıyla, kurşun harflerle çıkarılan yerel gazeteler bulunmaktadır.

Maalesef, Türkiye'de basın sektöründe çifte standart yaşanmaktadır. Nitekim Sivas Gazeteciler Cemiyeti başkanı Aydın Deliktaş ve yerel basın kuruluşlarının yönetim kadrosundaki pek çok kimsenin deyişiyle, "İstanbul basınına sonsuz teşvik ve kredi sağlanırken, yerel basın göz ardı edilmekte, seçimden seçime hatırlanmaktadır".[1] Pek çok yerel basın kuruluşunca; gazetelerin hazırlık aşamasında gerek duyulan yeterli bilgisayar, dijital fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazları, hatta masa üstü yayıncılık ve sayfa düzeni tasarım yazılımları, grafik yazılımları dahi satın alınamamaktadır. Basım aşamasında da, yine maddi imkansızlıklar dolayısıyla istenen kalite yakalanamamaktadır. Pek çok yerel medya kuruluşunun idarehaneleri de çoğunlukla oldukça mütevazı şartlar altında düzenlenebilmektedir. Bu tür fiziki olumsuzlukların yanı sıra, insan gücü anlamında da yerel medya kuruluşları maddi imkansızlıklar nedeniyle sıkıntı yaşamaktadır.

Anadolu'daki, pek çok basın yayın kuruluşunda gazeteciler çok düşük maaşlarla, hatta cep harçlığıyla çalışmaktadır ki, dolayısıyla da bunların pek çoğu geçimini sağlamak için gazetecilik dışında ikinci bir iş yapmak durumunda kalmaktadır. Hâlbuki yerel basında çalışan bir gazeteci ile ulusal basında çalışan bir gazeteci arasında temelde hiçbir fark yoktur. Gazetecinin görevi, işlevi her iki basın organında da aynıdır. Mesleki sorumlulukları da aynıdır: Halka doğruları olduğu gibi aktarmak, halk için, halk yararına yönetimleri denetlemek, halkın görüşünü, isteklerini yönetime iletmek, dolayısıyla halkın sesini duyurmak, her iki taraf arasında iletişimi sağlamak.

[1] *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslekiçi Eğitim,* İstanbul, TGC Yayınları, 2002, s. 9.

1.1. Eleman Yetersizliği

Ekonomik yönden oldukça kısıtlı imkânlar dahilinde hayatta kalma mücadelesi veren pek çok yerel medya kuruluşunda, ihtiyacın oldukça altında eleman istihdam edilebilmektedir. Yerel medya kuruluşları çalışanları arasında gerçekleştirilen anket çalışması uyarınca, yerel medya kuruluşlarının yarısından çoğunda (%56,7) yalnızca 1-5 arası fikir işçisi çalıştığı tespit edilmiştir (bkz. Tablo 1). Bu kurumların yalnızca yüzde 5,5'lik bir bölümünde 21 ve üstü sayıda fikir işçisinin çalışmaktadır. Bu nedenle, yerel medya kuruluşlarında çalışan muhabirler oldukça ağır bir iş yüküyle karşı karşıya kalmaktadır.

Tablo 1: Kuruluşta çalışan fikir işçisi sayısı

Kuruluşta çalışanların sayısı	Sayı	Yüzde
1-5	187	56,7
6-10	37	11,2
11-15	20	6,1
16-20	7	2,1
21 ve üstü	18	5,5
Yanıtsız	61	18,5
Toplam	330	100

Tablo 2: Bir günde takip edilen iş sayısı

Takip edilen iş sayısı	Sayı	Yüzde
1	51	15,5
2	42	12,7
3	42	12,7
4	25	7,6
5 ve üstü	138	41,8
Yanıtsız	32	9,7
Toplam	330	100

Nitekim, Tablo 2'den de görüleceği gibi, yerel medyada görev yapan gazetecilerin yüzde 41,8'i günde 5 veya daha fazla haber takip etmek durumundadır. Takibi yapılan işlerin her biri aynı derecede önemli konularsa, atlanmaması gereken işlerse, bu durumda muhabirin işi son derece zorlaşmakta ve her işte doğal olarak aynı kaliteyi yakalayamayabilmektedir.

1.2. Kalifiye Eleman Yetersizliği

Yerel medya kuruluşlarında eleman yetersizliği yaşandığı gibi mevcut elemanların büyük kısmı da düşük ücretle çalıştırılan, kalifiye olmayan elemanlardan oluşmaktadır (bkz. Tablo 3 ve Tablo 4). Bu kuruluşların pek çoğu aile şirketi olduğundan, buralarda çalışanlar arasında akraba, eş, dostlar önemli bir yekûn tutmaktadır. Tablo 3'e bakıldığında; araştırmaya katılan 330 kişiden 170'inin (%51,5) lise mezunu olduğu görülmektedir. Yüzde 16,7'lik kısmının da ilköğretim mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılanlardan ancak yüzde 27,6'lık bir bölümü üniversite mezunudur ve bunlardan da yalnızca yüzde 11,2'si iletişim fakültelerinden mezundur. (bkz. Tablo4). Bu iki tablodan çıkan sonuç şöyle de değerlendirilebilir ki; araştırmaya katılanlar bağlamında, yerel medya çalışanlarından her 10 kişiden yalnızca biri iletişim eğitimi almışken, her 10 kişiden 1,6'sı ilköğretim mezunu ve her 10 kişiden beşi lise mezunudur.

Tablo 3: Yerel medya çalışanlarının eğitim durumu

Eğitim durumu	Sayı	Yüzde
Okur-yazar	3	0,9
İlköğretim mezunu	55	16,7
Lise mezunu	170	51,5
Lisans mezunu	91	27,6
Lisansüstü eğitim	11	3,3
Toplam	330	100

Tablo 4: Yerel medya çalışanlarının 'iletişim eğitimi' alma durumu

İletişim eğitimi alma durumu	Sayı	Yüzde
Evet	37	12,2
Hayır	293	88,8
Toplam	330	100

Yerel medya kuruluşlarında çalışanların eğitim düzeyi bu görüntüdeyken, az sayıdaki bu elemanlar; çalıştığı gazetenin muhabirliğini yaptığı gibi, foto muhabirliğini, sayfa sekreterliğini ve yerine göre yazı işleri müdürlüğünü de yapabilmekte, hatta gazetenin dağıtımı ve basım işlerini de takip etmek durumunda kalabilmektedir.

1.3. Ücretlerin Yetersiz Oluşu

Büyük çoğunluğu bu denli yoğun bir çalışma ortamında gazetecilik veya yayıncılık faaliyetinde bulunan yerel medya çalışanları, maalesef bu tempolarına rağmen, kuruluşların kısıtlı bütçeye sahip olmasından ötürü oldukça düşük ücretler karşılığında görev yapmaktadırlar (bkz. Tablo 5). Hatta yerel medya kuruluşlarında çalışıp da, geçimlerini temin edebilmek amacıyla ikinci bir iş yapmak durumunda kalanların sayısı da yadsınamayacak kadar çoktur (bkz. Tablo 6).

Tablo 5: Yerel medya çalışanlarının ücret aralığı

Gazeteden alınan ücret	Tutar (TL)	Yüzde
250 milyon ve altı	125	37,9
251-500 milyon arası	106	32,1
501-750 milyon arası	27	8,2
751-1 milyar arası	24	7,3
1-1,5 milyar arası	10	3,0
1,5 -2 milyar arası	1	0,3
Yanıtsız	37	11,2
Toplam	330	100

Tablo 6: Yerel medya çalışanlarının; gazetecilik-yayıncılık dışında ikinci bir işte çalışma durumu

İkinci bir işte çalışma durumu	Sayı	Yüzde
Evet	89	27
Hayır	241	73
Toplam	330	100

Tablo 6'da görüldüğü üzere, araştırmaya katılan 330 kişiden 89'u (%27) gazetecilik dışında ikinci bir işte çalışmaktadır. Diğer deyişle, yerel medyada çalışan her dört kişiden biri, geçimini temin için bir başka işle daha meşguldür. Çünkü Tablo 5'te görüldüğü üzere, yerel medya çalışanlarından yüzde 37,9'unun gazetecilik mesleğini ifa karşılığı aldıkları ücret onları TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu)'in açıklamış olduğu "2005 Yoksulluk Çalışması Sonuçları"na göre[2] açlık sınırına yakın yaşamak durumunda bırakmaktadır. Yüzde 32,1'lik bölümü de yoksulluk sınırında yaşamak durumundadır. Başka bir ifadeyle her 10 yerel medya çalışanından 7'si yoksulluk sınırındadır.

[2] http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do

Eleman yetersizliği, hatta mevcut elemanların büyük kısmının da düşük ücretle çalıştırılan ve kalifiye olmayan elemanlardan oluşması; bu elemanların ekseriyetle birden fazla işle meşgul olması, haber çeşitliliğinin sınırlı kalmasına, inceleme araştırma haberlerin, köşe yazılarının sayıca azlığına, diğer deyişle gazetenin içerik bakımından zayıf kalmasına sebebiyet vermektedir. İçerik olarak zayıf kalan yayınlar ise ulusal yayınlarla rekabet edememektedir. Bununla bağlantılı olarak, gazetelere olan talep düşük kalmakta ve satıştan elde edilen gelir yetersiz olmaktadır. Bu gazetelerin çoğu, Basın İlan Kurumu'ndan gelen belirli miktardaki resmî ilanların getirisiyle ayakta durabilmekte, kâr elde etmek bir yana ayakta kalma mücadelesi vermektedir. Özel reklâm ve ilan gelirleri yok denecek kadar azdır. Tüm bu sorunların kökeninde yatan maddi imkânsızlıklar, ayrıca gazetelerin dağıtım konusunda da sorun yaşamalarına sebebiyet vermektedir. Posta yoluyla dağıtımını gerçekleştirmek durumunda kalan yerel basın kuruluşları için bu durum ek bir maliyet oluşturmaktadır.

Tüm zorluklara rağmen iyi bir tiraj, iyi bir izlenme veya dinlenme oranı yakalamış az sermayeli yerel basın yayın kuruluşları ise, genellikle ulusal basın kuruluşlarının patronlarının hedefi olmaktadır. Bu tip yerel kuruluşlar genellikle iyi tekliflerle gelen ulusal basın patronları tarafından satın alınmaktadır. Teklifi reddedip mücadeleye devam edenler ise son derece olumsuz koşullarda çalışmaya devam etmektedir. Hâlbuki yerel basının güçlü olması pek çok bakımdan önem arz etmektedir.

2. Yerel Basının Önemi

Yerelleşmenin her yönden güçlü olduğu bölgelerdeki kişilerin, haklarını daha etkin savunabildiklerini söylemek mümkündür. Bu kişilerin, demokrasi, insan hakları ve özgürlükleri konusunda yerel basının güçlü olmadığı yerlerdeki kitlelerden bir adım daha ileride oldukları görülür. Yerel medyanın güçlü olduğu bölgelerde, bu yöre insanları demokrasiye, kişisel haklarına, toplum olarak ortak haklarına daha kuvvetli sahip çıktıkları gibi, istek ve ihtiyaçlarını daha rahat dile getirme imkânına da sahip bulunmakta ve bunların işleyişini takip edebilmektedir.

Yerel medya, özellikle mahalli yönetimlerde, kamu yönetimiyle halk arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Bilgilerin aktarılması yoluyla veya çeşitli haberlerle, yorumlarla yöneticilerin belirli konular veya sorunlar hakkında dikkatleri çekilebilmektedir.[3] Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın kuruluşları, bireylerin çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamalarına katkı sağlamaktadır.[4]

Siyasiler, devamlılıklarını sağlamak için kamuoyunun desteğini arkalarına almak isterler ve kamuoyuna zıt düşmemeye gayret ederler. Bu sebeple kamuoyunun görüşlerine, düşünce ve taleplerine, kendi menfaatleri gereği değer verirler. Kamuoyunun en iyi yansıtma aracı kitle iletişim araçları (medya) olduğundan, siyasiler kamuoyunun düşüncelerini öğrenmek için genellikle kitle iletişim araçlarından faydalanırlar. Aynı şekilde, kamuoyu da, yöneticilerin faaliyetleri ve gelecekteki projeleriyle ilgili bilgi ve gelişmeleri genellikle medya aracılığıyla edinirler.

Çok sayıda insanın, gelişen, ekonomik, sosyal ve siyasal olaylar hakkında bilgi edinebilecekleri alternatif kaynaklar olmayışı, bu kimselerin bilgi edinmek için kitle iletişim araçlarına yönelmelerine sebep olmakta, bu durum ise kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde etkili olmasına yol açmaktadır.[5]

Kitle iletişim araçları, toplumun sosyal problemlere ve siyasal olaylara bakış açısını etkilemekte ve bunun sonucu olarak, siyasal yaşamın şekillenmesine zemin hazırlamaktadır. Verdiği sosyal ve siyasi mesajlarla, toplumun bakış açısını kendi bakış açısına uygun bir şekilde yönlendirebilmektedir. Toplumun siyasi tutumlarını, davranışlarını, tercihlerini etkilemekte ve dolaylı olarak partilerin ve siyasi grupların faaliyetlerini, projelerini etkilemekte ve bu sayede siyasi hayatı yönlendirebilmektedir. Bu özelliklerinden ötürü, siyasal güçler tarafından iktidar mücadelesi için bir araç olarak görülmeye başlanmıştır.

Alemdar ve Erdoğan'a göre de, kitle iletişim araçları tarihsel, politik ve ekonomik güç peşinde koşanlar için denetimi değerli bir mülktür. Kitle iletişim araçları üzerinde denetim çeşitli olanaklar sağlar. Bu araçlar, dikkatleri belirli sorunlara, çözümlere ya da insanlara çekip yönlendirerek güç sahibi olanları kayırıp buna bağlı olarak da rakip birey ya da gruplara yönelmesini önlerler. Yine bu araçlar statü sağlar, meşruiyeti güçlendirir, belli koşullarda inandırma ve seferber etmenin bir kanalı olabilir.[6]

[3] Ahmet Kalender, "Demokrasilerde Yerel Basının Önemi", *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002, s. 60.
[4] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılâp Kitabevi, 2001, s. 162.
[5] Emir Turam, *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri,* İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994, s. 46.
[6] Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan, *İletişim ve Toplum,* İstanbul, Bilgi Yayınları, 1990, s. 96.

Bu sebeplerden ötürü kimi zaman medya kuruluşları siyasilerce etki altına alınmak istenebilmektedir. Bu duruma yerel yönetimler boyutunda daha sık rastlanabilmektedir. Bilindiği gibi, halkın özgür haber alması, düşünce ve görüşlerin özgürce iletilmesi, siyasi yetkinin de içinde bulunduğu tüm kurum ve kuruluşların serbestçe eleştirilmesi ancak kitle iletişim araçları ile gerçekleşebileceğinden, medya kuruluşlarının bu duruma mahal vermemesi son derece önemli bir durum arz eder.

Görüldüğü gibi kitle iletişim araçları son derece önemli ve sorumluluk gerektiren bir görev üstlenmiş, etkili ve gerekli araçlar olup, yerel medya da bu bütünün ayrılmaz parçası olduğundan aynı derece önem arz etmektedir. Hatta yerel medyanın sağlıklı faaliyet yürütmesi, ülkenin menfaati açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yerel medya organlarının ekonomik bağımsızlıklarını elde etmiş olmalarının gerekliliği daha açık şekilde ortaya çıkar.

3. Sorunlara Çözüm Önerileri

Anadolu basını finansman ve eleman açısından sıkıntı çekmektedir. Devletin, Anadolu basının içinde bulunduğu sıkıntılı durumdan kurtulabilmesi için finansman desteği sağlaması şarttır. Ücretlerin acilen iyileştirilmesi gerekmektedir. Gazetecilik mesleğini ifa eden bir kimsenin başka bir meslekte daha çalışmak zorunda kalması dolayısıyla ortaya çıkacak sakıncaların da bu şekilde önüne geçilebilecektir.

Gazetecilerin mesleki sorumluluklarının bilincinde olması ve meslekle-rine sahip çıkması gerekmektedir. Özellikle yerel basının, okuyucu sayısını artırabilmesi için tarafsız olduğuna dair güvenilirliğini sağlaması çok önemlidir. Bu bağlamda, haber amaçlı kurulan temaslarda, kaynaklarla ilişkide mesafenin korunması son derece önem taşımaktadır.

Kitle iletişim araçları günümüzde halkın bilgilenmesi ve haber almasında olduğu kadar eğitilmesinde de etkin araçlar durumundadır. Nitekim, Türk basın tarihinin en önemli isimlerinden Namık Kemal, gazeteyi, bir ulusun ilerlemesinde başlıca etken olarak değerlendirirken,[7] Türk basın tarihinin bir diğer önemli ismi Şinasi Efendi de gazeteyi, "halkı yetiştiren, eğiten bir fikir organıdır" olarak tanımlar.[8] Gazeteyi toplumsal bir eğitim aracı olarak gören diğer bir isim de Çapanoğlu'dur. Çapanoğlu'na göre gazete, "umumi bir kültür

[7] M. Nuri İnuğur, *Basın ve Yayın Tarihi*, Çağlayan Kitapevi, İstanbul, 1982, s. 195.
[8] *a.g.e.*, 237.

yapan mekteplerin ve ihtisas müesseselerinin yanında insanlığın mektebidir".[9] Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere gazete, halkın eğitilmesinde önemli bir araç durumundadır.

Dolayısıyla da gazetecilik, son derece önemli ve sorumluluk gerektiren bir iştir. Halkla doğrudan ilişkide bulunan gazetecilerin halkın bilgilendirilmesinde ne denli etkin bir kaynak durumunda oldukları düşünüldüğünde, yerel medya kuruluşlarının çalışanlarını iletişim fakültelerinden mezun kimseler arasından seçmeleri, mevcut çalışanların ise çeşitli meslek örgütlerince düzenlenen 'gazetecilik eğitimi' gibi eğitim programlarına katılmaya teşvik etmeleri gerekliliği ortaya çıkacaktır.

Yerel basın kuruluşları güçlü ve etkin bir birlik oluşturup, özel reklâm ve ilanları oluşturulacak bir reklam-ilan havuzunda toplayabilir ve bunları kendilerine kayıtlı yerel medya kuruluşlarına adil oranda dağıtabilirlerse, bu hem alınacak reklam sayısında bir artışı beraberinde getirebilecek, hem de adil dağıtımın gerçekleştirilmesini sağlayarak, yerel basın yayın organlarına düzenli bir gelir temin edilmesinde faydalı olabilecektir. Böyle bir kurumun hayata geçirilmesi ve güçlendirilmesi için de her şeyden önce yerel medya kuruluşlarının birbirleriyle irtibat halinde olması, ilişki içine girmesi gerekmektedir. Geçtiğimiz yıllarda, söz konusu tarzda bir teşkilatlanmaya gidildiyse de,[10] yerel basın yayın kuruluşlarından gerekli ve yeterli ilgiyi göremediği için tutunamamıştır. Hâlbuki bu şekilde bir teşkilatlanma son derece faydalı olabilecektir. Bunun öneminin kavranması ve yere medya kuruluşları sorumlularının bu konuda daha duyarlı olmaları yerel medyanın ayakta kalması ve hatta güçlenmesi doğrultusunda önemli getiriler sağlayabilecektir.

Aynı şekilde yerel medya kuruluşları birbirleriyle süreklilik arz eden bir ilişkide olduğu takdirde ve buna bağlı olarak tıpkı reklâm havuzu projesinde olduğu gibi bir haber havuzu oluşturabilirlerse, bu havuzun idaresi ve denetimi, tüm yerel medya kuruluşlarının ve ilgili meslek örgütlerinin bir araya gelerek oluşturacakları bir kurum veya mevcut bir kurum dahilinde oluşturulacak bir birime devredilirse, tüm yerel medya kuruluşları bu havuzda biriken haberlerden istifade edebileceklerdir. Böylece ekonomik bakımdan, dolayısıyla da eleman açısından ve bununla bağlantılı olarak da içerik zen-

[9] Süleyman Çapanoğlu, *Basın Tarihimize İlave*, İstanbul, Hür Türkiye Mecmuası Yayınları, 1960, s. 18.
[10] *Yerel Televizyonculukta Meslekiçi Eğitim*, İstanbul, TGC Yayınları, 2002, s. 41.

ginliği açısından fayda sağlanacaktır. Haberler yazılı basın organlarınca ve görsel veya işitsel medya kuruluşlarınca, kendi formatlarında hazırlanarak, söz konusu haber havuzunun ilgili birimine tıpkı ajans haberi formatında gönderilebilir. Ayrıca araştırma-inceleme tarzındaki haberler ile, makaleler dahi bu havuzda birikebilir. Ayrıntı isteyen basın organları, kısa bilgi halinde gelen haberden, söz konusu haberin kaynağı olan yerel medya kuruluşundan habere ilişkin ayrıntı ve görüntü/ek görüntü isteyebilir. Havuzda toplanan ve kullanılan haberlerin karşılığında, haberi geçen kuruma belli bir ücret ödenebilir. Bu durum, medya kuruluşlarına artı bir gelir sağlayacağı gibi, yerel medya organlarında haber çeşitliliği ve içerik zenginliği, ek bir istihdama gerek kalmaksızın daha ucuz yollardan sağlanacaktır. Yanı sıra bu uygulama, rekabetçi bir ortam yaratacağından, daha iyiyi yapabilme adına da bir teşvik olacaktır. En önemlisi ise, maddi anlamda, kendi imkânlarıyla biraz daha rahat bir duruma kavuşacak olan yerel medya kuruluşları, ekonomik bağımsızlıklarıyla birlikte, fikri anlamda bağımsızlıklarını, gerek siyasi çevrelere gerekse iş dünyasına karşı daha rahat koruyabileceklerdir.

Özellikle yerel televizyonlarda, taklide kaçmayan daha özgün programların yaratılması, hazırlanması ve yayınlanması faydalı olacaktır. Kaliteli bir içerik ve yüksek görüntü kalitesiyle hazırlanacak bu programların ulusal televizyon kanallarınca talep edilmesi ve ücret mukabilinde talep eden kuruluşa pazarlanması dahi mümkün olabilecektir. İyi projelerin hazırlanabilmesi için ise tahmin edilebileceği gibi, yerel medya kuruluşlarınca, kalifiye elemanların, masraftan kaçınmayarak istihdamı önem kazanmaktadır. İletişim fakültelerinden mezun profesyonel elemanların istihdamı bu basın kuruluşlarına ayrıcalık ve kalite katacaktır.

Yerel medya kuruluşları, kendilerine şekil ve içerik olarak ulusal medyayı örnek almaktan vazgeçmeli, yayınlandığı bölgenin siyasi, ekonomik, sosyo-kültürel meselelerine daha fazla yer ayırmalıdır. İzledikleri yayın politikasıyla; yayınlanmakta oldukları bölgenin ekonomisinin güçlenmesine, kültürel ve doğal zenginliklerinin tanıtılmasına, bölge sorunlarına siyasilerin dikkatlerinin çekilmesine, dolayısıyla bölgenin kalkınmasına hizmet etmelidir. Böylece, ulusal medyadan farklı içeriği ve yayın politikasından ötürü, ulusal medyayı tercih etmekte olan kendi yöre halkının, kendi sorunlarının ve kendilerine yakın konuların dile getirildiği bu yayınlara ilgisinin yönelmesi sağlanabilecektir.

Bir bölgede bir veya birden fazla yerel medya kuruluşunun olması, o bölgenin sorunlarının dile getirilmesi, gerekli mercilere duyurulması ve duyuruların sık aralıklarla tekrarlanması, bölge belediyesi ve valiliği veya diğer kurum ve kuruluşlar üzerinde baskı unsuru olabileceğinden, sorunların ilgili kurum ve kuruluşlarca ele alınması ve mümkünse çözüme ulaştırılması ihtimali yüksek olacaktır. Bu ise, bölgenin gelişiminde önemli rol oynayacaktır. Bu süreç, bölge halkına aktarıldığı taktirde, halkın yerel medyaya olan desteğinin ve ilgisinin artmasını sağlamak mümkün olabilecektir. Türkiye'de yerel medya organlarının hali hazırda satış/izlenme oranları son derece düşüktür. Bu durumun düzeltilebilmesi için, yerel medyanın gerek içerik gerekse baskı/yayın kalitesi olarak elinden geldiğince kendini geliştirmelidir. Yerel medya organlarının tirajı/izlenme oranı arttığı taktirde, bunların reklamlardan elde edecekleri gelirlerinde de artış olacaktır. Dolayısıyla kurumlara kalifiye eleman takviyesi de mümkün olabilecektir.

Sonuç

Yerel medyanın günümüzde yeterli desteği bulması ve ciddi anlamda etkin bir konuma gelmesi gerekmektedir. Bu durum, yerel basın organının faaliyette bulunduğu bölgeler açısından son derece yararlı olacaktır. Çünkü bu yayın organları vasıtasıyla söz konusu bölgenin sorunları ve istekleri sıklıkla dile getirilecek ve bu işin takibi sağlanacaktır. Hâlbuki, ulusal basında en fazla bir kez belki de hiç yer bulmayacak haberler, konular, yerel basında uzun süre gündemde kalabilecek ve bu da yönetim ve yöneticiler üzerinde baskı unsuru oluşturabilecek ve dolayısıyla işin sonunun gelmesi açısından fayda sağlayabilecektir.

Yerel medyanın desteklenmesi sadece bölge halkı için değil genel anlamda o ülkenin tüm vatandaşları açısından büyük fayda sağlayacaktır. Basında çok sesliliğin korunması ve sorunların, fikirlerin tarafsız, özgürce ve çeşitlilik içinde dile getirilmesi, gerçeklerin tüm açıklığıyla göz önüne serilmesi ve yönetim kadrolarının gerçek anlamda denetlenmesi, eleştirilmesi, sorunların takibi herkesin faydasına olacaktır. Bu sebeple yerel medyanın korunması ve güçlendirilmesi meselesi büyük önem taşımaktadır.

Hür ve çok sesli basın demokrasinin vazgeçilmez unsurudur. Aksi takdirde sağlıklı işleyen bir demokrasiden söz etmek mümkün değildir. Demokratik sistemlerde halkın düşüncesi, halkın beklentisi önemlidir. Çünkü, yönetim halk adına karar vermektedir, halk için hizmet üretmektedir. O nedenle

halkın istekleri, kamuoyunun düşüncesi yönetenler için önemlidir. Halkın isteklerine, beklentilerine cevap verebilen bir yönetim başarılı olacağından, halkın düşüncelerini bilmek isteyecektir. Bunu da, halkın istek ve düşüncelerine tercüman olan basın aracılığıyla yapabilecektir. Yine, siyasilerin etkinlikleri, planları vs. ile ilgili eksik ve tek yönlü bilgilendirilen halk, seçiminde hata yapabilecek ve bu da demokrasinin zarar görmesine sebebiyet verebilecektir. Her iki tarafın arasında etkili bir iletişim kurulmasında aracı olan basının tarafsızlığı burada önem kazanmaktadır. İlişkinin sağlıklı yürüyebilmesi açısından basının özgürlüğü, tarafsızlığı ve basında çok sesliliğin sağlanması önem taşımaktadır.

Çünkü, hukuk devleti gücünü halkın iradesinden alır ve ancak doğru olarak bilgilendirilen halk seçimini doğru yapıp demokrasiye olumlu katkılarda bulunabilir.[11] Demokrasinin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi açısından henüz tekelleşme ağına düşmemiş özgür, tarafsız, yerel basının tarafsızlığını koruyabilmesi için gerekli şartların temini ile mümkün kılınabilecektir ki, bu şartların temininde devlete olduğu kadar, belki daha da fazla, yerel medya kuruluşlarına ve ilgili meslek örgütlerine iş düşmektedir. Bir ülkede demokratik düzenin hüküm sürdüğünün en önemli göstergelerinden biri olan çok sesli basın, şayet bu özelliğini kaybederse, bu işten en büyük zararı halk görecektir.

Kaynakça

- Alemdar, Korkmaz; Erdoğan, İrfan: *İletişim ve Toplum,* İstanbul, Bilgi Yayınları, 1990.
- Çapanoğlu, Süleyman: *Basın Tarihimize İlave,* İstanbul, Hür Türkiye Mecmuası Yayınları, 1960.
- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- İçel, Kayıhan: "Günümüzde basının kamusal görevleri", *Genç Gazeteciler Eğitim Semineri,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986.
- İnuğur, M. Nuri: *Basın ve Yayın Tarihi,* İstanbul, Çağlayan Kitapevi, 1982.

[11] Kayıhan İçel, "Günümüzde basının kamusal görevleri", *Genç Gazeteciler Eğitim Semineri,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986, s. 18.

- Kalender, Ahmet: "Demokrasilerde Yerel Basının Önemi", *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.
- Turam, Emir: *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri,* İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994.
- *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim,* İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.
- Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.
- http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do

BİRBİRİNİN ÇÖZÜMÜ OLAN İKİ SORUN: YEREL BASINDA PROFESYONEL KADRO EKSİKLİĞİ VE İLETİŞİM FAKÜLTESİ MEZUNLARININ İSTİHDAM SORUNU

Burcu Kaya Erdem*

Giriş

Ülkemizde, özel gazetecilik yüksek okullarının kurularak, gereğinden fazla mezun vermeye başladıkları 1960'lı yıllardan bu yana tartışılan, "iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorununun", gerek akademik çevrelerde gerekse sektörde her zamankinden çok daha yüksek sesle sorgulandığı bir dönemden geçiyoruz.

İletişim eğitimi alanların istihdam sorunu öyle yıkıcı boyutlara ulaşmıştır ki, dünyada dört yüz, ülkemizde yarım yüzyıllık bir geçmişi olan gazetecilik eğitiminin gerekliliği ve -spekülatif bir biçimde- niteliği tartışılır hale gelmiştir. Birçok yaygın basın organının ileri gelen köşe yazarları, "medyada istihdam sorununa" değindikleri makalelerinde açıkça, "iletişim fakülteleri artık kapatılmalı" diyebilmekte ya da büyük medya kuruluşlarının üst düzey yöneticileri, nitelik kaygıları bağlamında iletişim fakültesi mezunlarını işe almak istemediklerini belirtebilmektedir.

Ülkemizdeki sayısı otuz üçe ulaşan iletişim fakülteleri ve onlara ayrılan kontenjan her geçen gün artarken, yaygın medyada tekelleşme olgusu da hız kesmemiştir. Türkiye'de medya pazarının yaklaşık yüzde 85'ini elinde bulunduran 5-6 medya grubu kendi aralarında birleşmeye başlamıştır. Kısaca, paradoksal bir biçimde, iletişim fakülteleri ve verdikleri mezun sayısı her geçen gün artarken, yaygın medyada istihdam oranı giderek azalmakta, hatta dönem dönem toplu işten çıkarmalar söz konusu olmaktadır.

İşte bu noktada, gazetecilik mesleği konusunda akademik eğitim alan ve mezun olduğunda söz konusu istihdam sorunuyla kaçınılmaz olarak yüzleşmesi gereken bizlere, aldığımız eğitimin tüm dünyada kabul gören niteliği ve gerekliliğini

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.

sorgulamayı bir yana bırakıp, yeni ve nitelikli istihdam olanaklarını araştırmak düşmektedir.

Aslında sözünü ettiğimiz yeni istihdam olanakları, "tünelin sonunda parlayan zayıf bir ışık" gibi karşımızda durmaktadır: Yerel Basın. Hem kendimizi ışığa ulaştırmak, hem de bu ışığı daha parlak kılmak gerekmektedir. Çünkü, bu gün gelinen noktada, yerel basın iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorununun; iletişim fakültesi mezunu gazeteciler ise, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacına bağlı aksaklıkların tek çözümü gibi görünmektedir.

Makalemizde, gazetecilik mezunlarının istihdam sorunlarının çözümü bağlamında önemine vurgu yapacağımız "yerel basın" ve yerel basın yoluyla verilen kamu hizmeti, henüz ülkemizde kavranamayan büyük bir öneme sahiptir. Küresel dinamikler bireyleri, kendilerini içinde "güvenle" tarif ettikleri aidiyetlerden, yer duygusundan etmiştir. Geleneksel aile, komşuluk, akrabalık, mahallelilik, hemşehrilik, dinsel-mezhepsel-işsel çevre gibi çeperlerin koruyuculuğunu yitiren birey, bu dayanışma biçimlerini içeren, kaynak arayışına girmiştir. Bireylerin yaşam alanlarındaki her türlü sorununu, bu sorunlar karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getirme; halkın gözü kulağı olma; yerel düzeyde bireyler arası ilişkilerin olumlu gelişmesini sağlama; kişileri küreselleşme girdabından biraz olsun sıyırma gibi önemli ihtiyaçlara cevap verecek kaynak, tüm dünyada olduğu gibi "yerel basın" ve yerel basında çalışan profesyonel (eğitimli), nitelikli, gazetecilerdir.

Makalede yer alacak başlıklar ve görüşler, ülkemizde yarım yüzyılı ardında bırakmış gazetecilik eğitiminin, istihdam sorunu bağlamında yapılan tartışmalarda kaçınılmaz olarak yer alacağı, ancak ilgili eğitimin niteliğinin, yaygın basında istihdam sorununun en önemli nedeni gibi sorgulanmasının anlamsız olduğu görüşünden hareketle aktarılmaktadır. Kanımızca artık yapılması gereken, spekülatif sorunlar yerine somut çözüm önerilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışmamızda, "yerel basın" iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorununun; iletişim fakültesi mezunları ise, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacına bağlı aksaklıkların tek çözüm kaynağı olarak tarif edilmektedir. Ortada, karşılıklı ihtiyaç içinde olan iki alan vardır.

Dolayısıyla bu çalışmaya, gazetecilik eğitiminin gerekliliğini artık sorgulamanın anlamsız olduğunu vurgulamak amacıyla, bir mesleki eğitim olarak önemi, tarihi ve niteliği aktarılarak başlanacak ve ilgili eğitimi alanların istihdam sorunun varlığına dair, somut verilerin aktarılmasına çalışılacaktır.

Ardından, iletişim fakültesi mezunu gazetecilerin istihdam sorununa rağmen, profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacına bağlı sorunlarla anılan yerel basın, tüm dünyada kabul edilen önemi bağlamında ele alınacaktır.

Son olarak, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacı ile gazetecilerin istihdam sorununun, hem mağduru hem de çözüm kaynağı olarak kabul edebileceğimiz iletişim fakültesi öğrencileri ile yerel basın kuruluşlarının, ilgili sorunlara bakış açılarını ve bizim çözüm olarak tarif ettiğimiz gelişmelerle aralarındaki mesafeyi ortaya koyabilmek için uygulanan anket sonuçlarının ve çözüm önerilerinin aktarılmasıyla, makale son bulacaktır.

1. Türkiye'de Gazetecilik Eğitiminin Önemi ve Tarihi

1.1. Gazetecilik Eğitiminin Önemi

17. yüzyılın başlarında yayınlanan ilk gazetelerle birlikte, toplumda temel amacı "halkın doğru haber alma ve bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde çalışmak" olarak tanımlanan bir iş alanın çalışanları, "gazeteciler" (journalist) ortaya çıkmıştır.

En genel tanımıyla gazeteci, "maaşla çalışan ya da haber, yazı, sayfa, program başına ücret alan, gazetecilikte (habercilikte) işlevi bulunan süreli bir yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim aracında (gazetede, dergide, televizyonda, radyoda, elektronik organda) ya da haber ajansında haber üreten (toplayan, araştıran, seçen, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan), üretiminde payı bulunan, temel işi ve başlıca geçim kaynağı bu olan kişidir."[1]

17. yüzyıldan bu yana, giderek artan bir ilgiyle yönelinen gazeteciliğin,"liberal yaklaşımların basın alanındaki temel öğelerinden birinin, mesleğe giriş için hiçbir önkoşul konulmaması"[2] şeklinde oluşuna bağlı olarak, bir meslek olup olmadığı konusunda görüş birliği yoktur. Bu bağlamda yapılan tartışmalar, genel olarak bir işin meslek olarak nitelenmesi için gerektirdiği özellikler ve gazeteciliğin bu özellikleri taşıyıp taşmadığı zemininde sürmektedir.

Sosyologların mesleğin oluşturucu öğeleri üzerine yaptıkları sınıflamalar konusundaki çalışmaya göre, bir işin meslek olarak nitelendirilebilmesi için 13 ayrı özellik taşıması gerektiği belirlenmiştir. Bu özellikler şöyle sıralanmaktadır:

[1] Atilla Girgin, *Haber Yazma Teknikleri,* İstanbul, İnkılap Yayınları, 1998, s.133.
[2] L. Doğan Tılıç, *Utanıyorum Ama Gazeteciyim,* İstanbul, İletişim Yayınları, 1998, s. 58.

1. Meslek üyelerinin organize oldukları örgütün varlığı
2. Bütünlüğü korumak amacıyla herkesin uymakla yükümlü bulunduğu bir meslek ahlak yasasının varlığı
3. Mesleğin içerdiği faaliyetlerin teorik bilgi üzerine temellenmiş olması
4. Yaygın ve yoğun eğitim, öğretimin varlığı
5. Meslek üyelerinin işlerinde yeterli olup olmadıklarının denetlendiği bir sistemin varlığı/ mesleğe giriş sınavı
6. Mesleğin üyelerinin kendi çıkarlarından önce, müşterilerin çıkarlarını göz önüne alan profesyonel bir hizmet anlayışına sahip olmaları
7. Başkalarının ihtiyaçlarının giderilmesinde sorumluluğu olduğunu düşünen meslek elemanlar
8. Profesyonellerce sunulan hizmetin halkın yararı için vazgeçilmez olması
9. Toplumun, meslek üyelerinin işinde yeterli ve yetkili olduğunu kabul etmesi ve onaylaması
10. Meslek üyelerinin müşterilerinin hizmetinde, bağımsız çalışanlar olması
11. Meslek üyelerinin müşterileriyle karşılıklı güvene dayanan bir ilişki içinde olması
12. Meslek üyelerinin müşterileri için tarafsız bir biçimde ve herhangi bir özel çıkar gözetmeksizin ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmaları
13. Meslek üyelerinin hizmetlerinin karşılığında serbest ya da belirlenmiş bir ücret ödenmesi.[3]

Mesleğin oluşturucu özellikleri konusunda yukarıda ki sınıflamada iki maddenin (3, 4. ve 5. maddelerin) doğrudan, yedi maddenin ise (6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. maddelerin) etik ve mesleki uygulamalar bağlamında dolaylı olarak, mesleki eğitimle ilgili olduğu gözlenmektedir. Tüm meslekler, çeşitli düzeylerde bir eğitim süreci içermektedir. Konuya gazetecilik açısından bakıldığında, sosyologların bir işin meslek sayılabilmesi için koyduğu bütün kuralları karşılamasa da, gazetecilik genel olarak "meslek" olarak kabul görmektedir.

[3] Abdülrezak Altun, *Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler,* Ankara, ÇGD Yayınları, 1995, ss. 9-10.

Söz konusu kabulün en önemli kanıtı olarak da gazeteciliğe özgü bilgi birikimi ve çeşitli düzeylerdeki mesleki eğitim gösterilmektedir. Bir tanıma göre mesleki eğitim: "Bireye iş hayatında bir meslekle ilgili bilgi beceri ve iş alışkanlıkları kazandıran ve bireyin yeteneklerini çeşitli yönleriyle geliştiren eğitimdir."[4]

Bir başka tanıma göre ise mesleki eğitim: "Belirli düzeyde beceri, teorik bilgi, eğitim, ve diploma gerektiren, niteliği toplumdan topluma değişmekle beraber yüksek statü, prestij ve gelir kazandıran bir işin"[5] ahlaksal, kültürel entelektüel ve teknik bilgiler ışığında yürütülmesini sağlayan bir etkinliktir. Bu tanıma göre, kamu yararı ve halkın haber alma özgürlüğüne yönelik hizmet vermesi gereken gazetecilerin, mesleki gereksinimlere cevap vermelerini sağlayan eğitimlerinin önemi yadsınamaz.

"Çünkü dünya gün geçtikçe karmaşık hale gelmekte, ulaşılabilecek bilginin büyüklüğü patlayıcı bir hal almaktadır. Bu nedenle gazeteci bir iletici olduğu kadar, bir filtre edici; bilgi toplayan ve sunan kişi olduğu kadar bir düzene sokucu ve yorumlayıcı olma durumundadır. Gazeteci, bilgiyi nasıl basılır ya da yayımlanır hale getireceğini bilmenin yanı sıra alıcının kafasının içine nasıl yerleştireceğini de kestirmek zorundadır. Özetle, gazeteci olmak özel bir eğitim gerektirmektedir."[6]

"Ekonomik, sosyal ve teknik gelişmeler 20. yüzyılın toplumunu öyle geliştirmiştir ki, zaman darlığının ve özellikle uzmanlığın gerekliliğinin de etkisinde, gazeteci modern çağın okuyucusuna sadece haber vermekle yetinememektedir. Yorum yapmak kamuoyunu yaratmak, eğitmek gazetecinin önemli görevleri arasına girmiş ve bu görevlerle birlikte geniş kültürün ve bilginin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yeteneksiz bir gazeteci bunları okuyucusuna veremez. İlk önce kendi dağarcığının dolu olması gerekmektedir. İşte bu nedenle gazetecinin eğitimi, yetiştirilmesi, problemiyle karşı karşıya kalınmış ve dünyanın her yerinde gazetecilik eğitiminin gerekliliği kabul edilmiştir"[7].

Bu bağlamda, ne gazeteciliğin eğitim unsurunu içeren bir meslek olduğunu tartışmak ne de yüzyıllar önce önemi kabul edilen akademik düzeyde gazetecilik eğitiminin gerekli olmadığını ileri sürmek mümkündür. Elbette, ülkemizde

[4] Cevat Aklan, Hıfzı Doğan, İlhan Sezgin, Ankara, Gazi Büro Kitabevi, 1996, s. 6.
[5] Ömer Demir, Mustafa Acar, *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Ankara, Vadi Yayınları, 1997, s. 155.
[6] Atilla Girgin, *Haber Yazmak,* İstanbul, Der Yayınları, 2002, ss. 36-37.
[7] Osman N. Karacan, "Gazetecilik Öğretimi ve Enstitümüz", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı,* İstanbul, 1970, s. 305.

gazetecilik eğitiminin mesleki gelişim açısından yeterli olmadığı noktalar mevcuttur. Ancak, gazetecilik mesleğinin etki gücü ve boyutu düşünüldüğünde, gazetecinin taşıması gereken niteliklerin sağlanması açısından, akademik gazetecilik eğitiminin alternatifi yoktur.

20. yüzyıl toplumlarının eriştiği gelişme düzeyinin iletişim dünyasına verdiği etki gücünün boyutları, bu mesleğin, usta-çırak ilişkisi içinde edinilen bilgi düzeyinden çok daha fazlasıyla icra edilmesi gereğini ortaya koymaktadır. Kısaca, yapılması gereken, yüzyıllar önce tüm dünyada önem ve gerekliliği kavranmış olan gazetecilik eğitiminin, ülkemizde gerekli olup olmadığını sorgulamak değil; sektörün talepleri ve üniversiter kurumların gerekleri doğrultusunda, eksik yanlarını ve nitelik sorunlarını gidermeye, hepsinin ötesinde de verilen mezunların istihdam sorununa ilişkin çözüm üretmeye çalışmaktır.

Çalışmamızda, gazeteciliğin eğitim gerektiren bir meslek olduğundan hareketle, ilgili meslekte "profesyonellik", "eğitimli olma" ile özdeşleştirilmekte ve profesyonel kadro eksikliği, eğitimli kadro eksikliği olarak kabul edilmektedir.

1.2. Türkiye'de Gazetecilik Eğitiminin Tarihi

Gazetecilik mesleğinin giderek yaygınlaşması ve önem kazanmasıyla birlikte, dünyada gazetecilik alanında akademik olarak ilk dersler 1672 yılında Leipzig Üniversitesi'nde (Almanya'da) verilmeye başlanmıştır. Gazetecilik konusundaki ilk doktora savunması da yine aynı yerde 1690'da yapılmıştır. "Ancak bugünkü anlamıyla bir meslek eğitimi olarak 'gazetecilik eğitimi' 20. yüzyılın ürünüdür. Gazetecilik eğitimine akademik olarak ilk yer veren ülke Almanya olmakla beraber, gelişmesine 19. ve 20. yüzyıllarda ABD öncülük etmiştir".[8]

Dünyada çağdaş anlamda gazetecilik/iletişim eğitimi ilk kez, ABD'de Missouri Üniversitesi'nde kurulan gazetecilik okulunda başlamıştır. Bunu, Columbia Üniversitesi'nde Joseph Pulitzer'in finanse ettiği gazetecilik okulu izlemiştir.

"20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ABD'de profesyonel düzeyde eğitim veren gazetecilik okulu sayısı 100'e ulaşmıştır. 1970-1990 yılları arasında

[8] Altun, *a.g.e.*, s.104.

ABD'de iletişim mezunlarının sayısının ise, yüzde35 oranında artış gösterdiği belirtilmektedir".[9]

Dünyanın diğer bölgelerinde ilk gazetecilik okulları, ABD'deki örneğin hemen ardından açılmaya başlasa da, yaygınlaşmaları 2. Dünya Savaşı'ndan hemen sonraya denk düşmektedir. Bugün dünyada önemli bir geçmişi bulunan akademik gazetecilik eğitimi, genel olarak lisansüstü düzeyde yani üniversite düzeyinde farklı disiplinlerde alınan eğitimin ardından verilmektedir.

Türkiye'de ise, gazetecilik eğitimi yarım yüzyılı arkasında bırakmıştır. Gazetecilik eğitimine duyulan gereksinim ilk kez, 1920'lerde Ahmet Rasim tarafından ifade edilmiştir. Ahmet Rasim bir yazısında söz konusu gereksinimi şöyle dillendirmektedir:

"Benim gençliğimde gazetecilik, adeta devşirme kişilerden, az çok okumuş, az çok düşünce sahibi, az çok anladığını anlatır, söyleneni anlar, bu halleriyle beraber okuyucu zümresi çoğunluğun üstünde bir kültür düzeyine sahip kimselerden meydana gelmişti. Şimdi ise gelişme zamanıdır. Bu nedenle bir gazetecilik okulu açılması gereği şiddetle duyulmaktadır. …Zamanımızda tramvay kondüktörleri, şoförler, belediye zabıtaları için okullar açılıyor; nerede ise köprü memurlarına bile bir tane açılacak. Neden bir gazetecilik okulu açılmasın. Artık kendimizi yavaş yavaş toplayalım. Sendikalarımızı, okullarımızı, yapalım. Zira bu gidiş, gidiş değildir".[10]

Ülkemizde gazetecilik eğitiminin başlatılması için ilk girişim, bu görüşlerin açıklanmasından yaklaşık 25 yıl sonra Müderris Fehmi Yahya tarafından İstanbul Özel Gazetecilik Okulu'nun kurulmasıyla sonuçlanmıştır. Bir akademik çatı altında, sektörden gelen talep sonucunda kurulan ve kalıcı sonuç veren ilk girişim ise Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Sedat Simavi'nin İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü'ne bir yazı göndererek, Üniversite bünyesinde gazetecilik eğitimini uygulayacak bir enstitünün kurulmasını istemesiyle gerçekleşmiştir. "İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne bağlı Gazetecilik Enstitüsü, 1950'de 479 öğrenciyle derslere başlamıştır".[11]

Bunu, 1965'de açılan ve dört yıllık eğitim veren, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu izlemiştir. Ardından 8 Haziran

[9] Erol Mutlu, "İletişim Alanına Aykırı Bir Bakış", *İLEF Yıllık, Ankara*, 1994/95, s. 165.
[10] Hıfzı Topuz, *100 Soruda Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1973, s. 116.
[11] Hıfzı Topuz, *Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s. 375.

1965'te TBMM'den geçen 625 sayılı "Özel Öğretim Kurumları Kanunu" ile Türkiye'de özel yüksekokullarının açılabilmesi sağlanmıştır.

Bu bağlamda, 1966'da İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1967'de Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1968'de İzmir Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu eğitime başlamıştır. Bunu 1970'lerde Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi bünyesinde kurulan gazetecilik okulu izlemiştir. Kurulan özel yüksek okullar arasında yer alan özel gazetecilik yüksek okulları, yapılan şikayetler üzerine, 1971 yılında çıkarılan 1472 sayılı "Özel Yüksek Okul Öğrencilerinin Öğrenimlerine Devam Edebilmeleri İçin Açılacak Resmî Yüksek Okullar Hakkındaki Yasa" ile devletleştirilmiştir. İktisadi Ticari İlimler Akademilerine bağlanan okulları, 1982 yılında 2547 sayılı yasa ile Yüksek Öğretim Kurulu'nun kurulmasıyla birlikte düzenlenen Ege, Gazi, Marmara, Üniversiteleri Basın-Yayın Yüksek Okullarını oluşturmuşlardır…1992 yılında çıkarılan 3837 sayılı yasa ile gazetecilik eğitimi veren, mevcut beş Basın-Yayın Yüksek Okulu İletişim Fakülteleri'ne dönüştürülmüştür.

Bu yasa ile, Konya'da Selçuk Üniversitesi'ne bağlı İletişim Fakültesi ve Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi'ne bağlı İletişim Bilimleri Fakültesi kurulmuştur. "Bu dönüşümü 1994'te Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi; 1997'de Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1998'de Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi; 1999'da Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi izlemiştir".[12] 1993 yılında ise, iletişim fakültelerindeki bölümlerin altına YÖK tarafından anabilim dalları yerleştirilerek, alanın kapsamı genişletilmiştir. Bu dönemde, doğrudan iletişim fakültesi adıyla gazetecilik eğitimi veren fakülteler açılırken; devlet üniversitelerine bağlı güzel sanatlar, sanat ve kasarım fakülteleri içinde iletişimin çeşitli dallarında eğitim veren lisans programlarının, meslek yüksek okulları bünyesinde iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık eğitimi veren bölümlerin, iletişim meslek liselerinin ve özel iletişim eğitimi veren kuruluşların sayıları hızla artmıştır.

1997 yılından itibaren, devlet üniversitelerinin yanında vakıf üniversitelerinin de kurulmasına izin verilmesinin ardından, 1997'de Yeditepe, Maltepe, Başkent ve Bilgi Üniversiteleri; 2000'de Bahçeşehir Üniversitesi; 2001'de İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakülteleri kurulmuştur.

[12] Oya Tokgöz, "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirmesi", *Kültür ve İletişim Dergisi,* Ankara, 2003: 6/1, ss. 17-18.

Ülkemizde gazetecilik eğitimi, genel olarak İletişim Fakülteleri bünyesinde verilmektedir. "İletişim sınırları ve kapsamı çok belirgin olmamakla birlikte, akademik dünyada giderek rağbet gören bir alan haline gelmiştir. Gerek Türkiye'de gerekse dünyada ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde iletişimin şu ya da bu düzeyini konu alan akademik yayınların, iletişimle ilgili üniversiter kurumların sayısında son yirmi- yirmi beş yıl içindeki artış bu saptamanın açık birer kanıtıdır".[13]

Türkiye'de bugün (2006), ÖSYS ile girilen ve iletişim bilimlerine yönelik eğitim veren toplam otuz üç fakülte mevcuttur. Bunlardan, adı doğrudan İletişim Fakültesi olan yurtiçinde yirmi üç, yurtdışında ise dört ve adı Güzel Sanatlar Fakültesi ya da Sanat- Tasarım Fakültesi olan yurt içinde beş, yurt dışında bir yükseköğretim kurumunda, iletişim bilimlerinin çeşitli alanlarına yönelik eğitim verilmektedir.

Yurtiçinde on üç, yurt dışında ise beş fakültenin doğrudan Gazetecilik ve ya Basın Yayın adıyla eğitim veren bölümleri mevcuttur. Geri kalan fakültelerde de iletişimin (Radyo-Televizyon-Sinema, Halkla İlişkiler, Reklamcılık, Televizyon Gazeteciliği, İletişim Tasarımı, Basın ve Yayın, Medya ve İletişim Sistemleri gibi) farklı alanlarına yönelik eğitim sürmektedir.

Fakülte düzeyinde iletişim eğitimi veren bölümlerin bağlı bulunduğu üniversiteler şunlardır: "Akdeniz Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi (İletişim Bilimleri Fakültesi), Ankara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Fırat Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Bahçeşehir Üniversitesi, Başkent Üniversitesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Kadir Has Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Yakındoğu Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi, Çanakkale Üniversitesi (Güzel Sanatlar Fakültesi), Dokuz Eylül Üniversitesi (Güzel Sanatlar Fakültesi), Marmara Üniversitesi, Mimarsinan Üniversitesi (Güzel Sanatlar Fakültesi, Beykent Üniversitesi (Güzel Sanatlar Fakültesi), İstanbul Kültür Üniversitesi (Sanat ve Tasarım Fakültesi), Girne Amerikan Üniversitesi".[14]

[13] Erol Mutlu, "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi", *İletişim: 8*, s.245.
[14] 2004 ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu.

İletişim alanında eğitim alanlar kadar, bu alanda ders vereceklerin yetiştirilmesi de son derece önemlidir. Bu amaçla, ilk dönemlerde iletişim eğitimi vereceklerin yurtdışı eğitim olanaklarından yararlandıkları görülmüştür. Daha sonra ise, ülke içinde lisansüstü eğitim verecek kurumlar açılarak bu sorun aşılmaya çalışılmıştır. Yüksek Lisans ve Doktora eğitimleri, 1983'ten itibaren sırasıyla İstanbul, Marmara, Gazi, Ankara ve Ege Üniversiteleri Sosyal Bilimler Enstitüleri'nde başlatılmıştır.

Bunu Bilgi, Yeditepe, Maltepe, Bahçeşehir, İstanbul Ticaret ve Kültür gibi vakıf üniversiteleri izlemiştir. Alanda, azımsanamayacak sayıya ulaşan tezlerin tümü, 1987 yılından itibaren YÖK tarafından arşivlenmeye başlanmıştır. Ayrıca doktorasını tamamlayanlara Yardımcı Doçent unvanı alarak ilgili programlarda ders verme yolu açılmış, böylece iletişim eğitimi alanındaki eğitimci sorununun aşılması amaçlanmıştır.

2. Türkiye'de Gazetecilik Eğitiminin Niteliği

Dünyada gazetecilik eğitimini, çağdaş anlamda iletişim eğitiminin ilk başladığı ülke olan ABD ile örneklendirmek uygun olacaktır. "Çünkü Amerika'daki gazetecilik okullarının hem iletişimin dünyada akademik bir alan olarak oluşmasında, hem de iletişim eğitiminin dünya üniversitelerindeki içeriğinin şekillenmesinde bir model olarak etkisi büyüktür. [15]

ABD'de ilk gazetecilik dersleri bir meslek öğretmek değil; sorumsuz yazarları disipline etmek amacıyla İngilizce bölümlerinin müfredatına sokulmuş, niteliğini de bu anlayış belirlemiştir. Ardından gazeteciliğin İngilizce Bölümlerinden ayrılmasıyla bağımsız gazetecilik okulları kurulmuş, ne var ki gazeteciliğin üniversitelerde bir program olarak yer bulması kolay olmamıştır. Gazetecilik eğitimi uzun yıllar akademik hayatın kıyısına itilmiştir. Bu gün ise, birçok üniversitede iletişim lisans programları, öğrencilerle öğretim elemanları açısından, nitel ve nicel olarak önemli bir yer işgal etmektedir. Gelinen noktada benimsenen eğitim planlamasının payı büyüktür. Genellikle belirli bir disipline yönelik üniversite eğitiminin ardından, gazetecilik eğitimi teknik ve temel bilgilerin öğretildiği yüksek lisans düzeyinde verilmektedir. Yüksek lisans boyunca da öğrencilerin reklamcılık, halkla ilişkiler, örgüt iletişimi, dergicilik gibi farklı alanlarda uzmanlaşmalarına dönük bir eğitim verilmektedir.

[15] Mutlu, "Türkiye'de İletişim Eğitimi", s.245.

Türkiye'de iletişim eğitimi, hâlâ niteliğine ilişkin tartışmaların sürdüğü ancak aynı zamanda 1950'lerden beri süren bu tartışmaların, niteliğine ilişkin önemli gelişmelerin kaydedilmesine yol açtığı bir alandır.

Ülkemizde gazetecilik eğitiminin çıkış noktası, sektöre eleman yetiştirmektir. Sektörden gelen talep sonucunda, 1950 güzünde İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne bağlı bir "Gazetecilik Enstitüsü" kurulmuş; iki yıllık kuramsal ve uygulamalı mesleki eğitim veren Enstitünün eğitim programı da Gazeteciler Cemiyeti'nin talepleri doğrultusunda oluşturulmuştur. Sektörden gelen talepler doğrultusunda kurulan, dolayısıyla da sektörün taleplerini göz önünde bulundurma kaygısını her dönemde taşıması beklenen iletişim fakültelerinde verilecek eğitimin niteliğinin, nasıl olması gerektiği tartışmaları hâlâ sürmektedir. "Bugün de iletişim fakülteleri, gazetecilik okullarının kuruluşuna yol açan ve sektörden gelen baskıyı hâlâ hissetmektedir"[16].

Türkiye'de gazetecilik eğitiminin niteliğine ilişkin tartışmalar, verilen eğitimin iki temel yanı olduğu ve bunlardan hangisinin ön planda olması gerektiği zemini üzerinde sürmüş ve gelişme de, bu tartışmalar doğrultusunda sağlanmıştır: Teori mi? Pratik mi? "Kuramsal dersler azalsın ve ders programları medya sektörünün talepleri doğrultusunda oluşturulsun diyenler olduğu gibi, iletişim fakültelerinin tek işlevinin sektöre eleman kazandırmak olmadığını savunan akademisyenlerde vardır". [17] Üniversiteler içinde yer aldıkları toplumun yeniden üretiminde gerekli olan ve piyasanın taleplerine cevap veren mesleki (teknik) bilgi ve becerileri üretmek ve aktarmakla mı sınırlı kalmalıdır? Yoksa, iletişim eğitiminin, farklı disiplinlerde alınacak eğitimle birleştirilmesine; akademik düzeyde bilgi ve perspektif sorununun çözümüne mi odaklanmalıdır?

Gazetecilik eğitiminin başladığı ilk yıllardan itibaren devam eden bu tartışma, olan ve olması gerekenin; bir başka deyişle, gazetecilik eğitimiyle, onun yaygın basında, büyük medya tekelleri bünyesinde icra edilen hakim pratiği arasındaki uçurumunun giderek açılmasına yol açmıştır. Bu durum beraberinde, olan ve olması gerekenin birbirini düşman sayacak kadar yabancılaşmasını ve iletişim fakültesi mezunları için de istihdam sorununun biraz daha büyümesini getirmiştir.

[16] L. Doğan Tılıç, *Medyayı Anlamak,* İstanbul, Su Yayınları, 2001, s. 98.
[17] *a.g.e.,* s. 99.

Oysa, gazetecilik eğitiminin niteliğine dair ortaya konması gereken yapılandırmalarda, unutulmaması gereken, gazetecilik eğitiminin hem akademik hem de sektöre yönelik mesleki bir eğitim olduğudur.

Habermas'a göre üniversiteler teknik kullanıma dönük bilgi üretme ve aktarmanın ötesinde, üç görevden asla kaçınamaz. Bunlar: "yazılı olmayan meslek standart erdemlerini geliştirmek; toplumun kültürel geleneğini aktarmak, yorumlamak ve geliştirmek; öğrencilerin politik aydınlanmasını sağlamaktır. Zaten teknik kavramı, işin pratik/ teknolojik boyutunun ötesinde bir şeylere de işaret etmektedir. İletişim alanı açısından bakıldığında "teknik: genel kuram ve bilgileri belli problemler çerçevesinde belli alanlarda tasarıma sokabilme aracı olarak, metin yazımından program yapımına ve kamera kullanımına dek uzanan bir dil yelpazesi içinde kavranmalıdır. O halde iletişim fakültelerinde teknik dil yelpazesi, gazete mizanpajının nasıl yapılacağı ya da kameranın nasıl kullanılacağına indirgenemez. Çünkü açıktır ki, bu iki teknik kullanımın olabilmesi isçin habercilik konusunda tavır, bilgi, yazma becerisi ve kameranın içinden neyin görülmek istendiğine ilişkin tasarımların mevcudiyeti gerekmektedir".[18]

Yani teori, teknik kullanımın –akademik eğitim, mesleki pratiğin- ayrılmaz parçasıdır. Bu bağlamda bir iletişim eğitiminin temel niteliği, eğitimin kuramsal ve teknik-pratik boyutlarının dengede tutulması olmalıdır. Bugün iletişim fakültelerinin büyük bölümünün yapmaya çalıştıkları budur. İletişim eğitiminden geçmiş iyi bir iletişimci bir yandan, "yatkınlığı olan yönde iletişim araçlarını kullanma becerilerini öğrenmiş; bir yandan da içinde yaşadığı toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilen ve bunları nasıl yorumlayacağı konusunda vizyon edinmiş bir yurttaş olmak durumundadır".[19]

Bu bağlamda, ülkemizde gazetecilik eğitimi veren kurumlarda verilen eğitimin, genel olarak kuramsal iletişim dersleri ayağı üzerine oturduğu, uygulamalı ve teknik mesleki derslerin yetersiz kaldığı iddialarına artık bir son verilmelidir. Zaten, son yıllarda büyük medya tekellerinin ileri gelen yöneticilerinin, gazetecilik mezunları yerine farklı alanlarda lisans öğrenimi görmüş -dolayısıyla gazetecilik mesleki pratiği ile ilgisi olmayan- kişileri gazeteci olarak çalıştırmayı tercih etmeleri de, bu tartışmanın yersiz olduğunun göstergesidir.

[18] Meral Özbek, "İletişim Eğitimi Üzerine", *İLEF Yıllık* :92, s.318.
[19] *a.g.e.*, s.325.

Gazetecilik eğitiminin tüm dünyada kabul gören önemi ve tarihsel- niteliksel gelişimine rağmen, ülkemizde ilgili eğitimin niteliğine ve gerekliliğine dair sürdürülmeye çalışılan tartışmalar -istihdam sorunu gibi- çok daha önemli sorunlara ilişkin çalışmaları gölgede bırakmaktadır. Gazetecilik mesleğinin etki gücü ve boyutu düşünüldüğünde, gazetecinin taşıması gereken niteliklerin sağlanması açısından, akademik gazetecilik eğitiminin alternatifinin olmadığı kabul edilmelidir. Üstelik ülkemizde gazetecilik eğitimi -yukarıda da bahsettiğimiz gibi- tarihsel ve niteliksel gelişim çizgisiyle önemli bir noktaya ulaşmıştır. Bu noktadan sonra yapılması gereken, gazetecilik eğitiminin gelişimini hem mesleki hem akademik yapısını göz önünde bulundurarak, sürdürürken; aynı zamanda gereksiz tartışmaları bir kenara bırakıp, gazetecilik eğitimi alanların en önemli sorunu olan istihdam sorununa dair çözüm üretebilmektir.

3. Türkiye'de İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorunu

İstihdam sorunu, hem iletişim akademisyenlerinin hem öğrencilerin hem de sektörün ileri gelenlerinin üzerinde uzlaştıkları bir sorundur. Aslında iletişim sektöründe istihdam sorunu 1960'lardan itibaren, özel gazetecilik okullarının açılmasıyla tartışılmaya başlanmıştır.

"Resmî kuruluş olan Anakara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 40 öğrenci ve İstanbul Üniversitesi Gazetecik Enstitüsü 100 öğrenci alırken, 1966'da İstanbul'da, 1967'de Ankara'da, 1968'de İzmir'de açılan Özel Gazetecilik Yüksek Okulları toplam olarak her yıl 1800 öğrenciye kapılarını açmışlardır. Ve gariptir ki giriş kapıları yanında çıkış kapılarını da açmış görünmektedirler"[20].

İletişim fakültelerinin gereğinden fazla mezun vermeye başlamasıyla ortaya çıkan istihdam sorunu, 1980'lerin sonundan itibaren, iletişim sektöründe ortaya çıkan yapısal değişimle birlikte giderek artmıştır.

"Türkiye'de medya sektöründeki yoğunlaşma, 1990'lı yıllardan itibaren büyük bir ivme kazanmış, gazeteci ailelerin kontrolünün söz konusu olduğu geleneksel medya sahipliği yerini medya dışı sektörlerdeki büyük sermaye gruplarının egemen olduğu yeni medya sahipliğine bırakmıştır. Bu gelişme, gerek basın-yayın alanında var olan kuruluşların başka sektörlerle dikey bütünleşmeleri, gerekse medya dışındaki sermaye gruplarının bu alana olan

[20] N. Kemal Nomak, "Gazetecilik Eğitimi ve Türkiye" (1970), *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı*, İstanbul, 2005, s: 306.

ilgilerinin artmasıyla karakterize olmaktadır. Gazete sahiplerinin giderek basın alanındaki ürünlerini çeşitlendirip radyo ve televizyon yayıncılığına ve dağıtıma da el atmalarıyla birlikte sektörde üretim, dağıtım ve pazarlamanın merkezileşme eğilimi güçlenmiş, sektördeki yoğunlaşma oranı hızla artmıştır."[21]

"Basın sektörü dışından gelen ve yüklü sermayelerle bu sektöre giriş yapan yeni patronlarla birlikte basın kuruluşları her alanda bu yeni gelişimden etkilenmiştir. Basın alanına ve sonrasında televizyon, radyo ve elektronik medya alanına çok büyük meblağlar tutan yatırımlar yapılmış, sektör genişlemiş ve bu genişleme çok kısa bir süre içerisinde gerçekleşmiştir. Bu durum iletişim sektöründe yeni istihdam olanakları yaratmıştır… Medya sektöründe yaşanan bu yeni gelişme doğrultusunda pek çok üniversite, iletişim eğitimi veren yeni birimler oluşturmuştur. Halbuki, bu istihdam imkanı kısa sürede kapanmıştır, buna karşın halen birbiri ardına yeni iletişim fakülteleri açılmakta ve bunlar binlerce iletişimci yetiştirmektedir… Kontenjanların bu denli yüksek tutulması öğrenim kalitesinin düşmesine sebep olduğu gibi ayrıca, öğrencilere mezun olduktan sonra da istihdam sorunu olarak yansımaktadır. Sayıları 30'u geçen iletişim eğitimi veren yüksek öğretim kurumları, mezunlarıyla dışarıdaki medya işsizleri ordusuna her geçen gün daha fazla nefer yetiştirmektedir."[22]

Örneğin, 2004-2005 öğretim yılında, iletişim fakültelerine toplam 5352 kontenjan ayrılmıştır. Her yıl bunların üçte ikisinin mezun oldukları düşünüldüğünde, 2005'de yaklaşık 3500 iletişimcinin diğer binlercesinin arasına katıldığı görülmektedir.

"İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 2003-2004 öğretim yılında toplam 207 mezun vermiş, bunların belki yüzde on veya yirmilik küçük bir bölümü kendilerine meslekleriyle ilgili bir iş bulabilme şansına erişmişlerdir. Üstelik bu rakam yalnızca İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin vermiş olduğu mezun sayısıdır. Buna diğer iletişim fakültelerinin mezunları ve önceki senelerde mezun olmuş ancak iş bulamamış iletişimcileri de katarsanız işin vahameti ortaya çıkacaktır"[23].

[21] Gülseren Adaklı, "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001, ss. 145-146.
[22] "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi**",** *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı*, İstanbul, 2005, s. 307.
[23] *a.g.e.*, s. 308.

Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi Veren Devlet Üniversiteleri ve Kontenjanları*

Sıra	Üniversite	Fakülte	Kontenjan
1	Akdeniz Üniversitesi	İletişim Fakültesi	41
2	Anadolu Üniversitesi	İletişim Bilimleri Fakültesi	217
3	Ankara Üniversitesi	İletişim Fakültesi	216
4	Atatürk Üniversitesi	İletişim Fakültesi	72
5	Çanakkale 18 Mart Üniv.	Güzel Sanatlar Fakültesi	11
6	Dokuz Eylül Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	31
7	Ege Üniversitesi	İletişim Fakültesi	186
8	Erciyes Üniversitesi	İletişim Fakültesi	82
9	Fırat Üniversitesi	İletişim Fakültesi	31
10	Galatasaray Üniversitesi	İletişim Fakültesi	16
11	Gazi Üniversitesi	İletişim Fakültesi	156
12	İstanbul Üniversitesi	İletişim Fakültesi	242
13	Kocaeli Üniversitesi	İletişim Fakültesi	242
14	Marmara Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	31
15	Marmara Üniversitesi	İletişim Fakültesi	247
16	Mersin Üniversitesi	İletişim Fakültesi	60
17	Mimar Sinan Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	21
18	Selçuk Üniversitesi	İletişim Bilimleri Fakültesi	260
			2152

Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi Veren Vakıf Üniversiteleri ve Kontenjanları*

Sıra	Üniversite	Fakülte	Kontenjan
1	Bahçeşehir Üniversitesi	İletişim Fakültesi	160
2	Başkent Üniversitesi	İletişim Fakültesi	180
3	Beykent Üniversitesi	İletişim Fakültesi	53
4	Doğu Akdeniz Üniversitesi	İletişim Fakültesi	367
5	Girne Amerikan Üniv.	İşletme ve Ekonomi Fakültesi	350
6	İstanbul Bilgi Üniversitesi	İletişim Fakültesi	455
7	İstanbul Kültür Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	65
8	İstanbul Ticaret Üniversitesi	İletişim Fakültesi	54
9	İzmir Ekonomi Üniversitesi	İletişim Fakültesi	150
10	Kadir Has Üniversitesi	İletişim Fakültesi	160
11	Lefke Avrupa Üniversitesi	İletişim Bilimleri Fakültesi	150
12	Maltepe Üniversitesi	İletişim Fakültesi	120
13	Uluslararası Kıbrıs Üniv.	İletişim Fakültesi	350
14	Yakın Doğu Üniversitesi	İletişim Fakültesi	276
15	Yeditepe Üniversitesi	İletişim Fakültesi	310
			3200

* Bu veriler 2004-2005 ÖSYS Kılavuzu'ndan derlenmiştir.
* Bu veriler 2004-2005 ÖSYS Kılavuzu'ndan derlenmiştir.

"Burada göz önüne alınması gereken, sektörün bu okullardan mezun olanların ne kadarını istihdam edebileceğidir. Sektörün bu kadar çok sayıda insanı istihdam etmesindeki güçlük, gazetecilik eğitimi yapan okulların önündeki en büyük açmazdır"[24]. Üstelik sözü edilen sektör -yani yaygın medya- hızla tekelleşmiş ve istihdam olanakları bu olguya bağlı olarak hızla azalmıştır.

İletişim fakülteleri ve onlara ayrılan kontenjan sayısı her geçen gün artarken, medya sektöründe tekelleşme olgusu da hız kesmemiştir. Yeni kuşak medya sahipleri şirket geçmişleri ve işletmecilik yöntemlerine dair geçmiş deneyimlerini kullanarak küçük gazete şirketlerini büyük medya gruplarına dönüştürmeyi başarmışlardır. Asıl kar alanlarını güvence altına almak için bu sektöre yatırım yapan medya patronlarının, "medya dışındaki çok sayıda alanda da faaliyet gösteriyor olmaları, bu alanların ülkenin ekonomik krizlerinden ve istikrarsızlığından doğrudan etkilenmesi, bunları hükümetlerle yakın ilişkilere girerek ve kitlesel işten çıkarmalarla aşma çabası; öte yandan da sektörde bir daralmayı zorunlu hale getiren yeni teknolojilerin iletişim alanına girmesi"[25] istihdam sorununu akıl almaz boyutlara ulaştırmıştır.

Bu dönemin ardından ise, medya sektörü, Türkiye'de medya pazarının yaklaşık yüzde 85'ini elinde bulunduran 6 büyük medya grubunun kendi aralarındaki birleşmelerine, yani "tekelleşmelerin tekelleşmesine" sahne olmaya başlamıştır. Bunun son örneği Doğan Grubu'nun Uzan Grubu'na ait Star Televizyonu'nu satın alması ve bu kurumda çalışan gazetecilerin bir kez daha işsiz kalma korkusuyla yüz yüze kalmalarıdır.

Kısaca, gerek tekelleşme olgusu gerekse de ülkede yaşanan ekonomik krizlerin sektöre yansıması, medyada istihdam olanaklarının sürekli azalması, hatta kitlesel işten çıkarmalar şeklinde olmaktadır. Yani, paradoksal bir biçimde, iletişim fakülteleri ve verdikleri mezun sayıları her geçen gün artarken, medya sektöründe istihdam oranı giderek azalmakta, hatta dönem dönem toplu işten çıkarmalar söz konusu olmaktadır. Bunun en önemli örneği 2001 yılında yaşanmıştır.

"Toplumun her kesimi, yaşanan ekonomik krizi bütün şiddetiyle hissederken, büyük gazeteler sayfalarının çoğunu halka moral pompalamaya hasretmekte, ama o sayfaları hazırlayanlar ertesi gün gazete binalarının kapı-

[24] Abdülrezak Altun, "Tükiye'de Gazetecilik Eğitimi", *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Ankara, Afa Yayınları, 1999, s. 252.
[25] Tılıç, *Medyayı Anlamak*, s. 7.

sından döndürülme endişesi yaşamaktadırlar"[26]. 2001 yılında, özel üniversiteler bünyesinde iletişim eğitimi veren bölümlerin açılmasının hız kazandığı dönemde, medya sektöründe çalışan yaklaşık 4000 kişi işten çıkarılmıştır.

4. Yerel Basının Önemi Bağlamında Profesyonel (Eğitimli) Kadro İhtiyacı

"Yerel basın, yurdun muhtelif yerlerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde; günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayınlanan, yayınlandıkları mahallin haber, havadis ve sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aksettirmeyi hedefleyen yazılı basın organlarıdır."[27]

İşlevlerini de içeren, daha kapsamlı bir tanıma göre ise yerel basın, "Sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, (kent, kasaba, ya da bölge) yöre halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye, böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır."[28]

Kanımızca, yerel basının çağımızda temel önemi, "modern/ postmodern zamanlarda kaybedilmiş olan yer duygusunu, ihtiyacı olanlara geri veriyor olmasından kaynaklanmaktadır. Küresel süreçler, insanları, kendilerini ait hissettikleri yerlerden (belirli bir mekansallık ve onun temsil ettiği bütün her şeyden) koparan bir dinamik yaratmıştır. Dünya nüfusunun önemli bir kısmı, kapitalist gelişimin, modernleşme sürecinin gerekliliklerıyle(…) kendileri için yeni yalnızlıklar, dolayısıyla yeni dayanışma arayışları doğuran bir hareketlilik içerisine girmiştir. Küresel dinamikler bireyleri, aynı zamanda 'moral' olarak da kendilerini içlerinde 'güvenle' tarif ettikleri aidiyetlerden etmiştir. Geleneksel aile ve akrabalık ilişkilerinin, mahallelilik ve komşuluk dayanışmalarının, dinsel/ mezhepsel cemaat elbiselerinin koruyuculuğunu yitiren insanlar yeni-moral aidiyetler, dayanışma biçimleri arayışına girmişlerdir"[29].

Sözü edilen arayışların somutlandığı en önemli alanlardan biri de "yerel basın"dır. "Kimi yöreler, görünürde küresel ilişkiler içinde yer alırken, yerele

[26] Tılıç, *a.g.e.*, s. 11.
[27] Şinasi Ünal, "Yerel Basın ve Sorunları", *Yeni Türkiye*, 96/12, ss. 1068-1072.
[28] Atilla Girgin, Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik, İstanbul, *İnkılap Yayınları*, 2001, s. 160.
[29] Sevda Alankuş, "Yerellik(ler), Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya", *Global ve Yerel Ekseninde Türkiye, Der.* F. Keyman, A.Y.Sarıbay, Bursa, Alfa Yayınları, 2000, s. 314.

dönüş eğilimleri sonucu, gerçekte bu ilişkilerden koparak hızla kendi içine kapanmaktadır. Bu çabanın göstergelerinden biri de, her toplumun kendi içinde daha yerel kurumlara, iletişime ve yaşama gereksinim duyarak, yerel iletişim araçlarına önem vermesidir."[30]

Küreselleşme olgusu bağlamında, yerel gazetelerin toplum hayatındaki rolü önem kazanmıştır. "Bu gazeteler yayınlandıkları şehirlerin, ilçelerin insanları ile iç içedir ve onlardan bir parçadır. O şehrin bütün sorunları içinde yoğrulmakta ve okur-gazete ilişkisi çoğu kez, aile yakınlığı ve münasebeti boyutlarına kadar varmaktadır. Ulusal gazetelerin bir türlü ulaşamadıkları noktalardır buralar."[31]

Özetle küreselleşme olgusu, insan hayatına iletişimsel etkileri bağlamında, yerel basını önemli kılan sonuçlar ve arayışlar yaratmıştır. "Ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, onların içinde yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplum üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Yerel basının temel özelliği ise yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktır."[32]

Yerel basının tanımlanan işlevleri ve küreselleşme sürecinin iletişim açısından bireyi getirdiği nokta bağlamında yerel basının önemi, kısaca şöyle tanımlanabilir: "Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın, bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamlarını sağlamakla yükümlü, dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş kurumdur. Yerel iletişim çevre koşulları içinde, kitle iletişim araçları açısından, en önemli anahtar unsurlardır. Yerel gazeteler bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesidir. Bu gazeteler halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler. Bu nedenlerle modern yerel gazeteler, kitle iletişimi açısından toplumun en öncelikli araçlarıdır."[33]

[30] Metin Işık, "Globalleşme-Yerelleşme ve Medya", *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 4, Ocak 2001, ss. 38-44.
[31] Erkin Usman, "Ege'de Yerel Basın ve Toplumdaki Yeri", *Yeni Türkiye*, 96/12, Sayı 12, 1996, s. 1080.
[32] Girgin Atilla, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, s. 161.
[33] *Yerel Basında Arayışlar ve Antakya Durağı*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1998, s. 5.

Bu noktada yapılması gereken, ülkemizde uzun bir geçmişi olan yerel basının önemi bağlamında, niteliklerinin (unsurlarının) yeterli olup olmadığını ve sorunlu yanlarını sorgulamaktır. Ülkemizde yerel basının sorunlu yanları şöyle özetlenebilir: "Gazete okuma oranının düşük olması, halkın isteklerine cevap verilememesi, yetersiz tirajlar, teknolojilerden akılcı biçimde yararlanılamaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem verilmemesi, satışı arttırmak için içerik iyileştirmesi yerine magazin haberlerinden ve promosyon kampanyalarından medet umulması, günümüzde yerel basının da gelişmesini, iyileşmesini önleyen temel etkenlerdir"[34].

Bir ticari işletme olarak kabul edebileceğimiz yerel basın kuruluşlarının -niteliklerinin yeterliliği sorgulanacak- temel unsurları sermaye, teknoloji, haber üretimi, pazarlama ve gazeteci (profesyonel-eğitimli işgücü) dir. Bizim ele aldığımız konu açısından, niteliğini ve yeterliliğini sorgulayacağımız yerel basın unsuru "gazeteci" ya da "yerel basının profesyonel (eğitimli) kadroları"dır.

Yerel basının toplum için önemi bağlamında, profesyonel (eğitimli) kadrolarla çalışması ve böylece nitelikli bir biçimsel, içeriksel, kurumsal yapı ortaya koyması beklenmektedir. "Bu işin gerçek uzmanları, basın konusunda eğitim yapmış, bu alana ilişkin kültürel ve bilgisel birikimi olan kişilerdir ve elbette bu tür kişilerin istihdam edilmesi en sağlıklı olanıdır"[35].

Ancak, ülkemizde yerel basının özelliklerini ortaya koymak üzere yapılan araştırmaların sonuçları, bunun aksini göstermektedir.

Atilla Girgin "Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik" adlı kitabında, ülkemizde yerel gazetelerin -çeşitli açılardan nitelik sorunlarını ortaya koyacak şekilde- görünümlerini maddelemiştir. Maddelerin büyük bölümü, yerel basının yerine getirmesi gereken görevin önemine rağmen, profesyonel ve nitelikli kadro yetersizliğiyle karşı karşıya olduğunu gösterir niteliktedir. Bu maddelerden, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro sorununa (bu sorunun kaynak ve sonuçlarına) işaret edenler şunlardır[36]:

1. Yerel gazetelerin çok büyük bir bölümünün sahiplerinin asıl işi, matbaacılıktır.

[34] Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, s. 174.
[35] Ali Murat Vural, "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye*, 96/12, ss. 1053- 1067.
[36] Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, s. 181.

2. Yarıya yakın bölümü, aile şirketi biçiminde yönetilmektedir.
3. Bazılarının, gerçek gazetecilik yapmak gibi kaygıları da yoktur.
4. Bazı gazeteler ise yalnızca resmî ilan almak için kurulmuş görünümündedir.
5. Siyasi baskı kurmak, ya da prestij sağlamak için gazete yayımlayan, ya da satın alanlar da bulunmaktadır.
6. Gazete sahipleri arasında, yerel politikacılar ile iş adamlarının yanı sıra kırtasiyeci, fırıncı ve taksi şoförü de bulunmaktadır. Kendilerini gazeteci sayanlar arasında, turşucu ve ciğerci gibi meslek mensupları da vardır.
7. Gazetelerin büyük bölümünde genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü gibi beyin takımının adları, künyede yer almakta, ancak kendileri uygulamada görülmemektedir.
8. Eğitilmiş muhabir, hatta bazılarında muhabir olmadığı için haber ağı, dolayısıyla haber de sınırlı kalmaktadır.
9. Bazı gazeteler, gönüllü ve alaylı birkaç kişinin özverileriyle yayınlanmaktadır.
10. Yerel gazetelerin büyük bölümü, içerik açısından yetersiz, yörenin toplumsal, kültürel, ekonomik, sanatsal yapısını ve sorunlarını sergilemekten uzaktır.
11. Bu gazetelerin büyük bölümünün mizanpajı, teknik eleman azlığından ve yetersizliğinden çok kötüdür.

Özetle, Türkiye'de yerel basın kuruluşlarının büyük bölümü, miras yoluyla babadan oğula geçen ve aile şirketleri şeklinde yönetilen işletmelerdir. Söz konusu işletme kadrolarının bir bölümü, eğitimini almadıkları bu mesleğin sorumluluğunu taşıyacak bilinç düzeyi ve etik kodlardan habersizdir. Bu bağlamda, yerel basında "gazetecilik" mesleki unvanını çıkar ve şantaj aracı olarak kullanan işletmeci ve gazetecilere rastlanmaktadır. Bu gazetelerin sahiplik yapısına benzer bir oluşum kadrolaşmalarında da görülmektedir. Kadrolarında yer alan "gazeteciler"in bir kısmı, aile mensupları ya da yakınlarıdır. Bu kişiler gazetecilik mesleğini fiilen yapmadıkları halde, sarı basın kartı alabilmek için yapıyor gösterilmektedirler. Büyük bölümü profesyonel (eğitimli) fikir işçisi anlayışıyla kadrolaşmasını gerçekleştirmemiş yerel gazetelerin çalışan sayıları da dikkat çekicidir.

BYEGM'nin *Anadolu Basımı 1993* adlı yayınındaki verilerden yola çıkarak yapılan bir istatistiki çalışmaya göre, "yerel gazetelerin yüzde 16.6'sı 1'er kişi; yüzde 25.9'u ikişer kişi; yüzde 36.2'si ise üç-dört veya beşer kişi tarafından yayınlanmaktadır."[37]

"Yerel basında görev yapan gazetecilerin çoğu, meslek eğitiminden geçmiş değildir. Usta-çırak ilişkisi içinde gazeteciliği öğrenip tamamen kendi becerileriyle ilerlemektedirler. Onların diğer bir adı da 'Alaylı Gazeteciler' dir."[38]

Konumuz açısından en önemli olan da, yerel gazetelerde "gazeteci" olarak fiilen çalışanların büyük bölümünün, düzenli mesleki eğitim almamış, bu işi usta çırak ilişkisi içinde öğrenmiş alaylılar, o yörenin eli kalem tutan ve bu işi ikinci işi olarak yapan öğretmeni, memuru, avukatı vb. olmasıdır. Oysa gazetecilik, yerel basın seminerlerinde sıkça tekrarlandığı gibi, herkesin yapabileceği salt bir gönül işi değil, düzenli mesleki eğitimi gerektiren, toplumsal düzeyde etkili ve önemli bir meslektir. Eğitim, elbette ulusal ya da yerel düzeyde çalışan tüm basın mensupları için gereklidir. Ancak, yerel basında eğitimli gazeteci çalıştırma oranının düşüklüğü, bu olgunun yerel basın düzeyinde özellikle ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

"Yaygın medyanın avantajı; profesyonel, yetişmiş elemanın olmasıdır. Yerel medyada bu yoktur. Bir başlık, yaygın medyada, büyük gazetelerimizde yer alıncaya kadar dört-beş kademeyi geçmektedir. Bunlar da Türkiye çapında yetişmiş, profesyonel insanlardır. Yani, birinin gözünden kaçan bir hata, başkasının gözünden kaçmamakta ve gazeteler daha derli toplu çıkmaktadır. Yerel basında bu imkan yoktur."[39]

Özetle, profesyonel (eğitimli) kadro eksikliği ülkemiz yerel gazetelerinde içerik, baskı kalitesi ve hatta bunların sonucunda, okunma ve prestij sorunu olarak kendini göstermektedir.

"Oysa, yerel basının gelişimi her şeyden önce gazetecilik mesleğini yapanların her yönüyle çok iyi yetiştirilmelerine, kültürel seviyelerinin yükseltilmesine ve sorumluluk duygularının pekiştirilmesine bağlı bulunmak-

[37] Girgin, *a.g.e.*, ss. 196-197.
[38] *Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları (2-3 Ekim 1997, İstanbul),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998, s.36.
[39] *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (29-30 Nisan 1999, Çorum),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1999, s. 107-108.

tadır."[40] Çünkü yaygın ya da yerel basında görev yapıyor olması fark etmeksizin, yaptığı mesleğin toplumsal düzeyde etki gücü ve boyutu doğrultusunda, gazeteci, eğitimle kazanılabilecek bazı niteliklere sahip olmalıdır.

"Gazetecilik, hassas dengeler üzerine kurulmuş, dünyanın en zor mesleklerinden birisidir. Yazdığınız haberin, yaptığınız yorumun kimi nereye kadar ve nasıl etkilediğini, haberi yapmadan önce kestirmek zorundasınız. Basın kanununa uyacaksınız, kişilerin şeref ve haysiyetlerini küçültmeyeceksiniz, kamunun haber alma özgürlüğünü tatmin edeceksiniz, matbu evrak akışınızı bozmayacaksınız, hakim kadar adil, haksızlık varsa kendinize yapılıyormuş gibi dürüst kalacaksınız."[41]

4.1. Birbirinin Çözümü Olan İki Sorun: Yerel Basında Profesyonel (Eğitimli) Kadro Eksikliği ve İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorunu

Ülkemizde bir yanda, yerel basının profesyonel kadro ihtiyacının, diğer yanda iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorunun var olduğunun ve birbirinin çözümü olabilecek bu iki sorunun nedenleri ve çözüm yollarının ortaya koyulabilmesi için, tarafımızdan, anket yöntemiyle iki araştırma yapılmıştır.

Araştırmalarımızın ilki, yerel gazetelerin profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacını ortaya koymak üzere, örneklem olarak belirlenen 18 yerel gazeteye anket yöntemiyle yöneltilen sorulara verilen yanıtlara dayanmaktadır. Elbette bu gazeteler, (2006 yılı itibariyle) 973* yerel gazetenin yayınlanmakta olduğu ülkemiz için çok dar bir örneklemdir. Ancak bu güne kadar ilgili konuda daha geniş kapsamlı bir araştırma yapılmamış olması, elde ettiğimiz verilerin dikkate alınmasını kabul edilebilir kılmaktadır.

İkinci araştırmamız ise, ilkini tamamlayıcı niteliktedir ve iletişim fakültesi mezunlarının yaygın basındaki istihdam sorununa rağmen, neden hâlâ (yerel basında profesyonel kadro sorununun çözümü olarak) yerel basında çalışmaya yönelmediklerini ortaya koyacak sorulara verilen cevaplara dayanmaktadır.

[40] *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (22-23 Mart 2001, Balıkesir),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2001, s.168.

[41] *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (18-19 Aralık 1998, Bolu*), İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998, s. 154.

* Bu sayı, Basın İlan Kurumu'nun, "Basın İlan Kurumu 2004 Yılında Yayınlanan Resmî İlanlar ve Kurumumuz Şubelerinin Bulunmadığı Yerlerde Çıkan Gazetelerle İlgili Rapor" çalışmasına dayanarak aktarılmıştır.

4.2. Yerel Basında Profesyonel (Eğitimli) Kadro İhtiyacını ve İletişim Fakültesi Mezunlarına Bakışı Ortaya Koyacak Anket Çalışması

İlk çalışmamız, BYEGM'in verilerine göre, internet sayfaları da olan; İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Adana'da yayınlanan 18 yerel gazeteye yöneltilen, "çalışan sayılarını, iletişim fakültesi mezunu çalışan sayılarını, iletişim fakültesi mezunlarının yerel basının gelişmesine katkı sağlayıp sağlayamayacağına ilişkin görüşlerini ortaya koymaya dönük" soruları içeren bir anket çalışmasıdır.

Bu örneklemin belirlenmesinde, en çok sayıda yerel gazete çıkan ilk beş ilin, BYEGM'nin verilerine göre internet üzerinden de yayın yapan ve yerel gazetecilikte biçim ve içerik açısından gelişkin olarak kabul edebileceğimiz 30 civarında yerel gazetesine ulaşılmaya çalışılmış ancak, sadece 18'inden anket sorularımıza yanıt alınabilmiştir. Örneklemimize dahil edilen yerel gazeteler şunlardır*: Güzel Vatan, Menemenin Sesi, Sonsöz, Urla Online, Yöremiz, Gebze Gazetesi, Karşıyakalı, Mudanya Online, Tuna Gazete, Yaşam Gazetesi, Eko Haber, Kocaeli Gazetesi, Kadıköy Gazetesi, Bursa Olay, Özgür Kocaeli, Yerel Haber, Aliağa Ekspres, Gazete Ankara.*

Araştırmamız kapsamında ilk olarak, örneklemimize dahil olan 18 gazetenin toplam çalışan gazeteci sayıları ve bunların kaçının iletişim fakültesi mezunu olduğunun saptanmasına çalışılmıştır. Sonuç, yerel basında sıkça dile getirilen profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacını ortaya koyar niteliktedir. Çünkü, çalışan 215 gazetecinin sadece 30'unun yani yüzde 13.95'inin iletişim fakültesi mezunu olduğu; yani gazetecilik eğitimi aldığı öğrenilmiştir. Bu yüzde oranının, örneklemimize dahil olan beş il ve bu illerde yayınlanan nitelik bakımından kalbur üstü olarak kabul edilen yerel gazeteler dışında kalan gazetelerde, çok daha düşük olacağı tahmin edilmektedir.

Yerel Gazetelerde Çalışan İletişim Fakültesi Mezunlarının Oranı	
(Örneklemimizdeki) Yerel Gazetelerde Çalışan Toplam Gazeteci Sayısı	215
Yerel Gazetelerde Çalışan İletişim Fakültesi Mezunu Gazeteci Sayısı	30
Yerel Gazetelerde Çalışan İletişim Fakültesi Mezunu Gazetecilerin Oranı	%13.95

Yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro eksikliğini belirledikten sonra yapılması gereken, hem yerel basın kuruluşları hem de iletişim fakültesi me-

zunları açısından, bunun nedenlerini ortaya koymaktır. "Yerel gazetelerde yeterince iletişim fakültesi mezunu çalışmamasının nedeni nedir?" sorusunu yanıtlayan yerel gazete yetkililerinin yüzde 89'u, ilgili sorunun nedenini "iletişim fakültesi mezunlarının çeşitli nedenlerle, yerel basında çalışmayı tercih etmemeleri" olarak tarif etmiştir. Zaten yerel basın yetkilileri, bu yöndeki fikirlerini daha önce de çeşitli platformlarda dile getirmişlerdir.

Örneğin bir yerel basın yöneticisi, "Türkiye'de gazetecilik okullarında okuyan öğrenciler değil Türkiye'ye, dünyaya yeter. Binlerce çocuk gazetecilik eğitimi görüyor; nerede bunlar? Hiçbiri yok. Biz Eskişehir'de çalıştıracak öğrenci bulamıyoruz. Nereye gittikleri belli değil"[42], demektedir. Bir başka yerel basın yetkilisi de aynı yöndeki görüşlerini şöyle dile getirmektedir: "Manisa'da iki tane gazete çıkıyor ve belki biraz garip gelecek, ama Manisa İzmir'e çok yakın olduğu halde bu iki gazete için eğitimli eleman bulamıyoruz."[43]

Özetle, yerel basın yetkililerinin büyük bölümü, profesyonel (eğitimli) kadro sorunlarının kaynağı olarak iletişim fakültesi mezunlarının tercihlerini görmektedirler. İletişim fakültesi mezunlarının yerel basında çalışmayı tercih etmeme nedenleri ise, diğer araştırmamızla ortaya konmaya çalışılacaktır.

Yerel Gazetelerde Yeterince İletişim Fakültesi Mezunu Çalışmamasının Nedeni		
Yerel Basının İletişim Fakültesi Mezunu Çalıştırmayı Tercih Etmemesi Diyenler…	2 Yerel Gazete	%11
İletişim Fakültesi Mezunlarının Yerel Basında Çalışmayı Tercih Etmemesi Diyenler…	16 Yerel Gazete	%89

Gazetelerinde eğitimli gazetecileri çalıştırmak istediklerini dile getiren yerel basın yöneticilerinin tamamı, "yerel basında daha fazla iletişim fakültesi mezunu çalışmasının, yerel gazetelerin gelişmesine katkı sağlayacağını" düşündüklerini belirtmişlerdir.

Yerel Basında Daha Fazla İletişim Fakültesi Mezunu Çalışması Yerel Gazetelerin Gelişmesini Sağlar mı?		
Evet Diyenler…	18 Yerel Gazete	%100
Hayır Diyenler…	0 Yerel Gazete	%0

[42] *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (20-21 Temmuz 2000, Muğla),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000, s. 76.

[43] *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (29-30 Nisan 1998, İzmir/ 2-3 Haziran 1998 Samsun)*, İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998, s. 77.

4.3. İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorununa Rağmen (Yerel Basında Profesyonel Kadro Sorununun Çözümü Olarak) Yerel Basında Çalışmaya Yönelmemelerinin Nedenlerini Ortaya Koyacak Anket Çalışması

Bu başlık altında aktaracağımız araştırma sonuçları, ilkini tamamlayıcı niteliktedir ve 2005-2006 eğitim yılında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğrenim gören ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencisi 221 kişiye anket yöntemiyle yöneltilen soruların yanıtlarına dayanmaktadır. Anketle öğrencilere yöneltilen sorular, iletişim fakültesi mezunlarının yerel basında çalışmayı isteme ve istememe oranlarını; çalışmak isteme veya istememe nedenlerini ortaya koymaya yöneliktir. Özetle bu anket çalışmasıyla, iletişim fakültesi mezunlarının yaygın basındaki istihdam sorununa ve yerel basının talebine rağmen, neden hâlâ (yerel basında profesyonel kadro sorununun çözümü olarak) yerel basında çalışmaya yönelmediklerine ilişkin ipuçları elde edilmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda, 221 iletişim fakültesi öğrencisine ilk olarak, yerel basında çalışmak isteyip istemedikleri sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin yüzde 62'si çalışmak istemediklerini; yüzde 38'i ise çalışmak istediklerini belirtmiştir. Yerel basında çalışmak istemediklerini belirtenlerin, henüz öğrencilik döneminde -basın- iş dünyasıyla tanışmadan- böyle bir görüş bildirmeleri, yerel medyaya ilişkin önyargılarına bağlanabilir.

Yerel Basında Çalışmayı İsteyen ve İstemeyen İletişim Fakültesi öğrencilerin Oranı		
Yerel Basında Çalışmak İsteyen İletişim Mezunları	84	%38
Yerel Basında Çalışmak İstemeyen İletişim Mezunları	137	%62

Ankette yöneltilen ikinci soru ve yanıtı, birinciyi tamamlar niteliktedir. İlk soruyla, "yerel basında çalışma veya çalışmama isteklerini ortaya koyan öğrenciler" ikinci soruyla, "yerel basında yeterince yer almama nedenlerinin kaynağı olarak, kendi isteklerini mi yoksa yerel basının isteklerini mi gördüklerini" ortaya koymuşlardır**.** Öğrencilerin yüzde 52.9'u ilk soruya verdikleri yanıtla orantılı bir biçimde, yerel basında iletişim fakültesi mezunlarının yeterince yer almama nedeninin, kendi isteksizlikleri olduğunu belirtmişlerdir. Yüzde 39.4'ü ise "yerel basının çeşitli gerekçelerle iletişim fakültesi mezunu çalıştırmayı tercih etmediğini" düşündüklerini ortaya koymuştur.

İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Yerel Basında Yeterince Yer Almasının Nedeni		
İletişim Fakültesi Mezunlarının Yerel Basında Çalışmayı Tercih Etmemesidir Diyenler…	117	%52.9
Yerel Basının İletişim Fakültesi Mezunu Çalıştırmayı Tercih Etmemesi Diyenler…	87	%39.4
Yanıt Vermeyenler	17	%7.7

Anket çalışmasının buraya kadar olan sonuçları, iletişim fakültelilerin, yaygın basındaki istihdam sorununa ve yerel basının talebine rağmen, öğrencilik döneminden itibaren, yerel basında çalışmak için çok da istekli olmadıklarını göstermektedir. Bu durum tarafımızdan, iletişim fakültesi öğrencilerinin yerel basını yeterince tanımamaları ve ön yargılarının göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada yapılması gereken, iletişim fakültesi öğrencilerinin yerel basında çalışmak isteme ya da istememe nedenlerini ortaya koyarak, istihdam sorunlarının çözümü olabilecek bu alanla tanışmalarını sağlamaktır.

Aslında iletişim fakültesi öğrencileri veya mezunlarını, yerel basında çalışmaktan alıkoyan nedenler sadece öğrenciler tarafından değil, yerel basın yetkililerince de bilinmekte ve yerel basın eğitim seminerlerinde de sıkça dile getirilmektedir.

Örneğin bir yerel basın yöneticisi, "Eğitimli insanlara çağrı yaptığımızda Anadolu'da çalıştıramıyoruz, gelmiyorlar. Çok daha kötü şartlarda büyük bir gazeteyi tercih ediyorlar. Çünkü, geleceğe dönük -kariyer- umutları var. Anadolu'da bunun olasılığını görmüyorlar, gelmiyorlar. Öbür taraftan ekonomik imkanlarımız sınırlı. Dolayısıyla çalışanlarımıza fazla ücret verme şansımız yok. Mesela çalışanlarımız sendikalı olsalar ve toplu iş sözleşmesine otursak, herhalde ben o görüşmeden gazetenin anahtarını teslim edip çıkarım. Ne yazık ki şartlarımız bu…"[44] demektedir.

Bir başka yerel basın yetkilisi, "Adam yok. Kimse *İlçemizin Sesi*'nde çalışmak istemiyor. Gazetenin bir ayda vereceği parayı, halde limon satsa bir haftada çıkarırmış gençler"[45] demektedir.

Bir üniversite öğretim üyesi ise, "sayısı 20'ye yaklaşan iletişim fakültesi açıldı. Zaten bir şeyi belledik mi, gerekli mi gereksiz mi, yeterli mi değil mi

[44] *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (29-30 Nisan 1999, Çorum),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1999, s.109.
[45] Ümit Sezgin, "Taa Oradakilere Veda", *Yeni Türkiye*, 96/12, Sayı 12, 1996, s. 1077.

bakmadan, her tarafa açarız. Her şehirde bugün iletişim fakültesi olacak, her şehirde gazeteci yetişecek; ama hiçbiri de o şehirde gazetede çalışmayacaklar. Çünkü maddi bakımdan tatmin edici değil" sözleriyle, iletişim fakültelilerin yerel basında çalışmak istememe nedenlerinden birine işaret etmektedir.

Özetle akademisyenlere ve yerel basın yetkililerine göre, iletişim fakültelilerin yerel basında çalışmak istememelerinin temel nedenleri: Maddi kaygılar ve kariyer (gelecek) kaygılarıdır. Araştırma sonuçlarımız, iletişim fakültesi öğrencilerinin de yerel basında çalışmak istememe nedeni olarak aynı kaygılardan söz ettiklerini göstermiştir. Buna göre, ankete katılan ve yerel basında çalışmak istemediğini belirten öğrencilerin yüzde 46.7'si bunun nedeni olarak maddi kaygılarını, yüzde 48.3'ü kariyer kaygılarını göstermişlerdir. Ankete katılanların sadece yüzde 5'i, yerel basında çalışmak istememe nedenlerinin bu iki kaygıyı taşımalarıyla ilgisi olmadığını belirtmişlerdir.

Yerel Basında Çalışmak İstemeyen İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Çalışmak İstememe Nedenleri ve Oranları		
Maddi Kaygılar	64	%46.7
Kariyer Kaygıları	66	%48.3
Bu Kaygıları Taşımayanlar	7	%5

Yerel basında çalışmak istediğini belirten öğrencilere yöneltilen son soru, çalışma isteklerinin nedenlerini ortaya koymaya yöneliktir. Buna göre, yerel basında çalışmak isteyen iletişim fakültesi öğrencilerinin yüzde 44'ü ulusal basında iş bulma imkanlarının az olmasından, yüzde 3.6'sı yaşadığı yerde ulusal basında iş bulma imkanı bulunmamasından; yani yaklaşık yüzde 48'lik kesim, karşı karşıya olduğu zorunluluktan dolayı yerel basında çalışmak istediğini belirtmiştir. Öğrencilerin yüzde 34.5'i ise, idealist bir tutum sergileyerek, yerel basında çalışmak isteme nedenlerinin, "yerel basının gelişmesine katkı sağlama isteği" olduğunu vurgulamışlardır. Soruyu yanıtlayan yüzde 17.9'luk kısım, ulusal basınla ilgili gelişmeler bağlamında, yerel basında kariyer imkanlarının daha fazla olduğu düşüncesini, yerel basında çalışma isteklerinin nedeni olarak göstermişlerdir.

Yerel Basında Çalışmak İsteyen İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Çalışmak İsteme Nedenleri ve Oranları		
Ulusal Basında İş Bulma Şansının Giderek Azalması	37	%44
Yerel Basının Gelişmesine Katkı Sağlama İsteği	29	%34.5
Yerel Basında Kariyer İmkanlarının Daha Fazla Olması	15	%17.9
Yaşadığı Yerde Ulusal Basında Çalışma İmkanının Bulunmaması	3	%3.6

Sonuç ve Öneriler

Küreselleşme olgusunun, yerel basını önemli kılan sonuçlar ve arayışlar yaratmasıyla, yerel basının toplum için önemi bağlamında, profesyonel (eğitimli) kadrolarla çalışması ve böylece nitelikli bir biçimsel, içeriksel, kurumsal yapı ortaya koyması beklenmektedir. Diğer yandan, iletişim fakültesi mezunlarının ulusal basında istihdam imkanı her geçen gün azalmakta ve basın alanında kendilerine ihtiyaç duyulan yeni-nitelikli istihdam olanaklarının keşfedilmesi zorunlu hale gelmektedir.

Özetle, bu gün gelinen noktada, yerel basın, iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorununun; iletişim fakültesi mezunu gazeteciler ise, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacına bağlı aksaklıkların en önemli çözümü gibi görünmektedir. Oysa gerek yaptığımız anket çalışmasının sonuçları gerekse yerel basın seminerlerinde sıkça dile getirilen sorunlar, bu iki olgunun birbirinin çözümü olabileceğinin keşfedilemediği ya da gereğinin yapılamadığının kanıtı niteliğindedir.

Yaptığımız anket çalışmasının sonuçları, yerel basında iletişim fakültesi mezunlarının çalışma oranlarının son derece az olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte iletişim fakültesi öğrencilerinin büyük bölümü, maddi kaygılar ve kariye kaygıları bağlamında, yerel basında çalışmayı istememektedir.

Böylece, yeni mezunlarla birlikte de, yerel basında profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacının karşılanmayacağı görülmektedir. Oysa yerel basın yetkilileri, her fırsatta yerel basında iletişim fakültesi mezunlarına olan ihtiyacı ve bu mezunların yerel basının gelişimine katkı sağlayacaklarına olan inancı dile getirmektedirler.

Kanımızca bundan sonra yapılması gereken, iletişim fakültesi öğrencileri ile yerel basın arasında bir köprü kurarak, yerel basında çalışmak istememelerine neden olan önyargısal kaygılarını gidermeye çalışmaktır. Bu

bağlamda, birbirinin çözümü olabilecek iki sorunun ortadan kaldırılmasına ilişkin öneriler şöyle özetlenebilir :

1. İletişim fakülteleri bünyesinde verilen yerel basın dersleriyle, ülkemiz yerel basınının, tüm yapısal özellikleriyle öğrencilere tanıtılmasına çalışılmalıdır.
2. Söz konusu dersler çerçevesinde iletişim fakültesi öğrencilerine, yerel basın ve ulusal basında çalışma olanakları ayrıntılı olarak anlatılmalıdır. Aksi takdirde iletişim fakülteliler, önyargısal -kariyer ve maddi- kaygılarıyla, yerel basından uzak durmayı sürdüreceklerdir. Yerel basındaki olanakların farkında olmaksızın, çok daha kötü şartlarda büyük bir gazetede çalışmayı tercih edeceklerdir. Belki de bu önyargılı tutumları nedeniyle, istihdam sorunuyla karşı karşıya kalarak, basında çalışmayı hiç denemeden başka işlere yöneleceklerdir.
3. İletişim Fakültesi öğrencileri, kurum dışı stajlarını yerel basın kuruluşlarında yapmak üzere yönlendirilmelidir. Böylece hem yerel basın kuruluşlarının profesyonel (eğitimli) kadro ihtiyacının giderilmesi hem de iletişim fakültesi mezunlarının yerel basınla tanışması için bir adım atılmış olacaktır.
4. Bugün yerel basının vasıflı eleman çalıştırabilmek için talep ettiği; gelir vergisi yükünün azaltılması, SSK primlerine destek verilmesi vb. gibi devlet desteğinin sağlanması mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle yerel basın, liberal ekonomik düzenin kurallarına uygun olarak kendi çözümlerini kendi üretme yoluna gitmelidir.

Yerel basında çalışması istenen iletişim fakültesi mezunu gazetecilere elbette insanca yaşayacağı şartlar –sosyal ve ekonomik güvence- sağlanmalıdır. Bunun için, yerel basında ekonomik ve nitelik olarak gelişmeyi sağlayacak çeşitli önlemler tarif edilebilir.

Örneğin, bazı şehirlerde 1000-5000 arasında olan tiraj rakamlarının o şehirde çıkan 5-6 gazete arasında paylaşılması yerine, bu şehirde çıkan gazetelerin sahiplerinin, kişisel menfaatlerini bir yana bırakıp birleşerek, güçlü bir gazete oluşumuna öncülük etmesi bir çözüm yoludur.

Kaynakça

- Adaklı, Gülseren: "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001.
- Aklan, Cevat; Doğan, Hıfzı; Sezgin, İlhan: Ankara, Gazi Büro Kitabevi, 1996.
- Alankuş, Sevda: "Yerellik(ler), Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya", *Global ve Yerel Ekseninde Türkiye,* F.Keyman, A.Y.Sarıbay (der), Bursa, Alfa Yayınları, 2000, ss. 295-330.
- Altun, Abdülrezak: *Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1995.
- Altun, Abdülrezak: *Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar,* İstanbul, Afa Yayınları, 1999.
- Demir, Ömer; Acar, Mustafa: *Sosyal Bilimler Sözlüğü,* Ankara, Vadi Yayınları, 1997.
- Girgin, Atilla: *Haber Yazma Teknikleri*, İstanbul, İnkılap Yayınları, 1998.
- Girgin, Atilla: *Haber Yazmak*, İstanbul, Der Yayınları, 2002.
- Işık, Metin: "Globalleşme- Yerelleşme ve Medya", *Selçuk İletişim,* Sayı 4, Ocak 2001, ss. 38-43.
- Karacan N, Osman N.: "Gazetecilik Öğretimi ve Enstitümüz**",** *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı,* İstanbul, 1970.
- Mutlu, Erol: "İletişim Alanına Aykırı Bir Bakış", *İLEF Yıllık,* Ankara, 1994/95.
- Mutlu, Erol: "Türkiye'de İletişim Eğitimi : Kişisel Bir Tarih Denemesi", *İletişim,* 2000/8.
- Nomak, N. Kemal: "Gazetecilik Eğitimi ve Türkiye" (1970), *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı, İstanbul*, 2005.
- Özbek, Meral: "İletişim Eğitimi Üzerine", *İLEF Yıllık,* Ankara, 1992.
- Sezgin, Ümit: "Taa Oradakilere Veda", *Yeni Türkiye,* 96/12, Sayı 12, Ankara: 1996, ss. 1075-1078.
- Tılıç, L. Doğan: *Utanıyorum Ama Gazeteciyim,* İstanbul, İletişim Yayınları, 1998.

- Tılıç, L. Doğan: *Medyayı Anlamak,* İstanbul, Su Yayınları, 2001.
- Tokgöz, Oya: "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirmesi", *Kültür ve İletişim Dergisi*, Ankara, 2003: 6/1.
- Topuz, Hıfzı: *100 Soruda Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1973.
- Topuz, Hıfzı: *Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Usman, Erkin: "Ege'de Yerel Basın ve Toplumdaki Yeri", *Yeni Türkiye,* 96/12, Sayı 12, Ankara: 1996, ss. 1080-1083.
- Ünal, Şinasi: "Yerel Basının Sorunları", *Yeni Türkiye,* 96/12, Sayı 12, Ankara: 1996, ss. 1068-1073.
- Vural, Ali Murat: "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye,* 96/12, Sayı 12, Ankara: 1996, ss. 1053-1068.
- "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 55. Yıl Dönümü Yıllığı,* İstanbul, 2005.
- *Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları (2-3 Ekim 1997, İstanbul)***,** İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998.
- *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (29-30 Nisan 1998, İzmir/ 2-3 Haziran 1998 Samsun),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998.
- *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (18-19 Aralık 1998, Bolu),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1998.
- *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (29-30 Nisan 1999, Çorum),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1999.
- *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (20-21 Temmuz 2000, Muğla),* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000.
- Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim (22-23 Mart 2001, Balıkesir), İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2001.
- 2004 ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu.

TÜRKİYE'DE YEREL BASIN VE RESMİ İLAN

Atilla Girgin*

Giriş

Basının temel işlevi, yaşanan çevre, toplum, ülke ve de uluslararası ortamdaki gelişen olaylara ilişkin haberlerle bireyi aydınlatarak, kanaatlerini sürdürmesini, güçlendirmesini, değiştirmesini ya da tepkisiz kalmasını sağlamaktır.

Çağdaş demokratik rejimlerde, yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç haline gelen basın, gerçekleştirdiği kamu görevinin yanı sıra demokrasinin ve özgürlüklerin korunmasında da, öteki güçlerin en büyük destekçisi olmaktadır.[1]

Basının kamu görevi, "haber vermek, bilgilendirmek, denetlemek, eleştirmek, eğlendirmek, yöneticilerle halk arasında diyalog kurmak, böylece kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve oluşan kamuoyunu açıklamak" olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle basın, kamuoyu oluşturan değil, kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunan araçların en önemlilerinden biridir.[2]

İfade Özgürlüğü

Sağlıklı bir kamuoyunun oluşabilmesi için de, düşünce ve kanaatleri ifade edebilme ve yayma özgürlüğünün bulunması, olmazsa olmaz bir koşuldur. Ancak uygulamada, bütün önlemlere rağmen bu özgürlük, siyasal tutumlar ve ekonomik koşullar nedeniyle kısıtlanabilmektedir. İfade özgürlüğünün kısıtlanması, başka bir deyişle kişi ve grupların, kanaatlerini ifade edememeleri ya da duyuramamaları, yalnızca yasaların gücüne ve siyasal iktidarın uygulamasına bağlı değildir.

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

[1] Cevdet Perin, *Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü,* Ankara, Remzi Kitabevi, 1974, s. 13.

[2] Atilla Girgin, *Haber Yazmak,* 3. Baskı, İstanbul, Der Yayınları, 2005, s. 266.

İfade özgürlüğünün gerçekleşmesinde, bu özgürlüğün kullanılmasına olanak sağlayan kitle iletişim araçlarının yöneticilerinin görev anlayışları ve bu araçların toplumdaki işlevleri de önemli bir rol oynar. Basının görev anlayışı, bu anlayışın uygulanış biçimi, yayın politikası, hedef kitlenin beklentileri, ifade özgürlüğünün gerçekleşmesi ve dolayısıyla kamuoyunun biçimlenebilmesini doğrudan etkiler.

İfade özgürlüğünün bir başka kısıtlanma biçimi de toplumsal yapıdır. Bir toplumun yapısal özellikleri, bireylerin haberleşme biçim ve yöntemlerini de belirler. Toplumdaki bireylerin ifade özgürlüğünü kullanabilmeleri için görme, dinleme ve konuşma özgürlüklerinin yanı sıra "görülmüş olma" ve "duyulmuş olma" gibi özgürlüklere de sahip bulunmaları gerekir. Bu tür özgürlüklerin savunucuları da, ülkenin kitle iletişim araçları olmalıdır.[3]

Küreselleşme

Küreselleşme, (globalleşme) kavramı, ağırlıklı olarak 1980'lerden sonra gündeme yerleşmiştir. Ancak ilk yıllarda, tanım ve kapsam konusunda, tam bir uzlaşmaya varılamamıştır. Genel olarak, küreselleşme, "Ülkeler arasındaki ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayırımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, bir anlamda maddi ve manevi değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin, ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması" olarak tanımlanmaktadır.[4]

Bir başka tanıma göre küreselleşme: Hangi alanda olursa olsun, ekonomiden sanata, bilimden iletişime herhangi bir çalışmada, üretimde ve yapımda, dünya çapında geçerliliği, ağırlığı, öncülüğü olan normların, ölçütlerin dikkate alınması ya da etkili hale gelmesi, benimsenmesi; dünyaya açılarak yerelliğin, ulusallığın reddedilmeksizin dışına çıkılması ve evrensellikle bağdaştırılması, birleştirilmesidir.[5]

"Malların, sermayenin, hizmetlerin enformasyonun ve emeğin tek tip düzenleme altında dünya çapında dolaşımı ve bunun giderek anındalaşmaya

[3] Desmond Fisher, *Le Droit a la Communication,* Etudes et Documents d'Information, No: 94, Unesco, Paris, 1984, s. 19.
[4] Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, 2. Bsk., İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s. 135.
[5] Ceyda Ilgaz, *Küreselleşme ve 1980 Sonrası Türk Toplumuna ve Basınına Yansıması*, İstanbul, Doğan Ofset, 2000, s. 3.

yönelmesi" ya da başka bir tanımla "Dünya'nın tek bir mekan haline gelmesi süreci" olarak da açıklanmaya çalışılan toplumlararası bütünleşme, özellikle kitle iletişim araçlarından aktarılan haberlerde, görüntülerde yaşanmaktadır.

Yerel Değerler

Ancak her toplum, tüm bütünleşme görüntülerine rağmen kendi kimliğini, varlığını, kültürünü ve yaşam biçimini de koruma içgüdüsüyle davranmaktadır. Kimi yöreler, görünürde küresel ilişkiler içinde yer alırken, yerel değerlere dönüş eğilimleri sonucu, gerçekte bu ilişkilerden koparak hızla kendi içine kapanmaktadır.

Bu çabanın göstergelerinden biri de, her toplumun kendi içinde daha yerel kurumlara, iletişime ve yaşama gereksinim duyarak, yerel iletişim araçlarına önem vermesidir. Çünkü birey, yerel ilişkilerle yaşadığı çevreye, kültüre ve topluluğa daha yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusuyla yaklaşmaktadır.

Bu nedenlerle hemen hemen tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kitle iletişim araçları iki yönlü bir ilerleme süreci içine girmişlerdir. Bir bölümüyle sınırları aşan bir bütünleşme süreci yaşanmakta, öte yandan her kent, her kasaba, hatta her semt, her mahalle yerel gazeteye, radyoya, televizyona sahip olmak istemektedir.[6]

Yerel Basın

Günümüzde yerel basın, ülkenin çeşitli yörelerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayımlanan, yayımlandıkları yörenin haberlerini veren, sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aktarmayı hedefleyen yazılı basın organlarıdır.[7]

Bu çerçevede yerel basın, bireyin yöresel yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı olmaktadır. Çünkü yerel basın, yayımladığı haberler, fotoğraflar ve ele aldığı sorunların yanı sıra kentin gereksinimleri, kentteki kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle bireye "yaşanan yer" duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazan-

[6] Ali Murat Vural, "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye*, 96/12, s. 1053-1067.
[7] Şinasi Ünal, "Yerel Basın ve Sorunları", *Yeni Türkiye*, 96/12, s. 1068-1072.

dırmaktadır. Günümüzde yerel basın, yöre halkının kültürel kimliğini korumak, haklarına sahip çıkmak, yöreye saygın bir konum kazandırmak görev ve yükümlülüğünü üstlenmektedir.[8]

Bu nedenle, yerel gazetelerin işlevleri, görevleri ve sorumlulukları, en az yaygın basın kadar önemlidir. Bunun somut kanıtı da, birçok Avrupa ülkesindeki yerel-bölgesel basının toplam tirajının, yaygın basının toplam tirajından birkaç kat fazla olmasıdır. Bu belirleme şöyle değerlendirilmelidir: "Anılan ülkelerde halk, yaygın basından daha çok yerel-bölgesel basına ilgi ve gereksinim duymaktadır."[9]

Anadolu ya da Taşra Basını

Yerel basın, "Yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler" ya da "genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete" olarak da tanımlanmaktadır.

Yerel (yöresel) basın, Türk kamuoyunda "Anadolu basını" ya da "taşra basını" olarak da adlandırılmaktadır. Genel bir anlatımla yerel basın, sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, (kasaba, kent ya da bölge) yöre halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye, böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır.[10]

Basın tarihi incelendiğinde görülmektedir ki, gazetelerin çok büyük bir bölümü yerel olarak doğmuş, bazıları ekonomik ve teknolojik gelişmelerden yararlanınca, yerel özelliklerini terk ederek ulusal, hatta Avrupa'daki bazı gazeteleri hatırlamak gerekirse, uluslararası olmuşlardır. Örneğin bugün ulusal nitelik taşıyan, hatta Avrupa'da bile baskı yapan birçok Türk gazetesinin, İstanbul dışına gerçek anlamda dağıtım yapmaları, ancak 1960'lı yılların başlarında gerçekleşmiştir.

[8] Metin Işık, "Globalleşme-Yerelleşme ve Medya", *Selçuk İletişim,* Sayı 4., Ocak 2001, s. 38-43.
[9] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001, s. 141.
[10] *A.g.e*, s. 160.

Temel Nitelik

Genelde, ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, onların içinde yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplum üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Yerel basının temel özelliği ise yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktır.

Bunun için yöre halkının değerlerini tanımak çok önemlidir. Çünkü hiçbir yaygın basın gazetecisi ya da çalışanı, yöre halkını yerel basın çalışanı kadar tanıyamaz. Bu çok önemli bir özelliktir. Yörenin özelliklerini en ince ayrıntısına kadar yörenin gazetecisi, yerel gazeteci bilir. Yaygın gazetecinin bunları bilemediği de, zaman zaman aktarılan yanlış bilgi ve yorumlardan ortaya çıkmaktadır.[11]

Yöre Halkının Moral Kaynağı

Yerel basın, bölgenin ve bölgede yaşayanların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getirmekte, böylece yerel yönetim ile merkezi yönetim arasında köprü işlevi görmektedir. Aslında yerel basın, bir yönüyle ülke basınına malzeme sağlamakta, onları uyarıcı görevler üstlenmekte, onlara yardım ortamı hazırlamaktadır.

Yerel basın, doğrudan bölge halkıyla iç içe yaşadığı için, bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır. Bölgeyi ve bölge halkını iyi tanır. Yerel halk, kendi gazetesinde kendi sorunlarını, gelişmelerini, sesini, yüzünü görür. Kendisiyle ilgili her şeyi daha yakından izler; olaylara daha yakından sahip çıkar.

Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın, bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamalarını sağlamakla yükümlü, dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş bir kurumdur. Yerel iletişim çevre koşulları içinde, yerel gazeteler, kitle iletişim araçları açısından, en önemli anahtar unsurlardır. Yerel gazeteler bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesidir. Bu gazeteler halkın kimi zaman günlük yaşamını

[11] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* s. 160.

düzenler. Bu nedenlerle modern yerel gazeteler, kitle iletişimi açısından toplumun en öncelikli araçlarıdır.[12]

Yönetenlerle Yönetilenler Arasında Köprü

Yerel gazeteler, zaman zaman devlet temsilcileri ile kamu yetkililerinin, kullanım ve propaganda aracı olarak görülseler de, aslında yörede yönetenlerle yönetilenler arasında bir köprü durumundadırlar. Yerel kamuoyunun temel iletişim aracı olan yerel basın, yöredeki kamusal çalışmaların, yatırımların, uygulamaların da denetçisi konumundadır. Çünkü küçük kentlerde, yabancılaşma büyük kentlerdeki gibi olmadığından, gazeteci, yakın çevresindeki gelişmelerle daha bir ilgilidir. Bu yüzden yoğun bir küreselleşmenin yaşandığı günümüzde, bir yandan yerel ve yöresel kalma eğilimi de gelişmektedir. Bireyler "zorunlu dünya vatandaşı" olurken, yerel bağlarını koparmanın kendilerini yalnızlığa sürükleyeceği bilincini taşımaya başlamışlardır. Bir yandan da siyaset ve yönetimdeki merkeziyetçilik terk edilmeye başlanmıştır.

Yetkilerin Yerel Yönetimlere Kaydırılması

Şöyle ki, Türkiye'de de merkezi ekonomik, siyasi, kültürel, sanatsal ve iletişimsel anlayış terk edilerek, merkezde toplanmış yetkilerin ülkenin ve çağın koşullarına uygun olarak, yerel yönetimlere kaydırılması gerektiği düşüncesi, ağırlık kazanmaktadır.

Türkiye'de artık, bölgesel yönetimlerin, meclislerin ve ekonomilerin ön plana çıkarılması tartışılmakta, bu konuda çeşitli tasarılar hazırlanmaktadır. Çünkü Türkiye'de yaşanan önemli tıkanıklıkların başında, yerel anlamda büyüyen sorunları merkezin çözememesi, bunlarla uğraşırken hem para hem de zaman kaybına uğraması gelmektedir.

Bu nedenlerle artık yerel yönetimlerin öncülüğünde, her kentin ve bölgenin yatırımlarını gerçekleştirmesi, gereksinimlerini gidermesi, sorunlarını kendilerinin çözmesi gerekmektedir. Bu anlamda yerel yönetimlerin artık çağa ve ülkenin gereksinimlerine göre nitelikli kadrolarla, akılcı ve işlevsel organizasyonlarla, parasal kaynakları güçlendirilmiş bir yapıya sahip olmaları gerekmektedir.

[12] *Yerel Basında Arayışlar ve Antakya Durağı*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını, Ocak 1998, s. 5.

Habitat II.Kent Zirvesi

Nitekim, 1996 Haziran ayında İstanbul'da düzenlenen, "Birleşmiş Milletler Konferansı, Habitat II.Kent Zirvesi, Türkiye Ulusal Rapor ve Eylem Planı"nda, yerel yönetimlerin geliştirilmesi için ortaya atılan bir dizi önlem arasında şunlar dikkat çekicidir:

"Tüm ülke mekanı, hiçbir boşluk bırakmayacak biçimde kentsel alanlar ve onların hizmet ettiği kırsal kesimleri de içeren yerel yönetim ağıyla kaplanmalıdır. Böyle bir yerel yönetim sisteminin güçlü kılınabilmesi için, yetki alanının genişletilmesi gerekir. Bu genişletmekte, 'subsidiarity' (hizmetin en yakın yönetim biriminde üretilmesi) ilkesi esas alınmalıdır.

Yerel yönetimlerin yetkilerinin geliştirilmesi demokrasinin kalitesinin gelişmesini otomatik olarak sağlamaz. Yerel yönetimlerin yetki alanlarının genişletilmesinin demokrasiyi geliştirici bir etki yapabilmesi için saydam ve etkili bir denetim ve ahlak, hesap verme mekanizmasının kurulması, katılımcı süreçlerin geliştirilmesi ve bu konuda kurumsal kanalların açılması gerekir."[13]

Aynı raporun bir başka maddesinde de, "Yerel yönetimlerin yeniden düzenlenmesinde, yerel yönetimler ile halk arasında yakınlaşmayı sağlamak, yönetime doğrudan katılma ve denetim olanaklarını artırmak, yerel yönetime temel dayanak noktaları oluşturmak, halkla yüz yüze ilişkileri, bilgi alış verişini geliştirmek amacıyla "mahalle" bir ilk basamak yerel yönetim birimi olarak, yeni bir işlevsel yapıya kavuşturulmalıdır." denilmektedir.[14]

Yerele Yöneliş

Görüldüğü gibi, ABD ile Avrupa ülkelerinden çok geç olsa bile, Türkiye'de de "yerel"e yönelişin girişimleri başlatılmaktadır. Ekonomik ve toplumsal gelişmenin yanı sıra bu girişimler de, yerel gazeteciliğe büyük bir ivme kazandıracaktır. Çünkü yerel basın, ülkenin gelişmesine koşut bir biçimde büyümektedir. Örneğin, Avrupa'nın en gelişmiş ülkesi sayılan Almanya'da, 414 yayınevi tarafından basılan 1.617 gazetenin toplam tirajı 30 milyon adeti bulmaktadır. Bu miktarın yaklaşık 20 milyon adetini yerel gazetelerin tirajı

[13] Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*, s. 163.
[14] *Yerel Basında Arayışlar ve Antakya Durağı*, s. 14.

oluşturmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre, bu ülkede her yerel gazete, günde en az 3 kişi tarafından ortalama 28 dakika okunmaktadır.[15]

Türkiye'deki Gerçek Durum

Yukarıda dile getirilen işlevler, ne yazık ki, ülkemizde çok az sayıdaki yerel gazete tarafından gerçekleştirilmektedir. 1993 yılında 876 gazete üzerinde yapılan bir araştırmaya göre:

Bu yayın organlarında 3.000'e yakın kişinin çalıştığı var sayılmaktadır. Yine bazı kaynaklar, yerel basın kuruluşlarında fiilen çalışanların sayısının 3.500 dolayında olduğunu bir o kadar kişinin de yerel basına gönüllü destek verdiklerini ileri sürmektedirler.

Bu gazetelerden 588'inin tirajları 1.000'den azdır.

10.000'in üzerinde tirajı bulunan yerel gazete sayısı ancak 4'tür. Bunların da 2'si Bursa'da yayımlanmaktadır.

Yerel gazetelerin 24'ü 1950 yılından önce, 264'ü ise 1990 yılından sonra yayın hayatına atılmışlardır.

Yerel gazetelerin 330'u günlüktür. 319'u ise haftada bir gün yayımlanmaktadır.

Yerel gazetelerin 368'inin yüzölçümleri 0.50 m²'den küçük, 424'ünün ise 0.50-1 m² arasıdır.

Yerel gazetelerin 342'si aile şirketi biçiminde yönetilmektedir.

Yerel gazetelerin 247'si elle, 342'si makineyle, 274'ü ise bilgisayarla dizilmektedir.

Yerel gazetelerin 542'si tipo yöntemiyle, 274'ü ofset tekniğiyle basılmaktadır.

146 yerel gazete 1'er kişi tarafından, 227 gazete ise 2'şer kişi tarafından hazırlanmakta, dizilmekte ve basılmaktadır.[16]

[15] *Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları*, İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 1998, s. 170.
[16] Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* s. 205.

11 Yıl Sonra Yine Benzer Sonuçlar

Bu verilerde, 11 yıl sonra da köklü değişiklikler gerçekleşmemiştir. Nitekim Türkiye'de 2004 yılında, 422'si illerde, 453'ü ilçelerde olmak üzere 875 yerel gazete yayımlandığı belirlenmiştir.

Bu gazetelerin 519'u her gün, 12'si haftada 5 gün, 10'u haftada üç gün, 37'si haftada iki gün, 274'ü haftada bir gün, 12'si on beş günde bir, 11'i ayda bir yayımlanmıştır.[17]

Söz konusu 875 gazetenin 595'inin (%68) yüzölçümü 0.80 m² ve daha küçüktür. 875 gazeteden yalnızca 3'ü (%0.3), en büyük boyut sayılan 4.00 m²'den yayımlanmaktadır.

1.80 m² ile en büyük boyut sayılan 4.00 m² arasında yayımlanan gazetelerin sayısı ne yazık ki yalnızca 60'tır (%6.85).

Bir başka örnek vermek gerekirse: 2005 Yılı Aralık Ayı verilerine göre, gelişmiş il saydığımız Adana'daki 12 yerel gazetenin her birinin tirajı bin doyındadır.

Gaziantep'te yayımlanan 15 yerel gazetenin her birinin tirajı da bin civarıdır.

Aynı biçimde, Kayseri'de yayımlanan 19 yerel gazetenin her birinin tirajı da yaklaşık bindir.

Devlet'in 150 Milyon Yeni Türk Lirası

İstanbul'da yayımlanan ya da "yaygın basın" sayılan 43 gazetenin (Bu sayı 2005 yılında *Birgün*'ün eklenmesiyle 44'e yükselmiştir). Basın İlan Kurumu'ndan aldıkları resmî ilan tutarı: (resmî ilan, mecburi aracılık, hususi ilan ve reklam) tutarı 2003 yılında 41.956.034.915.831 YTL., 2004 yılında ise 50.763.598.822.042 YTL.dir.

Bu tutar 2005 yılında 52.377.745.43 YTL.'ye ulaşmıştır (Tablo 1).

[17] *Basın İlan Kurumu Raporu,* İstanbul, Şubat 2006.

Tablo 1: İstanbul'da Yayımlanan Gazetelere 2005 Yılı'nda Dağıtılan Resmî İlanlar

	Resmî İlân	Mecburi Aracılık	Hususî İlân ve Reklâm	Toplam
Akşam	1.327.872,50	923.057,61	---	2.250.930,11
Anadoluda Vakit	1.086.816,25	200.693,92	---	1.287.510,17
Ayrıntılı Haber	227.132,78	---	---	227.132,78
Bizim Anadolu	435.921,23	---	---	435.921,23
Bizim Gazete	314.281,60	423,73	---	314.705,33
Bugün	851.711,25	542.818,70	---	1.394.529,95
Cumhuriyet	985.367,50	297.829,09	---	1.283.196,59
Çağdaş Ulus	196.905,48	---	---	196.905,48
Dokuz Sütun	549.207,39	---	---	549.207,39
Dünya	552.987,50	484.821,79	---	1.037.809,29
Ekonomi	277.226,67	---	---	277.226,67
Gazete 34	227.714,17	2.208,00	---	229.922,17
Gözcü	811.877,50	217.736,30	---	1.029.613,80
Günboyu	539.995,24	---	---	539.995,24
Güneş	995.887,50	37.777,19	---	1.033.664,69
Halka ve Olaylara Tercüman	722.098,75	94.984,25	---	817.083,00
Halkın Gazetesi Birgün	311.147,36	450,00	---	311.597,36
Hürriyet	1.148.470,00	5.883.709,06	480,00	7.032.659,06
Hürses	369.099,62	89.001,05	---	458.100,67
İstanbul	264.501,66	4.293,00	---	268.794,66
İstiklal	226.785,98	---	---	226.785,98
Milli Gazete	944.030,19	59.232,83	---	1.003.263,02
Milliyet	1.180.452,50	2.567.167,54	1.600,00	3.749.220,04
Ortadoğu	419.553,15	1.000,00	---	420.553,15
Önce Vatan	464.265,45	---	---	464.265,45
Posta	1.099.322,50	600.309,86	---	1.699.632,36
Radikal	914.032,50	325.808,12	---	1.239.840,62
Referans	513.524,92	125.220,66	---	638.745,58
Sabah	910.870,00	3.726.357,45	---	4.637.227,45
Son An	225.974,21	---	---	225.974,21
Son Saat	273.550,87	---	---	273.550,87
Star	1.125.677,50	967.541,79	---	2.093.219,29
Takvim	773.192,50	206.732,16	---	979.924,66
Tünaydın	226.457,00	---	---	226.457,00
Türkiye	1.265.782,50	1.309.321,39	139.292,34	2.714.396,23
Türkiye'de Yeniçağ	995.791,25	11.595,81	---	1.007.387,06
Vatan	1.318.227,50	1.949.080,83	---	3.267.308,33
Yeni Asya	475.316,97	9.498,47	---	484.815,44
Yeni Devir	227.579,00	---	---	227.579,00
Yeni Mesaj	294.138,27	2.324,00	---	296.462,27
Yeni Nesil	225.063,02	---	---	225.063,02
Yeni Şafak	1.148.827,50	942.980,49	---	2.091.807,99
Yenigün	225.615,50	1.491,00	---	227.106,50
Zaman	1.149.185,00	1.831.469,27	---	2.980.654,27
Toplam	**28.819.437,73**	**23.416.935,36**	**141.372,34**	**52.377.745,43**

Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunan yerlerde, 2004 yılında dağıtılan resmî ilan tutarı 41.828.720.140.000 YTL.'dir. Basın-İlan Kurumu'nun bulunduğu illerdeki gazetelerin 2004 yılında aldıkları resmî ilanların dökümü şöyledir:

"Ankara (11 gazete) 5.753.513.455.000 YTL., İzmir (5 Gazete) 2.991.734. 650.000 YTL., Adana (9 Gazete) 1.372.794.450.000 YTL., Bursa (4 gazete) 1.896.600. 225.000 YTL., Konya (6 gazete) 1.317.128.210.000 YTL., Gaziantep (15 Gazete) 681.005.800.000YTL."(Tablo 2)

Tablo 2: Basın İlan Kurumu'nun Şubeleri Bulunan Yerlerde Yayımlanan Gazetelerin 2004 Yılında Yayınladıkları Resmî İlanlar

İstanbul Gazeteleri

Akşam	1.253.702.500.000
Anadolu'da Vakit	898.769.500.000
Ayrıntılı Haber	224.419.800.000
Bizim Anadolu	349.781.075.000
Bizim Gazete	252.503.675.000
Cumhuriyet	865.257.000.000
Çağdaş Ulus	196.0 10.425.000
Dokuz Sütun	331.667.870.000
Dünden Bugüne Tercüman	1.211.032.500.000
Dünya	498.731.000.000
Ekonomi	156.495.475.000
Gazete 34	225.227.325.000
Gözcü	931.168.100.000
Günboyu	439.737.900.000
Güneş	1.087.782.400.000
Halka ve Olaylara Tercüman	558.405.000.000

Hürriyet	1.479.954.500.000
Hürses	227.101.300.000
İstanbul	277.864.500.000
İstiklal	222.944.450.000
Milli Gazete	419.737.920.000
Milliyet	1.334.813.600.000
Ortadoğu	505.784.875.000
Önce Vatan	326.449.200.000
Posta	1.186.213.800.000
Radikal	415.689.750.000
Referans	360.499.450.000
Sabah	1.388.431.000.000
Son An	225.152.500.000
Son Saat	185.016.375.000
Star	1.122.560.050.000
Takvim	1.175.165.900.000
Tünaydın	222.982.875.000
Türkiye	1.309.694.000.000
Türkiye'de Yeniçağ	854.079.000.000
Vatan	1.306.086.500.000
Yeni Asya	449.745.450.000
Yeni Devir	224.118.075.000
Yeni Mesaj	302.836.375.000
Yeni Nesil	227.188.325.000
Yeni Şafak	1.254.274.100.000
Yenigün	223.572.635.000
Zaman	1.1 07.295.300.000
Toplam	**27.815.943.350.000**

Ankara Gazeteleri

Belde	871.715.250.000
Tasvir	460.868.730.000
Anayurt	617.841.700.000
Günlük Haber	538.874.500.000
24 Saat	626.973.200.000
Ankara Ticaret	372.339.250.000
Ekonomik Yorum	370.574.025.000
Olay	464.774.350.000
Son Söz	528.395.900.000
Ankara İl	533.136.050.000
Gündem	368.020.500.000
Toplam	**5.753.513.455.000**

İzmir Gazeteleri

Ege Telgraf	415.271.125.000
Yeni Asır	1.193.686.500.000
Ticaret	416.916.550.000
Yeni Ekonomi	326.477.150.000
Haber Ekspres	639.383.325.000
Toplam	**2.991.734.650.000**

Adana Gazeteleri

Bölge	149.913.900.000
Ekspres	191.217.675.000
Toros	192.679.675.000
Yeni Adana	119.656.525.000
Zirve	184.541.150.000
Medya Yenigün	138.517.175.000
Gün-Aydın	188.793.375.000
Çukurova Merhaba	174.069.975.000
Adana 5 Ocak	33.405.000.000
Toplam	1.372.794.450.000

Bursa Gazeteleri

Bursa Hakimiyet	586.953.100.000
Olay	586.576.725.000
Bursa Haber	406.804.250.000
Kent	316.266.150.000
Toplam	**1.896.600.225.000**

Konya Gazeteleri

Konya Postası	234.577.540.000
Merhaba	265.784.105.000
Yeni Meram	265.764.530.000
Anadolu Manşet	199.150.775.000
Hakimiyet	291.361.010.000
Yeni Konya	60.490.250.000
Toplam	**1.317.128.210.000**

Gaziantep Gazeteleri

Gaziantep Bulvar	42.148.775.000
Doğuş	49.826.125.000
Gaziantep Ekspres	48.302.450.000
Gaziantep 27	49.447.500.000
Gaziantep'e Günaydın	47.581.200.000
Güncel	49.686.825.000
Gaziantep Güneş	50.034.200.000
Haber	44.392.050.000
Metropol	43.070.750.000
Olay	50.499..800.000
Sabah	46.850.250.000
Yeni Gap	39.754.250.000
Gaziantep'te Yenigün	48.682.850.000
Gaziantep'te Zafer	43.605.275.000
Gaziantep Oluşum	27.123.500.000
Toplam	**681.005.800.000**
GENEL TOPLAM	***41.828.720.140.000***

2004 yılında, Basın İlan Kurumu'nun şubelerinin bulunmadığı illerdeki gazetelere (422) 37.331.3436.235.048 YTL., ilçelerdeki gazetelere (453) ise 13.928. 610.051.169 YTL. Olmak üzere 51.260.046.286.217 YTL. tutarında resmî ilan dağıtılmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Basın İlan Kurumu'nun Şubelerinin Bulunmadığı Yerlerde 2004 Yılında Yay. Resmî İlanlar

İl Merkezi			**İlçeler**	
İl Adı	**Gazete**	**Resmî İlan**	**Gazete**	**Resmî İlan**
Adana		Kurum Şubesi	(11)	124.057.058.175
Adıyaman	(4)	284.836.300.000	(7)	107.116.424.000
Afyonkarahisar	(13)	545.248.000.000	(8)	179.612.000.000
Ağrı	(2)	87.000.000.000	(2)	51.700.000.000
Amasya	(4)	249.476.520.000	(7)	218.207.285.000
Ankara		Kurum Şubesi	(14)	310.180.060.000
Antalya	(12)	1.133.471. 754.625	(24)	862.889.604.910
Artvin	(5)	346.949.187.000	(5)	114.626.184.000
Aydın	(7)	489.272.395.000	(19)	716.807.098.160
Balıkesir	(8)	811.249.206.000	(22)	778.693.790.000
Bilecik	(1)	115.824.050.000	(1)	53.706.158.000
Bingöl	(1)	90.000.000.000	(-)	
Bitlis	(4)	221.300.935.000	(3)	86.085.972.000

Bolu	(11)	338.258.046.000	(3)	28.906.188.000
Burdur	(2)	276.655.750.000	(5)	86.480.250.000
Bursa		Kurum Şubesi	(13)	486.962.978.100
Çanakkale	(5)	583.854.250.000	(4)	175.644.591.250
Çankırı	(4)	290.000.890.000	(-)	
Çorum	(5)	729.235.249.500	(4)	39.385.144.500
Denizli	(15)	721.615.850.000	(8)	88.51 ı. 700.000
Diyarbakır	(6)	1.1 03.746.045.794	(6)	140.141.000.000
Edirne	(5)	479.987.386.000	(5)	210.504.124.000
Elazığ	(7)	732.461.030.000	(-)	
Erzincan	(2)	500.000.000.000	(-)	
Erzurum	(6)	988.131.543.000	(2)	72.784.750.000
Eskişehir	(8)	939.649.150.000	(2)	
Gaziantep		Kurum şubesi	(4)	67.402.861.500
Giresun	(5)	486.650.585.000	(1)	13.114.000.000
Gümüşhane	(2)	170.438.863.000	(1)	16.102.730.000
Hakkari	(8)	389.382.405.000	(3)	74.450.000.000
Hatay	(4)	589.840.700.000	(14)	542.939.093.507
Isparta	(14)	754.766.813.000	(7)	27 ı. 723.427.000
Mersin	(9)	682.647.750.000	(12)	466.740.043.377
İstanbul		Kurum Şubesi		
İzmir		Kurum Şubesi	(ll)	370.130.685.800
Kars	(8)	422.033.263.000	(3)	58.850.000.000
Kastamonu	(4)	634.805.041.000	(4)	28.918.508.000
Kayseri	(17)	1.167.753. 99.930	(3)	41.633.334.500
Kırklareli	(2)	364.636.297.000	(5)	287.434.010.000
Kırşehir	(8)	326.662.745.000	(2)	69.856.159.000
Kocaeli	(4)	815.882.161.328	(8)	474.651.864.471
Konya		Kurum Şubesi	(23)	393.463.262.000
Kütahya	(5)	484.620.188.000	(12)	304.891.863.000
Kahramanmaraş	(7)	584.290.000.000	(9)	317.070.950.000
Malatya	(12)	645.000.000.000	(2)	
Manisa	(5)	1.064.253.885.000	(14)	899.204.407.660
Mardin	(5)	400.192.910.000	(8)	83.493.993.351
Muğla	(5)	610.746.894.363	(29)	1.234.117.267.448
Muş	(2)	375.253.113.200	(-)	
Nevşehir	(3)	429.415.740.000	(2)	26.936.000.000
Niğde	(6)	418.890.202.000	(3)	92.628.698.575
Ordu	(4)	471.866.620.000	(8)	227.427.643.000
Rize	(4)	265.994.350.000	(4)	54.288.914.360
Sakarya	(5)	1.154.632.798.862	(-)	
Samsun	(10)	823.824.000.000	(8)	217.318.000.000

Siirt	(8)	240.657.525.000	(-)	
Sinop	(2)	271.012.410.000	(3)	149.006.250.000
Sivas	(5)	1.036.841.527.550	(2)	26.623.281.000
Tekirdağ	(3)	523.399.549.500	(10)	640.893.315.000
Tokat	(10)	485.234.613.000	(11)	269.929.620.775
Trabzon	(5)	1.100.944.000.000	(4)	66.009.034.500
Tunceli	(3)	220.220.550.000	(-)	
Şanlıurfa	(5)	520.804.038.000	(7)	123.557.125.000
Uşak	(9)	200.031.452.392	(5)	64.557.844.500
Van	(5)	1.117.900.000.000	(2)	178.700.000.000
Yozgat	(4)	443.356.374.000	(10)	211.540.233.000
Zonguldak	(4)	552.304.000.000	(5)	294.189.000.000
Aksaray	(4)	354.923.000.000	(-)	
Bayburt	(6)	150.277.631.830	(-)	
Karaman	(2)	200.000.000.000	(1)	25.000.000.000
Kırıkkale	(9)	649.478.499.000	(-)	
Batman	(15)	550.017.412.000	(-)	
Şırnak	-		(1)	
Bartın	(1)	109.786.000.000	(-)	
Ardahan	(3)	274.516.160.000	(1)	17.722.500.000
Iğdır	(3)	274.304.115.000	(-)	
Yalova	(2)	246.961.000.000	(-)	
Karabük	(5)	490.132.576.254	(5)	127.335.802.750
Kilis	(2)	123.098.350.000	(-)	
Osmaniye	(10)	294.566.289.000	(9)	119.894.293.000
Düzce	(2)	307.965.170.000	(2)	45.861.675.000
Toplam	**(422)**	**37.331.436.235.048**	**(453)**	**13.928.610.051,169**
GENEL TOPLAM:	**37.331.436.235.048 + 13.928.61 0.051.169 = 51.260.046.286.217 TL**			

Bu makale kaleme alındığında: Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunan ya da bulunmayan yerlerdeki gazetelerde, 2005 yılında yayımlanan resmî ilan tutarları henüz açıklanmadığından bu artışın, İstanbul'da dağıtılan resmî ilanlardaki (2004'ten 2005'e) kadar gerçekleşmiş olabileceği var sayımından hareket edilmiştir.

Buna göre, Basın İlan Kurumu'nun şubesi olan yerlerde, bir önceki yıla oranla 2005 yılı resmî ilanlarının 42.980.581.000 YTL. (yüzde 3 artış) olduğu varsayılmıştır.

Aynı şekilde Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunmayan yerlerde bir önceki yıla oranla 2005 yılı resmî ilanlarının 52.797.847.000 YTL. (yüzde 3 artış) olduğu öngörülmüştür.

Görüldüğü gibi Devlet'in 150 milyon'u aşkın Yeni Türk Lirası, yaygın basın da dahil olmak üzere 1.000'e yakın gazeteye dağıtılmaktadır.

Ağırlıklı Destek, Okunan Gazetelere Değil

Ama ne yazık ki, ağırlıklı olarak yerel basına yöneltilen bu mali destek, nesnel ölçütlere rağmen, okunan gazetelere değil de, ya resmî ilan geliri elde etmek, ya prestij ya politik ya da "tam sınıflandırılamayan özel amaçlarla" basılan; satılmak ne kelime, tezgah üstüne bile çıkarılmadan "özel dağıtıma tabii tutulan" gazeteler arasında bölüşülmektedir.

Yukarıda birkaç örnekle dile getirilen sonuçlar, Türkiye'de iki tür yerel gazete sahibi, patronu ya da yöneticisi bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bunlardan bir bölümü "her türlü koşulda gazetecilik yapmaya çalışan çok küçük sayı ve orandaki idealistler"dir. Ötekiler ise "resmî ilan gelirlerinden yararlanmak yoluyla gazetecilik dışında değişik amaçlarını gerçekleştiren çıkarcılardır".

Sonuç

Basına, devlet desteğinin, siyasal çıkar ve baskılardan uzak bir biçimde, kişisel tercihler yerine, nesnel ölçütlerle gerçekleştirilmesi öngörülerek, "Fikir ve içtihat farkı aranmaksızın, resmî ilanların mevkutelerde yayınlanmasında aracı olmak" amacıyla 1961 yılında çıkarılan (Kabul Tarihi 02.01.1961) 195 Sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun" artık işlevini yitirmiştir.[19]

Yasada, resmî ilanların dağıtımında göz önünde tutulan, A) Münderecat (içerik), B) Sayfa sayı ve ölçüsü, C) Kadro, Ç) Fiili satış D) En az yayın hayatı süresi, ölçütleri, artık günün koşullarına uydurulmalı ve çok daha iyi bir biçimde denetlenmelidir. Ayrıca müeyyideler (yaptırımlar) ağırlaştırılmalıdır.

Sonuçta temel bir öneri getirmek gerekirse;

"Yerel basının tümüne, devletin sınırlı gelirlerinin çok önemli bir bölümünün, yararsızca dağıtılması yerine, gazetecilik yapma girişimlerini sürdüren ger-

[19] Basın İlan Kurumu Mevzuatı, 2004, s.13.

çek yerel gazetelerin desteklenerek, kamuoyunun oluşmasına katkı sağlayacak ve böylece Türkiye'de çoğulcu demokrasiye ulaşılmasını kolaylaştıracak bir ortam yaratılmalıdır.

Bunun gereği de, Türkiye'de basılan gazete sayısını değil, okunan gazete sayısını artırmak için acil önlemler almak olmalıdır."

Kaynakça

- *Anadolu Basını 1993,* Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayını, Özkan Matbaacılık. Ankara, Eylül 1993.
- *Basın İlan Kurumu Aylık Tiraj Raporu,* İstanbul, Ocak 2006.
- *Basın İlan Kurumu Mevzuatı,* İstanbul, 2004.
- *Basın İlan Kurumu Raporu,* İstanbul, Şubat 2006.
- Fisher, Desmond: *Le Droit a la Communication,* Etudes et Documents d'Information, No: 94, Unesco, Paris, 1984.
- Girgin, Atilla: *Haber Yazmak,* 3. Baskı. DER Yayınları. İstanbul: 2005.
- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- Girgin, Atilla: *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, 2. Baskı, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003.
- Ilgaz, Ceyda: *Küreselleşme ve 1980 Sonrası Türk Toplumuna ve Basınına Yansıması,* İstanbul, Doğan Ofset, 2000.
- Işık, Metin: "Globalleşme-Yerelleşme ve Medya", *Selçuk İletişim,* Sayı 4., Ocak 2001.
- Perin, Cevdet: *Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü,* Ankara, Remzi Kitabevi, 1974.
- *Türkiye'de Süreli Yayınlar–1998, Ankara,* Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, 1998.
- Ünal, Şinasi: "Yerel Basın ve Sorunları", *Yeni Türkiye,* 96/12.
- Vural, Ali Murat: "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye,* 96/12.
- *Yerel Basında Arayışlar ve Antakya Durağı,* Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını, Ocak 1998.
- *Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları,* İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 1998.

EKONOMİ BASININDA TARİHSEL GELİŞME VE YEREL BASINDA EKONOMİK HABERLER

Osman Saffet Arolat*

Öncelikle, dünyada ve Türkiye'de nasıl, nereden başladık ve nereye geldik, onu ortaya koymamız gerekiyor. Dünyada, Uzak Doğudan, Akdeniz limanlarına gelen ürünlerin belli el yazıları ile ortaya konulması, 14. yüzyılda ilk ekonomik deneyler olarak görünüyor. 15. yüzyıla geldiğimizde, keşifler ve onun ardından Kuzey ve Güney Amerika'dan gelen mallar, çeşitli mallar; yağlar, bitkisel yağlar, hayvansal yağlar ve keresteler ve benzeri maddelerin Anvers, Londra ve Lizbon gibi limanlara, Avrupa'ya geldiğini görüyoruz. Bunların gelişi ile beraber bunların hinterlandına duyurulması, dağıtım alanlarına yayılması sırasında da bu şeyin, el pedalları ile yapılan, belli günlük bilgi notlarının ilk ekonomi basını içerisinde yer aldığını görüyoruz. 16. yüzyılda 1531'de Anvers'de, 1540'da Lyon'da başlayan mal borsaları kuruluyor ve haftanın beş gününde bu borsalarla ilgili bültenler yayınlanmaya başlıyor. 1724'de Paris'te, 1775'de Londra'da ve 1792'de New York'ta hisse senedi ve tahvil borsası kuruluyor ve bu ilk ekonomi yayını diyebileceğimiz gerçek ekonomi yayını diyebileceğimiz yayın bununla birlikte başlıyor. 1760'da Londra'da "Kamusal Hesap Defteri" adı altında bir yayın ortaya atılıyor. 1796 tarihinde de Hollanda'da "Het Financielle Dagblad" yayınlanmaya başlıyor. Ancak, ekonomi basınının, önemli sıçramasını yapması için sanayi devriminin gelmesi ve sanayi devrimine bağlı olarak da rotasyon sisteminin gelişmesi gerekiyor. Yani iki temel sıçrama noktası oluyor. Bu ikisi, birbiri ardınca geliyor ve bu iki olgunun üst üste binmesi sonunda, 1812 tarihinde Londra'da "London Times" yeniden satılmaya başlanıyor ve "Penny Paper" denilen bir gazetecilik modeli yayılıyor. Ekonomi basınının ilk önemli ayağı, bizim, tarihte gördüğümüz en önemli ayağı bu. Çünkü rotasyon, hızla etrafa yayılmasına sebep oluyor, aynı zamanda da sanayi devrimi ile gelen ekonomik işlerliğin artışı da, bu rotasyonla üst üste binince bir patlama görünüyor. İşte bir anlamda bu dönüşüm, iç pazar yerine, uluslararası pazarları da ortaya çıkarıyor ve bu uluslararası pazarların ortaya çıkması ile de, bizim Tokat'taki ticari bezimiz ortadan kalkıyor. Tokat'tan

* *Dünya* Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni.

Avrupa saraylarına giden el dokumalarının üretildiği hanlar yavaş yavaş tarihe karışıyor ve Manchester tezgahlarında üretilen mallar üzerine artık bir başka boyutta anlatım başlıyor.

Doğaldır ki, bu hızlı gelişme karşısında bireysel değerler, bireysel birikimler yetmemeye başlıyor ve bu kapitalist sistemin en önemli sıçramasını yapan sermaye birikimini bir araya getiriyor. Sermaye birikimi, bankalar ve finans kurumlarını hızlandırıyor ve bu hızlanma ile beraber de ekonomi basını gerçek anlamda, bugünkü anladığımız anlamda, dünyada yaygınlaşmaya başlıyor. 1825'de Paris'te *Paris La Cote Dlesfos*, Zürih'te 1961'de *Schwezerishe Handel Zeitung*, 1865'de Milano'da *İl Sole 24 Ore*,1876'da Tokyo'da *Nihon Keizai Schimbun*, 1881'de Brüksel'de *L'Echo*, 1888'de Londra'da *Financal Times*, 1889'da New York'ta *The Wall Street Journal*, 1893'de Madrid'te *Espano Economia* ve 1896'da Kopenhag'da *Borsen* yayınlanmaya başlıyor. Bu saydığım yayın organlarından hemen hemen tüme yakını, yüzyıldan uzun bir süredir yayın hayatında kalmış olan yayınlar olarak biliniyor ve bunlardan iki tanesi bildiğiniz gibi, şu anda dünyanın en önemli ekonomi yayınları olarak karşımıza çıkıyor. Birisi *Financial Times*, birisi *The Wallt Street Journal*.

İkinci Dünya Savaşı'na kadar geçen sürede çok ciddi bir değişim görmüyoruz ekonomi basınında. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, milli gazeteler yayınlanıyor. Dünyanın hemen hemen her ülkesinde, bir milli ekonomi gazetesinin yaratılması hareketi başlıyor. Bu vesile ile, 1946 tarihinde Almanya'da, *Handelsblatt* gazetesi, Almanya'nın ekonomi gazetesi olarak yayın hayatına giriyor, ki o da, yarım yüzyılı geçmiş vaziyette bugün.

1980'lerde, dünyada küreselleşme rüzgarının esmeye başlamasıyla birlikte, yayıncılıkta, ekonomi yayıncılığında da üç önemli temeli bir arada yaşadığımızı görüyoruz. Bunlardan biri, öncelikle ekonomi basını, dünyanın çeşitli ekonomik merkezlerinde muhabirler beslemeye başlıyor. İkincisi, Avrupa ve Asya'da, Amerika'da önemli merkezlerde özel baskılar yayınlamaya başlıyorlar. 2 Ocak 1979'da *Financial Times*, Frankfurt'ta, Kıta Avrupa baskısını yapıyor, bu baskı uzun bir süre *Türk Hürriyet* gazetesinin oradaki matbaasında yürütüldü. 31 Ocak 1983'de *The Wall Street Journal* da *Europa*'yı çıkartıyor ve o da, Avrupa'ya dönük bir gazeteciliği burada yürütmeye başlıyor.

Üçüncü önemli gelişme; bu alanda, yöresel yayınlarla merkezi yayınlar arasındaki işbirlikleri oluyor. Bunların ilk örneğini Estonya'da görüyoruz. Burada, Estonya'da bir İsveç gazetesi, bir Estonyalı ile birleşiyor ve 40 bin tiraja ulaşan

Aripaev dergisini yayınlamaya başlıyor. Avrupa'da ekonomi basınının iki temel özelliği var. Bunlardan biri tezgahta seçilme özelliği. Rengi pembe oluyor ve tezgahta kolay seçilen bir yayın oluyor. İkincisi, temel olarak gazetelerin yayınlarının bir kısmının, çok dar bir kısmının bayiye gitmesi, önemli bir bölümünün abone satışlarına yönelmesi oluyor. Bu, dünyadaki bütün ekonomi basınının hemen hemen temel özellikleri olarak karşımıza çıkıyor.

Türkiye'ye geldiğimizde gördüğümüz manzara şu; Türkiye'de geçen yüzyıl ortasında, geçen yüzyılın ikinci çeyreğinde yavaş yavaş basının ortaya çıktığını görüyoruz ve Türkiye'de ekonomi ile ilgili ilk basın örneklerini doğrudan doğruya Fransızca gazeteler olarak görüyoruz. Bunlar bir süre devam ediyor, ama esas itibariyle bizim Türkiye'de ekonomi basınından bahsedebileceğimiz dönem, Cumhuriyet sonrası oluyor. Cumhuriyet sonrasında Zeki Cemal Bey 1928 yılında *Ekonomi* gazetesini kuruyor. Bunu Ahmet Sukuti Tukel Beyin, bugün de oğlu Ahmet Tukel tarafından devam ettirilen *İzmir Ticaret*'i izliyor, 1942 tarihinde. O zamana kadar gazetelerde ekonomi haberi denilen şey, pahalılık haberleri, yasak et kesimleri ve benzeri şekilde gazetelerde ekonomi haberlerinden söz edebiliyoruz. Bunların hemen ardından 1948 yılında bir işadamı, Hasip Edip Törehan, *Yeni İstanbul* gazetesini yayınlamaya başlıyor ve *Yeni İstanbul* gazetesinde emtia borsaları ve kota hareketlerini ortaya koyan bazı haberlerin, bazı bölümlerin olduğunu görüyoruz. 1963 yılına geldiğimizde, Ercüment Karacan Bey, Genel Yayın Müdürü Abdi İpekçi Beyle bir karar alıyorlar ve *Milliyet* gazetesinde ticaret ve iktisat bölümü olarak, yarım sayfalık bir bölüm açıyorlar. Bu bölüm, Ali Gevgilili tarafından yönetilmeye başlanıyor ve Gevgilili, 1980 yılına kadar bu bölümü yönetiyor, daha sonra bu, çok kısa bir süre sonra tam sayfaya dönüyor ve ilk ciddi ekonomi sayfası olarak görüyoruz bu sayfayı. Bu sayfada Prof. Dr. Haluk Cillov, Erdoğan Alkin, Nilgün Uysal gibi imzaların çeşitli dönemlerde makalelerinin yayınlandığını görüyoruz. Bu olayda, ekonomiye biraz dıştan bakma, biraz, ekonomiyi yönetimin bir parçası olarak görme gibi bir özellik var. Ali Gevgilili'nin makalelerini anlayabilmek, gerçekten o zamanın gençleri için en önemli başarılar gibi kabul edilirdi. Çünkü gerçekten Gevgilili, zor bir dille, biraz da anlaşılması güç makale türleri yazardı. Sayın Cillov, zaten doğrudan doğruya istatistik ve ticaret üstüne detaylandırmalar yapardı.

1960'lı yılların sonunda Yavuz Toker tarafından ilk teksirli yayın başlıyor. EBA Ajansı (Ekonomik Basın Ajansı) Ankara'da, Teksifbülten yayınlarına başlıyor, bunu bir süre sonra Altan Öymen'in ANKA'sı izliyor. Ethem Yazgan'ın TÜBA'sı izliyor ve İstanbul'da Aydın Engin ile benim başlattığım İSTA Ajansı izliyor.

Bunların hepsi teksirle, çeşitli işadamlarına 200, 300 tane işadamına, aboneli bir şekilde ekonomik olayları anlatan broşürler, belgeler olarak başlıyor.

1975 yılına geldiğimizde, *Hürriyet* gazetesinin orta sayfasında yukarıdan aşağıya inen tek sütunluk bir bölüm görüyoruz. Bölümün adı "İş ve İşçi Dünyası" bölümü. Bu, "İş ve İşçi Dünyası" bölümünü, o sırada Doğan Koloğlu yönetiyor ve orada işçi ve işveren haberleri var. Sadece, gazetede bu kadarlık bir bölüm var. Bu arada, *Cumhuriyet* gazetesinde de aynı dönemde, haftada bir iki sayfa yayınlanmaya başlıyor. Melih Tümer'in başlattığı sayfa. Daha sonra bu sayfanın yazarları olarak Hasan Başer Kafaoğlu ve Yalçın Küçük'ü görüyoruz. Burada, ekonominin toplumsallaşması diyebileceğimiz bir model karşımıza çıkıyor ve ekonomik olayların toplum dengesi içerisinde nereye oturduğunu bu yazarlar bize anlatmaya başlıyorlar. 1980 yılında iki önemli gelişme görüyoruz, Türkiye ekonomik gazeteciliğinde. Bunlardan birisi Necati Doğru'nun hareketi. Doğru, 20 sayfalık bir raporla, Londra'da bulunan patronu Haldun Simavi'ye, günlük bir ekonomi gazetesi çıkarılması gereği üzerine bir yazı gönderiyor. Haldun Simavi, kendisini çağırıyor ve bu gazeteyi kurması için Londra'da uzun görüşmeler yapıyorlar; ama o sırada, 12 Eylül hareketi olduğu için, Haldun Simavi bunun gazetenin siyasal boyutunun daralmasından dolayı gazete içine girmesinin uygun olacağını düşünüyor ve dört sayfalık, siyah beyaz ek olarak, *Günaydın* gazetesinin, o güne kadar daha ziyade çıplak bayan, biraz da karışık haberler yapan *Günaydın* gazetesinin içine ciddi bir bölüm olarak giriyor. Hasan Cemal'lerin, Necati Doğru'ların yer aldığı bir bölüm olarak bu dört sayfalık yapıyı görüyoruz. Burada, yeni bir habercilik geliştiriliyor. Necati Doğru'nun başlattığı olayda; Şemsi Yücel, Selim Türsel, Ruhi Sanyer gibi bugün de ekonomi basını içerisinde yer alan dostlarımız görülüyor. Bunlar bizim alıştığımız ekonomi haberciliğini bırakıp, "cep ekonomisi" diyebileceğimiz bir modele geçiyorlar ve bu modelde de anlatımı, mümkün olduğu kadar volgarize ederek yapıyorlar. "Dolar asansöre bindi yükseliyor" diye bir başlık görüyorsunuz bugün. Bir başka, süt verimi azalan inekler için "Bizim inekler öküzleşti"yi görüyorsunuz. Bir başka gün "İhracat Patladı, ithalat vitese taktı" gibi bir başka başlık görüyorsunuz. Bunların hepsi birdenbire insanların ekonomiyi anlamasına yardım etmeye başlıyor.

İkinci önemli gelişme bu dönemde, Adnan Düvenci Bey'in *Demokrat İzmir* gazetesi, Dinç Bilgin tarafından İzmir'de satın alınıyor ve bu gazete *Rapor* isimli bir ekonomi gazetesine çevrilmeye çalışılıyor. *Hürriyet* ile beraber ortaklık içerisinde yapılmaya çalışılıyor; ama başarılı olmuyor bu deney. Bu deney

başarılı olmayınca *Hürriyet* gazetesi, zaten siyasal olarak da başına bela olmaya başlamış, kendi *Dünya* gazetesini, siyasal gazeteyi, ekonomi gazetesine çeviriyor, 1981'de 12 Eylül Harekatı'nın hemen ardından, orada garip yazılar yayınlanıyor, o serilerden dolayı gazetenin başı belaya giriyor, "bunu ekonomiye çevirsek iyi olur" diyorlar ve gazete, ekonomi gazetesine çevriliyor. Cahit Düzen, Genel Yayın Müdürü oluyor. Bir süre sonra, Nezih Demirkent gazeteden ayrılmak zorunda kalıyor, *Hürriyet* gazetesinden. Kendisine yüzde 60 tazminat olarak veriliyor. Bu gazete, o günden sonra Nezih Demirkent'in gazetesi oluyor. 1981 yılında başlıyor, o günlerde 1500 civarında satan gazete, Nezih Demirkent tarafından alınıyor. Türkiye'nin en çok satan gazetesini yöneten bir gazeteci, kendi bilmediği bir alanda, ekonomi alanında yeniden bir maceraya başlıyor ve bugün *Dünya* gazetesini çıkarıyor. Bu dönem aynı zamanda, Türkiye'de bir başka ekonomik rüzgarın estiği bir dönem olduğu için de, ekonomi yayıncılığının 1980 sonrasında hızla geliştiğini görüyoruz. Çünkü, 1980 yılına kadar Türkiye'de, tasarruf mevduatlarının karşılığı alınan faizler, insanların sadece yatırdıkları paranın geriye dönüşünü getirmeyen negatif faiz durumunda. Oysa, 1980'den sonra bildiğiniz gibi, çok büyük problemler yaşasak da banker olayı ile karşılaşıyoruz ve pozitif faizle tanıştı Türk halkı. Türk halkının pozitif faiz ile tanışmasının yanı sıra, birdenbire ekonomi ile ilgili seçenekler de artmaya başlıyor. Sadece faiz olayı değil, faiz dışında başka enstrümanlar da hayatımıza girmeye başlıyor ve birdenbire 20, 30 seçenekli bir ekonomik modelle karşı karşıya kalıyor tasarrufçu. Bununla karşı karşıya kalınca, bunu öğrenmek istiyor ve bu yüzden de hızla 1980 sonrasında, ekonomi basınında tırmanma görüyoruz. Öyle bir tırmanma görürüz ki, 1986 yılında İMKB açılıyor ve İMKB'nin ikinci açılışıdır bu, ondan sonra daha büyük bir hızlanma görülüyor. Birdenbire, o, *Hürriyet* gazetesinin içerisindeki tek sütunlu yer, bir sayfaya dönüşüyor, iki sayfaya çıkıyor, üç sayfaya çıkıyor ve bugün altı sayfaya kadar çıkan bir ekonomi gazeteciliği başlıyor. Bu başlarken de, aynı zamanda, alan gazeteciliği de başlıyor. Yani borsayı bilen gazeteciler, banka finans kurumlarını bilen gazeteciler, sanayi kurumları ile ilgili olanlar. Anadolu'daki sanayi olayları ile ilgili olanlar ortaya çıkmaya başlıyor. Bu sıralarda yine 80'li yıllarda, Can Aksın'ın *Günaydın*'da, *Ekonomik Bülten* isimli bir haftalık gazete çıkarttığını görüyoruz. Bir süre sonra *Sabah*'a geçiyor Can Aksın, *Ekonomik Bülteni* orada da yazıyor, kendisi *Sabah*'ta, *Barometre* isimli bir yayın daha çıkartmaya başlıyor. 1995 yılında da Çetin Gürel, *Sabah* gazetesinden ayrıldıktan sonra, *Gözlem* gazetesini İzmir'de yine haftalık olarak çıkarıyor.

Dergiler bölümüne baktığımızda, ilk olarak dergiler içerisinde ekonomi bölümünü gördüğümüz yer, *Ortam* dergisi. *Ortam* dergisinde 1971 yılında Ali Necat Ölçen, ekonomi bölümünü yönetmeye başlıyor ve hiç anlamadığımız bir şekilde birdenbire diyagramlar filan giriyor sayfalara. Böyle bir takım çizgiler, bir takım şeyler olmaya başlıyor. Acaba bu nerden çıktı, filan derken, birdenbire başka basın yayın organlarında da bunu görmeye başlıyoruz. 1980 yılında, Meban için *Para* dergisini çıkarıyor Şeref Özgencil. Prof. Erdoğan Alkin, Prof. Demir Demirgil, Prof. Akın İlkin ve Tuncay Artun derginin yazarları. 1986'da Ali Bilge, *İktisat ve Finans*'ı çıkarıyor, 1992'de Ali Karacan, *Kapital*'i çıkarıyor, 1993'de *Hürriyet C harfli Kapital*'i çıkarıyor, onun devamında, 1995'de *Sabah, Power*'ı çıkarıyor; İntermedya, *Makro*'yu çıkarıyor; *Akşam, Platin'i* çıkarıyor ve son olarak *Dünya* gazetesi, *Globus* adlı bir aylık dergi çıkarıyor. Bunlar da ekonomide derinleşmeyi isteyenler için yayın organları olmaya başlıyor.

1988 yılında haftalık dergi türündeki haftalıklarla karşılaşıyoruz. Gazete türünde olanı daha önce Can Aksın çıkarmıştı. Mustafa Sönmez, *Ekonomik Panaroma*'yı çıkartmaya başlıyor. Hakan Feyyat'ın *Para*'sı takip ediyor bunu, Nasullah Ayan'ın *Trend*'i takip ediyor ve 1991'den sonra en çok satan ekonomi dergisi, *Hürriyet* tarafından, ekonomiden yetişme Şemsi Yücel'in çıkarttığı *Ekonomist* dergisi oluyor. Bu dergi, bugünlerde 60 bin civarında tirajlı olan bir dergi olma özelliğini taşıyor. 1994'de *Sabah* grubu bunun karşısına *Para*'yı çıkarıyor. *Borsacı, Borsamatik, Seans* ve benzeri dergiler de son dönemlerde yayın hayatına giriyorlar.

1996 yılında Gökhan Çırnaz yönetiminde *Milliyet* grubu kendi ekonomi gazetesini, *Finansal Forum*'u çıkarıyor, bundan bir süre sonra Masum Türker, *Hürses* gazetesini, maliyecilerin gazetesi olarak çıkartmaya başlıyor. 1997'de de *Sabah* gazetesi, Tayfun Devecioğlu yönetiminde *Liberal Bakış*'ı çıkartıyor, *Liberal Bakış* bir süre sonra kapatılıyor.

Türkiye'de yabancı ekonomi gazetelerinin ne durumda olduğuna baktığımız zaman gördüğümüz manzara şu; *Financial Times* 2 bin 353 adet satılıyor Türkiye'de. *The Wall Street Journal* da 1350 adet satıyor bu dönemde.

Ekonomik medya alanında, üç önemli yabancı ajans Türkiye'de hizmet veriyor. Bunlar Reuters, 1990'da Telerate Bridge ve son iki yıldır da Blumberg ajansları bu hizmeti veriyorlar. Ayrıca Türkiye'de bunlara benzer bir hizmeti Boğaziçi Data isimli bir yerli kuruluş da veriyor.

Televizyon alanında 1994 yılında Hakan Çizem tarafından Kanal E isimli İstanbul'da bölgesel bir ekonomi kanalı kuruluyor. 1997 yılında da Cavit Çağlar NTV'yi kuruyor. Şimdi bu iki yayın organı da Doğuş grubunun sahipliğinde yayınlarına devam ediyorlar. Bunun yanında, birçok televizyonda da özellikle borsa ağırlıklı ekonomi programlarının yer aldığını görüyoruz. Radyo Foreks ekonomi yayımcılığı yapan bir gazete ve bir radyo olarak devam ediyor.

Sanırım bu tarihi gezinti ekonomi haberciliğinde nereden nereye geldiğimizi aşağı yukarı ortaya koydu. O yüzden gezintinin sonrasında ekonomi basınının diksiyonunun ne olması gerektiği sorusunu şimdi sorup, bu misyona cevap vermeye çalışmamız gerekiyor.

Biz habercilerin görevi, bilgi akımını sağlamak. Bunun aracı olarak haber, fotoğraf, ses, film gibi unsurlardan yararlanmak ve bunu doğrudan aktarmak. Bu çok uzun bir süre, doğrudan aktarım, düz aynadaki bir aktarım olarak karşımıza çıkıyor. Özellikle 1970'li yıllara kadar, aktarım olan olay, mümkün olduğu kadar benzeri şekilde aktarılmaktaydı, son dönemlerde dünyada ve Türkiye'de burada bir ara manipülatörler girmeye başladı. Haberin düz aynadaki aktarımı, demokratik işlevinin yerine, manipülatörlerin girmesiyle ticari işlevinin ağırlık taşıdığı bir yeni model gelişti. Bu yeni model gelişmesinin ilki, bizi yeniden eskiye dönük, eski haberciliğimizi aramaya yöneltiyor. Şimdi bir takım insanlar halkın böyle düşünmesi gerektiği konusunda kararlar veriyorlar. Bunun, iki önemli savaştaki örneğinden kaynaklandığını görüyoruz. Vietnam Savaşı sırasında Amerika'nın AP ve UPI ajansları Vietnam Savaşı'nın en acımasız fotoğraflarını yayınladılar. Biz yaşta olanlar bilir ve gençlerin bilmesi mümkün değil; ama biz yaşta olanların bildiği önemli fotoğraflar vardı. Bunlardan bir tanesi iki kare; birinci kare, bir Vietnamlı Amerikan taraftarının, bir Vietnamlı çetecinin başına dayadığı bir silah resmini, ikinci karede, çetecinin öldüğünü görürüz. Bir ikinci fotoğraf, daha sonra doçent olduğunu öğrendiğimiz bir Vietnamlının. Vietnamlı çocuğun çırılçıplak koşuşunu biliriz. Napalm bombasından kaçmayı anlatır, bu fotoğraf. Bir üçüncü fotoğraf, bir 'Rambo' görüntülü Amerikalı, bir ormanlık yerden çıkmaktadır ve 1.40 boyundaki bir Vietnamlı kadın bunu esir almıştır. Adam elleri kafasında yürümektedir. O fotoğraftır. Belki bunlara eklenebilecek bazı başka fotoğraflar da vardır. Ama sonuç, o dönemin yaptığı, muhabirlerinin yaptığı bu yayın, Amerika'da Johnson'ın koltuğunu kaybetmesini doğurur ve dünyada çok önemli bir üçüncü dünya rüzgarını estirir, Vietnam hareketinden sonra. Oysa, 1992'ye geldiğimizde Körfez Savaşı'nda görüyoruz ki, yine Amerikalı

bir fotoğrafçı Time'a çalışmaktadır ağırlıklı olarak ve bir fotoğraf çeker. Fotoğraf, Irak'ta havadan bombalanmış bir kamyonun resmidir. Bu kamyondan yanarak kaçmakta olan bir insanı göstermektedir bu fotoğraf ve bu fotoğrafın eski bir fotoğrafçı olarak mutlaka Time'ın kapağında iki hafta sonra görüleceğini zanneder fotoğrafçı, ama göremez. Bunun üzerine bizim gazetecilerin yaptığı bir oyun vardır, hepimizin yaptığı bir oyun vardır. Burada, "anlamadı benim editörlerim, o zaman ben bunu el altından başka bir yere vereyim de oradan çıksın" deriz. O da, onu alır, UPI Ajansına verir, UPI ajansında sonuç bekler, aldığı cevap şudur; "Biz insanların sabah kahvaltılarında böyle çirkin görüntüleri izlemesini istemeyeceklerini düşünüyoruz." Düşünüyoruz, yani birisi oturmuş, insanlar adına düşünüyor ve bu fotoğraf yayınlanmaz ve Körfez Savaşı'ndaki olaya bakışla, Vietnam Savaşı'ndaki olaya bakış arasındaki bu farklılık, haberin ticari meta olmasıyla, haberin demokratik işlevi arasındaki farklılığı, haberin düz aynada anlatılması ile haberin lunapark aynalarında aktarılması özelliğini çok net bir şekilde ortaya koyan bir yapıdır. İşte değiştirmemiz gereken, yeniden bulmaya çalışmamız gereken değer, sanıyorum bu olmaktadır.

Haberciliğin görevinin bu olduğunu söyledikten sonra, ekonomik sorunları ele aldığımız son noktada varılması gereken amacın ne olduğunu da ortaya koymamız gerekiyor. İnsanların refahı ve zenginliğin artması ve yaşamın kolaylaştırılmasına yardım etmelidir ekonomik haberler. Hedef bu olunca, biz ekonomi yayıncılarının görevi de kitleleri bilgilendirmek ve akımını sağlamaktır. Bilginin verimliliği, onun zenginlik yaratmada araç halini alabilmesi için açık ve şeffaf olması zorunludur. Bilgiye ulaşmada ve aktarmada manipülasyon, sekme ve yanlış yönlendirmenin olmaması gerekir. İnsanların tercihlerini, doğru yapabilecekleri bir ortam yaratacak şekilde onlara ulaştırmak zorunluluğu vardır.

Piyasa sisteminin rekabete dayanan yapı içerisinde kalite, maliyet ve kaynağın etkin kullanılabilmesi doğru ve sürekli bilgiye ihtiyaç gerektirir. Ekonomi basınına düşen de, bu doğru bilgiyi açık, anlaşılır, tam ve sürekli olarak kullanabilmektir ve bunu süreklilik taşıyan bir ürün haline getirmektir. Bu bilgilenme; ekonomi piyasalarında belirsizliğin azalmasına, belirliliğe ve riskin taşınabilir hale gelmesine sebep olur. Risk, gelişmeye açık çözümlenebilir bir sorundur. Belirsizlik, bir boşluk yaratır ve çözümsüzlük üretir. Belirsizlik, karar verme sürecini bozar. Belirsizliğin, bilgi ve riske dönüşmesi için girişimciliği öne çıkarmak gerekir. Risk alabilmenin, girişimcilerin karar

verme konumuna gelebilmesinin bir ucunda mutlaka ekonomik haberciler vardır. Bu, ülke insanının refahına dönük, yararına dönük bir ortam yaratılması sonucunu beraberinde getirecektir. Ekonomi basını, buna ortam hazırlayabiliyor, bu bilgilendirme görevini doğru yapıyorsa, yararlı bir iş yapmaktadır. Manipülasyonlar, eksik ve yanlış bilgiler ve belirsizlikler yaratıyorsa, yanlış içerisindedir ve faydasız bir konumdadır. Birinde, kitleye ve ülkeye hizmet söz konusudur, diğerinde, belli bireylere ve belli gruplara hizmet söz konusudur. Bu ikisi arasındaki farklılığı çok iyi sezmemiz gerekmektedir. Ekonomi basınının iyi bilgi verebilmesi için iki temel unsura ihtiyaç vardır. Birisi, habercilerin bilgi düzeyi; diğeri, bilgi kaynaklarının tutumu. Ekonomi muhabirlerinin bilgi düzeyini geliştirmesi için uzmanlığa yönelik kendi alanlarında derinleşmeleri gerekir. Kendini sürekli yenileyen, değiştiren bir bilgi akım sistemi oluşturabilmelidir. Arşive dayalı, biriktirmeye dayalı bir model geliştirmek zorundadır. Kendini yenileyebilmek için farklı düşüncelere açık, ön yargısız bir tutum izlemek zorundadır. Karar sürecinde bilgiyi paylaşıcı olması gerekir. Bütün bunların sonunda kendini yeniden üretebilecek, değişime açık bir model içerisinde yer alması gerekir ekonomi basınındaki bireyin. Soruna, bilgi kaynaklarının durumu açısından yaklaştığınızda, ilk önemli saptama, bilgi kaynaklarının önünü açıcı bir kurumsallaşmanın toplumca istenmesidir. Toplumun bireyleri, demokrasiyi hayat tarzı olarak topluma yerleştirme çabası içerisinde olmalıdırlar. Tek sesli tuzağından uzaklaşarak, farklı düşünceleri zenginlik sayan ve bu yönde çaba sarf eden bir yol izlenmesi gerekir. Karar öncesi bütün farklılıkları ortaya koyabilen, karar sonrası uygulamada, sapmadan yoluna devam eden bir yol seçilmelidir. Toplumda demokrasi eğitimi yoksa, az gelişmişlik, gizlilik saplantısı tutumuna dönüşür. Bilginin paylaşılarak geliştirici özelliği unutulur, bilginin paylaşılarak çoğalması özelliği unutulur, bilginin açık dolaşımı ve şeffaflığı terkedilir. Bu model içerisinde olaya bakıp, kendimizi bu model içerisinde değerlendirmemiz gerekir.

Anadolu'daki ekonomi basını haberciliğine geldiğimizde, elimizde çok ciddi kaynaklar yok. Ama gördüğümüz kadarıyla şu şekilde gelişiyor: Anadolu medyasındaki ekonomi habercilerinin önemli bir bölümü, merkezin yapmakta olduğu haberin benzerini, mümkün olduğunca kendi alanlarına koyuyorlar. Onun dışında kalanlarsa, bir bölümü, haberi kendi çıkarları lehine kullanan, bazı hatalı saptama içerisindedirler. Oysa ki, medyada, haberi araç olarak kullanıp, ticari metaya dönüştürmek ve bu ticari metayı sürdürmeye çalışmak yanlış bir modeldir.

TÜRKİYE'DE YEREL BASININ SORUNLARI ÇERÇEVESİNDE GAZETECİ-YEREL OTORİTE ÇATIŞMASI ÜZERİNE ÖRNEK BİR OLAY (KİŞİ): SİNAN KARA VE DATÇA HABER GAZETESİ

Alparslan Çelebi*

Giriş

Türkiye'de, 16'sı ulusal, 15'i bölgesel, 229'u yerel ölçekte yayın yapan 260 televizyon kanalı (53'ü kablolu), 30 ulusal, 108 bölgesel, 1062 yerel yayın yapan 1200 radyo istasyonu, tüm ülkede dağıtımı yapılan 32 gazete ve 85 dergi, "www.sendika.org" ile Basın İlan Kurumu'nun verilerine göre**,** 875 yerel gazete bulunmaktadır. Yerel gazetelerin 122'si ilçelerde okuyucuya ulaşırken, 521 yerel gazete, günlük olarak yayımlanmaktadır. Günlük yayımlanan gazeteler bakımından, 43 gazete ile İstanbul birinci sırada yer alırken, bu rakamın büyük bölümünü ulusal gazeteler oluşturmaktadır. 32 günlük gazete ile Muğla ikinci sırada, 26 günlük gazete ile Antalya üçüncü sırada yer almaktadır.

Yerel basın, yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal basından (haberlerden) farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler ya da genel olarak bir kasaba veya kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan 'gazete' olarak tanımlanmaktadır.[1] Bu yönüyle, yerel basının nüfuz etkisi, yayımlandığı ya da daha doğru bir ifadeyle dağıtıldığı bölge, il veya ilçe ile sınırlıdır. Ancak pek az durumda, yerel basının nüfuz etkisi, yerellikten çıkıp ulusal ve/veya uluslararası bir nitelik kazanır. Bir yerel basın organının, ulusal ve/veya uluslararası bir nitelik kazanması, yayımladığı haber ve/veya haberler dolayısıyla olabilmektedir. Bir yerel basın organının, ulusal ve/veya uluslararası bir nitelik kazanması, yayımladığı haber ve/veya haberlerin yankı bulması süresiyle sınırlı kalmaktadır. Bu sürecin sonunda, yerel basın organı, yeniden 'yerellik' kimliğine bürünmektedir. Özetle, yerel basının etki alanı, dağıldığı –yaygın

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.

[1] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001, s.160.

olarak okunduğu- küçük bir coğrafya ile sınırlıdır. Yerel basının, ulusal basına göre etki alanının sınırlı olması, kimi durumda bir avantaj değil, ciddi bir dezavantaj olarak zuhur etmektedir. Zira, yerel kamuoyunun temel iletişim aracı olarak görülen yerel basın, o yöredeki kamusal çalışmaların, yatırımların, uygulamaların da denetçisi konumundadır.[2] Bu cümleden hareketle, 'denetçi' konumundaki bir yerel basın organının, 'denetim haberlerini' eleştirel bir bakış açısıyla oluşturması kaçınılmazdır. Zira, denetimin gerçekleşebilmesi, ancak eleştirel bir yaklaşımla mümkün olabilmektedir.

Hermann Schlapp, yerel gazeteciler için şu ifadeyi kullanmaktadır: "Yerel gazeteciler, demokratik toplumların bekçileri olarak çevrelerini çok iyi gözlemlemeli, yanlışları korkusuzca ortaya çıkarmalı, etraflarındaki nüfuzlu kişilerle içli-dışlı olmaktan sakınmalı, siyasi, kültürel, toplumsal olaylara eleştirel bakış açısıyla yaklaşmalıdırlar."[3] Toplumu ilgilendiren konularda eleştirel bakış açısına sahip olmak, kuşkusuz ki; yerel demokrasiyi de güçlendiren en önemli araçtır.

Metodoloji

Bu araştırmanın amacı, "Sinan Kara'nın yaşadığı olaylar çerçevesinde, Türkiye'de yerel basının karşılaştığı sorunların en başında gelen; "Yerel Basın-Yerel Otorite Çatışması"na örnek teşkil edebilecek; yerel yöneticilerin, yerel basınla olan ilişkilerini, yerel gazetecilerden beklentilerini, yerel basının işlevlerini nasıl algıladıklarını incelemek ve yerel basınla ilişkilerini düzenlerken ne tür bir anlayışla hareket ettiklerini ortaya koymaktır. Özetle, yerel yöneticilerin, "basın-yerel otorite-demokrasi ve yönetişim" anlayışlarını, Muğla ili Datça ilçesinde yaşananlar bağlamında, tespit etmektir. "Türkiye'de yerel basının sorunları çerçevesinde örnek bir olay: Sinan Kara" araştırması, Sinan Kara ile yapılan yüz yüze görüşme, *Datça Haber* gazetesinin arşiv nüshaları ile mahkeme kayıt ve tutanaklarından elde edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Türkiye'de yerel basının sorunları, kuşkusuz ki, ulusal basının sorunlarından farklı özellikler arzetmektedir. Türkiye'de, ulusal basına göre, sayıca fazla olan yerel basın organlarında çıkan haberlerin özelliği, yerel otoritelerle ilişkileri belirleyen en önemli faktördür. Bu cümleden hareketle, hem sayıca

[2] Girgin, *a.g.e.,* s.162.

[3] Herman Schlapp, Gazeteciliğe Giriş, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2002, s.15.

fazlalık, hem de Türkiye çapındaki yerel otoritelerin yerel basınla olan ilişkilerinde karakteristik farklılıklar arz etme çeşitliliği göz önüne alındığında, yurt genelindeki yerel basın mensuplarının, yerel otoritelerle çatışmaları da aynı oranda değişik özellikler taşımaktadır. Yurt çapında, yerel basın mensuplarının yerel otoritelerle çatışmalarını tek tek incelemek, çok hacimli ve uzun süreli bir çalışmayı gerektireceği için, bu çalışmanın sınırları sadece "Türkiye'de Yerel Basının Sorunları Çerçevesinde Örnek Bir Olay: Sinan Kara" başlığıyla sınırlı tutulmuştur. Ancak, "Sinan Kara ve Datça örneği", çarpıcı özellikler taşımaktadır: Sinan Kara'nın Datça'daki yerel otoritelerin işlemlerini, eleştirel bir bakış açısıyla haberleştirmesi sonucu ortaya çıkan, 29 adli dava ve bazı davaların mahkumiyetle sonuçlanması, bu konuyu, bilimsel açıdan "ilginç" ve incelenmesi gereken örnek bir vak'a kılmaktadır. Bu ilginç özellikleri yönüyle de, "Sinan Kara ve Datça örneği", yerel otorite-yerel basın çatışması sorunsalı üzerine sınırlı da olsa bir fikir vermesi açısından "vak'a incelemesi"ne konu yapılmıştır.

Araştırma Soruları

Bu araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

S.1. Sinan Kara'nın gazetecilik mesleğiyle ilişkisi nasıl başlamıştır?

S.2. *Datça Haber* gazetesinin doğuşu nasıl olmuştur?

S.3. *Datça Haber*'in tirajı nedir?

S.4. *Datça Haber*'in dağıtımı nasıl yapılmıştır?

S.5. *Datça Haber*'in iade sorunu olmuş mudur?

S.6. Sinan Kara'nın habere bakışı nasıldır?

S.7. Sinan Kara aleyhine hangi sebepten ve hangi davalar açılmıştır?

S.8. Basın meslek örgütlerinin Sinan Kara vak'asında tutumu ne olmuştur?

Araştırma Bulguları

Soru 1'in sorgulanmasında, Sinan Kara'ya gazetecilik mesleğiyle ilişkisinin nasıl başladığı sorulmuştur. Sinan Kara'nın gazetecilik mesleğiyle ilişkisi, matbaacılık işiyle uğraşan babasının Erzurum'un Hınıs ilçesinde çıkardığı *Hınıs'ın Sesi* gazetesiyle başlamıştır. Sinan Kara, ilkokul eğitimini gördüğü sıralarda babasının matbaasında yayımlanan *Hınıs'ın Sesi* gazetesinin ilçe

içinde dağıtımıyla işe başlamış; lise öğrenimini gördüğü yıllarda ise gazetenin aktif bir muhabiri olarak gazetecilik mesleğine adım atmıştır. İlerleyen yıllarda ise, bazı ulusal gazetelerin Hınıs muhabiri olarak görev yapmıştır. Sinan Kara, askerlik görevinin ardından döndüğü Hınıs ilçesinden, ekonomik koşulların yetersizliği yüzünden ayrılmak zorunda kalmıştır.

Soru 2'nin sorgulanmasında, Sinan Kara'ya *Datça Haber* gazetesinin nasıl doğduğu sorulmuştur. Erzurum'dan ayrılmaya karar veren Sinan Kara, yakın bir akrabasının davetiyle Muğla'nın Datça ilçesine yerleşerek, burada, *Datça Haber* adında yerel bir gazete çıkarmaya başlamıştır. Ekonomik imkânlarının kısıtlı olması yüzünden muhabir, editör, sayfa sekreteri, haber müdürü, yazı işleri müdürü vb. pozisyonlarda eleman istihdam edemeyen Sinan Kara, *Datça Haber* gazetesinin sahibi, sorumlu yazı işleri müdürü ve tek muhabiri olarak işe başlamıştır. Sinan Kara, 15 Haziran 1998'de *Datça Haber*'i ilk bir yılda haftalık, daha sonraki süreçte (gazete idarehanesi olarak evini kullandığı gerekçesiyle yerel mahkemenin verdiği bir kararla kapatıldığı 18 Nisan 2003 tarihine kadar da) 10 günlük olarak yayımlamış ve matbaası olmadığı için de gazetesinin, yakın bir ilçe olan Marmaris'teki matbaalarda basımını sağlayarak, Datça'da dağıtımını yapmıştır.

Soru 3'ün incelenmesinde, Sinan Kara'ya, *Datça Haber*'in tirajı sorulmuştur. *Datça Haber*, yayımlandığı 15 Haziran 1998'den kapandığı 18 Nisan 2003'e kadar tiraj olarak 1000 civarında baskı adedi gerçekleştirmiştir. *Datça Haber*, bu tirajın önemli bir bölümünü (900-950 civarındaki nüshayı) satış olarak gerçekleştirmiştir. Dağıtılamayan gazete sayısı, ortalama 50-100 civarında olmuştur.

Yaklaşık 900-950 civarında gazete nüshasının, doğrudan Datçalılar'a dağıtılmasıyla şöyle bir sonuç ortaya çıkmıştır: 6.100 (kış mevsimindeki) nüfuslu Datça'da bu kadar sayıdaki gazete nüshaları, ilçe halkının çok kısa bir süre içerisinde ilçede olup bitenleri öğrenip tepki vermeleri sonucunu doğurmuştur. Zira, küçük çocuklar ile ileri derecede yaşlılar haricinde, Datça'nın aktif nüfusunun büyük bölümüne doğrudan ulaştırılan *Datça Haber* gazetesinde yayımlanan eleştirel haberlerin yarattığı etkinin, yerel otoriteleri rahatsız edecek boyutlara ulaşmasındaki en büyük etkenin, yaygın tiraj olduğu tespit edilmiştir. Soru 7'deki, "Sinan Kara aleyhine hangi sebepten ve hangi davalar açılmıştır?" konusunun incelenmesi sırasında görülmüştür ki; yerel otoriteler, yaygın tiraj sonucu eleştirel haberlerin halk arasında yarattığı tepkinin büyüyeceği endişesiyle, 'diyalog kurarak sorunu çözme' yerine dava açarak sindirme yöntemini tercih etmişlerdir. Zira açılan davaların çokluğu da, Sinan

Kara'yı halk nezdinde 'suçlu' durumuna düşürerek ciddiye alınmamasının sağlanması amacına yönelik olduğu izlenimini yaratmaktadır.

Soru 4'te Sinan Kara'ya, *Datça Haber*'in dağıtım sorununu nasıl aştığı sorulmuştur. Sinan Kara, Marmaris'te bastırdığı *Datça Haber* gazetesinin nüshalarının, iki yöntemle dağıtımını yapmıştır:

1. Datça Haber'de Abonelik Sisteminin İşleyişi: Datça'daki entelektüel meslek sahipleri olan doktorlar diş hekimleri, avukatlar, mali müşavirler, eczacılar, kitabevi sahipleri ile turizm tesisi işletmecileri, *Datça Haber*'e yıllık 50 milyon TL ödeme yapmak kaydıyla, 150 kişi abone olmuşlardır. Gazetesinin bürosunda tuttuğu abone listesine göre, *Datça Haber* gazetesini, bir kişinin yardımıyla abonelerine dağıtımını yapan Sinan Kara, bu işlemin yarım günde tamamlandığını belirtmiştir. Abone yapısına bakıldığında, bu meslek gruplarına mensup kişilerin, yasalara saygılı 'kamuoyu önderi' konumunda oldukları görülmektedir. Bu itibarla da, Sinan Kara'nın *Datça Haber* gazetesinde yayımladığı eleştirel haberlerin, bu okuyucu çevrelerinde yankı bulması ve tepki vermeleri, yerel otoriteleri harekete geçiren en önemli unsur olarak tespit edilmiştir.

2. Datça Haber'in Elden Dağıtımı: Sinan Kara, *Datça Haber*'in abonelik sisteminin dışında kendisi ve kendisine yardımcı olan arkadaşlarıyla ilçe içerisindeki ev ve işyerlerine çoğunluğu ücretsiz olmak üzere elden dağıtımını gerçekleştirmiştir. Sinan Kara, abonelerden gelen para ile ilan-reklam gelirlerinin, gazetenin çıkarılmasında yeterli olduğunu belirtmiştir.

Soru 5'i sorgularken, Sinan Kara'ya, *Datça Haber*'in iade sorununu nasıl giderdiği sorulmuştur. Sinan Kara, abonelerin dışında dağıtımını yaptığı gazete nüshalarının ücretsiz elden dağıtımı yapıldığı için 'iade sorunu' ile otomatik olarak karşılaşmadığını ifade etmiştir. Sinan Kara, dağıtılamayan 50 kadar gazete nüshasının ise; 'arşiv' olarak muhafaza edildiğini bildirmiştir.

Soru 6'daki Sinan Kara'nın habere bakışı, gazete nüshaları incelenerek tespit edilmiştir. Buna göre; Sinan Kara'nın, gazetesinde yayımladığı başlıklarda hiciv, haber içeriklerinde ise toplumcu bir eleştirel bakış açısının olduğu görülmüştür. Bu hiciv ve eleştirel bakış açıları, haberlere konu olan yerel otoriteler tarafından, birer suç unsuru olarak değerlendirilmiş; bu yüzden de Sinan Kara hakkında 29 dava açtıkları saptanmıştır.

Soru 7'deki, "Sinan Kara aleyhine, hangi sebeplerden ve hangi davalar açılmıştır?" sorusunun yanıtları, dava dosyaları incelenerek ve dava dosyalarında arka planı tam olarak belirtilmeyen bazı hususların aydınlığa kavuşturulması için de, Sinan Kara ile görüşme yapılarak tespit edilmiştir.

Datça Haber Gazetesinde Yayımlanan Haberler ve Sinan Kara Aleyhine Açılan Davalar:

1. Datça Kaymakamı'nın diğer yerel yöneticilerle birlikte, Datça Öğretmenevinde, Datça'daki muhtaç insanlar için verdiği iftar yemeğine ilçenin önde gelen kişilerini davet etmesi, *Datça Haber* gazetesinde 'Fakirlere bak fakirlere' başlığıyla, 26.12 2000 tarihinde yayımlanmıştır *(Ek 1).* Aynı haber incelendiğinde, olayın tarafı durumundaki kaymakamın sözleri, gazetede 'aslında yemeği fakir vatandaşlarımız için düzenlemiştik. Ancak yemeğe çağıracak fakir-fukara bulamayınca, ilçenin ileri gelenleriyle bir iftar olmasını uygun gördük. Yemeğin masrafları Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Fonu ya da benzeri bir fondan karşılanacak' cümleleriyle yer aldığı tespit edilmiştir. Haberin yayımından sonra, Sinan Kara, polis marifetiyle Datça Cumhuriyet Savcılığı'na götürüldüğünü, Datça Cumhuriyet Savcısı'nın (sen devletin savcısını nasıl fakir diye yazarsın) dediğini belirterek, kendisini 'terör örgütü üyesi' olduğu iddiasıyla İzmir Devlet Güvenlik Mahkemesi'ne (DGM) sevkettiğini bildirmiştir. Ancak, İzmir DGM, 'takipsizlik' kararı vermiştir. Sinan Kara'ya 'terör örgütü üyesi' suçlamasını yönelten ve ifadeyi alan savcının da, kaymakamın verdiği iftar yemeğinde bulunduğu, haberde yayımlanan fotoğraftan saptanmıştır (Savcılık Hazırlık: 2000/614).

1.1. Sinan Kara, Datça Cumhuriyet Savcılığı'nca 'terör örgütü üyesi' suçlamasıyla sevkedildiği İzmir DGM'den takipsizlik kararı almasının hemen ardından bu kez de, Datça Kaymakamı'nın şikâyeti üzerine, geçmişe yönelik *Datça Haber*'in her sayısından 2 adedinin ilçe mülki idare amiri olarak kendisine teslim etme zorunluluğunun yerine getirilmediği' gerekçesiyle yargılanmıştır. Suçlamanın, Ocak 2000 ile Aralık 2000 tarihleri arasındaki 12 aylık süre boyunca her gazete sayısından 2 adedinin Kaymakamlığa teslim edilmediği gerekçesiyle yapıldığı anlaşılmıştır. Bu dava sonucunda, Sinan Kara'ya, 4 ay 16 gün hapis cezası verilmiştir. Datça'daki yerel mahkemenin bu kararını Yargıtay onamıştır. Basın Yasasında yapılan değişiklikle Kara, son anda cezaevine girmekten kurtulmuş ancak bu kez, 30 milyar lira gibi ödemesi mümkün olmayan bir para cezasına çarptırılmıştır. 4 ay 16 günlük ceza için cezaevine

girmesi durumunda infaz yasasına göre 42 gün hapis yatıp çıkması mümkün olan Kara, 30 milyar lirayı ödeyemezse 3 yıl hapis cezası alabilecektir (Esas No: 2000/162). Esasen bu noktada sorgulanması gereken husus; Ocak 2000 ile Aralık 2000 tarihleri arasında yayımladığı her gazeteden 2 nüshayı Kaymakamlığa teslim etmeyen Sinan Kara hakkında dava açmak için niçin 1 yıl beklendiğidir… Gerçekten de, ilçedeki en büyük idari mülki amir sıfatındaki kaymakamlığa, yayımlanan her gazeteden 2 nüsha vermemek bir suç teşkil etmektedir**.** Gerçi Sinan Kara, gazetelerin 2'şer nüshasını kaymakamlığa teslim ettiğini, ancak 'alındı' belgelerini almadığını, bu yüzden de, gazeteleri teslim ettiğini kanıtlayamadığını ifade etmiştir. Sinan Kara, elinde geçerli kanıtlar olmadığı için yasalar nezdinde suçlu duruma düşmüştür. O dönemde yürürlükte olan, *5680 sayılı Basın Kanunu'nun 12. maddesinin 1. fıkrası, dönemsel yayınlara ilişkin şu düzenlemeyi getirmiştir: Tâbi, mevkutenin her nüshasından ikişer tanesini neşri takibeden çalışma gününde, çıktığı yerin Cumhuriyet Savcısı ile en büyük mülki amirine vermeye mecburdur. Yine Basın Kanunu'nun 24. maddesi ise tevdi yükümlülüğünü yerine getirmeyenlerin bir yıldan üç yıla kadar hapis ve para cezası ile cezalandırılmasını öngörmüştür.*[4] Kanun maddelerinden de açıkça anlaşıldığı üzere, yayımladığı her gazeteden 2 nüshayı, 12 ay boyunca -neşri takibeden çalışma gününde- Savcılığa ve Kaymakamlığa teslim etmeyerek suçlu durumuna düşen Sinan Kara hakkında dava açmak için 12 ay beklenmesi, üzerinde ciddiyetle düşünülmesi gereken bir husus olarak tespit edilmiştir. Tam bu noktada, Datça'daki savcı ve kaymakamın Sinan Kara hakkında 'terör örgütü üyesi olduğu' suçlamasına, İzmir DGM'nin takipsizlikle yanıt vermesinden hemen sonra, 12 aylık bir gecikmeyle gazete sayılarının teslim edilmemesi gerekçe gösterilerek hapisle cezalandırılması, "Acaba Sinan Kara'dan intikam mı alınıyor?" sorusunu gündeme getirmektedir. Basın Kanunu'ndaki düzenlemeye göre, yayımladığı gazeteden 2 nüshayı savcılık ve kaymakamlığa neşri takibeden çalışma gününde teslim etmeyerek suç işleyen Sinan Kara hakkında, hemen birkaç gün içinde dava açılması gerekirken, *Datça Haber* gazetesinde yerel otoriteler hakkında (olumsuz) addedilen bir haberin yayımlanmasının hemen ardından, 12 ay gecikmeyle bir dava açılıp hapisle cezalandırılması, yerel yöneticilerin, kendilerine verilen güç ve yetkileri, kamu yöneticiliğinin etik kurallarına aykırı olarak kullanmaları, bir susturma ve sindirme unsuru olarak tespit edilmiştir.

[4] Kayıhan İçel, *Kitle Haberleşme Hukuku,* İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1985, s. 108.

1.2. Yukarıda zikredilen hususlar ışığında, kendileriyle ilgili (eleştirel) bir haber yayımladığı için, Sinan Kara hakkında 12 ay gecikmeyle dava açan yerel otoriteler, bu sürecin hemen devamında; 4 Nisan 2001 tarihli gazetenin 2 adedini ilgili yerlere vermediği gerekçesiyle, hiç vakit yitirmeden dava açmışlar ve Sinan Kara, bu dava sonucunda 3 ay hapis cezasına çarptırılmıştır. Burada bir şaşırtıcı nokta da, 5680 sayılı Basın Kanunu'na eklenen Ek 10. Madde'nin, Sinan Kara lehine kullanılmamış olmasıdır. Bu madde, para cezasının yerel basında 1/3 oranında indirilerek uygulanmasına olanak vermektedir. Sinan Kara'nın ifadesine göre, çocuğunun doğumunun hemen sonrasına denk gelen bu tarihte, bir ihmalkârlık yaparak gazetenin 2 nüshasını vermediği tespit edilmiştir. Tam bu noktada, üzerinde düşünülmesi gereken husus şudur: Daha önce yayımladığı gazetelerin 2'şer nüshasını ilgili yerlere teslim etmediğini 12 ay sonra farkeden yerel yöneticilerin, bu kez 1 Nisan 2001 tarihli gazetenin 2 nüshasını ilgili yerlere vermediğini 4 Nisan 2001 tarihinde tespit ederek -hiç vakit geçirmeden- dava açmış olmalarıdır. Birbiriyle bağlantılı değilmiş gibi görünen bu 2 dava süreci, (a) şıkkında belirtilen, 'yerel yöneticilerin, kendileriyle ilgili olumsuz haberler yapan bir yerel gazeteciyi sindirip susturmak için –istedikleri zaman- nüfuzlarını kullanabildikleri' değerlendirmesini teyit eden bir mahiyet arzetmektedir.

1.3. Bu olayla ilgili olarak, Sinan Kara hakkında ayrıca, 5680 sayılı Basın Kanunu'na muhalefet suçlamasıyla bir dava daha açılmış ve Datça Kaymakamı'nın şikâyeti üzerine Sinan Kara'ya 3 ay 26 gün hapis cezası verilmiştir. Dava Yargıtay aşamasındadır. (Esas No: 2001/180)

1.4. 22.01.2001 tarihinde gazeteyi takip defterine işlemediği gerekçesiyle, Sinan Kara'ya bir ay hapis cezası verilmiş ve bu ceza, para cezasına çevrilmiştir. (Esas No: 2001/18)

2. Sinan Kara, 11.06.2001 tarihli *Datça Haber* gazetesinde, 'Kamyonlarca kum çalındı, Meka İnşaat suçlanıyor' başlıklı bir haber yayımlamıştır *(Ek 2).* Haberin içeriğinde, 'deniz kıyısından çekilen kumun, villa inşaatında kullanıldığı'na vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu haberin yayımlanmasından sonra, Datça Kaymakamlığı, Meka İnşaat'a 'çevreyi bozmak suretiyle, deniz kıyısından kum alarak inşaatta kullanmak' suçundan 2 milyar 331 bin 230 TL para cezası vermiştir. Meka İnşaat'a verilen bu para cezası haberi de, *Datça Haber* gazetesinin 10.07.2001 tarihli nüshasında manşetten verilmiştir *(Ek 3). Datça Haber* gazetesindeki haber üzerine, para cezası verilen Meka İnşaat şirketinin yetkilisi, Datça Cumhuriyet Savcılığı'na, 'Sinan Kara'nın kendisinden tehditle para istediğine, aksi halde aleyhinde haber yazacağına' yönelik suç bildiriminde bulunmuştur. Savcılık, bu bildirim üzerine, Sinan Kara hakkında dava açmıştır. Mahkeme, Sinan Kara'ya, 1 yıl hapis cezası vermiştir (Esas No:2001/183).

2.1. Bu olayla ilgili olarak, Sinan Kara'nın beyanına göre, Meka İnşaat'ın yetkilisinden 'tehditle para istemek' söz konusu olmamıştır. Bu konuda Datça Cumhuriyet Savcılığı'na yapılan suç bildirimi, bir iftiradan ibarettir. Sinan Kara, *Datça Haber* gazetesinde yayımlanan haber üzerine, 'çevreyi bozmak suretiyle deniz kıyısından kum alarak inşaatta kullanmak' suçundan, yüklü miktarda para cezasını ödemek durumunda kalan Meka İnşaat yetkilisinin, intikam almak için, kendisini 'tehditle para istemekle' suçladığını ifade etmiştir.

2.2. Yine bu olayla ilgili olarak, Sinan Kara, Meka İnşaat'ın deniz kıyısından çektiği kumu kullandığına ilişkin haberin detaylarını araştırırken, şirket yetkilisinin kendisine gelerek, bu haberi yayımlamaması için bir miktar para teklif ettiğini bildirmiştir. Sinan Kara, bu rüşvet teklifini geri çevirdiğini ifade etmiştir.

2.3. Sinan Kara, Datça Cumhuriyet Savcılığı'nın mahkumiyet kararını verirken, taraflı davrandığını belirterek, mahkeme heyetinin, haber yayımlanmadan önce Meka İnşaat'ın yetkilisi ile bizzat kendisi arasında geçen konuşmaları değerlendirirken objektif davranmadığını; zira duruşmalarda, mahkeme heyetinin, kendisinin beyanlarına itibar etmediğini; ancak, Meka İnşaat yetkilisinin isteği üzerine duruşmalara çağırılan -ki; Sinan Kara'nın ifadesine göre, Meka İnşaat'ın yetkilisi ile kendisi arasında cereyan eden görüşmelerde bulunmayan- yalancı şahitlerin ifadelerini dikkate aldığını bildirmiştir. Tam bu noktada, iki kişi arasında geçen konuşmaların içerik ve mahiyetini tespit etmenin zorluğu hesaba katılırsa, gerçekten de, mahkeme heyetinin çok kısa bir sürede, kesin bir kanaatle Sinan Kara'yı mahkum etmesi, düşündürücü bir unsur olarak göze çarpmaktadır.

2.4. Sinan Kara'ya göre, Datça Cumhuriyet Savcısı'nın, Meka İnşaat'ın yetkilisinin, ispatlanması pek kolay olmayan 'rüşvet' iddiasını dava konusu yaparak, süratle kendisine 1 yıl hapis cezası verilmesini sağlaması, konuyla doğrudan ilgisi olmayan bir başka haberden kaynaklanmıştır. O dönemde Doğan Haber Ajansı'nın (DHA) bölge muhabiri olarak da görev yapan Sinan Kara, Datça Cumhuriyet Savcısı'nın, bir seminer nedeniyle lokali (oyun salonu) kapalı olan öğretmenevine görevlilerce alınmaması üzerine, 'yolsuzluk ihbarı var' diyerek, polis marifetiyle öğretmenevine baskın yapmasını, haber olarak DHA'ya geçtiğini ve bu haberin de kendi imzasıyla *Radikal* gazetesinin 21.06.2001

tarihli nüshasında[5] yayımlandığını ifade etmiştir *(Ek 4).* Sinan Kara, savcının, bu haberin ulusal basında yayımlanmasından büyük rahatsızlık duyduğunu kendisine ifade ettiğini belirtmiştir. Sinan Kara, savcının, bu haberin intikamını almak amacıyla, Meka İnşaat'ın yetkilisinin şikâyeti üzerine, kendisi aleyhinde dava açtığını ve 1 yıl hapis cezası almasını sağladığını beyan etmiştir.

3. Sinan Kara, eski başbakanlardan Tansu Çiller'in oğlu Mert Çiller'in, 03.08.2000 tarihinde Datça'daki bir barda kavga çıkardığını haber alır almaz olay yerine gittiğini, ancak Mert Çiller'in korumalarının, 'olay yerini terk etmesi ve hediyeler karşılığında Mert Çiller'i unutması' teklifini reddedince, saldırıya uğradığını beyan etmiştir. Saldırı sırasında, kamerasının kırıldığını belirten Sinan Kara, zararının tazmin edilmesi için karakola giderek şikâyetçi olduğunu ifade etmiştir. Datça Cumhuriyet Savcılığı tarafından açılan davada, Mert Çiller'in korumaları, Sinan Kara'nın kendilerinden tehditle para istediğini beyan etmişlerdir. Ancak Sinan Kara, parayı kırılan kamerasının tazmini için istediğini belirterek, Mert Çiller'in korumalarının yalan beyanda bulunduklarını ifade etmiştir. Daha önceki davaların da altında imzası olan Datça Cumhuriyet Savcısı'nın açtığı bu dava, 03.10.2000 tarihinde, Sinan Kara'ya 1 yıl hapis cezası verilmesiyle sonuçlanmıştır (Esas No: 2000/116). Aynı davada, Sinan Kara'ya saldırmak ve kamerasının kırılmasına sebep olmak suçundan yargılanan Mert Çiller'in korumalarından biri de, 2 ay hapis cezasına çarptırılmış, ancak hapis cezası, para cezasına çevrilerek ertelenmiştir.

3.1. Yerel mahkemenin verdiği bu kararı, Yargıtay'da temyiz ettiğini kaydeden Sinan Kara, Yargıtay savcısının, Mert Çiller'in korumalarının verdiği ifadelerdeki çelişkiye dikkat çekerek beraatını istediğini, ancak mahkeme heyetinin, yerel mahkemenin verdiği mahkumiyet kararını 31 Mart 2003 tarihinde onadığını beyan etmiştir.

3.2. Sinan Kara, hapis cezasının Yargıtay tarafından onanması üzerine, davada tanık sıfatıyla yer alan Mert Çiller'in 2 korumasının Datça'ya gelerek, yerel mahkemeye yeniden ifade verdiklerini belirtmiştir. Korumaların, bir önceki ifadelerini baskı altında verdiklerini, Sinan Kara'nın, kırılan kamerasının tazmini için para istediğini bildirmelerine rağmen, Datça savcılığı bu açıklamaları kabul etmemiştir. Bu gelişme üzerine Sinan Kara, Datça Cumhuriyet Savcılığı'na yeniden yargılanmak istediğini belirten bir dilekçeyle başvurmuşsa da, bu talep reddedilmiştir.[6]

[5] (Çevrimiçi) http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=5650&PHPSESSID=a6d56ec05f762f5, 21.06.2001.

3.3. Sinan Kara, bu davadan dolayı kendisine verilen 1 yıllık hapis cezasını çekmek için 18 Ekim 2003'te cezaevine girmiş ve ceza infaz yasası uyarınca, 5 ay hapis yatmıştır.

4. Sinan Kara, 'Datça Müftüsü'nün inşaa halindeki camiye yapılan yardımlarla makam otomobili aldığına yönelik bir haberi, görevli olduğu Doğan Haber Ajansı'na gönderdiğini ve bu haberin, 25.07.2001 tarihinde Milliyet gazetesinde yayımlandığını ifade etmiştir.[7] *(Ek 5)* Sinan Kara, bu haberin yayımlanmasından sonra Datça Müftüsü'nün, kendisi aleyhine, 'yayım yoluyla hakaret' davası açtığını bildirmiştir. Dava sonucunda Sinan Kara'ya, 7 ay hapis cezası verilmiştir (Esas No: 2002/78).

4.1. Sinan Kara, duruşmalar sırasında, müftüden şikâyetçi olan camii cemaatinden çok sayıda kişiyi, tanık olarak çağırmasına rağmen, bu talebinin Datça Cumhuriyet Savcısı tarafından reddedildiğini, böylece mahkumiyet kararına zemin yaratıldığını beyan etmiştir.

4.2. Sinan Kara, Datça Cumhuriyet Savcısı'nın, duruşmalarda kendisine karşı olan olumsuz tutumundan ve gösterdiği tanıkların reddedilmesinden güç alan Datça Müftüsü'nün, daha sonra, Datça Sulh Hukuk Mahkemesi'nde (3) adet tazminat davası açtığını, bu davaların halen devam ettiğini bildirmiştir.

5. Sinan Kara, sinema oyuncusu Faruk Peker'in, köpeğiyle denize girdiği sırada Datça Kaymakamı'nın emriyle plajda bulunan polisler tarafından zorla denizden çıkarıldığını belirtmesi üzerine, bilgi almak üzere Datça Kaymakamı ile görüştüğünü ifade etmiştir. Sinan Kara, Datça Kaymakamı'nın, İlçe Hıfzıssıha Kurulu kararı ve Mavi Bayrak koşulu gereğince, köpeklerin denize girmesinin yasaklandığını ve dinen de köpeklerin denize girmesinin haram olduğunu, 'köpeğin girdiği suya girilmez' dediğini beyan etmiştir. Sinan Kara, aktör Faruk Peker ve Datça Kaymakamı'ndan aldığı bilgileri haberleştirerek Doğan Haber Ajansı'na gönderdiğini ve bu haberin de 17.08.2001 tarihinde *Milliyet* gazetesinde yayımlandığını ifade etmiştir.[8] *(Ek 6)* Bu haberin yayımlanmasından sonra, Datça Kaymakamı'nın, hakaret davası açtığını belirten Sinan Kara, mahkemenin

[6] (Çevrimiçi) http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=82744&tarih=25/07/2003.
[7] (Çevrimiçi) http://www.milliyet.com/2001/07/25/yasam/ayas.html, 25.07.2001.
[8] (Çevrimiçi) http://www.milliyet.com/2001/08/17/yasam/yas02.html, 17.08.2001.

atadığı bilirkişi raporunda, kendisinin gazetecilik görevini yaptığını ve haberde suç unsuru bulunmadığına ilişkin ifadeler olmasına rağmen, duruşma yargıcının 3 ay 15 gün hapis cezası verdiğini ifade etmiştir (Esas No: 2001/161).

5.1. Sinan Kara, "Kaymakam'ın Köpek Yasağı" ile "Müftü'nün Makam Otomobili" haberlerine karşı açılan davaların mahkumiyetle sonuçlanmasının ulusal basında yankı uyandırdığını, pek çok köşe yazarının kendisi lehine yazılar yazmasından sonra, İslamcı medyanın da işe karıştığını bildirmiştir. Sinan Kara, 2003 yılında *Zaman* gazetesinde görevli bir muhabirin, Datça'ya gelerek başta kaymakam, savcı ve müftü olmak üzere mahkemelik olduğu diğer kişilerle görüştüğünü belirtmiş, ancak bu muhabirin kendisiyle görüşmediğini ifade etmiştir.

5.2. Sinan Kara, bu muhabirin Datça'dan ayrılmasından bir süre sonra, *Zaman* gazetesinde Ekrem Dumanlı imzasıyla bir köşe yazısının yayımlandığını belirtmiştir.[9] *(Ek 7).* Söz konusu köşe yazısında, kendisi aleyhinde hakarete varan sözler bulunduğu gerekçesiyle, Ekrem Dumanlı aleyhinde dava açtığını belirten Sinan Kara, mahkeme heyetinin Ekrem Dumanlı'nın hakaret etmediğine yönelik karar verdiğini, bunun üzerine mahkeme kararını Yargıtay'da temyiz ettiğini ve dava sürecinin devam ettiğini bildirmiştir.

5.3. Sinan Kara, Datça'daki yerel otoritelerden bazılarının bir dini cemaat/tarikata mensup olduklarının yörede herkes tarafından iyi bilindiğini iddia ederek, İslami basında kendisi aleyhinde başlatılan karalama kampanyasıyla bir 'solcu gazeteci-müslüman yerel otorite' çatışmasının körüklendiğini ifade etmiştir. Sinan Kara, bu kampanyanın, Datça'daki bazı kamu kurumlarında çalışan cemaat/tarikat mensubu işçi ve memurlara kadar indirgendiğini de belirterek, bazı kamu görevlilerinin kendisi aleyhinde imza kampanyası bile düzenlediklerini beyan etmiştir. Sinan Kara, kendisi aleyhinde cereyan eden dava ve karalama kampanyalarının bir noktadan sonra, cemaat/tarikat dayanışmasına dönüştürüldüğünü de ifade etmiştir.

6. Sinan Kara, Datça'da faaliyet gösteren bir emlakçıdan alıp gazetesinde 05.10.2001 tarihinde yayımladığı bir ilanın parasını istemeye gidince, bu şahsın ilan parasını vermediği gibi, kendisi aleyhinde 'tehdit' davası açtığını beyan etmiştir. Kaymakam ve savcının yakın dostu ve aynı dini cemaat/tarikata mensup olduğunu belirttiği bu emlakçının açtığı tehdit davası sonucunda, kendisine 2 yıl 26 gün hapis cezası verildiğini ifade etmiştir (Esas No:2001/183).

[9] (Çevrimiçi) http://www.zaman.com.tr/2003/02/24/yazarlar/ekremdumanli.htm.

6.1. Sinan Kara, bu olayda da cemaat/tarikat dayanışmasının rol oynadığını belirterek, Datça'daki yerel mahkemenin verdiği mahkumiyet kararının bunu desteklediğini beyan etmiştir.

6.2. Davacı emlakçının duruşmalarda, böyle bir ilanın yayımlanması talimatı vermediğine, ilanın kendi isteği dışında yayımlandığına ilişkin ifade verdiğini belirten Sinan Kara, oysa bu ifadenin gerçeği yansıtmadığını, ilan yayımının emlakçı tarafından talep edildiğini bildirmiştir.

6.3. İlan bedelini istemeye gittiğinde, emlakçı ile yüz yüze görüştüğünü beyan eden Sinan Kara, ilan bedelini ödemediği için yargıya başvuracağını söyleyince, emlakçının kendisine hakaret ederek kaba davrandığını ifade etmiştir. Kendisiyle emlakçı arasında cereyan eden bu görüşmenin tüm detaylarını, duruşmalarda mahkeme heyetine anlattığını kaydeden Sinan Kara, ancak bu ifadelerinin mahkeme heyeti tarafından dikkate alınmayıp sadece emlakçının anlatımlarına dayanarak mahkumiyet kararının verildiğini bildirmiştir.

7. Sinan Kara, ekonomik yetersizlikler nedeniyle, daha önce gazete idarehanesi olarak kullandığı büroyu -kirasını ödeyemediği için- boşaltmak zorunda kaldığını beyan etmiştir. Sinan Kara, bu kez gazete idarehanesi olarak evinin bir bölümünü kullanmaya başladığını belirterek, kaymakamın, yasalarda açık hüküm bulunmamasına rağmen, gazete idarehanesi olarak evini adres gösterdiği gerekçesiyle, *Datça Haber* gazetesinin yayımını durdurmaya çalıştığını ifade etmiştir. Kaymakamın bu tasarrufunu yargı konusu yaptığını belirten Sinan Kara, yerel mahkemenin, kendisi lehinde karar verdiğini ancak, mahkeme kararının kaymakam tarafından Yargıtay'da temyiz edildiğini ve bu sürecin sürdüğünü bildirmiştir (Esas No: 2001/40 değ.iş.).

7.1. Sinan Kara, mahkemenin daha önceki kararına rağmen, kaymakamın aynı gerekçeyle bir kez daha kendisi hakkında suç duyurusunda bulunduğunu belirterek, bu kez yerel mahkemenin, kaymakamın isteği doğrultusunda bir karar verdiğini ve *Datça Haber* gazetesinin yayımını durdurduğunu beyan etmiştir (Esas No 2001/41 değ.iş).

7.2. Sinan Kara, yerel mahkemenin verdiği kararın hukukun temel ilkelerine aykırı olduğu gerekçesiyle, gazetesini yayımlamaya devam ettiğini, ancak kaymakamın, yeniden suç duyurusunda bulunduğunu ve yerel mahkemenin bu kez de 6 ay 26 gün hapis cezası verdiğini ifade etmiştir. Sinan Kara, yerel mahkemenin bu kararının halen Yargıtay'da temyizde olduğunu bildirmiştir (Esas No; 2001/189). Sinan Kara, bu yargılama sürerken, yayımladığı gazete nüsha-

larının dağıtımı esnasında, hakkında toplatma kararı olmamasına rağmen, polisler tarafından gözlem altına alınarak, gazete nüshalarına el konulduğunu beyan etmiştir. Sinan Kara, kendisine bu muameleyi yapan polisler hakkında suç duyurusunda bulunduğunu, ancak kaymakamın, Memurin Muhakemat Kanunu'na dayanarak, polislerin yargılanmasına izin vermediğini bildirmiştir (Savcılık Hazırlık No: 2001/716).

7.3. Sinan Kara, *Datça Haber* gazetesinin künyesinde 'gazetenin sahibi ve sorumlu yazı işleri müdürü' olarak ismi bulunmasına ve gazeteci olarak pek çok davada yargılanmasına karşın kaymakamın talimatı üzerine 24.11.2001 tarihinde 'gazeteci olduğunu belgelemesi' için emniyete polis marifetiyle götürüldüğünü ifade etmiştir.

7.4. Sinan Kara, suç duyurusundan sonuç alamayan kaymakamın, 03.05.2002 tarihinde, Marmaris'te bulunan matbaalara 'resmî yazı' göndererek, *Datça Haber* gazetesinin yayımının durdurulduğunu bildirdiğini ve basılmamasını istediğini iddia etmiştir.

7.5. Sinan Kara, bu kez gazetesini –rahatça- yayımlayabilmek için, bir işyeri kiraladığını ve adres değişikliğini kaymakamlığa bildirdiğini beyan etmiştir. Sinan Kara, bu bildirimin kaymakamlıkça yeterli sayılmayarak, gazetesini yayımlamaya devam ettiği için suç duyurusunda bulunulduğunu, mahkemenin kendisine 20 milyar lira para cezası verdiğini beyan etmiştir (Esas No :2002/085).

7.6. Basın Yasası'nda, evin bir bölümünün gazete idarehanesi olarak kullanılamayacağına ilişkin hüküm bulunmaması nedeniyle Sinan Kara, gazetesini yayınlamaya devam ettiğini bildirmiştir. Sinan Kara, *Datça Haber* gazetesinin 19.03.2002 tarihli sayısında da, Türkiye Cumhuriyeti'nin ikinci Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'ye ait olan "Bir ülkede namuslular da namussuzlar kadar cesur olmadıkça, o ülke düzelmez" sözünü yayımladığını belirterek, kaymakamın bu sözlerle kendisine hakaret edildiği gerekçesiyle suç duyurusunda bulunduğunu, ancak yerel mahkemenin, bu suç duyurusuna karşılık 'takipsizlik' kararı verdiğini ifade etmiştir (Hazırlık No: 2002/395).

8. Sinan Kara, 2003 Mart ayında İstanbul'da bir yayınevine bastırdığı 'Sinan'ın Kara Kitabı'nın 77'nci sayfasında yer alan, "Bir ülkede namuslular da namussuzlar kadar cesur olmadıkça, o ülke düzelmez" sözü üzerine Datça Kaymakamı'nın, kendisine hakaret edildiği gerekçesiyle, bir kez daha suç duyurusunda bulunduğunu belirterek, bu defa 9 ay hapis, 514 YTL para cezasına çarptırıldığını bildirmiştir. Sinan Kara, oysa bu iddiadan dolayı daha

önce yargılandığını ve beraat ettiğini beyan etmiştir. Sinan Kara, bu mahkeme kararının şu anda Yargıtay'da temyizde olduğunu bildirmiştir.

9. Sinan Kara, daha önce ilan parası yüzünden adliyelik olduğu emlakçının, Datça'daki çeşitli kitabevi, market vb. yerlerde satışı yapılan "Sinan'ın Kara Kitabı"nın yasa dışı yollardan basıldığı ve satıldığına ilişkin Kaymakama şifahi olarak bilgi vermesi üzerine, Kaymakamın talimatıyla, maliye memurlarının kitabı satan işyerleri üzerinde baskı uyguladığını iddia etmiştir. Sinan Kara, kitabının Kültür Bakanlığı'ndan bandrollü olduğunu ve yasal yollardan satışının yapıldığını ifade etmiştir. Sinan Kara, bu konudaki soruşturmanın halen devam ettiğini bildirmiştir.

10. Sinan Kara, bütün bu olaylardan sonra, serbest gazeteci olarak, çeşitli gazete ve haber ajansları için haber yapmaya başladığını ifade etmiştir. Sinan Kara, 22 Ağustos 2003 günü, mesai saati içerisinde, Kaymakam Savaş Tuncer'i yüzerken kamera ile görüntülediğini, aynı anda Kaymakam talimatıyla polisler tarafından göz altına alındığını ve kasetine el konulduğunu ifade etmiştir. Sinan Kara, kaymakamın şikâyeti üzerine, Datça Cumhuriyet Savcısı'nın, kendisi aleyhinde TCK.547 ve TCK.119/5'den dava açtığını ancak, Datça Sulh Ceza Mahkemesi'nin beraat kararı verdiğini beyan etmiştir.

Soru 8'in sorgulanmasında, basın meslek örgütlerinin, Sinan Kara'nın karşılaştığı olumsuzluklar karşısında takındıkları tavır, inceleme konusu yapılmıştır. Sinan Kara'nın yaşadığı olaylar karşısında, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC), Çağdaş Gazeteciler Derneği (ÇGD) ile Basın Konseyi'nin 'müdahil' tutumlar takındıkları tespit edilmiştir.

1. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin (TGC), en başından itibaren gerek kurumsal olarak, gerek yönetim kurulu üyelerinden Umur Talu -ki; tüm basın meslek mensuplarının ittifak ederek benimsediği TGC bünyesinde 'Basın Meslek İlkeleri' kitapçığını hazırlamıştır- başta olmak üzere, TGC üyesi pek çok gazetecinin, Sinan Kara'ya yazılarıyla destek verdikleri tespit edilmiştir ***(Ek 8).*** Sinan Kara, özellikle davalar sürecinde, 'TGC Hukuk Bürosundan' ücretsiz olarak hukuki destek aldığını ifade etmiştir.

2. Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin (ÇGD) gerek kurumsal olarak, gerekse üyeler nezdinde Sinan Kara'ya hem maddi, hem de manevi destek verdiği saptanmıştır. ÇGD'nin, davalar sürecinde Sinan Kara'ya kurumsal destek vermek amacıyla, üyelerini kiraladığı otobüslerle Datça'ya götürerek, duruşmalara katıldığı tespit edilmiştir. ÇGD üyelerinin, duruşmalar sonrasında, Datça Adliyesi'nin

önünde, Sinan Kara'yı destekleyen ÇGD imzalı basın açıklamaları yaptığı da belirlenmiştir. ÇGD'nin, ayrıca hapis cezalarını çekmek üzere cezaevine girdiği dönemlerde de, üyeleri nezdinde yardım kampanyaları düzenleyerek topladığı paraları, Sinan Kara'nın ailesine verdiği saptanmıştır.

3. 6 Şubat 1988 günü, "Daha Özgür ve Daha Saygın Bir Basın" sloganıyla kurulan Basın Konseyi'nin, Sinan Kara'ya karşı olan tutumunun iki etaplı olduğu tespit edilmiştir. Basın Konseyi'nin, başta Başkanı Oktay Ekşi olmak üzere bazı köşe yazarı üyelerinin, birinci etapta Sinan Kara'ya özellikle yazılarıyla destek verdikleri belirlenmiştir. Örneğin Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi, *Hürriyet* gazetesinin 16 Mayıs 2002 tarihli nüshasında, 'Bir Sinan Kara…' başlığıyla yayımlanan yazısında, özetle, yerel otoritelerin, Sinan Kara'yı yaptığı haberler yüzünden cezalandırmak amacıyla, davalar yoluyla susturmaya çalıştığını yazmıştır *(Ek 9).*

3.1. İlk etap olarak adlandırılabilecek dönemde Basın Konseyi, Datça'daki yerel otorite ve kişilerin Sinan Kara aleyhine yaptıkları başvuruları, 'şikâyetin yersizliğine' hükmederek reddetmiştir. Ancak aynı Basın Konseyi, bir süre sonra, daha önce 'şikâyetin yersizliğine' hükmederek reddettiği tüm başvuruları kabul etmiş ve Sinan Kara'ya uyarı-kınama cezaları vermiştir.

3.2. İkinci etap olarak adlandırılabilecek dönemde ise, yerel mahkemelerin verdiği bazı mahkûmiyet kararlarından sonra, Sinan Kara'ya karşı tutumunu tam aksi yönde değiştiren Basın Konseyi, *Datça Haber* gazetesinde aleyhlerinde haber yayımlanan kişiler ile yerel otoritelerin şikâyet başvurularını incelerken Datça'ya, Güneri Civaoğlu ve Doğan Heper başkanlığında bir heyet göndermiştir. Sinan Kara, bu heyetin Datça'da şikâyetçiler ve onların gösterdiği tanıklarla 2 gün süreyle görüşmeler yaptığını ifade etmiştir. Sinan Kara, Basın Konseyi Heyeti'nin kendisiyle sadece 10 dakika süreyle -ayaküstü diye nitelenebilecek- bir görüşme yaptığını; ve bu görüşmede kendisine yöneltilen suçlamalarla ilgili sorular sorulmadığını; sadece sohbet tarzında bir konuşmanın cereyan ettiğini belirtmiştir.

3.3. Heyetin İstanbul'a dönmesinden sonra, Sinan Kara aleyhinde yapılan ve daha önce Basın Konseyi'nin, 'şikâyetin yersizliğine' hükmederek reddettiği başvuruları kabul ettiği saptanmıştır. Sinan Kara, Basın Konseyi'nin, kendisi aleyhine verdiği uyarı ve kınama cezalarının, mahkemelerde devam eden tüm davaları etkilediğini bildirmiştir. Sinan Kara'nın ifadesine göre, bazı müştekiler, duruşmalar sırasında mahkeme heyetine, Basın Konseyi'nin

objektif kriterlere dayanmayan, -ki; yapılan pek çok şikâyet başvurusunu daha önce reddeden Basın Konseyi'nin bir süre sonra aynı başvuruları kabul edip uyarı veya kınama cezası vermesi, bir çelişki ve sübjektivite unsuru olarak değerlendirilmektedir- uyarı veya kınama cezalarını birer argüman olarak sunmuşlardır. Sinan Kara, mahkeme heyetlerinin Basın Konseyi'nin verdiği uyarı veya kınama cezalarını göz önünde tutarak, kendisi aleyhinde çok sayıda mahkûmiyet kararına hükmettiklerini beyan etmiştir. Sinan Kara, yerel mahkemelerin verdiği mahkûmiyet kararlarını temyiz etmek üzere başvurduğu Yargıtay'ın bile Basın Konseyi'nin uyarı veya kınama cezalarından etkilenerek, mahkûmiyet kararlarını onadığını ifade etmiştir.

3.4. Sinan Kara, Basın Konseyi'nin objektif kriterlere dayanmayan uyarı veya kınama cezalarının, mahkeme kararlarını etkilemesi karşısında şikâyet başvurusunda bulunduğunu ancak, Basın Konseyi'nin nüfuz sahibi yöneticilerinden çekinen iç hukuk mahkemelerince, bu talebinin kabul görmediğini belirtmiştir. Sinan Kara iç hukuk yollarının tükenmesi üzerine, verdiği kararlarla devam eden mahkemeleri etkilemek suçuyla, Basın Konseyi hakkında, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nde dava açtığını ifade etmiştir.

Sonuç

Demokratik toplumlarda yerel basının temel varlık nedeni, ahaliyi bölgede cereyan eden olaylar hakkında bilgi sahibi yapması yanında, kuşkusuz, eleştirel tutum ve yaklaşımlarıyla da yerel demokrasinin güçlenmesine katkıda bulunmak olmalıdır. Yerel basının eleştiri hakkını kullanması çok sesliliğin de bir gereği olarak düşünülmelidir. Ancak, bu noktada yerel demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi, yerel otoritelerin eleştiriler karşısında hoşgörülü bir tutum takınmalarına bağlıdır. Yerel otoritelerin, yerel basından gelen eleştirileri bir tür 'saldırı' olarak algılamaları, beraberinde anti-demokratik uygulamaları getirmektedir. Eleştirileri olgunlukla karşılamak yerine merkezi birimin kendilerine verdiği yetkileri yerel basını susturma aracı olarak kullanmak, hiç kuşkusuz, öncelikle etik bir davranış tarzı değildir.

Bu çalışmada, buraya kadar aktarılan olaylar silsilesine bakıldığında, yerel yöneticilerin, kendileriyle ilgili 'olumsuz' haberler yapan bir yerel gazeteciyi sindirip susturmak için -istedikleri zaman- nüfuzlarını kullanabildikleri açıkça ortaya çıkmaktadır. Sinan Kara'nın, yerel otoritelerin bazı tutum ve işlemlerini eleştirel bir bakış açısıyla *Datça Haber* gazetesinde yayımlaması, yerel otoriteler tarafından 'devletin memurunu tahkir ve tezyif' anlayışıyla karşı-

lanmıştır. Bu sebepten ötürü de, söz konusu haberler, çeşitli soruşturma, kovuşturma ve davalara konu olmuştur.

Bu çalışmaya konu olan 'Sinan Kara ve *Datça Haber* gazetesinin 'yaygın tiraja ve entelektüel meslek sahiplerinden oluşan kanaat önderi konumundaki okuyuculara sahip olması', yerel otoriteler tarafından 'bir tehdit unsuru olarak' algılanmasına sebep olmuştur. Bu itibarla da, *Datça Haber* gazetesinde yayımlanan eleştirel haberlerin yerel kamuoyunda yarattığı etki, yerel otoriteleri 'rahatsız edecek' boyutlara ulaşmıştır. Yaygın tiraj sonucu, eleştirel haberlerin halk arasında yarattığı tepkinin büyüyeceği endişesini taşıyan yerel otoriteler, 'diyalog kurarak sorunu çözmek' yerine, dava açarak sindirme yöntemini tercih etmişlerdir. Zira açılan davaların çokluğu da, Sinan Kara'yı halk nezdinde 'suçlu' durumuna düşürerek ciddiye alınmaması gerektiği amacına yönelik olduğu izlenimini yaratmaktadır.

Bütün bunlara ek olarak, özellikle dini cemaat/tarikatların, uzun yıllardan bu yana sürdürdükleri kamuya ait idari birimlere kendi taraftarlarını yerleştirerek 'devleti ele geçirmek' şeklinde özetlenebilecek hareket tarzlarında, belli bir mesafe katettikleri anlaşılmaktadır. Gerek Sinan Kara'ya karşı açılan davalarda, gerekse İslami basında yayımlanan haber/yorumlarda, dini cemaat/tarikat dayanışması çerçevesinde şekillenen 'müslüman-muhafazakâr kamu yöneticilerini korumak' adına bir hareket tarzının varlığını tespit etmek mümkündür. Bu anlayışın, Datça'da dini cemaat/tarikat mensubu kamu çalışanlarını, yerel otoriteleri korumak adına, Sinan Kara aleyhinde imza kampanyası düzenlemeye sevketmesi ve kamu yöneticilerinin hem etik kuralları zorlayarak, hem de hukukun üstünlüğü ilkesini zedeleyerek birbirlerini korumaya yönelik idari ve hukuki eylemlerinin, 'solcu gazeteci-müslüman kamu yöneticisi' ayrımına zemin teşkil ettiği saptanmıştır. Kamu yönetimini kendilerine bahşedilmiş bir hükümranlık alanı olarak algılayan yerel otoritelerin, -Sinan Kara örneğinde olduğu gibi- eleştirel haberlerin yerel halk nezdindeki etkilerini azaltmak amacıyla idari ve hukuki yaptırımlara başvurmaları, esasında kamu yönetimini bir tür 'çatışma alanına' dönüştürmektedir.

Yerel otoritelerin, kamu yönetimini çatışma alanına dönüştürmeleri, devletin yurttaşlar nezdindeki tarafsızlığını zedelediği gibi, demokrasinin de sağlıklı işlemesine engel teşkil etmektedir. Zira, kamu otoriteleri, yazdığı haberlerle kendilerini halka -bir anlamda- şikâyet eden yerel gazeteci hakkında açtıkları davalarda hem davacı, hem de kaymakam, savcı, hakim vb. kimlikleriyle yargılayan

ve karar veren konumunda bulunmaktadırlar. Böyle bir durumda, adaletin sağlıklı bir şekilde tecelli etmesini beklemek mümkün değildir, ki, yerel otoritelerin birbirleriyle dini cemaat/tarikat mensubiyeti dolayısıyla örgütsel dayanışma içinde hareket ettikleri de göz önüne alındığında kamusal tarafsızlıktan da söz etmenin olanağı bulunmamaktadır. Esasen bu tür tarikat/cemaat ilişkisine dayalı örgütsel bağlılıklar, sadece kamu yönetimini zaafa uğratmak açısından değil, Türk demokrasisini yıpratması açısından da üzerinde hassasiyetle durulmasını zorunlu kılmaktadır.

Basın Konseyi'nin Sinan Kara ve *Datça Haber* gazetesinde yayımlanan haberler karşısında takındığı tutumun, hem basın meslek ilkeleri, hem de hukukun üstünlüğü ilkesi açısından ciddi bir zafiyet içerdiğini tespit etmek mümkündür. Zira, önce Sinan Kara'nın başarılı gazetecilik çalışmalarını taltif eden yazılar kaleme alan ve hatta haberlere konu olan kişilerin yaptıkları tüm başvuruları şikâyetlerin yersiz olduğunu belirterek reddeden Basın Konseyi Başkanı ve bazı üyelerinin, daha sonra, hareket tarzlarını değiştirmelerinin sebebini tespit etmek mümkün olmamıştır. Yukarıda ayrıntılı olarak açıklanan idari ve hukuki süreçlerden sağlıklı sonuçların elde edilmesinin olanaksızlığı ortadayken, Basın Konseyi'nin Sinan Kara'ya uyarı ve kınama cezaları vermesi, yargıya müdahale ve/veya yargıyı etkilemeye yönelik olarak ilgililerince koz olarak kullanılmıştır.

Sonuç olarak, gerek iç hukuk mahkemelerinin verdiği bazı kararlar, gerekse Basın Konseyi'nin verdiği uyarı ve kınama cezaları Sinan Kara tarafından Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin (AİHM) gündemine taşınmıştır. Türkiye'de iç hukuk mekanizmasının sağlıklı işlemediği, AİHM'in Türkiye aleyhine verdiği binlerce karardan da anlaşılmaktadır. Sinan Kara'nın taşıdığı dava dosyalarının AİHM tarafından Türkiye ve ilgililer aleyhine karara bağlanması, kuşkusuz hem Türk demokrasisi, hem de Türkiye'deki basın özgürlüğü açısından ciddi birer zafiyet unsuru olarak değerlendirilecektir.

Araştırma Önerileri

Yerel basın-yerel otorite ilişkilerini değerlendirme çerçevesinde tek tek yapılacak 'örnek vaka ve/veya örnek kişi' araştırmaları, yerel otoritelerin yerel basına karşı tutumlarındaki temel karakteristiklerin saptanması açısından faydalı

olacaktır. Bu konuda yapılacak çok sayıda araştırma, temel bir veri tabanı oluşturacaktır. Bu veri tabanındaki bilgi birikimi, yerel otoritelerin, yerel basınla ilişkilerini düzenlerken genel bir davranış modeli çerçevesinde hareket edip etmediklerinin tespiti bakımından da ilginç sonuçlar ortaya koyacaktır. Yerel otoritelerin, yerel basınla ilişkilerini düzenlerken takındıkları genel davranış modellerinin ortaya çıkarılması, hem bu mesleğin profesyonellerine, hem de iletişim bilimcilerine yol gösterici olması açısından önemli bir işlev görecektir.

Kaynakça

- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- Schlapp, Herman: *Gazeteciliğe Giriş,* İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2002.
- İçel, Kayıhan: *Kitle Haberleşme Hukuku,* İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1985.
- http://www.sendika.org.
- http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=5650&PHPSESSID=a6d56ec05f762f5.
- http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=82744&tarih=25/07/2003.
- http://www.milliyet.com/2001/07/25/yasam/ayas.html.
- http://www.milliyet.com/2001/08/17/yasam/yas02.html.
- http://www.zaman.com.tr/2003/02/24/yazarlar/ekremdumanli.htm.

YEREL BASIN VE ULUSAL DAĞITIM KANALLARINDAKİ YERİ

Ersin Turan*

Giriş

Çalışma kapsamında, "dağıtım", tazeliğini aynı gün içinde yitiren bir hizmet olan gazetenin varlığının, önemli bir parçası olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, dağıtım ağında aksama yaşayan gazetenin zayıflaması kaçınılmazdır. Bu durum, yerel gazeteler için de geçerlidir. Dağıtım uygulamasını belli bir düzene oturtmuş ulusal dağıtım şirketlerinin dağıtım verileri aracılığıyla, yerel basınımızın dağıtım potansiyeli ve biçimini takip etmek mümkün gözükmektedir. Çünkü, gerek dağıtım alanlarının dar bir coğrafi alanı kapsaması, gerekse maddi sorunlar nedeniyle, yerel gazeteler, dağıtımda uzmanlaşmış kurumlarla çalışma yoluna gitmemektedir. Bu durumda, "yerel basının dağıtım sorununu nasıl aştığı" sorusunun yanıtını bulmak son derece güçtür. Bu çalışmada da yukarıdaki soruya yanıt aramak yerine, Türkiye'de yaygın dağıtım ağında, yerel basının ne kadar yer aldığı, sorusunun yanıtlanmasına çalışılmıştır.

Gazete dağıtımının hukuki ve uygulama olarak neleri kapsadığı, tarihsel olarak ne tür evrelerden geçtiği ve günümüzde ne düzeyde olduğunun özetlendiği çalışmada; Basın İlan Kurumu'nun 2005 yılı verilerinden yararlanılarak, yerel basının, yaygın dağıtım firmalarının dağıtım potansiyelinden hangi oranda yararlandığı ortaya konmuştur. Buna göre, Türkiye'de gazete dağıtımının en önde gelen iki şirketi (Yay-Sat ve Merkez Dağıtım), yerel gazetelerin sadece yüzde 7'sinin dağıtımını üstlenmektedir. Geri kalan yüzde 93'lük yerel gazete dağıtım oranının yerel gazetelerin –profesyonel ve yaygın bir dağıtımdan yoksun- kendi çabalarıyla karşılandığı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, sözü edilen iki dağıtım şirketinin dağıtımını yaptıkları toplam gazete sayısı 71 iken; (2005-Kasım verilerine göre) ülkedeki toplam yerel gazete sayısı 485'tir.

Özetle, çalışmanın bulgusu şudur: İnternet dışında yerel basın, ulusal dağıtım kanalları içinde yer almamakta ve dağıtım konusunda kendi yöntemleri ile küçük dağıtım kanallarını kullanmaktadır.

* Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

1. Dağıtım

Dağıtım, gazete, dergi veya tüketime yönelik herhangi bir malın satışındaki üretim kadar önemli unsurdur. Gazete; gazetenin tüketim ömrünün bir gün gibi kısa sürede bitmesi nedeniyle dağıtım konusunda lokomotif maldır. Türkiye'de dağıtım denilince gazete dağıtımının akla gelmesinin birinci sebebi budur. İkinci olarak da dergi dağıtımında zaman kavramının, gazeteye göre daha esnek olmasından kaynaklanmasıdır. Dergiler periyotlarına göre, (haftalık, aylık, üç aylık veya altı aylık) dağıtım toleranslarına sahiptir.

Yerel bazda yayınlar, ulusal dağıtım ağlarında yeterince yer almamaktadırlar diyebiliriz; çalışmamızda bunun ne derece doğru olduğunu tespit etmeye çalışacağız. Dağıtım, dergi veya gazete olsun, yayınlanmış tüm materyalin okunmasında, satışa sunulmasında ve satılmayanların toplanmasında önemli ve vazgeçilmez bir unsurdur. Yerel yayınların ulusal dağıtım kanallarında ne düzeyde yer aldığı açık olarak tespit edilirse, yerel veya bölgesel yayınların ne tür bir yol izlediği sorusunu daha net sorabiliriz.

Öncelikli olarak, Türkiye'de dağıtımın kanunla belirlenen tanımından bahsetmek gerekir. Basılmış eserlerin herkesin görebileceği veya girebileceği yerlerde gösterilmesi veya basılması veya dağıtılması veya dinletilmesi veya satılması veya satışa arzı "neşir" sayılır. Fiilin ayrıca suç teşkil etmesi durumu dışında basın suçunun oluşabilmesi için basılmış eserlerin herkesin görebileceği veya girebileceği yerlerde gösterilmesi veya basılması veya dağıtılması veya dinletilmesi veya satılması veya satışa arzı gerekir. [1]

Dolayısıyla kanunumuza göre, neşir ve basın suçunun oluşabilmesi için, dağıtımın gerçekleşmesi tek olmamakla birlikte gerekliliklerden biridir.

Gazete, dayanıklılığını ve tazeliğini, diğer tüketim mallarına göre çabuk yitiren bir maldır. Bu yüzden, gazetenin okura ulaştırılması, olabildiğince kısa ve çok düzenli bir süre içinde gerçekleştirilmelidir. Herhangi bir bölgeye en önce giren gazetenin okunma şansının, diğerlerinden daha fazla olduğu bellidir. İşte bu noktada, tirajla yakından ilişkili olan dağıtım konusunun önemi ortaya çıkmaktadır. Kısaca dağıtım, bir gazetenin hazırlanması ve basılması kadar önem taşımaktadır.[2]

[1] *15.7.1950 tarih ve 5680 sayılı Basın Kanunu, 1. Bölüm, Umumi Hükümler, Madde 3.*

[2] Serab Eroğlu, "Türkiye'de Gazete ve Dergi Dağıtımına İlişkin Sorunlar", Yayımlanmamış Y. L. Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Ens., 1985, s. 1.

Dağıtım; ticari satışı yapılan gazete dağıtımı organizasyonlarını kapsayacağı gibi, parasız, gönüllülerce yapılan yayınların, gene parasız, gönüllülerce ödemesi yapılan bir sistemini de kapsar. Satış yapılan gazeteler için "dağıtım", belirli bir zaman periyodunda çok sayıda mal dağıtımını kapsar (aylık, haftalık, günlük gibi.)[3]

Genel olarak dağıtım: Bir ürünün bir merkezden, çeşitli yerlere gönderilmesi işidir. Yayın dağıtımı ise; basım süreci tamamlanan ve belli bir merkezde toplanıp ayrıştırılan yayınların, istedikleri yerde ve zamanda ulaştırılması; doğru yerlerde, doğru zamanlarda, doğru sayılarda ve görülür durumda satışa hazır olarak bulundurulmasıdır.

Dağıtım işlemi tek başına, bir malın bir yerden alınıp bir başka noktaya fiilî olarak götürülmesi işlemi değildir. Dağıtım; pazarlama, satış aktiviteleri ve mâli işlemlerin bir bütünüdür. Yazılı basın ürününün satılabilirliği; yayının, ülkenin her yerinde pazarlanması ve dağıtılması ile yakından ilgilidir.[4]

"Pazarlama ise**;** "bir ürünün, bir malın, bir hizmetin satışını geliştirmek amacıyla tanıtmayı, paketlemeyi, satış elemanlarının yetiştirilmesini, piyasa ihtiyaçlarını tespit etme ve karşılamayı içeren etkinlik bütünü" olarak tanımlanmaktadır. Yayın pazarlaması ise, baskısı tamamlanmış süreli (gazete, dergi, ürün gibi) veya süresiz (kitap, almanak vb.) yayınların, okur isteklerini de göz önünde bulundurarak;

a) Ülke geneline dağıtımın yapılması,
b) Satışı arttırıcı eylemlerin gerçekleştirilmesi,
c) Piyasa isteklerinin belirlenmesi,
d) Satılmayan ürünlerin toplanmasını içeren bir süreçtir.

Pazarlama; doğru ürünün, doğru şekilde, doğru yönde, doğru zamanda ve doğru yerde sunulmasını içeren karma bir yapıya sahiptir. Bu pazarlama karması, basılı iletişim araçlarını oluşturan gazete, dergi, kitap ve ürünler için de aynen geçerlidir."[5]

Dağıtım altı temel bölümden oluşur. Bu temel bölümler şunlardır:[6]

[3] William J. Torn ve Mary Pat Pfeil, *Newspaper Circulation: Marketing the News,* Longman Inc. 1987, s. 114.

[4] (Çevirim içi) http://www.yaysat.com.tr/yaysat/kurumsal/index.asp 09/04/2003.

[5] *A.y.*

[6] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 11.

1. Gazetelerin dağıtım ve satışları için ve malları ve satıştan doğan geliri toplayan sistem.
2. Satış miktarı, okuma oranı ve okuyucu sayısı.
3. Ticari değer endeksi
4. Toplumsal değer endeksi ve sorumlulukları
5. Gazete içinde bir departman olması
6. Eğitim ve özel yetenek isteyen uzmanlık

İnsanlar "dağıtım" sözcüğünü duyduklarında, gazete teslimi yapan bir sistemi kafalarında canlandırmaktalar. Bu sistem, satış, toplama ve dağıtımın karışık bir süreçte 200 yılı aşan bir zaman zarfında gelişmesiyle oluşmuştur. Geleneksel olarak üç temel ayak üzerine kurulu olan bu sistem, *dağıtım, satış* ve *toplama* görevleri yapmayı kapsamaktadır.[7]

1800'ler Amerika'sında dağıtım için geçerli sayılara ulaşmak araştırmacılar açısından oldukça zor olmuştur. Çünkü, reklam alan ajanslar ve dönemin gazeteleri etik değerlerin yerleşmemesiyle eş güdümlü olarak şişirilmiş dağıtım raporları tutmaktadırlar. Böylece, gazetenin prestiji ve geliri arttırılmaya çalışılmakta, bunun yanında ajansların komisyonları da paralel olarak artmaktadır. 1890'larda Joseph Pulitzer ve William Randolph Hearst arasında Amerika tarihinde bilinen en büyük dağıtım savaşı yapılmıştır.[8]

Reklam ve dağıtımda standardizasyona ihtiyaç duyulan Amerika'da Dağıtım Denetleme Kurulu (Audit Bureau of Circulation) ABC kurulmuştur. 1913'te reklamcılar ve yayıncılar tarafından oluşturulan kurul, gönüllülük esasına dayalı bir sistemdi. Bu gün ABC Amerika'da gazete dağıtımını standartlarıyla ilgili ve yüzde 95'lik bir günlük dağıtım oranını denetlemektedir.[9] ABC, gazete satışındaki genel kriterleri belirlemekte ve temel olarak dağıtımla ilgili verileri hesaplamaktadır. Ve üye yayınlarla, satışlarını denetleyici standartları oluşturmaktadır.[10]

Dağıtımın sonucu olarak yayınların değerlendirilmeleri, çeşitli aşamalarda gerçekleştirilir. Birincisi, maddi olarak dağıtımı yapılan gazete ve/veya dergi sayısının belirlenmesidir (Measure of Sales). İkinci olarak, ilk alıcı dışında aynı mecrayı, tekrar okuyan kesimin sayısı (Measure of Readership)

[7] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 12.
[8] *a.g.e.,* s. 14.
[9] *A.y.*
[10] *a.g.e.,* s. 15.

ve üçüncü olarak da, gazete ve/veya derginin haberlerinin, ilan ve reklamlarına maruz kalması muhtemel okuyucu kitlesinin (Measure of Audience) belirlenmesidir.

Satılan sayısının belirlenmesi şu şekilde tespit edilir. (Measure of Sales): Basılan materyal (Pressrun) ile dağıtılan baskılar arasında, yani toplam basılan ürün ile satış için dağıtılan arasında bir fark vardır. Bu fark bazen yüzde 20'lere kadar varan oranlarda olabilir. Çünkü, basılı herhangi bir ürünün gazete bayilerinde, tezgahlarda, marketlerde ve bizde kalmasa da seyyar sokak satıcılarında, satılması muhtemel sayıda bulundurulması gerekir. Ek olarak, yeniden basılan kopyalar, çalınan veya zarar gören, dağıtımcıda kaybolan; yöneticiler ve çalışanlarca kullanılanlar, tanıtım ve reklam amaçlı harcanan miktar, diğer başka firma ihtiyaçları olarak (Arşiv vs.) kullanılır.[11]

Okuyucu oranının tespiti (Measure of Readership), okuyucu olarak gazete veya derginin devamlı takipçisi, okuyan, inceleyen, özellikle seçici olarak belli bir kesimini takip eden ve ilanların etkisine maruz kalan bir kesimi anlıyoruz. Bunun tespitinde demografik ve sosyolojik durumu belirleyen anketler yapılır. Okuyucunun yaş grubu, cinsiyeti, eğitimi, mesleki grubu, kazançları gibi belli kriterler vardır. Diğer bir okuyucu tespit yolu, bilimsel olamamakla birlikte, kapı kapı dağıtan dağıtıcıların yazdığı raporların değerlendirilmesidir ki ülkemizde kapı kapı dağıtım sistemi Amerika'daki oranda gelişmemiştir.[12]

Muhtemel okuyucu kitlesi olarak tabir edebileceğimiz bu kesim (Measure of Audience), dilimize "izleyici oranı" olarak da çevrilebilir. Burada muhtemel kesim dağıtım oranı ve okuyucu oranından daima daha geniş bir kesimi kapsamaktadır. Çünkü, gazete ve derginin bulunduğu ortamda, yayının belli bir kesimi de olsa okuyan kitleyi temsil eden bir orandır. Her kopyayı okuyan kişi sayısı, (Readers Per Copy, RPC) değeri olarak ölçülen bir orandır. Bu oran tespit edilirken, yayının çıktığı gün dışında okuyan kesim de hesaplanmaya çalışılır. Evler, okullar, ofisler vb. yerlerdeki okuyucu sayılarıyla tespit edilir ve bölgesel veya ulusal bir RPC belirlenir. Ve bu oran, yayının etkilediği kesim oranı olarak kullanılır. Mesela 2.6 etkilenen kişi oranın sahip bir bölgede, 100.000 satan bir yayın 260.000 muhtemel okuyucuya sahip demektir.[13]

[11] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 15.
[12] *a.g.e.,* s. 18.
[13] *a.g.e.,* s. 20.

Tablo 1: (ABC ve Three Sigma Study'nin aynı dönemde yaptıkları bir çalışmadan)[14]

Milwauke Journal'in Dağıtım Verileri Karşılaştırması		
Dağıtım Verisinin Cinsi	**Günlük**	**Pazar günü**
Dağıtım Ortalaması	232,932	515,108
Hanede Etkilenen Kesim	%57.26	%74.69
Her Kopyayı Okuyan Kişi	2.3	2.2
Toplam Muhtemel Okuyucu	745,043	1,133,238
Okuyucu Oranları		
18 Yaş ve Üzeri	%54	%70
18-24 Arası Erkek	%60	%68
18-24 Arası Kadın	%44	%75
Lisans ve Üstü Eğitim	%55	%79
İdareci, Resmî Görevli, Mal sahibi Kişiler	%59	%81
Yıllık 25 Bin Dolarla,34 Bin Dolar arası kazanan kişiler	%59	%76

İnternetin hayatımızdaki yeri giderek büyümektedir. Internet gazeteciliği, internet dergileri ve klasik anlamda basılı her türlü mecranın artık internette de yansımalarını görmemiz doğal hale gelmeye başlamıştır. *Washington Post* ve *The New York Times* gazeteleri, tiraj hesaplamalarında Internet abonelerini de katmaya başladılar. Ayrıca Internet abonelerini basılı gazetesinin tiraj hesaplarına dahil eden *Wall Street Journal*, bu sayede ABD çapında yüzde 16 gibi bir artışla en çok satan gazete unvanına kavuştu. 5 senedir 1.800.000 civarında seyreden gazetenin tirajı son düzenlemeyle beraber 2 milyonu aşmış bulunuyor. Business Daily gibi ünlü gazetelerde tirajlarını aynı şekilde ilan etmeye başladılar.[15]

Böylece dağıtımın, sadece maddi olarak yayının kendisini değil, internet aboneleri sayesinde ulaştığı kişiler nedeniyle, yayının interaktif olarak okuyucuya ulaştırılması olarak da kabul etmemizin gelişen teknoloji ve okuma alışkanlıkları nedeniyle, yanlış olmayacağını belirtmekte fayda görüyorum. Ayrıca, dağıtım, gazete ve derginin yayın hayatında çok önemli bir yer işgal etmektedir. Aslında var oluşundaki temel öğelerden biridir diyebiliriz. Bunu, *Akşam* gazetesi yazarı Nurcan Akat'ın kaleminden aktarmak daha anlamlı olacaktır.

"…Ben de her pazartesi bu köşeden *Akşam*'daki yenilikleri duyurmaya devam edeceğim. Ama bu ilk yazıyı, bize inanılmaz destek ve güç veren

[14] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 21.
[15] Kuzey Can, "İnternet sayesinde lider", *Star,* 14 Ocak 2004, s. 17.

okurlarımıza ve bir buçuk aydan bu yana onlara daha iyi ulaşmamızı sağlayan yeni dağıtım şirketimiz Merkez Birleşik Basın Dağıtım'a teşekkür ederek bitirmek istiyorum. Çünkü *Akşam*'ın tirajı üç buçuk ayda tam yüzde 45 oranında arttı. Rekor sayılacak bu büyük patlamada, gazetemizin yeni içeriği ve biçimini onaylayan okurlarımız kadar, bizi onlara eksiksiz ulaştıran Merkez Birleşik Basın Dağıtım'ın da payı var. İyi haftalar..." [16]

1.1. Dünyada Dağıtım Tarihçesi

Haberin dolaşması, gazetelerden de önce, ilk çağlarda ağızdan ağıza yayılan hikayelerle olagelmiştir. İsa'dan önce 449 yıllarında Roma Senatosu'ndan çıkan kararlar ve imparatorluktaki dedikoduların bulunduğu haber raporlarının imparatorlukta dolaştırılması, Atina'daki Yunan tarihçilerin kaydettiği ilk dağıtım olayıdır.[17]

Milattan sonra 1. yy *Acta Diurna* adı verilen, elle hazırlanan yazılı haber metinleri, dağıtıcılar tarafından evlere kadar götürülür, Roma duvarlarına asılır, devlete ait yerlerde vatandaşlar alabilsin diye teşhir edilirdi.

Acta Diurna dışında, *Acta Senatus, Acta Publica, Acta Urbis* Roma döneminin diğer haber levhalarının isimleriydi.[18]

1566 yıllarında Venedik yöneticileri… savaşını anlatan bültenleri şehir duvarlarına ve elden evlere *Gazetta* adı verilen bir sikke karşılığında dağıtıyorlardı. Almanya'da düzenli olarak gazete 1609 yıllarında görülmeye başladı. 1702 yıllında Londra'da, hükümetçe bağımsız gazete çıkarılması engellemelerle karşılaşıyor ve gazeteler Alman matbaalarında basılıyordu. Bu gazeteler, illegal olarak birkaç dağıtıcı tarafından İngiliz hükümetinin kontrolü dışında evlere dağıtılıyordu. Zaman içinde, İngiliz gazetecilik gelenekleri, yerleşen kolonistler tarafından Yeni Dünya'ya taşındı. Bu Yeni Dünya'nın ilk gazeteleri, yöneticilerin kontrolünde ve onların sözcülüğünü yapan ve editör, yayıncı ve dağıtım sorumlusuyla tam bir gazete özelliğindeydiler. Bu gazeteler posta şirketleri yoluyla dağıtılıyorlardı. Bu şirketlerin gelirleri değişikti. Mektupları ücretsiz olarak dağıtmalarına rağmen, hükümetten gelen haberleri

[16] Nurcan Akat,(Çevirim içi) http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2002/11/11/yazarlar/yazarlar170.html 09/12/03.
[176] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 34.
[18] Murat Özgen, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* İ.Ü. İletişim Fakültesi Yay., 2004, s:3.

yerli ve yabancı gazetelere satar, koruyuculardan mektupları toplulukla paylaşırlardı. Bu posta şirketleri, haberleri, çabuk bir şekilde müşteri olabilecek hükümete ve yayımcılara satış konusunda uzmanlaşmışlardı. Haftalık yayınlar bu şirketlerce standart olarak sunulmaya devam etti. Yaklaşık 300 yıl, haftalık yayınlar gazetecilik tarihinde baskın karakter olarak yer aldı.[19]

Boston'da çıkan *News-Letter* resmî nitelikli gazetesi, nadiren kâr etse de her kopyası iki pens'e dağıtılan ilk gazeteydi. John Campbell'e ait olan bu gazete, resmî dağıtıcı olan Campbell'in, siyasi olarak gözden düşmesi ve resmî dağıtıcılığın rakiplerinin eline geçmesiyle çıkan yeni gazete *Gazette* ile birlikte sona erdi. Devletin resmî yayın organı niteliğinde olan gazeteler, *News-Letter* ve *Gazette* devletin posta sistemiyle dağıtılmaktaydı, politik oldukları sürece varlıklarını sürdürebildiler.[20]

Ben Franklin'in büyük kardeşi olan James Franklin *New England Courant* isimli bir gazete çıkarıyordu. Resmî izni olmadan çıkardığı bu gazete Boston'da Protestan düşüncesinin sesi olarak devam etmekteydi. Ve koloni yöneticileri, gazetenin özgürce dağıtılmasına ses çıkarmıyorlardı. Limanlardaki İngiliz güvenliğini tartışma konusu olarak öne çıkarmasından sonra kendisine tanınan imtiyazları kaybetti, tutuklandı ve Courant'ı yayınlaması engellendi.[21]

Ben Franklin, ağırlıklı olarak evlere dağıtılan *Courant*'ın çırak, yeni yetme basımcısı olarak, Amerika'nın ilk gazete dağıtıcısı oldu. Boston ve civarına taze haber taşıyan birisiydi.[22]

Dağıtım sistemlerinin tam oturmadığı bu dönemlerde, abonelik iyi bir alternatifmiş gibi görünse de, 100 yılı aşkın bir süre Campbell, Franklin ve arkalarından gelen birçok yayıncı için büyük mali tehdit oluşturmaktaydı. Kolonileşmenin devam ettiği bu dönemlerde gazeteler üç, altı aylık veya yıllık abone alıyorlardı. Ama belki de dönem sona erse bile parasını alamıyordu. Bu durumda yayıncıya fazla seçenek kalmıyordu. Ya aboneliği iptal edecek ya da devam edip gerekirse mahkemeler yoluyla parasını tahsil etme yoluna gideceklerdi. Hung Gaine isimli bir yayıncı, zengin bir abonesine 10 yıl boyunca parasını alamasa da dağıtım yapmış; James Rivington isminde kralcı bir editör ise, İngiliz hükümetini ve yandaşlarını, kendisi Boston'dan ayrılmadan abonelik paralarını vermeleri için dava etmiştir. Bağımsızlık savaşı döneminde pek çok abone, parasızlıktan, ödemeleri malla yapmaya başlamıştı. Bu gazete dağıtımında ikinci bir sorun yaratıyordu. Hizmetin karşılığında alınan malların toplanması durumu doğmuştur. Paranın yerini malın aldığı bu dönemin sıkıntısını *New York Weekly Journal*'dan bir yazıdan aktarabiliriz: "Benim her günüm, zaten işi bitmiş yayıncıma biraz boş laf, tereyağı, biraz et, peynir ve benzerlerini göndermekle geçiyor."[23]

[19] Torn ve Pfeil, *a.g.e.*, s. 35.
[20] *A.y.*
[21] *A.y.*
[22] *A.y.*

1760'ların başlarında yayıncı Hung Gaine, *Mercury* gazetesinin dağıtımı için, Güzel Çocuk (nice boy) reklamları yapıyordu. Çok az bir gelirle kapıdan-kapıya dağıtım gerçekleştiren ve abone kazanmaya çalışan bir kesimdi. Aslında, dağıtım yapan çocuklar, ilk kez Londra'da görüldü. 1638 yılında *London Mercuire*'nin kadınlardan oluşan ve seyyar satıcı gibi köşe başlarını tutan *Mercurie Kızları* (*Mercurie Girls*) gazete satışında bir ilktiler. Dönemin gerici yapısı, bu kızlara karşı tepkilerin oluşmasına neden oldu. Mercurie kızları yerini hızlıca genç erkek çocuklarına bıraktı. Fransızlar, kadınların köşe başlarında gazete satmasını İngilizler gibi yadırgamamış ve engellememiştir. Amerikalılar ise, bu konuda İngilizleri örnek almış ve kolonilerde gazete dağıtımını, 1765 senelerinden itibaren genç erkekler yapmıştır.[24]

Posta sürücüleri gazete dağıtımında önemli bir basamak olmuştur. Sürücüler mektup, yolcu ve haber kaynaklarıydılar. Şehirler arası düzenli tek bağlantı olan bu sürücüler aynı zamanda kar kış demeden, çamur ve olumsuz her türlü ortama rağmen düzenli bir ulaşım ağı kurmuşlardı. Tam zamanlı olmayan bu posta sisteminde gazeteler, bazen haftaları bulan gecikmelerle yerine ulaşıyorlardı. Bu posta sürücüleri dışında Mississippi nehri boyunca da tekne kaptanları dağıtımı gerçekleştiriyorlardı. 1768 Kraliyet Posta Sistemi yapısı yenilenirken, ünlü yayımcılar Ben Franklin ve William Hunter, dağıtılan ve satılan gazetelerin ücretleri üzerinden yüzde 20 bir kesintinin dağıtım ücreti olmasını standarda oturtmuşlardı. Dağıtılan gazetelerin en önemli müşterileri aynı zamanda haber peşinde olan editörlerdi. Böylece posta sürücüleri, dağıtım ve haber ağının ayrılmaz bir parçasını oluşturuyorlardı.[25]

1790 senesinde Amerika'da sayısı 75 olan posta ofisleri, 1820'de 4500'e ulaşmıştı; aynı 30 yıllık süre zarfında 1875 millik dağıtım ağı 73,492 mile çıkmıştı. 1792 Posta Ofisi anlaşmasına göre ise, Ohio, Pennsylvania, Kentucky ve Tennessee

[23] Torn ve Pfeil, *a.g.e.*, s. 35.
[24] *a.g.e.*, s. 37.
[25] *a.g.e.*, s. 38.

eyaletleri için, 1 sent ilk 100 km'lik mesafe için ve sonrası mesafeler için 1,5 sent olarak belirlenmişti. George Washington, bu posta ofislerinin gelişmelerini desteklemekteydi, çünkü bu ofisler sadece haber akışını sağlamıyorlar, yöneticilerin yönetenlere daha rahat ulaşmasına vesile oluyorlardı.[26]

İngiltere'de ise, basılan dergiler posta dağıtımında zorluklarla karşılaştılar. Posta şirketleri, posta dağıtım işini ücretsiz olarak yapmaktaydılar. Yayınlar bu nedenle, posta sistemlerinin kabul etmediği iletilerdi. Yayıncılar bunun üzerine kendi dağıtım sistemlerini kurmaya başladılar.[27]

Dağıtımda zaman içinde çeşitli modeller oluşmuştur. Bunlardan birincisi; *Londra Planı*'dır (London Plan of Circulation). Bu planda, maksimum dağıtım sağlayıp, riski minimuma indirme ana hedeftir. Yayımcı, gazeteleri, dağıtımcılara toptan bir ücretle verir. Dağıtımcılar ve satıcı çocuklarda, kazançlarını arttırmak için satışa daha büyük önem verirler. Yayıncılar için dağıtımı yapılan gazetenin parasını alamama büyük sorunken, bu sorunun önüne geçmek için yapılandırılmış bir plandır. İkincisi, *Philadelphia Planı*'dır (*Philadelphia Plan Of Circulation*). Bu planda ise, gazeteler toptancıları devreden çıkartmış, dağıtımın tüm sorumluluğu kendi bünyesinde toplamıştır.[28]

Avrupa'da okuma alışkanlığının artması ve kütüphanelerin kurulmaya başlaması, kitapların düzenli dağıtılması ihtiyacını doğurmuştur. Avrupa'da bu ihtiyaç, gerekli dağıtım şebekesini oluşturan, alışveriş zincirinde okumaya olan ilginin ekonomik kazancından pay elde etmek isteyen işportacı ve eskici olarak tabir edilen toplumsal sınıflar oluşturmuştur. Basılı eserlerin okuyuculara ulaşması, eserin geleceği ve aynı zamanda okuyucu kitlesinin gelişmesinde önemli rol oynayan bir etmendir. 1789'da Bastille Dévoilée'de bir yazı bu noktanın altını çizmektedir.

"Bilmem herkes bu tür insanlara duymamız gereken minneti benim kadar hissedebiliyor mu? Bulunduğumuz noktaya gelebilmek için servetleri, özgürlükleri ve bazen de hayatları pahasına katkıda bulunanlar onlardır. Yazarların kitapları yazması yeterli değildi; onların yayınlanması, satılması, sınırsız sayıda mekanlardan, casuslar ve hafiyeler ordusundan geçirerek, bize kadar ulaştırması gerekiyordu…" [29]

[26] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 42.
[27] (Çevirim içi) http://www.infoplease.com/ce6/ent/A0860301.html 12/03/2003.
[28] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 46.
[29] Frederic Barbier ve Catherine Bertho Lavenir, *Medya Tarihi,* Çev: Cem Eksen, İstanbul, Okyanus Yayın, 2001, s: 26.

18. yüzyılın ikinci yarısı, Avrupa'da kitap işportacılığında güçlü bir dönem olur. Şebekeler, baskı makinelerinin "Mavi kitapçıklar", işporta baskıları (almanaklar) ve sahte ya da yasaklanmış kitaplar basmak üzere çalıştığı bazı noktaların etrafında organize olur. Bazı işportacılar köylerini, tarlalarındaki çalışmaların durduğu dönemde bir defalığına terk eder ve bölgeyi dolaşmaya başlarlar. Yerel kitapçılar için kış boyunca okunacak ve tekrar okunacak yeni almanaklar, takvimler ve gazeteler dağıtırlar. Genellikle belli köylerden gelmiş olan kimileri de gerçek profesyoneller olur, her bir bölge içinde, krallık çapında kitap dağıtımları için paralel gizli şebekeler kurarlar. Bunlar Pireneler'in ya da Alp'lerin bazı vadilerinden, ya da Aşağı Normandiya kıyı köylerinden gelirler. Ve kimi zaman Fransa'da, hatta dışarıda, özelliklede İtalya ve İber Yarımadası'nda yerleşik duruma geçecek ve kitapçılıktan zengin olan hanedanlar kuracak kadar başarılı olurlar.[30]

Avrupa'daki dağıtım şebekeleri, dönemi gereği, toplumsal ihtiyaçları illegal karşılamaya çalışan organizasyonlar olarak karşımıza çıkmıştır. Bu illegal yapı, tarihsel olarak, çalışmaları belgelememizi engellemektedir. Sınırlı olan üretim kapasitesi nedeniyle kitaplar, yayıncıların dağıtım işine sıcak bakmasında, yatırım yapmasını gerektirecek satış grafikleri oluşturmamıştır. Bütün bu verilerin ışığında, yayıncıların kitapları, dağıtım kanallarına hakim, garanti verebilen organizasyonlarla dağıtma dışında risk alma gereğini duymadıkları aşikârdır.

İlk dağıtım organizasyonları, öncelikle basılı yayın balyalarını bir noktadan diğerine taşıyan, yerine getirilmesi gereken formaliteleri üstlenen ve gerektiğinde kontrollerden ve el koymalardan kaçan arabacılar ile komisyonculardan oluşmaktaydı. Hanlar bu gezici satıcı coğrafyasının sabit noktaları haline gelmişti. Yerleşik kitapevine sahip olmayan Mauberge gibi bazı şehirlerde, eskicinin şehre geldiğinde hangi handa kaldığı, nereye başvurulması gerektiği bilinirdi. Başka bazı hanlar daha da önemliydi, çünkü büyük şehirlerin kapısında kurulmuşlardı, yani hem duvarlar dışındadırlar, (dolayısıyla olası kontrollerden ve giriş vergisinden muaftırlar) hem de önemli bir potansiyel kitlenin ve iletişim şebekesinin varlığından faydalanabilmektedirler. Nancy kapılarında, Saint-Pierre kasabasına ait otelciler, hancılar, yabancı kitabevleri hesabına balyalar almakta ve yollamaktaydılar.

[30] Torn ve Pfeil, *a.g.e.,* s. 36.

Eskiciler bu dağıtım zincirinde sıklıkla aracı durumundaydılar; onlar da tıpkı Savaie'li işportacılar gibi giriş vergisinin kısıtlamaları karşısında Pazar meydanında, Paris Sarayı basamaklarında ya da Palaisroyal galerilerinde tezgah açıyorlardı. Aynı şekilde yasaklı kitaplar da kolejlere ciltçiler tarafından, "Harcourt Koleji'nde Pornografi" gibi, özel kişiler aracılığıyla ya da yasaklı kitap balyalarını posta yoluyla alıp bazı arkadaşlarına satan İtalyan kilise adamları aracılıyla sağlanırdı. [31]

Son aşama dağıtım aşamasıdır. Yayıncının kitabın nüshalarını vereceği perakendecinin durumunu belirlemek, satışın maddi koşullarını saptamak, kitapları hazırlamak (paketlemek vs.) ve ürünleri yollamak, son olarak satılamayan kitapların iadesinden sonra sayım yapmak, özellikle de ödemeleri takip etmek şeklinde gelişmiştir.[32]

MM. Louis Hachette, Londra fuarında gördüğü bir İngiliz modelinden esinlenerek, bir "Demiryolları Kütüphanesi" yaratıp etkinlik alanını genişletir. Yayınevi aynı yıl demiryolu şirketleriyle kontratlar imzalamaya başlar ve bunların sonucunda, garların salonlarında kitap satma ayrıcalığına sahip olur. Böylece, organize dağıtımın Avrupa'daki temelleri atılır (1851).[33]

Fransa'daki matbaalar ve kitabevlerinin, Paris'te toplanması, tarihsel süreç içerisinde artmıştır. Ancak demiryollarının artışı bu eski dengeyi yavaş yavaş değiştirerek, bazı büyük sınai matbaaların önce Paris etrafında, sonra da daha düşük maliyet getiren taşınmazlar ve işgücünden yararlandıkları, üstelik vadeler veya çok pahalı taşıma masrafları tarafından engellenmedikleri eyaletlerde kurulmasını sağlamıştır. 1862'de ise, basılan gazeteler, ücretli çalışan personel tarafından belli yerlere götürülüp bırakılmakta ve okuyucular bu noktalardan gazeteleri sağlamaktaydılar.[34]

[31] Torn ve Pfeil, *a.g.e.*, s. 37.
[32] *a.g.e.*, s. 95.
[33] *a.g.e.*, s. 96.
[34] *a.g.e.*, s. 98.

1.2. Türkiye'de Dağıtım

1862 senesi Türkiye'de dağıtımın ilk başladığı sene olmuştur. Ülkemizde 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren gazete yayıncılığı önemli bir haberleşme aracı olmuştur. Genellikle İstanbul'da yayınlanan gazeteler, yine İstanbul ve yakın çevresindeki belli sayıdaki okuyucuya ulaştırılabilmektedir.

İlk Türkçe gazete olan *Takvim-i Vakayi*'nin dağıtım sorunu yoktu. Topu topu 250 adet basılır, bunlar da memurlar tarafından vilayet makamından alınırdı. Gazeteler dağıtım işini, ilk kez 1862 yılında maaşlı işçilere yaptırmaya başladılar. 1872'de ise, İstanbul Belediye Meclisi'nin bir kararıyla, gazete dağıtıcılığı meslek olarak kabul edildi.[35]

Cumhuriyet dönemi gazete dağıtıcılığını iki bölümde inceleyebiliriz: Birinci bölüm, gazete kuruluşlarının her birinin kendi olanaklarıyla ve kendi buldukları kişiler aracılığıyla gazetelerini dağıttıkları örgütsüz dönemdir. Bu dönem 1959 yılına kadar sürmüştür. İkinci bölüm ise, dağıtım şirketlerinin kurulduğu ve kitlesel dağıtımın gerçekleştiği 1959 ve sonrasındaki örgütlü dönemdir. Gazete dağıtımının gelişmesinde, ülkemizde, ulaşım yollarının gelişmesinin kara ve demir yollarının yapılmasının çok önemli payı vardır. Bu yıllarda gazetelerin, tren ve deniz yoluyla gönderilişi satışları çok etkilemekte ve dağıtımların hızlı yapılamaması satışların çok düşük kalması sonucunu doğurmaktadır. Türkiye'de 1946'dan sonra başlayan çok partili dönemle birlikte, kentleşme ve okuryazar sayısının artmaya başlaması gazete tirajını ve satışlarını olumlu yönde etkilemiştir. "Gazete bayi" denilen aracı kuruluşlar, yalnızca büyük şehirlerde toplanmaktadır. Halbuki diğer şehirlerde de dağıtımın yapılabilmesi ve okuyucuya ulaştırılması için "bayi" olarak tanımlanan aracılara ihtiyaç vardır.

1957 yılında ise siyasal yaşam hareketlenmesi ile birlikte gazeteler, sayıca çoğalmış ve "kitle basını" doğmuştur. Kitle basını, ulusal dağıtımı zorunlu kılmıştır. Gazeteler, dağıtım sorunlarını çözmek üzere bir araya gelmişler ve ortaklaşa dağıtım şirketi kurmuşlardır.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında, gazeteler kendi bayileriyle dağıtımı sürdürüyordu. Türkiye'nin en eski bayilerinden biri olan Fazıl Ünverdi* ile Serab

[35] Eroğlu, *a.g.e.*, s. 3.

* Fazıl Ünverdi, 1985 yılı itibariyle 72 yaşındadır. Dağıtımcılığa 12 yaşındayken gazete satarak başlamıştır. 1978 yılında "meslekte artık istikbal göremediği için" kendisini emekliye ayırmıştır.

Eroğlu'nun yapmış olduğu 5 Ocak 1985 tarihli görüşmede o yıllarda dağıtımın nasıl yapıldığı şöyle anlatılmaktadır:[36]

"1924-1925 yıllarında İstanbul'da üç-beş tane Rum, Ermeni ve Türk dağıtım yapardı. Her gazetenin kendi dağıtım bayi vardı. Ben gazetemi Beşiktaş'taki Çavuş'tan alırdım. 1935'te Babıali'ye bayi olarak girdim. Ondan sonra kendimi tanıttım. 1940'dan sonra, dağıtım artık benim gibi gençlerin eline geçmişti. 21 tane tali bayim bulunuyordu. Bunların hamalları vardı. Sabah saat üçte gelir, neşriyatları bağlayıp giderlerdi."

Ülkemizde seyyar gazete satıcılığı eski adıyla 'müvezzi'lik 1878 yılında oldukça ilerlemişti. Bu sistemde, gazete satan kişi, kolunun altına aldığı ve bir iple omzunda taşıdığı gazeteleri, "yazıyor,yazıyor, ..." gibi ifadelerle, sokaklarda bağırarak gazete satmaktadır. Bu sistem, Türk basınında, 1980'lere kadar başarıyla uygulanmış bir dağıtım ve satış yöntemidir.

Müvezzilik konusunda, 1946 doğumlu mesleği uzun yıllar sürdürmüş Süleyman Turan'ın, Kütahya'daki 55-60 yılları arasındaki dağıtım konulu tecrübeleri bizlere yön gösterecektir.

"55, 60 senelerinde gazete, önce Eskişehir'e geliyordu. Sonra otobüsle Kütahya'ya 3-4 sıralarında geliyordu. 1'de geldiği nadirdi, Eskişehir'e 1-2 araba çalışırdı. Okuldan çıkınca, dağıtım yapmaya giderdik. Kazancımız 25-50 kuruş civarındaydı. Günümüzle kıyaslarsak 1 porsiyon köfte parası ancak kazanırdık. Günlük dağıtım olarak 100-150, daha sonraları 250-300'e kadar çıktım. 7 sene dağıtım işi yaptım. Kütahya'da dağıtım işini Tayfun Çapçı diye gazete bayii yapıyordu. Biz 5-6 kişiydik gazeteler kartonun arasında gelirdi. Kartonlarla paketlenmiş olurdu. Çapçı, gazeteleri hızlıca sayar 3-5 eksik mutlaka verirdi. Bazen borçlu bile çıkardık."[37]

Müvezzilik, gazete ve dergi dağıtımında bugün hatırlanmasa da önemli bir aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Eski tarihi filmlerde gördüğümüz müvezzi (News Boy) kavramı bugün varolmasa da, tarihi önemini hâlâ korumaktadır. Gazete dağıtımının bir zamanlar ağır işçisi olan müvezzi hakkında Kemal Tahir'in 2 Haziran 1937 tarihinde *Yedigün* dergisinde çıkan "Velinimetimiz Müvezzi" başlıklı yazısında müvezzi'nin genelde hor görülen ailesine yardımda debelenen geç erkeklerden oluştuğunu ve siyasi tartışmalar

[36] Eroğlu, *a.g.e.,* s. 3.
[37] Süleyman Turan, Görüşme, 22 Haziran 2003.

içerisinde; kıyafet zorunluluğu getirilmesinin de gündeme alındığı bir olgu olduğunu anlıyoruz. Tarihi bir belge gibi günümüze kadar gelen Kemal Tahir'in bu yazısından gazete ve dergi dağıtımında önemli yer edinen müvezzilere 1937'nın birkaç yıl öncesinde İstanbul'da kıyafet standardı getirme çabalarından da haberdar oluyoruz.[38]

"Müvezzi' kavramına ait, İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'nde dersler veren Ziyat Ebuziya'dan aktarılmış tarihi bir olgu da bulunmaktadır:

Birinci Dünya Savaşı sonrası, İngiliz işgali altındaki İstanbul'da işgalcilere gittikçe artan kızgınlık, müvezzilerin haykırışlarıyla aktarılmaktaydı. İstanbul'da o dönemde yayınlanan gazetelerden *Vakit, Vatan* ve *La Tourqie* gazeteleri müvezzilerin elinde yüksek sesle Türk halkının kalbinden geçenleri haykırıyorlardı. "Vatan, Vakit, La Tourqie!.." bu haykırış, Türkçe'de her ne kadar gazete isimleri olarak algılansa da, Fransızca algılamak üzere dinlendiğinde, "Türkiye'den defolun!.." anlamında algılanmaktaydı. O yılların İstanbul'unda gazete satıcıları, iki dildeki bu benzerlikleri kullanarak, kendilerince milli mücadeleye destek vermişlerdi.[39]

Va-t-en (Defol)
Quitter (Terk etmek)
Va-t-en! Quittez-vou-sla Turquie (Defol! Türkiye'yi terk et)
Va-t-en! Quitter la Turquie (Defol! Türkiye'den gideceksin)

Tarihten bir sayfa olan gazeteci çocuklar yani müvezziler, teknoloji ve gelişen dünya gereklerine uyma çabasındaki Türkiye'de ortadan kalkmışlardır. Gazeteler, dağıtım konusunu daha geliştirmek amaçlı projeler üretmeye 1950'lerde başlamışlardır. Bu bağlamda, *Akşam* gazetesinin sahibi olan Malik Yolaç'ın, 1950'lerin sonlarında gazetesini dağıtmak için yapmış olduğu yeniliklerin Türkiye'deki dağıtımın tarihçesinde önemli bir yeri vardır.

İstanbul dışında ilk kez gazete dağıtma ve matbaa kurma başarısı, *Akşam* gazetesinin patronu ile yöneticilerine ait olmuştur. Fazıl Ünverdi, bu olayı "çığır açma" olarak nitelerken, çoğu kişi de "basın tarihimizde bir devrim" olarak anmaktadır. Akşam Gazetesi'nin o dönemde Adana Bürosu sorumlusu olarak görev yapan Kemal Bayram Çukurkavaklı'ya göre ise, "Basın tarihinin belki de en büyük meydan muharebesidir."[40]

[38] (Çevirim içi) http://www.medyakronik.com/arsiv/basintarh_arv27.htm 14/07/2003.
[39] Gül Batuş, *İ.Ü. İletişim Fakültesi, Gazetecilik Ana Bilim Dalı Y. L. 2002 ders notları.*
[40] Eroğlu, *a.g.e.,* s. 4.

Aslında o dönemde armatör olan Malik Yolaç'ın *Akşam* gazetesini satın aldığında gazetenin tirajı 3 bin kadardı. Bunu attırma yollarını arayan Malik Yolaç'in ilk işi dağıtım işlerinde köklü yeniliklere girişmek olmuştur. Bu konuda yardımcısı olan *Akşam*'ın müessese müdürü Haluk Yetiş'tir:

"O zamanlar…İstanbul gazeteleri Anadolu'ya posta ile gönderilirdi. Oysa, anımsadığım kadarıyla, 1958-1959'da Babıali'de ilk kez biz, gazetenin aynı gün Anadolu'da dağıtılması girişiminde bulunduk Müessese Müdürümüz rahmetli Haluk Yetiş, bir cipin içinde neredeyse Bütün Anadolu'yu dolaşmıştı. Bayilerle konuşmuş, yeni olanaklar aramıştı… İstanbul gazetelerinin aynı gün Anadolu'da dağıtılması fikri ve başarısı onundur."[41]

Bu hızlı dağıtımın sonucunda Akşam gazetesinin tirajı patlama noktasına gelmiştir. Örneğin, altı ay içinde Adana bölgesindeki satış, bin beş yüzden, on beş bine ulaşmıştır. Baskı makineleri ise, bu hıza yetişemez olmuştur. Bu nedenle, ilk kez *Akşam* gazetesinde uygulanan bir yenilik daha yapılmıştır: *Erken baskı…* Gazetenin dağıtımına daha çabuk çıkabilmesi için Adana baskısı gündüze alınmıştır.[42]

Melik Yolaç ve kadrosunun hamleleri henüz bitmemiştir. 1962'de alınan bir kararla, *Akşam* gazetesinin İstanbul dışında, Ankara'da basılmasına başlanmıştır. Türk basınında birçok konuda öncülük etmiş *Hürriyet* bile, bu aşamaya ancak bir buçuk yıl sonra geçebilmiştir.[43]

Sonraki yıllarda ki gelişmeler, Türkiye'de müstakil bir dağıtım şirketi kurulmasına kadar uzanmıştır. Türkiye'de ilk dağıtım şirketi olan GAMEDA (Gazete Dağıtım Ltd. Şti.) 4 Eylül 1959 yılında *Tercüman, Milliyet, Cumhuriyet, Yeni Sabah* ve *Dünya* gazeteleri ile Tifdruk Matbaacılık* ortaklığı ile kurulmuştur. Böylece, gazete ve dergilerin dağıtımları gazetenin kendi imkanlarıyla olmaktan çıkmış, daha merkezi bir teşkilatla organizasyon haline gelmiştir.

GAMEDA'nın doğuşunu hazırlayan nedenler, Ahmet Danışman'ın, "Basın Özgürlüğünün Sağlanması Önlemleri" isimli, Ankara BYYO yayınlarından çıkan eserinde şöyle açıklamıştır:

[41] Ceyhun Demirtaş, *Babıali'nin Şu Son Kırk Yılı*, İstanbul, Milliyet Yay., 1984, ss.55-56.
[42] Eroğlu, *a.g.e.*, s. 5.
[43] *A.y.*
* *Hayat* mecmuasını çıkarıyordu.

"Türkiye'de basın, 1959 yılına kadar düzenli bir taşıma, dağıtım ve satış kuruluşuna sahip olmaması nedeniyle çok şey kaybetmiştir… Ülke içinde uçak seferlerinin her yere yapılamaması, yaptıkları yerlerin çoğu kez haftanın belli günlerine inhisar ettirilmesi, uçakların yük durumlarından ötürü gazete taahhüdünde bulunmak istemeyişleri, trenlerin süratli olmayışı gibi nedenler, gazeteleri başka bir yol aramaya yöneltmiştir."[44]

Fazıl Ünverdi ile 5 Ocak 1985 yılında yapılan görüşmeye göre, GAMEDA'nın kurulmasındaki sebep daha farklıdır:

"Gazete sahipleri İzmir'de Bayi Hamdi Bekir Gürsoy ile bir toplantı yaptılar. Hamdi Bekir, İzmir'de çıkan gazeteleri de basardı. Kuvvetli bir adamdı. İstanbul gazete sahiplerinin tezi şuydu: Bizim gazetelerimiz geç dağıtılıyor. Çünkü, sen önce kendi gazeteni dağıtıyorsun. Böylece sözleşme bozuldu. Gazete sahipleri GAMEDA'yı kurdular."[45]

Önceleri bayi sayıları azdı. Örneğin; İzmir'deki bayi İzmir şehir içinden ve tüm Ege bölgesinden sorumlu iken, Karadeniz bölgesinde Rize bayiliği Artvin'e kadar, Trabzon bayiliği ise Samsun'a kadar olan bölgede dağıtımdan sorumluydu. Daha sonra diğer illerde de bayilikler kurularak sorumlu oldukları alanlar daraltılmış ve bayilerin daha iyi hizmet vermeleri sağlanmıştır. Bu dönemde ilk kez çok çeşitli gazete Türkiye'nin birçok bölgesinde okuyucularına aynı gün içerisinde ulaşır duruma gelmiştir.

"Madrabaz" olarak adlandırılan ve son dönemlerinde 23 kişiyi bulan İstanbul bayileri, çalışmalarını 1975 yılına kadar sürdürmüşlerdir. Bu tarihten itibaren, dağıtım şirketleri, İstanbul şehir içinde kendilerine bağlı yaygın bir bayilik örgütü kurarak, gazetelerin dağıtımını bu örgüt kanalıyla yapmaya başlamışlardır. Bu değişimle birlikte, kendiliğinden gelişmiş olan eski sistem, yerini, bayilik bölge sınırlarının belirlendiği ve bayilerin kurumsallaştığı bugünkü bayilik sistemine bırakmaya başlamıştır.

Yerel gazetelerin, Tüm Türkiye'ye dağıtılan gazetelerden daha güçlü bir okuyucu kitlesine sahip olmasında, daha önce dağıtılmalarının büyük payı vardır. Bu gazetelerin kendi dağıtım şirketlerini kurması, yerel gazetelerin dağıtım maliyetlerini arttırmış ve bunun sonucu olarak bir kısmı bu dağıtım şirketlerine tabii olmuştur.

[44] Eroğlu, *a.g.e.*, s. 7.
[45] *a.g.e.*, s. 8.

Nezih Demirkent'e göre, Gameda'dan önce yerel gazetelerin üzerindeki koruma kalkanı olan dağıtım, kırılmış ve koruma kalkmıştır:

"Türkiye'de ise, yıllarca biz Cağaloğlu'nda oturup Türk medyasının kaderini kaderini tayin ettik. İstanbul'a kar yağdı, kış geldiğini söyledik. İstanbul'da trafik tıkandı, ulaşım sorunu olduğunu yazdık. Bu arada Anadolu'da var olan yerel basının da, önce sınırlı bir koruması vardı, daha sonra bu da kaldırıldı.

Neydi bu sınırlı koruma? Benim yaşımda olanlar bilir ki, burada Allaha şükür İsmail Sivri var, bu şehre İstanbul basını günü gününe giremezdi. Rahmetli Salim Amca diye bir baş bayii bunu engellemişti., Bir gün sonra İstanbul Gazeteleri gelirdi. Onun için de Egeli uzun yıllar, Yeni Asır ve benzeri gazetelerle yaşadı"[46]

İzmir ve çevresinde yerel gazetelerin oluşturduğu, dönemin dağıtım tekeli kırılırken, gerek Ege bölgesi, gerekse tüm Türkiye'yi etkileyen merkezi dağıtım tekelleşmesi başlamaktaydı. Dağıtım, gazetelerin başında sallanan "Demokles'in Kılıcı"ydı ve ipi kopmuştu. Artık dağıtım, tek merkezden kontrol edilmeye başlamıştır.

Bir diğer dağıtım şirketi ise, Hür Holding, *Hürriyet* Gazetesi, Veb-Ofset, büyük bayiler ve *Hürriyet* Gazetesi çalışanlarının bazılarının ortaklığıyla, *Hürriyet* Gazete Dağıtımı Ltd. Şti..(Hür Dağıtım) adıyla 1 Ocak 1963 yılında kurulmuştur. Kuruluş sermayesi 750.000 liradır. Dönemin dergilerinin (69 adet) dağıtımı ise, GAMEDA'nın bir yan kuruluşu olan, YAY-DAĞ (Yayın Dağıtım Pazarlama A.Ş.) tarafından yapılmaktadır.[47]

GAMEDA Ltd. Şti. ise, 1992 yılında kapanmış ve 24 Eylül 1992 'de *Milliyet* ile *Türkiye* gazetelerinin ortaklığında YAYSAT Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş. kurulmuştur.

YAYSAT A.Ş., önce müşteri yayınların katılımı ve daha sonra, *Hürriyet* gazetesinin Temmuz 1994'te Doğan Grubu tarafından satın alınmasıyla, kısa sürede büyüyerek yayın dağıtım pazarının büyük bölümüne hakim duruma gelmiştir.

[46] *Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 4-5, Yerel Gazetecilik Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim*, İzmir, 1998, s. 26.
[47] Eroğlu, *a.g.e.*, s. 9.

Türkiye'de basılı materyallerin -gazete, dergi, bültenler- zaman içinde dağıtımında yer edinmiş belli başlı şirketler vardır. Kurumsal nitelikli bu şirketlerin şirket politikaları standart bir yapı izlemektedir. Öncelikli olarak, ulusal bazda dağıtım şirketlerinin yapılanmasında birinci faktör, bu şirketlerin kendi yayın organlarının olması ve dağıtım şebekelerinin temel varolma sebebini bunun oluşturmasıdır. Yayıncılık alanında faaliyet gösteren bu şirketlerin sahip oldukları ulusal yayınlar, dağıtım şirketinin temel gelirini oluşturur. İkinci yapılanma faktörü ise, yayınladıkları ürünlerin dağıtımında rakip kuruluşların söz sahibi olmamasını amaçlamalarıdır. Bu ikincil faktörün oluşmasındaki temel olay, *Star* gazetesinin rekabet içinde olduğu gazetelerin ortak dağıtım şirketince, *Star* gazetesini dağıtmama kararı alınmasıyla, Star Grubu'nun kendi dağıtım şebekesi olmadığından, okuyucusuna ulaşamamasıdır. Nitekim Star Grubu, kendi dağıtım şebekesini oluşturmuştur.

27 Mayıs 2001 tarihinde; Yaysat A.Ş., Doğan Yayın Holding, *Hürriyet* Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Milliyet Gazetecilik A.Ş., Simge Yayıncılık A.Ş. ortaklığında kurulan "Doğan Dağıtım ve Pazarlama A.Ş" pazarlama ve mali konuları yürütmeye başlarken, Yaysat A.Ş. ise dağıtım fonksiyonunu yürütmeye devam etmiştir.

Dünya Süper Dağıtım A.Ş. ise, 1983 yılından beri Türkiye'de dağıtım yapmaktadır. Amerika'nın en fazla tiraja sahip gazetelerinden, *The Wall Street Journal*'ın 1983 yılında Avrupa'da basıma geçmesi, Dünya Süper Dağıtım'ın başlangıcı olmuştur. Çünkü The Wall Street Europe gazetesinin dağıtımını Türkiye'de, Dünya Süper Dağıtım yapmaya başlar.[48]

Şu anda, yabancı yayın dağıtım ağı 1800 gazete ve dergiye ulaşmış bulunan Dünya Süper Dağıtım'ın yayınlarının dağılımı şöyledir: 122 adedi günlük ve haftalık gazete, 393 adedi haftalık ve on beş günlük dergi ve 1285 adedi de aylık ve iki aylık dergi şeklindedir. Sayıları 962'yi bulan bayi ve 20'ye ulaşan "Dünya Aktüel Kitapevleri" Dünya Süper Dağıtım A.Ş.'nin dağıtım ağını oluşturmaktadır.[49]

Türkiye'de, Dünya ülkelerinde olduğu oranda, ne gazete, ne dergiler için abone sistemi gelişmemiştir. Abonelik sisteminin oluşmasına engel olarak Türkiye'de okuma oranlarındaki yetersizlik, dağıtımdaki başarı yüzdesi ve Dergi Planlama ve Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Korkut Pulur'un sapta-

[48] (Çevirim içi) http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display_prn.asp 29/12/03.
[49] *A.y.*

masıyla, belli toplumsal kültürün yerleşmemesi gösterilebilir. Pulur, abone sahibinin sağlıklı olarak gönderiyi alabilmesi için, abonenin yeterli kapasitede posta kutusunun olması (gönderinin sağlıklı olarak muhafaza edilmesi için); dağıtımı yapanların kalorifer petekleri üzerini değil de posta kutularını kullanması; bu şartların yanı sıra abonenin komşularının gönderiye saygılı olup, tahrip etmemesi, okumaması gerektiğini söylemektedir. Toplumsal olarak, Pulur'un bu saptamasında itici eleştiriler olsa da, gerçekçi olduğunu günlük hayat tecrübelerimizden hepimiz bilmekteyiz. Türkiye'de aboneliği belli bir standarda oturtmuş hiçbir kurum yok mudur. Bunu DPP Genel Müdürü Korkut Pulur'un kelimeleriyle yansıtmak mümkündür:

"Dünya Gazetesi bu abonelik sistemini başardı. O da işyerlerine teslimat yaptığı için iş yerinde daima birisi bulunabiliyor. İmza karşılığında teslimatta özel kişilerde evde bulunmama olasılığı maliyeti arttıran bir özellik." [50]

Korkut Pulur'un Almanya'da yayınlanan bir rapordan gösterdiği bir veri ise Almanya'da bir ayda basılan dergi sayısını 143.049.323 adet olarak belirtmektedir. Bunun yanı sıra, DPP'nin abonelikteki çalışmalarını şu şekilde açıklamaktadır:

"Aboneliği denedik ve olmadı. Çünkü, posta hizmeti tam işlemiyor ve posta kutusu alışkanlığı yok. Posta kutusu (küçük de olsa) apartman girişlerinde olanların bir işlevselliği yok çünkü, postacılar genelde girişteki peteklere malzemeleri bırakmaktalar. Türkiye'de de yerleşik bir kültür olmadığından o dergiler başkaları tarafından alınıyor. Kargo şirketleri dergi başına biz fiyat aldık 1 milyon teklif etti. Bu fazla çünkü 3 milyona satılan bir dergi için 1milyon verince kâr olarak bir şey kalmıyor."[51]

DPP bünyesinde, 246 adet Yaysat/Doğan Dağıtım baş bayii bulunmaktadır. Bunların kanalıyla, 13.501 adet satış noktasına dergi ve gazete dağıtımı yapılmaktadır. Bu sayı, 22.322 adet olan gazete satan toplam nokta sayısının yüzde 61' ine tekabül etmektedir.

DPP'de yaptıkları çalışmaların şematik yapısını Genel Müdür Korkut Pulur şu şekilde çizmektedir:

"DPP veya bilinen adıyla Yay-Sat 284 yayınevinin 1374 yayınını dağıtmaktadır. Dağıtım şartları, yüzde 18 baş bayii komisyonu vardır. Yüzde 12 Yay-Satış komisyonu geçerlidir. Yani dergi üreticisi, yüzde 30 komisyonla

[50] Korkut Pulur, Görüşme 18 Şubat 2003.
[51] *A.y.*

dergisini Yay-Sat 'a dağıttırabilir. Bu oranlar, her dergi ve gruba aynı oranda yansır."[52]

Komisyonların Türkiye'de her dergi ve gruba anı oranlarda yansımasının, dağıtımdaki yayını fazla olan yayıncılara avantaj sağlamadığını, dünyadaki uygulamaların da böyle olup olmadığı konusundaki yorumumuz üzerine, Korkut Pulur açıklamasını şöyle yapmıştır:

"Almanya'da dağıtım olayında, *Hürriyet* yüzde 35 verirken, *Bild* yüzde 19 komisyonla dağıtıma verir. Bu da dağıtılan malzemenin yoğunluğuyla değişen bir orandır. Yay-Sat'ta bu tarz bir uygulama yok."[53]

Dergi Planlama ve Pazarlama A.Ş.'nin, sadece dergi satışı üzerine yapmaya başladığı bu çalışma gelecekte, Türkiye'de dergi çıkarmayı planlayan kesimin hedef kitlelerini ve bu kitlelerin yaşadıkları coğrafyayı analiz edebilmelerini sağlayacak ve belki de okuyucuya hitap eden çalışmaların çıkmasına yol gösterecektir.

Türkiye'de, yakın zamana kadar Uzan Grubu'na ait olan ama son düzenlemelerle devletin kontrolüne geçen ve 06.07.2006 tarihi itibariyle Alattin Kaya'a ait olan, *Star* gazetesinin kendi dağıtım şirketi ve dağıtım şirketinin hangi şartlarda kurulduğuna dair; 15 Nisan 2003 tarihli görüşmede Medya Dağıtım A.Ş.'nin Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışan Muammer Güver'le Türkiye'de dağıtımla ilgili bazı konular ele aldık:

"Birinci şirket büyüklük olarak saymak gerekirse tiraj olarak, güç olarak Yay-Sat'tır. Sonra BBD gelir. Ayrıca, Medya Pazarlama vardır. Bunun dışında, *Dünya* gazetesi vardır. Kendi dergi, gazete, ayrıca yabancı yayınların dağıtımını yapmaktadır. Türkiye'deki dağıtım oluşumu budur. Medya Pazarlama bünyesi altında faaliyet hemen hemen iki seneyi bitirmiş durumdayız. *Hürriyet*'i, *Sabah*'ı, *Milliyet*'i nerede okuyorsak, nereye kadar gidebiliyorsa oraya kadar, çok zor olmasına rağmen, göndermek gerekiyor. Türkiye'nin her yerine gönderiyoruz."[54]

Muammer Güver'e, grup dışından gelen yayınlarla ilgili bir fiyat politikaları olup olmadığını sorduğumuzda, "Bugün Yay-Sat'ın BBD'nin söylediği fiyatlar ne ise, bizim için de o fiyatlar geçerlidir." diyerek aynı hizmeti

[52] Korkut Pulur, Görüşme 18 Şubat 2003.
[53] *A.y.*
[54] Muammer Güver, Görüşme, 15 Nisan 2003.

verebileceklerini söylemektedir. Gazete dağıtımına dair genel bir dağıtım maliyeti hakkındaki yorumları ise şöyledir:

"Dağıtım, gazetenin fiyatının genelde yüzde 20'si 25'i tutmaktadır. Gazetesine göre tabi… Bugün *Sabah* için bu geçerli değil, *Hürriyet* için geçerli değildir. Ama 10000'lik, 5000'lik günlük satışı olan gazetelerden yüzde 20,25 civarında komisyon alınır. Bunun bayii komisyonu içindedir. Diğer yüksek tirajlı gazeteler de yüzde 20, yüzde 18'e kadar düşer."

Firmaların hemen aynı yapılarda olması beklenmesine rağmen rekabet ortamında ve düzeni belirli birden çok dağıtım kuruluşlarının karşısında kurulan Medya Dağıtım A.Ş.'nin genel yapısı ve farkları hakkındaki yorumlar ise yine kendisinden yansıtmak isterim;

"Nakliye örgütleri bizlerde ve onlarda da böyledir. Her firmanın kendi araçları yoktur. Onlar taşeron araçlardır. Belli bir ücret mukabilinde dağıtım yapılır. Örgütlenme onlarda ne varsa bizde de o vardır. İstanbul Merkez, Ankara, İzmir ve Adana'da matbaalar vardır. Çıkış noktaları burasıdır. Onlarda da öyledir. *Hürriyet*'te fark olarak Antalya ve Trabzon vardır. Bizim de oralarda matbaalarımız vardı. Tiraj krizinden sonra basın piyasası allak bullak olduktan sonra onları kapatmak zorunda kaldık, Ankara'dan gidiyor. Bir bu fark olabilir. Ama genelde bu merkezden dağıtım yapılır. Yapılanma budur. 250'ye yakın bayii vardır. Bizim 400'ün üzerindedir. Son satıcılarımız 20.000'in üzerindedir. Hatta 22 bin…Onların politikasında; belde, köy şeklindeki bayileri büyük illere bağladılar. Biz il bayilerine tek tek gazete götürüyoruz, ama onlar sadece mesela, Eskişehir'e bayilik veriyorlar. Onun dışında ilçelerine o baş bayi vasıtasıyla, onun birçok mahsurları, zaman bakımından gecikme olabileceği için biz yapmıyoruz. Ama onlar maliyeti kısan şeylerdir. Esas giderler dağıtım ve nakliye giderleridir. Mesela Eskişehir'de bir tane bayi vardır. Bende 5 tane 10 tane, fark bundandır."[55]

Benim görüşmemiz sırasındaki "Fark maliyettedir?" şaşkınlık içeren soruma karşılık bayilere yaptıkları desteklerin biraz açıklamasını yapan Muammer Güver:

"Tabii!.. Dağıtım maliyetlerinin farkı. Biz daha çok bayiye destek olmak zorundayız. Çünkü satış gelirlerimiz onlardaki kadar değildir. Bizim bayilerimiz belli baskılara…. Bayilere destek pirimi veririz. Onun geliriyle yapılacak bir şey değildir, çok yüksektir. Dağıtım maliyeti satışlarla dönmez. Gazete satışlarının yanı sıra, dediğim gibi kontür satışlarımız da vardır. Bunlarla önemli gelirler elde eder bayi, buna rağmen masraflarının bir kısmını ister."[56]

-Bayileri maaşa mı bağladınız?

"Maaş denemez. Gelir arttıkça, zaman zaman geriye çekiyoruz biz de bu miktarları. Ama adamın aylık 3 milyar gideri 2 milyar geliri var. Bunu karşılamak zorundasınız. Karşılarsanız devam eder. Dediğim gibi, dağıtım maliyetli bir iştir. Bu 4 senedir böyle devam etti. Önceleri çok daha yüksek oranlarda veriyorduk. Diğer şirketlerde bunu bazı bölgelerde veriyor. Tabi çok gazetesi olan daha az veriyor. Mesela araç desteklerimiz vardı. Bilgisayar desteklerimiz vardı. Hiçbir sıkıntımız yok her şeyimiz oturmuş durumda."[57]

Dağıtım faaliyetlerinin bir yayın kuruluşundaki önemini ve Türkiye'deki başlıca kurumları, ayrıca bu kurumların yöneticilerinin yorumlarını ortaya koymaya çalıştım. Türkiye'de basın faaliyetlerinin gelişmesi, okuyucuya hitap eden yayınlar üretmekle bitmemektedir. Günümüzün rekabetçi ortamında, bu yayınları ucuz ve zamanında Türkiye'nin her noktasına ulaştırabilmek de önemlidir. Posta hizmetlerini; hızı, fiyat politikaları ve Türkiye'deki dergi sektöründeki rolü bakımından çalışmamız içinde yeterli görmediğimizden ele almadık. Yine de PTT'nin süreli yayınlar için özel olarak uyguladığı dağıtım ücret politikasının da var olduğunu belirtmek gerekir. "Basılmış İndirilmiş" başlığı altındaki basılı yayınlara ait PTT dağıtım ücretlerinin, dağıtımı yapılan ürünün, sayısı ve yerine göre fiyat listesini illerin merkez posta hanelerinden ücretsiz teslim alabilirsiniz.

Ellerinde gazeteler bağıra bağıra satış yapan "Müvezzi"lerden günümüze dağıtım büyük bir gelişime uğramıştır. Teknoloji ve internetin hayatın parçası olduğu 21. yüzyıldaki gelişmelerin önceki yüzyılın baş döndürücü bir şekilde önüne geçeceğinden şüphe yoktur. İnternetin evlere günlük hayatımızda cep telefonlarımıza kadar girdiği bir dönemde, dergiler ve gazeteler interaktif olarak 4. bir boyutta okuyucuya ulaşıp hizmet verirken, yavaş yavaş büyük gazeteler internet abonelerini dağıtım tirajlarına da yansıtmaya başlamışlardır.

[55] Muammer Güver, Görüşme, 15 Nisan 2003.

[56] Muammer Güver, Görüşme, 15 Nisan 2003.

[57] *A.y.*

Dağıtılan yayının verilerine etki eden bir diğer sayısal veride; internet abonelerini, basılı gazetesinin basılı tiraj hesaplarına dahil eden *Wall Street Journal*, bu sayede ABD çapında yüzde 16 gibi bir artışla en çok satan gazete unvanına kavuşmuştur. 5 senedir 1.800.000 civarında seyreden gazetenin tirajı son düzenlemeyle beraber 2 milyonu aşmıştır. *The New York Times* ve *Business Daily* gibi ünlü gazeteler de artık tirajlarını aynı şekilde ilan etmektedir.[58]

Gelecekte dağıtımın ulaştığı son nokta belki de sadece Internet üzerinden gazete ve dergi okumak olacak, matbaa bitecektir. Bunun hiçbir zaman bu hale gelmeyeceği yönünde bir görüş bildirmekten öteye gelecekle ilgili bir yorum yapmak mümkün değildir. Çünkü, gazete, dergi okumak bir bilgi almanın yolu olmasının yanı sıra, bir alışkanlığın temsilcisi, yani bir kültürdür. Geleceğin bu hale gelmesi evrensel bir kültürün yok olması demektir ki, bunun olması beklenemez.

2. Yerel Gazetelerin Ulusal Dağıtım Kanallarındaki Yeri

Yerel bazda çıkan yayınlar (Gazeteler, Dergiler vs) ulusal dağıtım kanallarında yeterince yer almamaktadır. Buna sebep olarak şunları sayabiliriz:

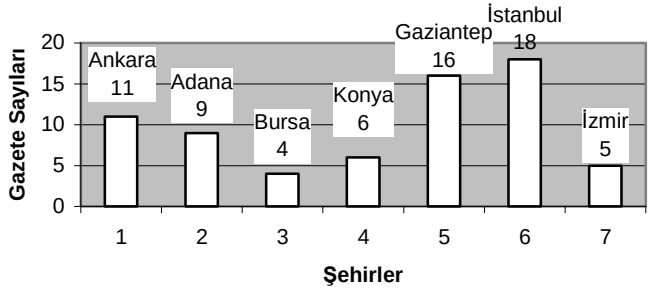
1. Yerel bazda ulusal dağıtım kanalları yerine kendi imkanlarını kullanmanın daha ekonomik olmasından dolayı;
2. Basın İlan Kurumu'nun belirlediği standartlar dışına çıkmadan sınırlı sayıda basılanları, bunu da belli yerlerde eritebilmelerinden dolayı;
3. Dağıtım işini gerçekte, gerçekleştirmediklerinden dolayı;
4. Yerel bazda dağıtım şirketleriyle çalıştıklarından dolayı.

Bu örnekleri daha da çeşitlendirmek mümkündür. Ancak bu çalışmada yerel gazetelerin ulusal dağıtımdaki oranlarını tespite çalışacağız. Bu bağlamda, Basın İlan Kurumu'nun bu konudaki istatistiklerine baş vuracağız. Ve bu verilerin yine, dağıtım şirketlerinin verileriyle kıyaslanması yoluna gideceğiz.

Basın İlan Kurumu, Türkiye'de gazetelerin devletten aldığı resmî ilanların dağıtılmasında ve nispeten sayfa sayısı, periyodu gibi belli kıstaslara dayanarak paylaşılmasında, hakem görevini üstlenmiştir. Ayrıca, Türkiye genelinde yayımlanan gazetelerin resmî ilan alabilirliğinin kontrolünü de üstlenmektedir. Bu çalışmada Basın İlan Kurumu'nun görev alanlarını tanımlamayacağız. Yine de çalışma alanlarına kısaca değinmekte yarar görmekteyiz. Resmî ilanların dağıtılmasında BİK; kurum şubeleri olan şehirlerde bizzat; şubesi olmadığı yerlerde ise bu ilanların dağıtılmasını valilikler kanalıyla yapmaktadır. Basın İlan Kurumu'nun şubelerinin olduğu şehirler 2004 senesinin verilerine göre şunlardır: İstanbul, Ankara, Adana, Bursa, Konya, Gaziantep, İzmir.

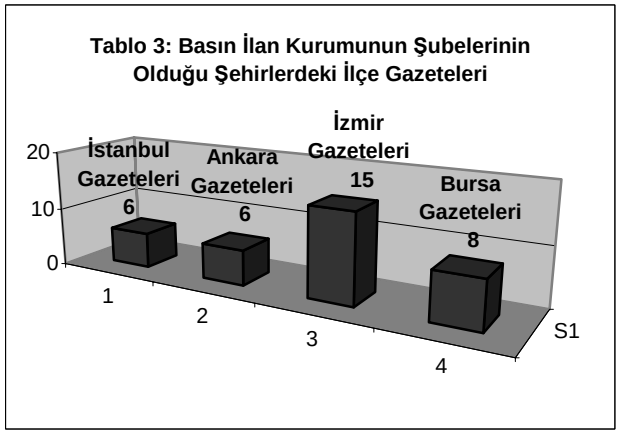
[58] Can, *a.g.m.*, s. 17.

Tablo 2: Basın İlan Kurumunun Şubesinin Olduğu Şehirlerdeki Yerel Gazete Sayıları



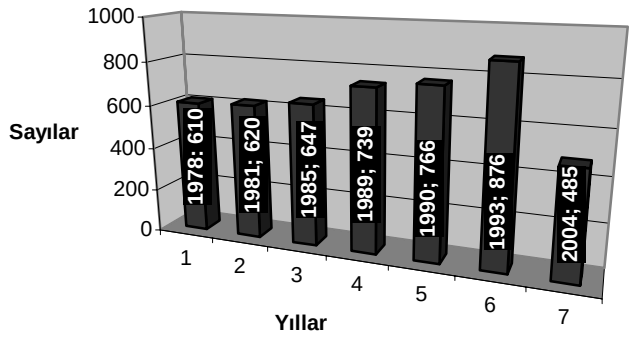
2004 senesi verilerine göre Basın İlan Kurumu'nun şubesi olan şehirlerde yerel gazeteler toplamda 63 adettir. Sırasıyla İstanbul, Gaziantep ve Ankara gazete sayısında ilk üç sırayı almaktadır.

Tablo 3: Basın İlan Kurumunun Şubelerinin Olduğu Şehirlerdeki İlçe Gazeteleri



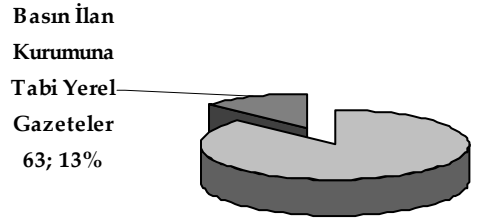
Basın İlan Kurumu; yerel gazetelerle, ilçelere yönelik çıkan gazeteleri verilerinde ayrı ayrı değerlendirmiştir. Biz de, bu çalışmada aynı yolu izleyeceğiz. Resmî ilan alma hakkına kavuşmuş olan ilçe gazeteleri İzmir, Bursa, İstanbul ve Ankara arasında dağılım göstermektedir.

Tablo 4: Yıllara Göre Yerel Basın Sayıları Dağılımı



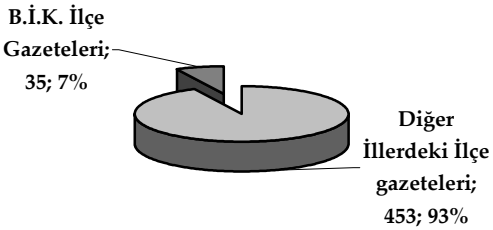
Yıllara göre incelemeye alırsak tüm yurtta yerel gazeteler 2004 senesine gelindiğinde; 1978'den bu yana en az düzeyde çıkmaktadır. Bunun nedeni konusunda bilgi vermek özel araştırma yapmadan doğru olmayacaktır. Ancak, 1993 ve 2001 senelerinde yaşanan ekonomik krizlerin, bu azalmadaki etkisi büyük olmalıdır.

Tablo 5: Basın İlan Kurumunun Şubesi Olan Şehirler ve Diğer Şehirlerin Yerel Gazeteleri Sayıları



Basın İlan Kurumu Türkiye'de yayımlanan yerel gazetelerin yüzde 13'üne bizzat reklam verme işini üstlenmiştir.

Tablo 6: Basın İlan Kurumunun Şubesinin Olduğu Şehirler ve Diğer Şehirlerin İlçe Gazeteleri Oranları



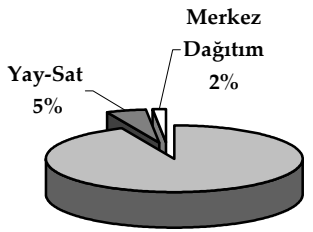
Çalışmamıza temel kaynak olarak Basın İlan Kurumu'nun verilerini almamızdan dolayı, ilçe gazetelerini başka bir çalışma olarak değerlendirdik. Bu bağlamda, BİK ilçe gazeteleri oranları, valiliklere bağlı ilçe gazetelerine karşı fazlasıyla azalmıştır. Bu oran yüzde 7'lere düşmüştür.

Tablo 7: Türkiye'deki Yerel ve İlçe Gazeteleri Dağılımı



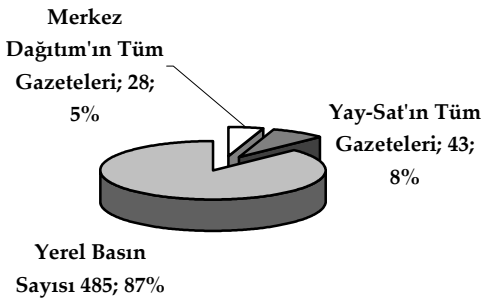
Yerel ve ilçe gazeteleri, Türkiye genelinde yaklaşık eşit oranlardadır.

Tablo 8: Yerel Basının Ulusal Dağıtımda Yeri



Yerel gazete sayısını, Basın İlan Kurumu'nun 2004 verilere göre, 485 olarak kabul ediyoruz. Buna göre, iki ulusal dağıtım şirketinin 2005 Kasım verilerine dayanarak yaptığımız yukarıdaki tabloya göre, Türkiye'de dağıtım üzerine söz sahibi iki büyük şirketindeki yerel bazlı gazetelerin dağıtımında, yüzde 7 oranında yer aldıkları görülmektedir.

Tablo 9: Ulusal Dağıtım Şirketlerindeki Gazeteler ve Yerel Basın



Ulusal ölçekli Dağıtım şirketleri Merkez Dağıtım ve Yay-Sat'ın dağıtım yaptığı tüm gazeteler bile, var olan yerel gazetelerin yüzde 13'ünü kapsamaktadır.

Sonuç

Dağıtım, gazetenin varlığında önemli bir çalışma alanıdır. Dağıtılmayan bir mal, ne kadar özel olursa olsun, ne kadar talep olursa olsun bir satış grafiği ortaya koyamaz. Gazete, tazeliği bir gün içinde yiten, hatta günün ilk yarısında tazeliğini yitirmeye başlayan bir hizmet olarak, dağıtıma önem vermek zorundadır. Dağıtım ağında aksama yaşayan gazete zayıflar. Yerel basının nasıl dağıtıldığı da başlı başına bir tez konusu olabilecek kadar derin bir konudur. Yerel olmasından dolayı, dağıtım alanının sınırlı bir coğrafi bölgeyi kapsaması, firmalara, başka uzmanlaşmış kurumlarla çalışma zorunluluğunu getirmemiş olabilir. Ancak sebebi ne olursa olsun, en azından ulusal bazda görev yapan dağıtım şirketleri aracılığıyla, yerel basının takibini yapamamaktayız. "Yerel basın dağıtım sorununu nasıl aşmaktadır?" Bu soruya cevap verebilmek için, yerel bazda alan araştırmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak çalışmamızda, yerel bazda çalışma yapan gazetelerin çalışma yöntemlerine ışık tutacak bir bölüm yoktur. Çalışmamızda öncelikli olarak, gazete dağıtımının hukuki ve uygulama olarak neleri kapsadığı; tarihsel olarak ne tür evrelerden geçtiği ve günümüzde ne düzeyde olduğu kısaca bir özetlenmiştir. Çalışmamızda asıl olan "Yerel basın, bu dağıtım ağında ne kadar yer almaktadır?" sorusunun cevabı bulunmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de basın, daima devlet desteğine muhtaç kalmış veya bu desteği daima talep etmiştir. Bu, Türkiye'deki basın geleneği, şimdiye kadar olduğu gibi gelecekte de aynı şekilde devam edecek gibi gözükmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin resmî kurumlarının ilanlarını adil bir şekilde dağıtmak için kurulan 'Basın İlan Kurumu' bu ilanları belli standartlara uyan gazetelere, yayın periyotları ve yüz ölçümlerine göre dağıtmakta ve almış olduğu yüzde ile özerk bir yapıda çalışmaktadır. Bu kurum bir noktada, bir yayının, süreli, gerçek bir gazete kabul edilmesi için gerekli özellikleri belirleme ve tespit etme görevini de üstlenmektedir. Çalışmamızda, temel istatistiksi dayanak noktası olarak, Basın İlan Kurumu'nun verileri alınmıştır. Türkiye'nin pek çok bölgesinde resmî statüde olmasına rağmen yeterlilik sınırında basılıp resmî ilanlarla yaşamaya çalışan yerel gazetelerde bulunmaktadır. Her ne kadar bu yayınlar, bunu kabul etmese de, aklımız bunu bize söylemektedir. Bu tür yayınlar, satış amacını ikinci planda tutmak ve reklam geliriyle yaşamak için çıktıklarından dağıtım ağında yer almaya çabalamamaktadırlar. Gazete yeterliliği olarak o bölgede etkin dağıtım şartının getirilmemesi; getirilse bile bunun tespiti ve kontrolü için yeterli teknik ve personel imkanların sorumlu kurumlarda olmaması, bu yayınlar hakkındaki yorumlarımızı birer varsayımdan öteye gitmemesine neden olmaktadır.

Sonuç olarak, yerel basında dağıtım olgusu bir muamma olarak karşımıza çıkmaktadır. Internet, hayatımızda giderek gazetelerin sanal ortamda yer almasına ve dünyada Internet abonelerinin dağıtıma dahil edilmesine kadar görev almıştır. Ancak, Türkiye'de bu abonelikler, teknik ve hukuki olarak henüz değerlendirilmemektedir. Yerel basının dağıtımda var olması, internet dünyasındaki bu gelişmenin Türkiye medyası ve okuyucusu tarafından özümsenmesiyle başarılabilecektir. Internet dışında yerel basın, ulusal dağıtım kanalları içinde yer almamakta ve dağıtım konusunda kendi yöntemlerini veya daha küçük dağıtım kanallarını kullanmaktadırlar.

Kaynakça

- Barbier, Frederic & Lavenir, Catherine Bertho: *Medya Tarihi*, Çev: Kerem Eksen, İstanbul, Okyanus Yayın, 2001.
- Batuş, Gül: *İ.Ü. İletişim Fakültesi, Gazetecilik Ana Bilim Dalı Y. L. 2002 ders notları.*
- Can, Kuzey: "İnternet sayesinde lider", *Star gazetesi,* 14 Ocak 2004, s.17.
- Demirtaş, Ceyhun: *Babıali'nin Şu Son Kırk Yılı,* İstanbul, Milliyet Yay., 1984.
- Eroğlu, Serab: "Türkiye'de Gazete ve Dergi Dağıtımına İlişkin Sorunlar", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enst., Yayınlanmamış Y. L. Tezi, Gazetecilik ve Halkla ilişkiler, 1985.
- http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2002/11/11/yazarlar/yazarlar170.html 09/12/03.
- http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display_prn.asp 29/12/03.
- http://www.infoplease.com/ce6/ent/A0860301.html 12/03/2003.
- http://www.medyakronik.com/arsiv/basintarh_arv27.htm.
- Korkut Pulur, ile 18 Şubat 2003 tarihli görüşme.
- Özgen, Murat: *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yay., 2004.
- Süleyman Turan ile 22 Haziran 2003 tarihli görüşme.
- Torn, William J. & Pfeil, Mary: *Newspaper Circulation: Marketing the News,* Longman Inc, 1987.
- http://www.yaysat.com.tr/yaysat/kurumsal/index.asp 09/04/2003.
- 15.7.1950 tarih ve 5680 sayılı Basın Kanunu, 1. Bölüm, Umumi Hükümler, Madde 3.

KÜRESEL MEDYA-YERELLEŞME VE YEREL MEDYA

Oğuzhan Özgür Güven*

Giriş

İletişim sistemlerinin dönüşümünü ifade eden bir kavram olarak küreselleşme, batı kapitalizminin çıkarları doğrultusunda yeni teknolojilerin, medyanın ve malların standartlaşmasının baskısı altında tüketicilerinin ihtiyaçlarını homojenleştirerek "pazar haline dönmüş dünya" imgesiyle karşımıza çıkmakta, üretim ve iletişim alanlarının bütünleşmesi anlamıyla, mekanın "sınırları"nı giderek silikleştirmektedir.

Küreselleşmeyi (globalizm) liberalizmin "kaçınılmaz zaferi" şeklinde ifade eden yaklaşım, batılı ülkelerinin temsil ettiği toplumsal formasyonun, insanlığın erişebileceği en üst siyasal ve ekonomik aşama olduğunu varsayar. Dünyanın geri kalan kısımlarının, insanlığın ulaştığı bütün olumlu şeyleri temsil eden batı gibi olmak yolunda kaçınılmaz olarak evrileceği ya da evrilmesi gerektiği biçimindeki iddiaya dayanan bu varsayıma göre küreselleşme, üçüncü dünya için "tek ve kaçınılmaz doğru yol" olarak görülen batılılaşma ve modernleşme sürecinin bir başka adı olmaktadır.

Ekonomik, siyasi ve kültürel olarak bir dönüşümü ifade eden küreselleşme bu bakımdan yerel yaşantılara giderek daha fazla nüfuz etmektedir. Bunun sonucu olarak yerel yaşantılar, geleneksel yaşam biçimlerinden coğrafik olarak kopmalarını simgeleyen "göç" olgusu ile karşı karşıya kalmaktadır. Öte yandan hakim iktidar yapısıyla bütünleşerek tekelleşen iletişim sistemlerinin küresel ölçekte varlık göstermesi, fizik/moral değerleriyle olan bağı koparılan insanları, yeni aidiyet biçimleri inşa etmeye sevk etmektedir. Bu yönü ile küreselleşme kendi içinde yerelleşmeyi de dayatmaktadır. Bu noktada yerel medyanın üstleneceği, küresel ve/veya ülkesel medyanın taşıdığı egemen ideolojiye karşı, yurttaşlara hakim söylemin ekseninde yer almayan alternatif bakış açıları sunma görevi elzemdir.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.

1. İktidar İlişkileri ve Medyanın Tekelleşmesi

Marx'ın, "Egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlarda, egemen düşüncelerdir de, başka bir değişle, toplumun egemen maddi gücü olan sınıf, egemen manevi güçtür de"[1] şeklindeki belirlemesi, bir toplumsal formasyonda maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın, aynı zamanda düşünsel üretim araçlarını da elinde bulundurduğuna işaret etmektedir.

Marx şöyle devam etmektedir: "Egemen sınıfı meydana getiren bireyler, başka şeyler yanında, bir bilince de sahiptirler ve sonuç olarak düşünürler; bu bireyler, bir sınıf olarak egemen oldukça ve tarihsel çağı bütün genişliğince belirledikçe, elbette ki, bu bireyler sınıflarının bütün genişliğince egemendirler ve ötekiler arasında düşünen varlıklar olarak olduğu gibi fikir üreticileri olarak da egemen bir durumları vardır ve kendi çağlarının düşüncelerinin üretimini ve dağıtımını düzenlerler; o halde onların fikirleri, çağlarının egemen fikirleridirler."[2]

Gramsci ise, egemen ideolojiler ile diğer gruplar arasındaki ilişkiyi ise "ikna ederek nüfuz etme" anlamına gelen hegemonya ile açıklamaktadır. Gramsci, hegemonya terimini, bir sosyal sınıfın diğerleri üzerindeki baskınlığını ifade etmek için kullanmaktadır. Hegemonya, sadece politik ve ekonomik kontrol olarak değil, baskın sınıfın kendi dünya görüşünü, ezilenlere, bu görüşün sağduyuya ait ve doğal olduğunu kabul ettirecek şekilde yansıtma becerisidir. Gramsci'ye göre, ideolojik egemenliğin hegemonyacı sınıfa sağladığı başlıca yarar, ezilen sınıflarda yabancılaşmış bir bilinç yaratarak, sınıflı toplumun içerisinde debelenip durduğu güncel çelişkileri gözden kaçırmaktır. Bu bakımdan halkı denetim altında tutmanın en etkili yolu, kültür kurumlarından geçmektedir. Söz konusu ideolojik sistem bireyi, okullar, dini örgütlenmeler, partiler, aydınlar, kitle iletişim araçları gibi kurumlarla bütünleştirerek hapsetmekte ve sömürülen, sömüren tarafından kabul ettirilen bir düşünce tarzını, yani bir ideoloji "benimsemiş" olmaktadır. Egemen hegemonik yapı böylece, halkın rızasını alarak sistemin yeniden üretimini sağlamaktadır.[3]

Medya sahipliğinin stratejik boyutu: Kitle iletişim araçlarının piyasa ekonomisinin göbeğinde yer alması, medya ekonomilerinin hükümetlerle ve kâr amaçlı büyük işletmelerle çıkar birliği içinde olmasını zorunlu kılmaktadır.

[1] Karl Marx & Friedrich Engels, *Alman İdeolojisi*, Ankara, Sol Yayınları, 1987, s. 79.
[2] *a.g.e.*, s. 79-80.
[3] Michele Barrett, *Marx'tan Foucault'ya İdeoloji*, İstanbul, Mavi Ada Yayınları, 2000, s. 65.

Bu ilişkilere bir takım örneklendirmelerle daha da açıklık getirebiliriz: Başka işletmelerden alınan reklamlar kitle iletişim araçları için başlıca gelir kaynaklarındandır. "Reklama dayalı düzen, sadece satışlardan elde ettiği gelirlerle ayakta duran medya sektörünü yok eder. Bu nedenle reklam verenlerin seçimleri bir bakıma medyanın maddi durumunu ve yaşamasını etkiler. Çok reklam alan medya araçları, kendilerine fiyat-pazarlama-kalite konularında üstünlük sağlayan bir reklam gelirine sahip olurlar ve bu üstünlük, reklam alamayan rakiplerini daha da zayıflatır."[4]

Medya kuruluşları kendileri için önemli bir haber kaynağı olan hükümetle de "iyi geçinmek" zorundadır. Çünkü hükümet konumu ve saygınlığı dolayısıyla inandırıcı olma gibi üstünlüklere sahiptir. Ayrıca hükümetler medya kuruluşlarına yönelik kullanabilecekleri çeşitli yaptırımları yasal hak olarak güvence altına almıştır. Öte yandan birçok medya kuruluşu sahibi firma, aynı zamanda orduya gereç sağlayan işletmelerin de sahibidir. Örneğin, NBS ve MSNBC'nin sahibi olan General Electric bu firmalardan biridir. General Electric örneği medya-devlet ilişkilerine stratejik bir boyut kazandırmaktadır.

Dezenformasyon silahı: Egemen ideoloji söylemlerinin dağıtım alanı olan medya, yakın dönemde meydana gelen savaşların sonuçlarında etkili olabilecek düzeyde stratejik işlevler yüklendi. Medya, Kosova'da, olmayan "toplu mezar" görüntüleriyle, Irak'ta, Irak yüzü görmemiş "karabatak" görüntüleriyle yalan ve çarpıtılmış haberler (dezenformasyon) yayınlayarak söz konusu savaşların sonuçlarında etkili oldu. ABD'nin Afganistan'ı bombalamasında da asli görevlerini bir kenara bırakan medya yeniden silah kuşandı. Savaşın bir "tarafı" konumundaki, resmî görevliler, yetkili kişiler, birdenbire, nesnel haber kaynakları muamelesi gördü.

Afganistan'a uçaklarla atılan yiyecek paketleri ile ilgili medyanın yayını bize medyanın savaştaki tutumu hakkında fikir verebilecek nitelikte: ABD, Afganistan'a bombaların yanı sıra yiyecek paketleri de attı. Bu yardımların milyonlarcası açlıktan ölme tehlikesiyle karşı karşıya bulunan Afgan halkına faydası olup olmadığına, mayınlı bölgeye düşen paketlerin ölümleri arttırdığına değinmeyen, ABD Savunma Bakanı Donald Rumsfeld'in, bu paketlerin Afganistan'daki aç insanlar beslemeye tabii ki yetmeyeceğini, ama eğer paketlerden birini ele geçirmiş kişilerden biriyseniz sizin için çok anlamlı

[4] Edward S. Herman & Noam Chomsky, *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*, İstanbul, Minevra Yayınları, 1999, s. 49.

olacağı şeklindeki açıklamasının ne kadar "insani" olduğunu sorgulamayan medya, söz konusu yardım paketlerinin "insani" olduğundan şüphe duymadı.

ABD'nin "adalet" ve "şevkati"ne secde eden medya için, atılan paketlerden birinin bir eve isabet etmesi sonucu ölümlerin meydana gelmesi de, Birleşmiş Milletler'e ait deponun ABD uçakları tarafından bombalanıp yardım malzemelerinin yanması da üzerinde durulmayacak bir ayrıntıydı.

Oysa Birleşmiş Milletler'in Dünya Gıda Programı bünyesinde Afganistan halkına zaten yoğun gıda yardımı yapılıyordu ve Afganistan'a insani yardım yapan kuruluşların sözcüleri, bombardımanın yardım faaliyetini imkansızlaştırdığını, ABD'nin uçaklardan attığı gıda paketlerinin işe yaramayacağını daha ilk günden açıklamıştılar.

'Yurttaş'tan 'tüketici'ye: Medya sahipliğinin 1980'li yıllarda hukuki, ekonomik ve teknolojik değişimlerle birlikte başta ABD olmak üzere medya sektöründe önemli gelişmeler meydana geldi. Amerika'daki kâr amaçlı büyük şirketlerden; Capital Cities'in ABC'yi, General Electric'in NBS'yi ve Tisch Financial Group'un CBS'yi satın alması medyada yeni düzenlemelerin yapılacağının habercisi oldu.

Bu yapısal değişimle birlikte son 20 yılda medyada baş döndürücü gelişmeler yaşandı. Söz konusu gelişmeler, yeni birleşmelerle, kitle iletişim araçlarının üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini kapsayan endüstriyel yeni tekelleşmelerle günümüzün en önemli ekonomik gelişmeleri olarak tanımlanmaya başlandı. Büyük şirketlerin kârlarını arttıracak kültür taşıyıcıları olan kitle iletişim araçlarının dağılımına baktığımızda ise bunların yüzde 80'ini ABD ile AB ülkelerinin ellerinde bulundurduğunu görmekteyiz.[5]

Kamu yararını gözeten yayıncılıktan kar amaçlı rejime geçilen yeni medya düzeninde izleyiciler birer yurttaş değil, tüketim piyasasının üyeleriydiler artık. Bilgi (haber) ise eğlence patronları için her şeyden önce iyi pazarlanması gereken bir mal oldu. Kamu hizmeti döneminin siyasi ve toplumsal endişelerinin (demokrasi ve kamu hayatı, ulusal kültür ve kimlik gibi endişeler) yeni medya piyasalarının gelişimini engelleyen faktörler olarak görülmeye başlandı.[6] Bu doğrultu dışındaki tüm yayıncılık ilkeleri medya ekonomileri için birer "ticari engel" sayıla gelmektedir. Ulusal sınırlar bu "engel"lerin başında geliyordu ve medya ekonomilerinin ilk

[5] Devid Morley & Kevin Robins, *Kimlik Mekanları,* İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997, s. 30.
[6] Morley & Robins, *a.g.e.,* s. 29.

işi ulusal sınırları yıkıp tüketim kültürünü, küresel ilkeler temelinde yeniden düzenlemek oldu. Medyadaki bu gelişmelerle birlikte, yeni liberal değer ve birikimlerin serbestçe dolaşımı anlamına gelen küreselleşme de hız kazandı. Ve medya küreselleşmenin yegane taşıyıcısı olma unvanının tartışılmaz sahibi oldu.

Aşağıdaki verilere baktığımızda medyada yaşanan ekonomik gelişmelerin neden bu denli önemli olduğu daha iyi anlaşılacak:

Dünya üzerinde 1999 verilerine göre, ailelerde yaklaşık 1 milyar 260 milyon televizyon alıcısı var, 700 milyon kişi telefon abonesi (bunların 80 milyonu cep telefonu kullanıyor) ve yaklaşık 200 milyon kişisel bilgisayar (bunların 30 milyonu internete bağlı) var. Tahminlere göre 2005 yılına kadar internet kullananların sayısının 600 milyon ile 1 milyar arasında olacağı ve Web'de de 100.000'in üstünde ticari site olacağı hesaplanıyor. Öte yandan, International Data Corporation'un yaptığı hesaplamaya göre, dünya üzerinde bilişim teknolojisine yapılan harcamalar, 2002 yılına kadar yüzde 9.6 artarak 1 trilyon 100 milyar doları aşacak. Bu da dünya ekonomisinin yüzde 10'una karşılık gelmekte.[7] Böylesi devasa bir ekonomik gücü temsil eden medyanın tarafsız habercilik yapacağına inanmak ancak ziyadesiyle "iyi niyetli" olmakla açıklanabilir.

2. Medyanın Bilinç Üretimi

Medyanın toplumsallaşma sürecine etkisine dikkat çeken Lull, "Bizler yalnızca fikirler yoluyla toplumsallaşmayız, bunun yanı sıra bu fikirlerin yapılandırılma, otoriteyle ilişkilendirilme ve gereksinmelerimizle ve çıkarlarımızla uyumlandırılma yoluyla da toplumsallaşmaktayız" der.[8]

Egemen ideolojiler, kitle iletişim araçları tarafından daha bir yüceltilerek, meşrulaştırılarak, ayrıntılı olarak ele alınarak geniş izleyici kitlelerine ikna edicilik ve parıltılı bir çekicilik içinde dağıtılmaktadırlar. Bu konuda televizyonun öne çıkan rolünü Lull, "Televizyon gündeminin yazarlığı, sonunda toplumun siyasal, ekonomik, kültürel egemenlerinin ellerinde kalmakta, seçmeli bilgi de genellikle güçlünün çıkarlarını gereğinden fazla temsil ederken, güçten yoksun olan diğer kesimleri çok düşük düzeyde temsil eden ideolojik alanları oluşturan bir pıhtılaşma olarak dikkati çekmektedir" şeklinde ifade etmektedir.[9]

[7] Ignacio Ramonet, *Medyanın Zorbalığı,* İstanbul, Om Yayınevi, 2000, s. 141-145.
[8] James Lull, *Medya, İletişim, Kültür,* Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s. 70.
[9] Lull, *a.g.e.,* s. 22.

Radyo, televizyon, bilişim, film, reklamcılık, kablolu yayın gibi kitle iletişim araçları onların ve bizim kim olduğumuzdan, cinselliğimizden, milliyetimizden, sınıf, etnik köken ve ırk bilincimizden, benlik bilincimizden ve kimliklerimizi öne çıkardığımız şeylerden materyal sağlamaktadır. Medya imgeleri; bize dünyaya bakışımızda, neyi iyi ya da neyi kötü, neyi pozitif ya da negatif, neyi ahlaki ya da ahlak dışı değerlendirmemiz gerektiğini, kısacası değerlerimizi şekillendirme işlevi görmektedir.

Kimin güçlü kimin güçsüz ya da kimin gücü kullanmaya hakkı olduğunu ya da haksız olduğunu gösteren medya güçlünün gücünü kanunlaştırırken, güçsüzlere ise durumlarını kabullenmesini, aksi halde zarar göreceklerini tembih etmektedir.

Medya ve kapitalist tüketim toplumu, nasıl düşünmemiz, nasıl hissetmemiz, neye inanmamız, nasıl davranmamız konusunda bizi çeşitli eğitim süreçlerine tabii tutmaktadır. Nasıl giyinmemizden nasıl tüketeceğimize, nasıl başarılı olabileceğimizden, baskın sistemin kurallarına, değerlerine ve yasalarına nasıl uyum göstereceğimize kadar bizi yönlendirerek tüketimi arttırıcı işlevler görmektedir.

Frankfurt Okulu'nun üyelerinden Herbert Marcuse, "Tek Boyutlu İnsan" isimli yapıtında, kitle iletişim araçlarının dünyayı düşünme ya da düşünmemedeki koşulları bizim için tanımladığını savunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının, eğlence ve enformasyon endüstrisinin ortaya koyduklarıyla beraber belli tutum ve alışkanlık, entelektüel ve duygusal tepki taşıdığını belirten Marcuse, bu tutum, alışkanlık ve reaksiyonların, tüketicileri üreticilere ve üreticiler yoluyla bütüne yani sosyal sisteme bağlayarak sonuçta tek boyutlu bir düşünce ve davranış kalıbı ortaya çıkardığı tespitinde bulunmaktadır.[10]

Radyodaki müzik programlarıyla ilgili yaptığı incelemelerde, müziğin, insanları sisteme bağlayıcı bir işlevi yerine getirdiğini belirten Adorno ise, kitle halinde üretilen müziğin negatif fonksiyondan yoksun, kişiliksizleştirilmiş, kolektif ve nesnelleştirilmiş bir sanat olduğunu söylemektedir. Kültür endüstrisinde "uyum"un bilincin yerini aldığını ve kurallardan uzaklaşmanın hoş görülmediği saptamasında bulunan Adorno, "Sözde bireycilikle, kitle kültürünün üretimine, standartlaşmanın kendisinin dayanak alınarak özgür seçim ya da açık pazar halesinin bahşedilmesini anlamaktayız. Hit şarkıların standartlaşması, tüketicileri sanki şarkıları, kendileri için dinliyor kılarak, aynı çizgide tutar. Kendi payına, sözde bireycilik ise tüketicilere, dinlediklerinin onlar

[10] Herbert Marcuse, *Tek Boyutlu İnsan,* İstanbul, İdea Yayınları, 1997, s. 43.

adına önceden dinlenmiş olduğunu veya 'önceden sindirilmiş' olduğunu unutturarak onları bir çizgide tutar" sonucuna varmaktadır.[11]

'Duygusal küreselleşme': Lady Diana ile sevgilisi Dodi Al-Fayed'in 31 Ağustos 1997'de Paris'te bir otomobil kazasında ölmesinin ardından medyanın kitleleri yönlendirerek bir Diana modası yarattığına tanık olduk. Söz konusu kazanın ardından bütün medya kuruluşları kıran kırana bir mücadeleye girişti. Günlerce Diana'nın eski kocasını, çocuklarıyla ilişkilerini, muhtaç insanlar konusundaki etkinliklerini, duygusal yaşamını vb. izledik. Diana'nın ölümünü izleyen günlerde gazeteler satış rekorları kırdı ve tüm dünyada binlerce dergi kapağı, yüzlerce saat televizyon röportajı Lady Diana'nın ölümüne ayrıldı. Cenaze töreni dünyanın hemen hemen her yerinde yüzlerce televizyon kanalı tarafından canlı olarak yayımlandı ve 2.5 milyar televizyon izleyicisi bu töreni izledi.

Ölümünden önce sadece paparazilerin konusu olan Lady Di eşi görülmemiş bir medyatik fırtına ile "uğurlandı". Medya böylece "melankolik, mutlu olmak için her şeye sahip ama kraliçe tarafından sevilmeyen ve kocası tarafından aldatılan" bir "halk kahramanı" yarattı. Tüm olanlardan sonra bu "kahraman" içindeki sevgiyi yitirmedi ve kendini çocuklarına, dünyadaki mutsuz insanlara adadı. Söz konusu özelliklerin hiçbirine sahip olmayan Lady Diana'nın "draması" ile medya, Nijeryalı köylüden Amerikalı mavi yakalıya kadar herkesi ağlatarak bir bakıma "duygusal küreselleşme"ye yol açtı.[12]

3. Mesajların Küresel Akışkanlığı

'Evrensel konuşma' olanağı mı ?: Küreselleşme süreci, kapitalizmin gelişim çizgisi içerisinde, özellikle 1960'lı yıllarda şiddetlenen yoğun bir uluslar-ötesi akışkanlığa işaret etmektedir. İletişim sistemlerindeki dönüşümle, araç ya da bilgi olarak teknoloji ulusal sınırları aşarak küresel dolaşıma girmiştir. Medya mesajları, metinler, görüntüler kesintisiz bir akış içerisindedir. Bu dönüşüme bağlı olarak egemen ideolojiler, fikirler sınırların ötesini etkileme olanağına sahip olmuştur.

Küreselleşme taraftarları, iletişim sistemlerinin gelişen ve bütünlüklü bir yapıya dönüşen iletişim teknolojileri sayesindeki dönüşümünü, insanların birbirlerini karşılıklı olarak daha iyi anlamalarının yolunun açılacağı ve bütünleşmenin gerçekleşmesinin mümkün olacağı şeklindeki "naif" iddiaya

[11] Phil Slater, *Frankfurt Okulu,* İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 1998, ss. 234-235.
[12] Ramonet, *a.g.e.*, ss. 9-14.

dayandırmaktadırlar. İletişim teknolojilerinin küresel akışkanlığından esinlenen "enformasyon otoyolları"nın kuramcısı ABD Başkan yardımcısı Albert Gore'un, 1994'te Buenos Aires'de tüm üyeleri ile toplanan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin delegelerine amaçlarını, "Toplumlarımızın tüm üyelerinin ulaşabileceği bir evrensel hizmet, ayrıca söyleyecek sözü olan herkese bir evrensel konuşma olanağı sağlamak" sözleriyle açıklaması bu bakımdan dikkat çekicidir.[13]

Nitekim Bill Gates de, "Coğrafyayı anlamsız kılan enformasyon otoyolları, nerede olurlarsa olsunlar, benzer merakları paylaşan insanların birbirleriyle temas kurmalarını kolaylaştıracaktır" der.[14] Ancak küreselleşme, batı kapitalizminin çıkarları doğrultusunda yeni teknolojilerin, medyanın ve malların standartlaşmasının baskısı altında tüketicilerinin ihtiyaçlarını homojenleştirerek "pazar haline dönmüş dünya" imgesiyle karşımıza çıkmakta, üretim ve iletişim alanlarının bütünleşmesi anlamıyla, mekanın "sınırları"nı giderek silikleştirmektedir.

Uzak ve yakın: İletişim sistemlerindeki dönüşüm ile mesafeyi ortadan kaldıran küresel ağlar bir din gibi evreni sarmakta; küresel ölçekli akışkanlık, insanların içinde yaşadıkları mekana ve zamana ilişkin kavrayışlarını derinden değişikliğe uğratmaktadır. İlerlemeci ideoloji yerini iletişim ideolojisine bırakmakta ve bu ideoloji giderek kurumsallaşmaktadır.

Herkes için "evrensel konuşma olanağı" yaratacağı iddiasına dayanan enformasyon otoyolları, bu olanaktan yararlanma "olanağı"ndan pek söz açmamakla birlikte, "uzak" ve "yakın" kavramlarının "bildik" tanımlarını da yerinden etmektedir.

Hissedilebilen bir iç mekan olarak "yakın", kişinin istisnai yitirişler hariç "bilgi"si dahilinde olan yerdir. "Uzak" ise kişinin istisnai olarak içine girebildiği "bilgi"si ve öngörüsü dahilinde olmayan yerdir. Ancak, coğrafi sınırların "gerçek dünya"da savunulması giderek güçleşmekte, uzaklıklar sorun olmaktan çıkmaktadır. Mekanlar fiziki olarak taş ve çimentodan değil, sanal olarak yazılımla yaratılmaktadır. Bauman, mekanlar-arası "uzaklık" kavramının, nesnel, kişisellikten arınmış, fiziksel bir "veri" olmaktan çok toplumsal bir ürün olduğu tespitinde bulunmaktadır. Hatta Paul Virilio daha ileri giderek, "coğrafyanın sonu"ndan söz edilebileceğini ileri sürer.[15]

[13] Armand Mattelart, *İletişimin Dünyasallaşması,* İstanbul, İletişim Yayınları, 2001, s. 112.
[14] Bill Gates, *The Road Ahead*, Londra, Viking, 1995, s. 263.
[15] Zygmunt Bauman, *Küreselleşme*, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999, ss. 20-21.

'Küresel köy','küresel kent': Uzak ve yakın arasındaki karşıtlık, belirlilik ve belirsizlik, kendine güven ve tereddüt boyutuyla ele alındığında kişi için hayati bir önem arz eder. Bill Gates'in şu ifadeleri dikkat çekicidir: "Eğer istiyorsak iletişim ağı bizi birbirimize yakınlaştırır ya da hepimizi çil yavrusu gibi dağıtarak iletişim ağı vasıtasıyla birbiriyle ilişki kuran milyonlarca uç haline dönüştürebilir."[16] Bu varsayım, fiziki uzaklıkların geçersiz hale geldiği, kelimenin gerçek anlamıyla, "fiziksizleşme"nin hüküm sürdüğü sanal kentlerde ve köylerde sosyalleşeceğimizi öngörmektedir.

Meyrowitz, medyanın, fiziksel ortam ile toplumsal durum arasındaki geleneksel ilişkiyi tahrip ederek toplumsal "konum" ve "yer" kavramlarını yeniden "tanımlaması"nı "Medya, bizi başka yerlerde yapılan gösterilerin izleyicileri haline getirir ve başka yerlerdeki ve fiziksel olarak mevcut olmayan izleyicilere erişebilmemizi sağlar" sonucuna vardırmaktadır.[17]

Bu çok boyutlu akışkanlığın bireylerin ya da toplulukların aidiyet kurdukları tüm değer sistemlerini (fizik/moral) ters yüz ettiği aşikardır. Bu bakımdan, küresel akış içerisinde sistematik bir biçimde "çevre"ye yayılan medya mesajları birey ve toplulukları, kendilerine sunulan yeni modern aidiyetler geliştirmek zorunda bırakmaktadır.

Kanadalı Marshall McLuhan televizyondan yayınlanan ilk savaş olan Vietnam Savaşı'nın çözümlemesinden hareketle, televizyonun izleyicilerin duygularını harekete geçirdiğini ve "küresel köyü" oluşturarak yeni bir topluluk türü yarattığını öne sürer. McLuhan'ın iddiasına göre her yeni iletişim aracı uzamı ve zamanı benzersiz biçimde işler (araç, mesajdır) ve sonuçta söz konusu her araç kendi yöntemiyle insanın algılamasını ve sosyal örgütlenmesini etkiler.[18]

"Küresel köy" varsayımı iletişim sistemlerindeki dönüşümün "dünyayı küçülttüğü" iddiasına dayanırken, Amerikalı Zbigniew Brzezinski, daha çok "küresel kent" kavramını yeğler. Çünkü birey anonim bir çevrede yaşayacaktır. Emperyalizm kavramının ABD'nin öteki uluslarla ilişkisini tanımlamak açısından yetersiz kaldığını ifade eden Brzezinski, "top arabası diplomasisi"nin yerini "ağların diplomasisi"ne bıraktığını savunur. Bunu Amerika'nın "tarihin ilk küresel toplumu" durumuna gelmesiyle açıklar. ABD, dünyadaki iletişim aygıtlarının yüzde 65'ine sahip olduğundan öteki uluslardan daha fazla ileti aktarabilmektedir. Bu her yerde olabilme olanağı ABD'nin evrensel tutum ve değerleri yönlendirmesini sağlar. "Sağlam, köklü kültürleri", "çok farklı

[16] Gates, *a.g.e.,* s. 274.
[17] Morley & Robins, *a.g.e.,* s. 180.
[18] Lull, *a.g.e.,* s. 43.

kimlikleri", "kesin olarak ayrılmış dinleri" aşan küreselllikle, "yeni bir evrensel bilinç" oluşturur.[19]

4. Küreselleşmenin 'Yerel' Etkileri

Kapitalist gelişimin küresel ölçeklere çıkması ve modernleşme sürecinin gereklilikleri sonucu dünya nüfusunun önemli bir kısmı, çeşitli nedenlerle doğup büyüdükleri yerlerden koparak, kendilerine yabancı sosyo-kültürel mekanlarda yaşamak durumunda kalmışlardır.

Sadece Türkiye ölçeğinde düşündüğümüzde bile "göç" olgusunun boyutlarının ne denli büyük olduğu anlaşılabilir. Türkiye'de ekonomik ve siyasi nedenlerle milyonlarca insan son 30 yıl içinde doğup büyüdükleri yerleri terk etmek zorunda kalmışlardır.

Ancak "göç"ün insanlar üzerinde, sadece coğrafi olarak yer değiştirmelerine indirgenmeyecek kadar çok yönlü etkileri vardır. İnsanların, coğrafi yerinden oluşla birlikte, geleneksel aile ve akrabalık ilişkilerinin, komşuluk, mahallelilik dayanışmalarının koruyuculuğunu kaybettiklerini, yeni-moral aidiyetler, dayanışma biçimleri arayışına girdiklerini belirten Alankuş, "Dünyanın birçok yerinde en çok da gelişmekte olan ülkeler diye anılan ülkelerde, ulus-devletin sınırlarını üstten ve alttan zorlayan radikal İslam'ın güçlenmesi, cemaatçiliğin yeniden yaygınlaşması, 'mikro-milliyetçiliklerin' ortaya çıkması, etnik bağların yeniden güçlenmesi bir yönüyle küreselleşmenin ve onun bir zamanlar ki aracı olan ulus-devletin gelişimi ve modernleşme sürecinde ortaya çıkan coğrafi ve moral altüst oluşla ilgili"[20] olduğunu söylemektedir.

"Aidiyet kurdukları fiziki ya da moral yerlerden kopan/koparılan ve yeni dayanışma biçimleri arayışları içerisine giren insanlar, bir yandan kendilerine sunulan yeni modern aidiyetler (örneğin "yüce bir ulusun üyesi olmak") geliştirmek zorunda bırakılırlarken, diğer yandan gündelik yaşam pratikleri içerisinde (örneğin, işçi ve işveren ya da kentlerin merkezlerindekilerle, gecekondulular arasındaki ilişkilerde olduğu gibi) yeni karşıtlıklar ya da etkileşimler içerisine girmişlerdir. Bu karşıtlıklar ve etkileşimler kimilerinin sınıfsal örgütlenme, feminist ya da çevreci örgütlenme de olduğu gibi yeni dayanışma biçimlerinin sağladığı yeni aidiyetler oluşturmalarına yol açarken; kimilerinin ise, yitirdikleri

[19] Mattelart, *a.g.e.,* s. 94.

[20] Sevda Alankuş, Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya, (Çevirimiçi) http://www.bianet.org/diger/arastirma218.htm, 05 Temmuz 2006.

din kardeşliği, hemşehrilik duygularını veya etnik kimliklerini yenileyerek içine yerleşmelerine yol açmıştır. Bu arada da global akışkanlığın sağladığı imkanlar, çok farklı coğrafyalarda aynı/benzer sorunlar yaşayan insanları bazen aynı bazen de TV ekranlarının/internet bağlantılarının soyut mekanlarında aynı fikirler/eylemler etrafında buluşturabilmiştir. Bugün Bergama köylüsü kendisini, Eurogold'u destekleyen Türk bilim-insanları ya da politikacılarına değil, çevrelerini koruma mücadelesi veren dilini hiç anlamadığı insanlara daha yakın hissedebilmektedir. Türkiye Çerkezleri, Abhazya'nın özgürlük mücadelesine katılmak için yollara düşebilmekte ya da Türkiye hükümetlerinin diğer etnik gruplara yönelik politikasını değil ama, Gürcistan politikasını etkilemeye çalışmaktadır. Türkiye'deki İslamcı hareket, Cezayir'deki, Çeçenistan'daki, Mısır ve İran'daki hatta ABD'deki İslamcı hareketle yakın ilişki halindedir."[21]

Alankuş'un da belirttiği üzere küreselleşme insanlar arasına daha önce farkında olmadıkları ölçüde yeni mesafeler koyarken beri taraftan yeni yakınlıklara da neden olmuş, onları yeni karşıtlıklar, dolayısıyla da yeni dayanışma biçimleri arayışı içerisine sokmuştur.

Günümüzde "mikro-milliyetçilik" olarak adlandırılan milliyetçiliğin yükselmesi, etnik ve dinsel uyanışa tepkiye en iyi örneği Avrupa göstermektedir. Avrupa Birliği (AB) evrensel bir projeyken şimdilerde Avrupa'nın "özgünlükleri"nin korunması esas sorun olarak ele alınmaktadır. AB politikaları dünyanın Avrupalılaştırılması'ndan vazgeçerek, Avrupa'nın Avrupalaştırılması'nı tek çıkar yol olarak görmektedirler. Bu bakımdan küresel ölçekli akışkanlık ikili bir dinamiği içinde barındırarak, global olanla yerel olan arasındaki gerilimli ilişki yaratmaktadır.

Küresel olanın tek tipleştirici sürecine karşı yerellikler, bazen ulus-devlet coğrafyasını alttan ve üstten zorlayan etnik, dinsel, cemaatçi hareketler, feminist hareketler, çevreci, pasifist hareketler, bölgeci hareketler biçiminde, bazen güçlü bir belirli bir kente ait olmak duygusu biçiminde ortaya çıkan ve bir muhalefet gücü taşıyan hareketlerdir. Bunları yerel olarak adlandırılmasının nedenini Alankuş şöyle açıklamaktadır:

"Belirli bir coğrafya ile sınırlı türdeş kültüre işaret ediyor olmalarından çok, insanlara globalleşme süreci içerisinde kaybolduğunu söylediğimiz coğrafi veya moral 'biryerdelik' duygusunu sağlıyor olmalarıdır. Feminist hareket, kadınlara duruma göre kendileriyle aynı dili konuşan ya da konuşmayan

[21] Alankuş, *a.g.m.*

kadınlarla kimi zaman somut kimi zaman soyut mekanlarda karşılaşma, dayanışma, mücadele etme gücü vermektedir. Etnik kimlik duygusu geliştirdiği ortak tarih ve kültür tasarımıyla insanlara kendisini güvende hissedebileceği bir 'yer' sağlamaktadır. Özetle, şimdiki halleriyle yerellikler, global olan tarafında 'geçersiz/değersiz' sayılanların, tabi kılınanların muhalefetini, tepkisini temsil etmekte ve ihtiyacı olanlara bir değerlilik ve güven duygusu kazandırmaktadır. Küresel akışkanlık, bireylerin/toplulukların farklılıklarını/ yerelliklerini keşfetmelerine, bu farklılıklarını kimliklerinin temeline yerleştirmelerine, uzak coğrafyalarda olsalar bile kendileriyle benzer koşulları paylaşanlarla ittifaklar oluşturabilmelerine, global olanın karşısına çıkarak, ona meydan okuyabilmelerine neden olmuştur."[22]

5. Yerel Medya Ne Yapmalı?

Günümüzün küresel akışkanlığı içerisinde mekan ve zaman duygusu altüst olan bireyler/topluluklar için yerellikler, dayanışma duygusuyla ortak eylemlilik içerisine girilebilecek, hakim olanlar karşısında direnecek mekanlar sunduğu için, karmaşıklaşan ve sıradanlaştırılan yaşam ile yeni bir bağ kurmalarını sağladığı, hoşnut olmadıkları şeyleri değiştirme yönündeki güçlerini ve umutlarını beslediği için önemlidir. Ancak, bunlar yerelliklerin sadece imkanlarıdır, yerine getirdikleri değil. Alankuş'a göre, "Yerellikler, bireyler/ topluluklar için yeni hapishaneler haline gelme tehlikesini de içermektedirler, onlara durmaksızın yeni yerler/hedefler göstererek 'özgürleştirme' imkanlarını da. Ancak çoğu örnekte yerellikler, vaat ettikleri 'özgürleştirici' imkanları sağlamak yerine, onların önünü tıkamaktadır. Ülkesel-medyanın, ulusal (global) kimliklerin tanımlanmasında, aynı coğrafyayı paylaşan bireylerin ortak bir dil, geçmiş ve gelecek duygusu geliştirmesinde çok önemli bir rolü olmuştur."[23]

Küresel/ülkesel medyanın iktidarlarla olan ilişkileri düşünüldüğünde, demokrasinin yerelleşmesi, yaygınlaşması, çoğulculuğun korunması bakımından yerel medyaya önemli sorumluluklar düşmektedir. Küresel ve/veya ülkesel medya, benzer kaynaklardan sunulan bir haber anlayışını gündemleştirmektedir. Genel olarak global "sorunlar"la ilgilenilmekte ve yerel olana, sokaktaki insana karşı haber filtre sistemleri devreye girmektedir.

Mevcut iktidar yapısıyla olan ilişkileri ve hakim ideolojinin taşıyışı konumundaki egemen medyanın etik değerlerinin oluşması iki yüzyıllık bir

[22] Alankuş, *a.g.m.*
[23] *A.y.*

tarihsel sürecin sonucudur. Türkiye'de yerel medyanın henüz örgütlenmeye dönük girişimleri düşünüldüğünde; elbette, yerel medyanın egemen medyaya karşı alternatif bir söylem geliştirme beklentisi bugünden yarına gerçekleşecek bir durum değildir. Çünkü bu, yapısal bir dönüşümü gerekli kılmaktadır. Ancak söz konusu durum, yerel medyanın imkanlarına ve yapması gerekenlere değinmemize engel değildir.

Medyanın sermaye ile bütünleşmesi ve daha fazla okuyucuyu çekme ve kar etme kaygıları habercilik anlayışının popülerleşmesini de beraberinde getirmiştir. Özel televizyon kanalları ise bu eğilimi iyice hızlandırdılar ve kendi haber değerlerini yerleştirmişlerdir.

Türkiye'de medyanın, "Komünizme", "kalleş Yunan'a", "bölücü hainlere" karşı söylem birliği içerisinde olduğunu ve bütün bunları kendisinden menkul bir "evrensel"/ "geçerli" tanımı üzerinden yaptığına dikkat çeken Alankuş, Batı'da 1970'li yıllarda ortaya çıkan, örgütlenme biçimleri, hedef kitleleri ve söylemleri açısından yaygın-medyaya alternatif bir anlayışı temsil eden yerel basın/yayın örneklerinin Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren filizlenmeye başladığını ifade etmektedir.

Yapılmakta olan yayıncılık ve daha dar olarak habercilik anlayışını var olan mülkiyet ilişkileri içinde değiştirmek tabii ki olanaksızdır. Egemen medyanın mağdur ettiği yerel yaşantıların bu anlamda yerel medyadan beklentileri, "azınlıkta kalmış düşüncelerini ifade edebilecek ortamlar yaratabilmek" şeklinde özetlenebilir.

Yerel medyanın alternatif arayışlarının temelini varolan haber medyasının haber üretim süreçlerini, haber söylemini ve bu söylemi nasıl meşrulaştırdığı noktası oluşturmalıdır. Egemen olana bu eleştirel bakış yerel medyaya alternatif perspektifler sunacaktır. Elbette bu alternatifler üzerinde genel bir uzlaşmanın sağlanması, siyasal öncelikler gereği pek mümkün olmayabilir. Ancak, yerel alternatifler yaratma odaklı bu arayışlar yerel medyanın, yapısal dönüşüm süreci için belki de başlangıç noktası olabilir.

Egemen medyanın, ekonomik karlılığı gözeten piyasa kurallarını, bu karlılık amacını örten, gizleyen ve haber medyasının piyasada varoluşunu haklılaştıran kuralları benimsetmeyi dayattığını ifade eden İnal'a göre, "Alternatif medya arayışlarının çıkış noktasını ise, kapitalist pazar ortamında haber medyasının kendi misyonunu nasıl tanımladığını ve neden bu şekilde tanımladığını kavramaya, anlamaya çalışma çabası oluşturmalıdır. Bu çaba bizi gazeteciler

ve haber kaynakları arasında kurulan ve yansımasını günlük pratiklerin ve habercilik işinin örgütlenmesinde bulan ilişkilere gösterecektir."[24]

Haber kaynakları itibari ile egemen medya için, siyasal, ekonomik, askeri ve sembolik seçkinlerin (sanatçı, akademisyen vb.) söz, eylem ve kararlarının "haber değeri" taşıdığı, sokaktaki insanın söz, eylem ve kararlarının ise medyada yer almadığına ilişkin yapılan araştırma bu bakımdan önemli bulguları ortaya koymaktadır:

"*Sabah* gazetesinde yüksek yargı organları, cumhurbaşkanlığına ilişkin haberler, başbakanlığa ilişkin haberler, sivil ve askeri bürokrasiye ilişkin haberler iç politika haberlerinin yüzde 41.2'sini oluşturmaktadır. Bu rakam *Cumhuriyet* için yüzde 23, *Tercüman* için yüzde 30.7, *Milliyet* için yüzde 34.4, *Hürriyet* içinse yüzde 36.3 'dür. Bu haberlerin arasına Millet Meclisi, diğer partilere ilişkin ve belediyelere ilişkin haberleri de katarsak oranlar iyice yükselmektedir (*Sabah*: yüzde 76.6, *Cumhuriyet*: yüzde 75.2, *Tercüman*: yüzde 74.6, *Milliyet*: yüzde 78.7, *Hürriyet*: yüzde 76.8). *Sabah* gazetesinin iç politika haberleri içinde sivil örgütlere ilişkin haberlerin oranı yüzde 0.9, *Cumhuriyet*'te yüzde 3.4, *Tercüman*'da, yüzde 5.8, *Milliyet*'te yüzde 3, *Hürriyet* gazetesinde ise yüzde 3.2 'dir."[25]

Siyasal, ekonomik, askeri ve sembolik seçkinlerin söz, eylem ve kararlarının haber değerine sahip olduğunu ortaya koyan bu araştırmaya karşın, sokaktaki insan ise ancak "suç" işlediğinde, yani "hukuk ve düzeni bozan bir eyleme" giriştiğinde "haber" değeri taşımaktadır. Hatta işlenen "suç"un niteliğine göre "haber"de büyüyüp küçülebilmektedir. "Haber" ve "suç" arasında kurulan bu ilişki nedeniyle, egemen medyanın "görev ve sorumlulukları" gerçeğinden saparak "suç" odaklı yayıncılık yaptığı söylenebilir.

Öte yandan Alankuş ise, küresel medya ortamında, yerel medyanın alternatif bir söylem kurması gerekliliğine işaret etmektedir: "Yerel medyanın ülkesel medyadan farklı / alternatif bir söylem kurması gerekmektedir. Bütün yerellikleri / farklılıkları belirli bir rating değeri üzerinden gösterime sokarak, bir 'yere' ihtiyaç duyanların yersiz / yurtsuzlaştırılmasına katkıda bulunan ülkesel medya karşısında yerel medya söylem olarak ancak, dinleyici / izleyici / okuyucularına sürekli 'yeni yerler' göstererek alternatif olabilir. Yerel medyanın imkanları

[24] Ayşe İnal, "Yerel Medya İçin Alternatif Arayışlar", (Çevirimiçi) http://www.bianet.org/diger/arastirma278.htm, 05 Temmuz 2006.
[25] Alankuş, *a.g.m.,*

tam da burada yatmaktadır. Yerel medya seslendiği bireyler / topluluklar için kentli olmak ortak duyusundan başlayarak, diğer yerellikleri dışlamayan, onlarla ittifaklar arayan yeni yerler / kimlikler göstermelidir. Başka ifadeyle, yerel medya, kamusal alandaki bütün diğer sivil örgütlenmeler gibi, sürekli olarak yeni / alternatif yerel ve evrensel tanımlarının izini sürmelidir. Ne bütünüyle 'yerel' olanın söylemi içine hapis olunmalı, ne de mevcut 'geçerlilik' ve 'evrensellik' tanımlarına teslim olunmalıdır."[26]

Yerel medyanın kuracağı alternatif söylem, egemen medyanın dikey örgütlenmesine karşı, alternatif bir yatay örgütlenme biçimiyle mümkün olabilir.

Yerel medyanın egemen medya gibi dikey örgütlenmesi durumunda egemen medyanın bir küçük modeli olarak kalacağını ve bu durumda yerellik niteliğinin "coğrafi bir yerellik" biçimini alarak alternatif bir söylem kurmasını imkansızlaştıracağını savunan Alankuş da, yerel medyaya alternatif bir söylem kurabilmesi için yatay örgütlenme biçimini önermektedir. Alankuş'a göre, "Global olarak örgütlenmiş olan medyanın temsil ettiği dikey tekelleşme karşısında, yerellikleri temsil eden medyanın da küresel akışkanlığın sağladığı yeni imkanlarla yatay bir ağ biçiminde örgütlenmesi gerekiyor. Bu türde örgütlenmelere bir örnek yine Avrupa'dan verilebilir. Avrupa'da 1980'lerden başlayarak, yerel/bölgesel örgütlenmelerin de desteğiyle küçük ülke ve bölgelerdeki medya endüstrilerinin desteklenmesi çerçevesinde Avrupa topluluğu nezninde lobby çalışmaları başlatılıyor. Böylelikle yerel medya kuruluşlarının rating kaygısı duymadan yayın yapabilmeleri için yatay bir örgütlenme formu içerisinde fonlar sağlanmaya çalışılıyor. Böylelikle örneğin yerel dillerde yayıncılık yapacak olan kuruluşların çok az bir nüfusa sesleniyor olmaktan ötürü yayın yapamaz duruma gelmelerinin önüne geçilmeye çalışılıyor, global medya şirketlerinin izlediği stratejilere meydan okunuyor. Çünkü yerel medyanın ancak böyle bir örgütlenme ağı içerisinde, alternatif bir yayın politikası ve dili oluşturabilmesi, başka ifadeyle yeni kültür ve kimliklerin izini sürüp, onlarla ittifaklara girebilmesi, en küçüğünden en büyüğüne kadar bütün iktidar ilişkilerindeki eşitsizliklerden muzdarip olanlarla dayanışma kurabilmesi mümkün."[27]

Sonuç olarak, yurttaşların medyanın şemasını çizmiş olduğu "kültür"ü ve egemenlik ilişkilerini deşifre edebilmeleri egemen medyaya eleştirel bakabilmeleriyle mümkündür. Medya manipülasyonuna direnç göstermeyi öğrenebilmek baskıcı medya ve kültürüne karşı bireyi güçlendirir. Bu durum

[26] Alankuş, *a.g.m.*
[27] *A.y.*

bireylere kendi kültürel çevreleri üzerinde daha fazla güç kazandırır. Bu eleştirel bakış da mevcut egemenlik ilişkileri içinde yer almayacak olan bir yerel medya ile sağlanabilir. Medya diktasını eleştirmeden takip edenler, baskın olan moda, değerler ve davranışlara uyum sağlayarak medyanın akışına kapılır, "cazibeli" kılınan kültüre uyarak alt kültürel yaşamlardan koparlar.

Bu bakımdan egemen medyanın manipülasyonuna ve medya metinlerindeki güç ilişkisine karşın yerel medya eleştirel bakışla okuyucuya-izleyiciye güncel egemen medya kültürünün yapıtlarını tahlil ettirecek ve kendi kültürel çevresi üzerinde güç kazanmasını sağlayacak kavramlar ve analizler geliştirebilir.

Kaynakça

- Alankuş, Sevda: Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya, (Çevirimiçi) http://www.bianet.org/diger/arastirma218.htm, 05 Temmuz 2006.
- Barrett, Michele: *Marx'tan Foucault'ya İdeoloji,* İstanbul, Mavi Ada Yayınları, 2000.
- Bauman, Zygmunt: *Küreselleşme,* İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999.
- İnal, Ayşe: Yerel Medya İçin Alternatif Arayışlar, (Çevirimiçi).
- http://www.bianet.org/diger/arastirma278.htm, 05 Temmuz 2006.
- Gates, Bill: *The Road Ahead,* Londra, Viking, 1995.
- Herman, Edward S. & Chomsky Noam: *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir,* İstanbul, Minevra Yayınları, 1999.
- Lull, James: *Medya, İletişim, Kültür,* Ankara, Vadi Yayınları, 2001.
- Marcuse, Herbert: *Tek Boyutlu İnsan,* İstanbul, İdea Yayınları, 1997.
- Marx, Karl & Engels, Friedrich: *Alman İdeolojisi,* Ankara, Sol Yayınları, 1987.
- Mattelart, Armand: *İletişimin Dünyasallaşması,* İstanbul, İletişim Yayınları, 2001.
- Morley, Devid&Robins, Kevin: *Kimlik Mekanları,* İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997.
- Ramonet, Ignacio: Medyanın Zorbalığı, İstanbul, Om Yayınevi, 2000
- Slater, Phil: Frankfurt Okulu, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 1998.

İŞLEV, ÖNEM VE MİSYONLARIYLA YEREL BASIN VE ESKİŞEHİR ÖRNEKLEMİNDEN ELDE EDİLEN BULGULAR

Ali Murat Vural*

Giriş

Yerel basını; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir şehir ya da birkaç komşu şehirden oluşan bir bölge olabilir- yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan araçlar bütünü' olarak tanımlamak mümkündür.

Yerel basın yine bir diğer biçimiyle; İstanbul dışındaki şehir ve bölgelerde, bulundukları yöre ile sınırlı etkinlik gösteren, hedef kitlesini yalnızca yörede yaşayanların oluşturduğu basın kuruluşları olarak da tanımlanabilir.

1. İşlev Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın

Yerel kamuoyunun bir iletişim kurumu olan yerel basın, etkinlik içinde bulunduğu kent ya da bölgede yerel kamuoyunun oluşmasında etkili ve işlevsel kurumlardan biridir. O kent ya da bölgede yaşayanların, kendi çevreleriyle ilgili konularda dili, gözü, kulağıdır.

Yerel basının yerel kamuoyunu harekete geçirmesi ya da kentli adına kent için bir takım çalışmaların, yatırımların, uygulamaların, projelerin gerçekleşmesini sağlama yönündeki çabası asıl olarak yerel yöneticilere yönelik olmaktadır. Yerel basının yerel kamuoyu açısından gerçek hedefi aslında yerel yönetim ile yerel örgüt, kurum ve kuruluşların yönetici kadrolarıdır.

Yerel kamuoyunun bugün en net ve etkin oluşabildiği konuların başında kentin spor kulüplerinin başarısı ve alanlarında verdikleri mücadeleler gelmektedir. Yerel bir spor kulübünün yapacağı karşılaşma, yerel kamuoyunun günlerce

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi.

önceden ulusallık ölçülerini de aşan bir yaklaşımla, tam ve gerçek anlamda yerel kamuoyunun oluştuğu ve ölçülebileceği ortamlardır. Yerel kamuoyu, burada gerçek anlamda yerellik özelliklerinin tümünü taşımakta, duygusal, düşünsel ve ortak sevinçlerde birleşebilme özellikleri sergileyebilmektedir.

Yerel halkın kendilerini yakından ilgilendiren konularda bir araya gelmeleri daha kolay ve hızlı gerçekleşebilmektedir. Yerel halkın bu konudaki en önemli iletişim aracının da yerel basın olduğu düşünülmektedir. Yerel basın organları yerel halkı bilgilendirmekte ve yönlendirebilmektedir. Bir yerel basın kuruluşunun hedef kitlesi, bu basın kuruluşunun etkinliklerine, araştırmalarına, haber, yorum ve sunduğu görüntüler ile verdiği diğer bilgilere karşı duyarlı olan gruplardır. İşte bu gruplar aynı zamanda kamuoyunu da oluşturmaktadırlar. Bu grupları şöyle sıralamak mümkündür:

1) Aboneler ve gazeteyi satın alanlar.
2) Yörede yaşayanlar.
3) Valilik, Emniyet Müdürlüğü ve Belediye, Nüfus-Tapu-Vergi gibi kamu kurumları.
4) Haber, araştırma ve yorum üretiminde rolü ya da aracılığı olan gruplar (Haber-istihbarat-bilgi kaynakları, eğitim, istatistik, ekonomi, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlik kurumları, gazete çalışanları gibi).
5) Meslek örgütleri.
6) Siyasi Partiler, sendikalar, dernekler, çevre örgütleri, düşünce toplulukları.
7) Rakebette olduğu diğer yayın kuruluşları.
8) Reklam verenler

Tüm bu gruplar; yerel basın kuruluşunun ya da bir bütün olarak ele almak gerekirse yerel basının hedef kitlesini, seslendiği kamuoyunu ve karşılıklı iletişim içinde bulunduğu toplulukları oluşturmakla birlikte, aynı zamanda yerel basını etkileyen ve bir anlamda hazırlanan iletilerin içeriğine de katkıda bulunun topluluklardır. Bu grupların ya da toplulukların her birinin kendi içindeki dinamizminin yanı sıra bir araya gelerek oluşturdukları dinamizm, yerel basının bulunduğu kentin ya da yörenin dinamizmi anlamına gelmektedir. Bu anlamda, yerel basın kent dinamizmini de harekete geçiren bir toplumsal kurum olmaktadır.

Yerel basın ülkemizde; kamuoyunda, gazetecilik mesleğinin icra edildiği çevrelerde, siyasi ortamlarda ve kimi zamanda basına ilişkin akademik platformlarda, "Anadolu Basını", "Mahalli Basın" ya da "Taşra Basını" olarak nitelendirilmektedir. Unutulmamalıdır ki Anadolu Basını, Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunda emek harcamış, ciddi mücadele içinde bulunmuş, büyük katkılar sağlamıştır. Ulusal bir kurtuluşun ve yeni bir devletin doğuşunun yaşandığı dönemlerde Türkiye'de yerel basın, son derece zor koşulların iletişim aracı olmuş, önemli misyonlar yüklenmiş ve yükümlülüklerini de başarıyla yerine getirmiş bir basın olarak tarihe geçmiştir.

Küçülen ve sınırların kalkma eğilimine girdiği dünyada, toplum ve içindeki birey, bir yandan dünyanın her yerinden bütün bir gün boyunca, yüzlerce kanaldan gelen haberler ile dünya vatandaşlığını yaşarken, diğer yandan da daha lokal ilişkilerle ve yaşadığı çevreye, kültüre, topluluğa daha yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusu ile yaklaşmaktadır. Bu noktada da yerel basın bireyin en büyük başvuru kaynağı olmaktadır.

Bir diğer deyişle, bugünkü biçimiyle ulusal düzeyde etkinlik içinde olan bir basının, tüm kitlelere yeterli olamadığı, kitlelerin farklı özellikleri nedeniyle kendilerine yönelik daha lokal basın araçlarına ve iletişim ortamlarına ihtiyaç duydukları gerçeği ortaya çıkmaya başlamıştır. İşte bu anlamda yerel basının, yerel topluluklar ve bireyler üzerindeki etkisi gündeme gelmektedir. Yerel basın, yöre insanları arasında iletişimi sağlarken, seslendiği kitleye daha sıcak ve birebir mesajlar da gönderebilmektedir. Böylelikle de bir yanda yöre insanına onun bir toplum içinde yaşadığı duygusunu vererek toplumsallaşmasını sağlarken, öte yandan da onun hemşehri kimliğini güçlendirmekte ve yaşadığı çevreye katılımını sağlayabilmektedir.

Yerel yönetimlerle yerel halk arasındaki en büyük köprü işlevini üstlenecek kurum da yerel basındır. Yerel kamuoyu adına hareket eden yerel basın, aynı zamanda yerel yönetimlerin en büyük denetleyicisidir. Yerel yönetimlerin etkinliklerinin doğrudan halka duyurulmasında, halktan gelen tepkilerin ya da beğenilerin de yerel yönetimlere aktarılmasında en kolay, en hızlı ve en işlevsel araçlardan biri olma özelliğini yine Yerel Basının taşıdığını söylemek mümkündür

Küçük yerleşim alanlarında yerel basın daha çok siyasetin bir aracı olmasına rağmen tek sesli olmayan bir yerel basının bu niteliğiyle, siyasetin demokratikleşmesinde gözardı edilemez bir katkı sağlayabileceğini söylemek mümkündür.

Ulusal basına malzeme sağlayan yerel basın, doğrudan bölge halkıyla içiçe yaşadığı için bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır. Bölgeyi ve bölge halkını daha iyi algılar. Yerel halk, kendi gazetesinde kendi sorunlarını, gelişmelerini, sesini, yüzünü görür. Kendisi ve çevresi ile ilgili her şeyi daha yakından izler; olaylara sahip çıkar. Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın, bu nedenle, yöre halkının, çevresiyle ve kendisi ile ilgili, yetkilileri yönlendirici bir yükümlülük taşır. Yerel yöneticileri ve sorunlara ilişkin sorumluluk konumundaki yetkilileri yönlendirir. Bu nedenle yerel basın lokal düzeyde de olsa toplum yaşantısının önemli bir görev ve sorumluluğunu üstünde taşıyan bir kurumdur.

Yerel iletişimin çevre koşulları içinde yerel gazeteler, kitle iletişim araçları açısından en önemli anahtar unsurlardır. Bu gazeteler, halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler; halkı bilgilendirmek için yayınlanır ama aynı zamanda kanaatleri etkileme ve kamuoyunu oluşturma özelliklerine de sahiptirler. Yerel halkı regüle edici özellikleriyle, diğer kitle iletişim araçlarından çok daha önemli bir konuma sahiptirler. Devletin ve hükümetin temsilcisi durumundaki yerel idarecilerin en önemli kullanım ve propaganda aracı gibi gözükseler de, yine de, yerel gazeteler o bölgedeki yönetilenlerle yönetenler arasındaki ilişkilerde merkez konumundadırlar. Yerel gazeteler, seçimler ya da diğer etkinlikler döneminde de yerel halkın kanaatlerinin oluşmasında önemli role sahiptir. Aynı zamanda yöredeki sosyal yaşamın en önemli kullanım, paylaşım ve iletişim araçlarıdır.

Yerel basın bölgesine yapılan yatırımları günü gününe izleyen, bölgenin sorunlarını sürekli gündemde tutan vazgeçilmez bir kurumdur. Bölgedeki, halka hizmet veren kurum ve kuruluşlar arasında dengeyi izleyen, kurum ve kuruluşların taraflılığını tespit ettiğinde belgeleyip kamuoyuna duyurarak kamu görevi yapan kuruluşlardır, yerel basın kuruluşları. Yerel basın, yerel bir iletişim ağı içinde çalıştığı için baskı sayısına ilişkin temel bir kaygı taşımakla birlikte, birçok kentimizde daha çok abone sistemine sırtlarını dayamaya çalışmaktadırlar.

İstanbul basınını besleyen en önemli kaynak, yerel basın ve onun muhabirleridir. Ulusal gazetelerin ülke geneline yayımlamayı gereksiz buldukları ne var ki yöre halkı için önem taşıyan haberler, hemşehrilerine yerel basın tarafından duyurulmaktadır. Hiçbir ulusal basın organı tembel belediye başkanını, üçkâğıtçı il müdürünü ikaz etmeyi yerel basın kadar görev edinemez.

Aylardır akmayan suyun, geçilemeyen yolun hesabı vatandaş tarafından yerel basın kanalıyla sorulmaktadır.

Bunun yanı sıra denilebilir ki; tıpkı ulusal düzeyde olduğu gibi, yerel düzeyde de yerel siyasal süreç ve bu süreçte ortaya çıkan siyasal çatışmaları yerel basından izlemek büyük ölçüde olanaklıdır. Yerel siyasal çatışmanın tarafları, karar alma ve uygulama sürecinde kamuoyunu kendi lehlerine oluşturup çekebilmek için yerel basını kullanırlar, kullanmaktadırlar.

Yerel basının çok önemli ve derin sorunları bulunmaktadır. Bunların en belli başlıları; haberlerin toplanması sırasında ortaya çıkan sorunlar, teknik ve ihtiyaç duyulan malzemelere ilişkin sorunlar, ekonomik sorunlar, yerel yönetim mekanizmaları ile yaşanan sorunlar, biçimsel ve içeriksel nitelik sorunları, vasıflı eleman çalıştırma sorunu, dağıtım sorunu ve motivasyona ilişkin sorunlardır. Bununla birlikte, baskı sayısı unsuru, yıllardır ekonomik sıkıntılar içinde bulunan yerel ve ulusal basın için önemli bir sorun olarak kabul edilmektedir. Ulusal gazeteler yaptıkları tüm lotarya ve promosyon çabalarına karşılık, tirajlarında birkaç yüz binlik bir artış yapabiliyorken, yerel basının öteden beri içinde bulunduğu mali yetersizlikler böylesi bir kazanca da olanak tanımamaktadır. Bununla birlikte resmî ilanların haricinde devletten ayrıcalıklı bir mali yardım görmeyen ve bunun yanı sıra kalifiye eleman istihdamında da bazı güçlükler içerisinde olan yerel basına ilişkin değerlendirme yapılması gerekirse, yerel basının kendi olanaklarıyla bir şeyler yapmaya çalıştığı gerçeğinden söz etmek mümkündür.

Sorunları genel olarak; kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon, çalışma koşulları, ilke ve politikaları, içerik, ekonomik güç, okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge, kentin yapısal ve kültürel özellikleri gibi kapsayıcı başlıklar ile sıralamak mümkündür.

Ortaya konulan bu gerçeğin tüm olumsuz çizgilerine ve var olan tüm olanaksızlıklara rağmen; yerel basın organlarını yine de üzerlerinde taşıdıkları toplumsal sorumluluk, önem ve görevleri gereği toplumsal iletişim kurumları olarak kabul etmek gerekmektedir. Yerel basının toplumsal bir kurum olması ve küçük ya da büyük düzeyde de olsa mutlaka toplumsal bir etkinliğin içinde bulunması, bu organların ya da kuruluşların iç ve dış faktörlerden etkilenmesi sonucunu doğurabilmektedir. Bir diğer deyişle, bu kuruluşlara yönelik, gerek sahip oldukları kendi içyapılarından gerekse dış çevrelerden kaynaklanan pek çok "etki faktörü", diğer bir yaklaşımla da 'sorun'

bulunmaktadır. Bu durum elbette karşılıklı beklenti, sorumluluk, görev, etki ve hâkimiyet alanından kaynaklan maktadır. Yerel basın kuruluşlarının, gerek kendi içyapılarına karşı ve gerekse dış çevrelere karşı önemli bir etkileyici faktöre sahip olmaları kadar, bunlardan etkilenmeleri de doğaldır ve bu etkilenme oldukça yüksek düzeyde gerçekleşmektedir. Tüm bu etkileme ve etkilenme süreci içinde değişmez olan tek unsur, toplumsal sorumluluk çerçevesinde gerçekleştirdikleri basın etkinliğidir. Bu etkinlik özde kamuoyu unsuruna ve bu unsuru etkilemeye yöneliktir.

2. Araştırmalardan Elde Edilen Ortak Bulgular

Gerek 1996 yılında bizzat Doktora Tezimizin uygulaması olarak gerçekleştirdiğimiz araştırmada, gerek sonraki yıllarda Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesinde tarafımızca sürdürülen Yerel Basın dersinin uygulama çalışmalarında ve gerekse danışmanlığını yürüttüğümüz çeşitli Yüksek Lisans ve Doktora tezleri çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmalarda, Yerel Medya konusunda elde edilen veriler büyük oranda benzeşiklik arz etmektedir.

Eskişehir örnekleminde gerçekleştirilen tüm bu araştırmalarda, yerel medya okurlarına, izleyicilerine, dinleyicilerine çeşitli sorular yöneltilmiş, elde edilen veriler yine istatistikî yöntemlerle değerlendirilmiştir. Burada bu çalışmaların istatistikî verilerine ve detaylarına girmek yerine bu araştırmalardan elde edilen verilerin ortak sonuçlarından yola çıkarak bazı bilgi ve yorumlara özetle yer vermeyi, konunun bütünlüğü açısından uygun görmekteyiz. Elbette araştırmalar sırasında kimi sorulara verilen cevaplar konjonktürel olup zamanla değişiklikler arz edebilmektedir. Yine de yerel kamuoyunun ortalama tavrında radikal değişikliklerin gözlenmediğini de söyleyebiliriz.

Buna göre, sözü edilen araştırmalardan yola çıkarak; Eskişehir'deki yerel basın okurlarının orta yaş grubunda yoğunlaştıklarını, orta ve düşük gelir ile yine orta ve lise eğitimi düzeylerine sahip olduklarını, inançlarına bağlı dindar kişiler olduklarını, çekirdek aile yapısına ve ortalama 2 çocuğa sahip olduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca genellikle her evde bir kişinin, bunu izleyen bir alt oranda ise iki kişinin çalışma hayatı içinde olduğunu, işsiz grup içinde yerel basını en yakın takip edenlerin emekliler, ev kadınları ve iş arayanlar olduğunu söylemek mümkündür. Çalışan okur kitlesi içinde ise, kamu sektöründe memur ve işçi olarak çalışanlar ile esnaf grubunda yer alanlar yerel basının okur kitlesini oluşturmaktadır.

Eskişehir'deki yerel basın okurların büyük çoğunluğu kendi evine sahip olmakla birlikte, kirada oturanların da azımsanmayacak düzeyde bir oranı oluşturduğunu, yerel gazete okurlarının daha çok kent kökenli olduklarını ve kent kültürünün gazete okunmasında önemli bir etken olduğunu da söylemek mümkündür. Yine elde edilen verilere göre; Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 64,8'inin Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yerel gazetelerden öğrendiğini söylemek mümkündür. Bu durum, gazetenin geleneksel iletişim aracı olma özelliğini yerel ortamlarda henüz yitirmediğinin de bir göstergesi olmaktadır. Yerel gazeteleri yerel televizyon kanalları ve televizyonları da daha düşük orana sahip olan yerel radyolar izlemektedir. Her 100 yerel medya takipçisinin 57'si yerel televizyonları 26'sı da yerel gazeteleri, yerel düzeyde halkı yönlendirme konusunda daha etkili bir kitle iletişim aracı olarak görmektedir.

Araştırmalardan elde edilen verilere göre, yerel kamuoyu ulusal basından etkilenmekte, onu yakından takip etmektedir. Ancak yerel kamuoyu yerel televizyonların artan önemine rağmen yerel gazetelerine de sahip çıkmakta, yerel gazeteleri yerel iletişim ortamı için gerekli ve önemli görmektedir. Yerel gazetelerin kurum, kuruluş, yönetici ve kişiler üzerinde etkisinin olduğuna inanan yerel kamuoyu, yerel gazete okumaya ihtiyaç duyduğunu da belirtmektedir. Ayrıca yerel gazetelerin satış rakamlarının çok daha üstünde bir okur kitlesine sahip oldukları, yerel gazetelerin daha çok iş, ev ve kahvehane gibi kalabalık ortamlarda elden ele dolaşarak pek çok kişi tarafından okunduğu da bilinen bir gerçektir.

Yerel kamuoyu yerel gazeteler sayesinde yaşadıkları kentte gerçekleşen olaylar hakkında bilgi sahibi olmakta, kenti yönetenlerin icraatlarını, başarı ve başarısızlıklarını bu gazetelerden izlemekte, kentin ekonomisinden haberdar olmaktadır. İhtiyaç duyduğu günlük ve gerekli bilgiler için yerel gazetelere başvuran okurlar, bu gazeteler sayesinde bir tür günlük yorgunluklardan uzaklaşarak dinlenme olanağı bulmaktadırlar. Yerel gazetelerin kentin spor, sanat, siyaset, ekonomi yaşamı üzerinde de açık bir etkisini görmek mümkündür. Ayrıca bu gazeteler kentte yaşayanların sorunlarını dile getirdiği, keder ve sevinçlerini, kaygı ve öfkelerini yansıttıkları bir boşalım ve dertleşme aracı da olabilmektedirler.

Araştırmalardan elde edilen ortak verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının en çok Eskişehir'de olup biten olaylar, kentin yöneticileri ve belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla gazetelerden yararlandıklarını söylemek mümkündür. Yine aynı verilere göre, yerel gazeteden yerel ekonomi

hakkında bilgi edinme yoluyla yararlandıklarını belirtenlerin oranı da yüzde 67,5 düzeyindedir. Eskişehir'deki yerel basın okurlarının elde ettiği yararlar arasında yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin edinilen bilgi oranı yüzde 60 olmakla birlikte bunun düşük bir oran olduğu düşünülebilir. Yerel gazetelerin habere ilişkin sayfalarında oldukça yer kaplayan siyasi haberlerin, yerel kamuoyu için yeterli olmadığı görülmektedir.

Yerel gazetelerden yerel spor takımları hakkında bilgilenmek amacıyla yararlananların oranı da yüzde 64,5 olmakla birlikte yerel bir iletişim ortamı ve en geleneksel kitle iletişim aracı için bu sonuç, düşük bir oran olarak kabul edilebilir. Kaldı ki yerel gazeteler için en aktif kamuoyunun spor takımlarının taraftarları olduğu söylenebilir. Yerel kamuoyunun en net ve etkin olarak oluşabildiği konuların başında kentin spor kulüplerinin başarısı ve verdikleri mücadeleler gelmektedir. Yerel bir spor kulübünün yapacağı karşılaşma, tam ve gerçek anlamda yerel kamuoyunun oluştuğu ve ölçülebileceği ortamlardır. Yerel kamuoyu, burada gerçek anlamda yerellik özelliklerinin tümünü taşımakta, duygusal, düşünsel ve ortak sevinçlerde birleşebilme özellikleri sergileyebilmektedir. Bu düşünceler çerçevesinde, yerel gazetelerden yerel spor olaylarına ilişkin yararlanma düzeyinin yetersiz olduğunu söylemek mümkündür.

En önemli bulgulardan biri de yerel gazetelerden resmî kurumlar hakkında bilgi edinme amacıyla yararlananların oranının yüzde 42,5 düzeyinde gerçekleşmesidir ki bu durum resmî kurumlara ilişkin haberlerin gazetelere yetersiz düzeyde yansımasının da bir göstergesidir.

1992 yılında "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" konulu bizzat tarafımızca gerçekleştirilen bir araştırma çerçevesinde, yerel basın kuruluşları ve yerel yöneticilerle olduğu kadar yöre halkı ile de bir dizi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu görüşmelerde, yerel halkın bu gazeteler için, "gazete mi haber bülteni mi oldukları belli değil, dolayısıyla habercilikten de oldukça uzaklar" biçiminde eleştiri getirdikleri, bölgelerdeki gazetecilerin de halkın bu görüşlerine katıldığı saptanmıştır. Gazeteciler, araştırma yapmak istediklerinde ya olanaksızlıklara ya da bilgi almayı engelleyen çeşitli yasa ve bürokratik engellere takıldıklarını, yerel-ulusal basın ayrımı ile karşılaştıklarını, yöneticilerinden alabilecekleri haberleri ulusal basından almak zorunda kaldıklarını, dağıtılan yetersiz haber bültenlerini kullanmaktan başka kendilerine yapacak bir şeyin kalmadığını belirtmişlerdir. Bu durum örneğin Eskişehir için bu düzeyde geçerlilik göstermemekle birlikte resmî kurumlardan yerel

gazetelerin her türlü haberi her zaman rahatlıkla alabildiklerini söylemek halen güçtür. Doğal olarak bu tür durumlar da gazetelerin o konulara ilişkin sayfalarına taşıdıkları haber oranlarına ve içeriklerine yansımaktadır.

Yerel gazeteleri hazırlayanlar tarafından en az işlevselliğe sahip olduğu düşünülen, çoğu zaman yer doldurmak için kullanılan, nöbetçi eczaneler, otobüs işletmelerinin servis saatleri ve telefonları ile diğer önemli telefonlara ilişkin bilgilerin, düşünüldüğünün aksine ciddi oranlarda okur sayısının yararlandığı unsurlar olması elde edilen en önemli verilerden biri olarak görünmektedir. Okurların her on kişiden 6'sının bu bilgilerden yararlanıyor olması önemli bir oran olarak kabul edilebilir. Yine aynı şekilde yerel gazete yöneticileri ve çalışanlarınca kimi zaman en az önemsenen gazetenin 'okuyucuyu dinlendirme ve eğlendirme işlevi'nin okurların yaklaşık yüzde 50'si tarafından yerel bir gazeteden elde edilen yarar olarak görülmesi oldukça önemli bir veri olarak değerlendirilebilir. Yerel gazetelerde, yukarıda söz edildiği gibi genellikle yer doldurmak amacıyla, fazla zahmet harcamadan gazeteye yerleştirilen fal, bulmaca, çizgi roman, yararlı bilgiler gibi köşelerin, aslında okuyucuyu dinlendiren ve eğlendiren önemli bir unsur olarak görülmesi ve bu amaçla yerel gazeteden yarar elde etmesi, dikkate alınmayı gerektirmektedir.

Araştırmalarda sıklıkla ortaya çıkan bir durum da yerel okurların yerel gazetelerden yaşadıkları kent hakkında bilgi sahibi olduklarını ve yakın çevrelerine de bu bilgileri aktarabildiklerini belirtmeleridir. Bunun bir anlamda yerel gazete okurlarının kendi yakın çevrelerini aydınlatma sorumluluğunu yerine getirerek, dolaylı bir yolla kendilerine de saygınlık kazandırma çabaları olarak nitelendirilebilir. Bu aslında bireyin gazeteden elde ettiği gizli bir yarardır. Prof. Dr. Ünsal Oskay'ın *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş* kitabında yer verdiği Bernard Berelson'un, "Gazetesiz Kalmak Ne Demektir" adlı makalesinde Berelson, bireylerin gazeteleri kullanma ya da gazetelerden yararlanma amaçlarından birinin de gazetelerden elde edilen bilgiler yoluyla okurların çevreleri ile kurdukları sosyal temas olduğunu belirtmektedir. Berelson; bireylerin gazetelerden elde ettikleri bilgileri başkaları ile paylaştıklarını, böylelikle çevreleri ile sosyal temas sağladıklarını, bu temas sonucunda da dolaylı olarak sosyal saygınlık elde ettiklerini, bu amaca yönelik olarak gazeteleri kullandıklarını söylemektedir. Berelson'un bu saptaması burada bir kez daha yerini ve ifadesini bulmaktadır. Bir yerel kamuoyu örneklemi oluşturması olması açısından Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 62'sinin yerel gazeteyi

bu amaçla kullandığı ve yerel gazeteden böylesi bir yarar elde ettiği de elde edilen veriler arasındadır.

Yine, Eskişehir örnekleminde yapılan araştırmalardan ortaya çıkan bir ortak sonuç da yerel basın okurlarının yerel gazetelerin yaşamlarını tekdüzelikten kurtardığını, renklendirdiğini ve başkalarının yaşamlarını izleyebildiklerini belirtmeleridir. Bir anlamda yerel gazetelerin işlevlerinden biri de yerel iletişim ortamının bir aracı olmaları gereği kentte yaşayan bireylerin yaşamlarını renklendirmeleridir denilebilir.

Yerel basın, yayınladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin ihtiyaçları ve kentteki 24 saat kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgiler ile bireye yaşanan yer duygusunu ve yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır.

Aynı araştırmalara göre, yayınlanan küçük ilanlar, reklâmlar ve resmî ilanlardan yararlanan okur oranının yüzde 65 düzeyinde olması, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel gazetelerin reklâm ve ilan işlevlerine yönelik bir eğilim içinde olduklarını göstermektedir. Bunun da gazeteler için önemli bir ekonomik girdi oluşturduğunu, böylelikle gazetelerin daha güçlü ve bağımsız bir yapıya sahip olabileceklerini söylemek mümkündür.

Yerel gazetelerin önemli işlevlerinden biri de yerel ortamlardaki alıcı ile satıcı arasında ya da ilanlarını duyurmaya ihtiyacı olanlar ile bu ilanlardan yararlananlar arasında bir iletişim köprüsü, bir buluşma noktası olmaktır. Yerel gazeteler, böylelikle dolaylı da olsa kentteki ekonomik ortamı, yayınladıkları reklâm ve ilanlar ile canlanmasına yardımcı olmaktadırlar. Bir anlamda ilan ve reklâmların yerel gazeteler için önemli bir ekonomik kazanç olduğu kadar önemli bir görev olduğu da unutulmamalıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde eldeki verilere göre yerel gazetelerin, reklâm verenler ve reklâma muhatap olanlar tarafından oldukça yakından izlenmekte olduğu, bu amaçlara yönelik bir yararlanma çabası içinde olunduğu da düşünülebilir.

Aslında 1996 yılında gerçekleştirdiğimiz araştırmada, Berelson'un yukarıda söz konusu edilen makalesinde belirttiği ve 1945 yılında New York'taki yerel gazete okurları ile yapılan, gazetenin kullanımlarına ilişkin görüşmelerden elde edilen verilerin, Eskişehir'deki yerel basın okurları için ne düzeyde geçerli olabileceğinin sınanması da yapılmıştır. Bu sınama, uygulamadaki bir soruya yerleştirilen, yerel gazetelerden elde edilen yarar temalarının ne olduğu yoluyla denenmiştir. Yapılan uygulamadan elde edilen veriler,

New York'taki yerel gazete okurlarından elde edilen verilerle büyük oranda benzeşiklik göstermektedir. Berelson da makalesinde yerel gazetelerin okurları tarafından kullanım ve yararlanma amaçlarını sıralarken, elde edilen verilerle hemen hemen eş değerde veriler elde etmiştir. Bu durum yerel basından beklentiler ve elde edilen yararlar konusunda, yerel kamuoylarının büyük farklılıklar göstermediğinin bir kanıtı olarak kabul edilebilir. Ayrıca Berelson'un elde ettiği verilerin Türkiye'deki bir kentte yerel kamuoyuna uygulanması açısından da önemli olarak görülebilir.

Yerel gazete okurlarının, bu gazetelerin yerel siyasetçiler üzerinde etkili olmadığı gibi bir kanıya sahip oldukları da görülmüştür. Yerel siyasetçilerin yerel gazetelere yansıyan açıklamaları, çalışmaları ve tartışmalarına karşılık, yerel gazetelerin yorum ve haberlerinde yerel siyasetçilere yönelttikleri eleştirilere ve taleplere rağmen, siyasetçilerde değişmeyen tavır ve uygulamaların görülmesinin bunda etkisi olduğu düşünülebilir.

Kamuoyunda genel olarak içine düşülen yanılgılardan biri de gazetelerin bir siyasetçiye ilişkin yazdığı olumsuz haber ya da yorumlardan sonra siyasetçinin düşünce ve davranışlarında değişiklik olacağı yönündedir. Bununla birlikte, kamuoyu kitle iletişim araçları kanalıyla, siyasetçilere ilişkin son yıllarda çok fazla oranda olumsuzluklara tanık olmuştur. Siyasetçi tipindeki kirlenme ve kamuoyunda siyasetçiye duyulan öfke, kitle iletişim araçları kanalıyla iyice belirginleştirilmektedir. Kamuoyu bu noktada bu tür bir siyasetçi tipinin değişmesi gerektiğine inanmaktadır. Bu inancını da, gazetelere ya da televizyonlara yansıyan haber ve yorumlar sonucunda siyasetçinin değişeceği, kendisine yöneltilen eleştirilerden etkilenerek yanlışlarını düzelteceği gibi bir beklentiye yöneltmektedir. Ancak tüm haber, yorum ve eleştirilere rağmen, siyasetçide kamuoyunun beklentisi yönünde ya da yöneltilen eleştirilerin etkisi ile olumlu bir değişiklik gerçekleşmeyince, bu kez kamuoyu, kitle iletişim araçlarının siyasetçiler üzerinde etkisiz olduğunu düşünmektedir.

Elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin spor takımları üzerinde etkili olduğuna inananların oranının ise oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Okurlar, spor konusunda da yerel gazetelerin diğer konulara göre çok daha etkin olduğunu düşünmektedir. Bunda, yerel gazetelerin kentin önemli bir etkinliği, önemli bir haber ve yorum kaynağı ve oldukça geniş bir kamuoyu kitlesine sahip olmaları nedeniyle yerel spor takımlarına ilişkin oldukça geniş haber, yorum, eleştiri ve değerlendirmelerde bulunmasının

etkisi olduğu düşünülebilir. Yerel ortamlar için en önemli kamuoyu unsurlarından biri kentin spor takımları ve onların başarı ya da başarısızlıklarıdır. Bu takımların kendi alanlarında yaptıkları mücadeleler sırasında bir araya gelen kişilerin oluşturduğu kamuoyu, ulusallık ölçülerini de aşmaktadır. Bu nedenle yerel gazeteler için hem satışların hem de gazetenin popülarite ve etki gücünün artırılması konusunda, spor kamuoyu, son derece elde tutulması gereken bir kitledir. Kaldı ki spor konusunda elde edilen bilgilerden biri de bu konuda haber ve yorum yazmak için çok fazla uzmanlığın gerekmediği, bu konuda özel bir ilgi ve sevginin olmasının yerel bir gazetede bu konuya ilişkin bir şeylerin yapılabilmesine yetmesidir.

Yerel kamuoyu spor takımlarının başarıları ile özdeşleştiği için ve son yıllarda Türkiye'de spor konusunda tam bir patlama yaşanıyor olmasının da etkisiyle, yerel gazetelerin bu konudaki her yazı, fotoğraf ve değerlendirmelerini izlemektedir. Aynı biçimde, kentin spor takımları da bu haber ve yorumları izlemekte, etkilenmekte ve kamuoyunun gazetelere yansıyan tepkisini ve değerlendirmelerini alabilmektedir. Zaman zaman Eskişehir'de yerel gazetecilerle spor takımlarının yöneticilerinin arasında sert tartışmalara varıncaya kadar ilerleyen etkileşimin kimi zaman spor takımlarının yaptıkları toplantılara, yerel gazete muhabirlerini almama düzeyine vardığı da gözlenmektedir.

Yerel gazete okurlarının yarısı bu gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanmaktadır denilebilir. Elde edilen gözlem ve saptamalara göre yerel gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiği ancak kimi zaman kentlerin var olan ve yenilenmekte olan yapısal özellikleri gereği çok fazla soruna sahip olmaları nedeniyle bu sorunların düzelmediği, bunun sonucunda da kamuoyunun gözünde yerel gazetelerin konuya yeterince eğilmediği gibi bir görüntünün ortaya çıktığı söylenebilir. Yerel gazeteler, kentin sorunlarını sürekli olarak gündeme getirmekle birlikte, bu sorunları çözmesi gereken birimlerin kimi zaman ekonomik, kimi zaman teknolojik, kimi zaman da yönetim ve organizasyon becerileri nedenleriyle sorunları çözmede gecikmekte ya da yetersiz kalabilmektedirler. Kaldı ki bir dönem sorunları çözmede başarısız kalan yerel yönetim kadrosu, yeni bir seçim ile değişip yerine daha başarılı bir yönetici ve ekip gelince bu sorunlar daha rahat bir biçimde çözülebilmekte dolayısıyla da kamuoyunun bu konuda medyaya yansıyan tepki ya da kanaatleri değişebilmektedir. Ancak kamuoyu ne olursa olsun bu sorunları gündeme getiren gazetelerin, yaptıkları yayınlar ile bu sorunları çözdürtmesi gerektiğine inanmaktadır. Bunun gerçekleşmemesi

durumunda da kamuoyunda, yerel gazetelerin kentin sorunlarına yeterince eğilmediği gibi bir inanış hâkim olmaktadır. Bir başka deyişle kamuoyu sorunların yetkililer tarafından çözümlenmesi konusunda basının bir yaptırım gücü olduğuna inanmaktadır ve sahip olunan sorunları basın kanalıyla çözdürtmeye çalışmaktadır.

Yerel gazetelerin kentte yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak düşünce sağlamasında ortaya çıkan görüntü, kamuoyunun yapısından kaynaklandığı kadar yerel gazetelerin kamuoyu oluşturma ya da aynı ortamı paylaşan bireylerde ortak bir düşünce sağlama konusunda gerekli yapıya, etkinliğe, saygınlığa, güvene ve görüntüye sahip olamamalarından da kaynaklanmaktadır. Ancak yerel gazetelerin, örneğin Eskişehir gibi bir kentte yaşayanlar üzerinde, güncel konularda ortak bir düşünce oluşmasını sağlayabilmesi için hedef kitlesi olan kamuoyunu iyi tanıması ve bu kamuoyunun içinde barındırdığı benzerlikleri, farklılıkları ve beklentileri belirginleştirmiş olması gerekmektedir.

Hedef kitlenin yerel bir ortamda dahi olsa kamuoyu olarak taşıyabileceği özellikleri tanımayan ya da yayınlanan haber, yorum ve fotoğraflarla etkilenmeye çalışılan kitleye ilişkin gerçekçi yaklaşımları ortaya koyamayan yerel basın kuruluşlarının, kitleler üzerinde ortak bir düşünce sağlaması elbette mümkün değildir. Bir kitle iletişim aracı olarak yerel bir gazetenin sahip olduğu böylesi bir gücü öne çıkarabilmesi için önce kendi yapısal düzenlemesini sonra da seslendiği kitlenin özelliklerini tanıması gerekmektedir. Şurası çok açıktır ki ister ulusal düzeyde olsun ister yerel düzeyde olsun kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajlar, bu mesajların muhatapları üzerinde bir biçimde etkili olabilmektedir. Yeter ki iletilen mesajın içeriği, muhataplarınca ilgi duyulabilecek ve anlaşılabilecek düzeyde olsun.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki yerel gazete okurları, bu gazetelerden daha fazla yerel haber ve daha fazla araştırmaya yönelik konulara yer verilmesini istemektedirler. Kişiler, birkaç haberle geçiştirilmiş gazeteler ve araştırmaya dayanmayan, yüzeysel haberler istememekte, sağlam temel ve belgelere dayanılarak hazırlanmış bol ve doğru bilgiye dayalı haberler talep etmektedirler. Bir başka deyişle, yerel basın okurları çevrelerinden daha fazla haberdar olmak istemekte ve çevrelerinde devam eden yaşama ilişkin gerçek bilgilerin bulunup çıkartılarak kendilerine sunulmasını beklemektedirler.

Bununla birlikte, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelerden, diğer önemli orandaki beklentileri de daha fazla kültür-sanat haberi, daha fazla yorum ve daha fazla söyleşi-röportaj okumaktır. Bu sonuçları, yerel kamuoyunun ciddi bir olumlu değişiklik içinde olmasının göstergeleri olarak değerlendirmek mümkündür. Kamuoyu artık gazeteyi seyretmek değil okumak istemektedir. Eldeki sonuçlara göre, kamuoyunda kültüre ve sanata ilişkin kayda değer bir eğilimin olduğuna ilişkin verilerden söz edilebilir. Bu durum, kültüre ve sanata kamuoyunda belirli bir talebin olduğunu, kamuoyunun yüzeysel ve sığ bir yaşam biçiminden, ilişkilerden, sert ve estetikten uzak yazınsallıktan uzaklaşması olarak düşünülebilir. Bu, toplumdaki kültürlenme sürecine ilişkin olumlu bir gelişmenin, kültürel deformasyonun da yavaşlama eğilimi içinde olmasının da göstergesidir denilebilir. Aynı zamanda kamuoyunun, yerel gazetelerden konulara, olaylara, yer ve kişiliklere, etrafındaki ya da tanık olduğu gelişmelere ilişkin daha fazla bilgi talebi içinde olduğunu, kendisinin düşüncelerini geliştirecek, ufkunu açacak daha fazla unsurun gazetelere yansımasını beklediği de söylenebilir. Bununla birlikte yerel bir gazetenin yerel kamuoyu için iyi bir söyleşme, sosyal çevreye açılma aracı olduğu, burada bir kez daha kanıtlanmaktadır demek mümkündür.

Elde edilen bir diğer saptama da okurların ellerine aldıkları gazetenin daha estetik, daha göze hitap eden, zevkle ve kolay okunan, daha iyi tasarlanmış bir gazete içinde olduklarına ilişkin beklentidir. Okurların artık gelişen dünya ve teknoloji ile beğenilerinin de değiştiğini ve seçicileştiğini, estetik kaygıların artık daha fazla taşınmaya başlandığını, işlevselliğin yanı sıra güzel ve itina ile hazırlanmış gazeteler görmek istediklerini söylemek mümkündür.

Öte yandan yerel basın okurlarının yarısından fazlası, okudukları yerel gazetede daha fazla ekonomi haberleri görmek istemektedirler. Toplumdaki ekonomik yaşama katılma ve ekonomik gelişmelerin her bireyi bir şekilde fazlasıyla etkilemesi bireylerin ekonomi ile ilgilerini artırmakta, günlük olarak gelişen ülke ve kent ekonomisini yakından izleyerek, hem bilgi sahibi olmak hem de gelişmeler doğrultusunda bireysel önlemlerini almak istemektedirler. Bunun da ekonomi haberlerine talebi ciddi bir oranda artırdığını söylemek mümkündür. Öte yandan yerel basın okurları okudukları yerel gazetelerinde ulusal haberler de görmek istemektedirler. Ulusal haberleri bir başka gazete alarak değil, yerel ağırlıklı haber, yorum ve araştırmalarla hazırlanmış, kendi kentlerinin gazetelerinde hepsini birarada bularak okumak istemektedirler.

Türk toplumunun karakteristik özelliklerinin bu anlamda iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Türkiye'deki yerel basın açısından değerlendirilmesi gereken çok farklı koşullar bulunmaktadır. Türk toplumunun karakteristik özellikleri diğer toplumlardan farklılık arz etmektedir. Türk toplumu duygu ve düşünce olarak çoğunlukla yaşadığı kentin sınırlarının dışına taşmaktadır. Türk toplumunun, dışa açık, pasif katılımcı da olsa ülke politikası ile çok yakından ilgili, Türkiye'nin tamamına ilişkin merakları olan özellikler arzettiği kabul edilmektedir. Bu ve benzeri diğer özellikleri nedeniyle elbette onu günlük yaşamını sürdürdüğü kentle sınırlı tutmak olanaksızdır. Bu anlamda Türkiye'deki yerel basının da diğer ülke yerel basınlarından farklılık göstermesi gerekmektedir. Yalnızca yerel haber ve yorumlarla yetinen bir yerel gazetenin bu tür karakteristik özellikleri olan bir toplumda tutunması ve büyümesi elbette olanaksızdır.

Anadolu kentlerinde yayınlanan gazetelerin sadece yerel haberleri verip dış dünya ve Türkiye ile ilgili haberleri vermemesi ya da yetersiz vermesi durumunda gerçekten bu gazetelerin kendi başlarına tutunması, kamuoyundan geniş bir ilgi ve destek görmesi, bu açılardan olanaksız gibi görünmektedir.

Yine, yerel basın okurlarının, daha fazla spor ve siyasi haber beklediği de yapılan saptamalar arasındadır. Okurların, kentin spor etkinlikleri ve siyasi gelişmelerinin daha etkin ve daha fazla kamuoyuna açık olmasını, bunların gazetelere tamamıyla yansımasını ve gazetelerinde bu konularda daha fazla irdeleyici, zorlayıcı, araştırıcı ve belirli bir çeşitliliğe yönelik haber hazırlanmasını istemektedirler denilebilir. Yerel basın okurlarının magazin, polis-adliye haberleri konusunda da beklentileri bulunmaktadır. Ancak bunlara ilişkin beklentilerin, gazetelerde var olan kanaatin tam tersine çok yüksek oranlarda olmaması dikkat çekici bir nokta olarak görünmektedir. Kamuoyu bu tür haberler de istemektedir. Ancak bunun oranının iyi belirlenmesi ve önceliklerin saptanması gerekmektedir denilebilir. Okurların en az beklenti içinde olduğu konular arasında fotoğraf, reklâm-ilan ve eğlenceye dönük unsurlar bulunmaktadır. Okurlar belirli oranlarda bu unsurları da istemektedir ancak önceliklerini kendileri adına saptamış bulunmaktadırlar.

Araştırmalarda yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da "yerel gazetelere bir konuda haber yapmalarını ya da araştırmalarını sağlayıcı bilgi ulaştırdığınız oldu mu?" biçimindedir. Elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelere bilgi ulaştırmaktan çekindiklerini, böyle bir kaygıyı taşımadıklarını, böylesi bir girişim içinde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bir anlamda, yerel gazetelerin okurlarından

böyle bir destek beklediğini yeterince okurlarına duyurmamalarından ya da okurlarından böylesi bir beklenti içinde olmamalarından da kaynaklanıyor olabilir bu durum. Yine de okurların yerel basına böylesi bir konuda katılım göstermemelerinin nedenin ayrıca araştırılması gerekmektedir. Zira okurların yerel basına duydukları güven ve kendilerine yerel basının verdiği öneme ilişkin inanç düzeyi, okurların yerel basına bilgi aktarmasındaki en önemli etkenlerden biridir. Aktardığı bilginin yerel basın kuruluşlarındaki gazetecilerce önemsenmeyeceğini düşünen okurun, doğal olarak böylesi bir girişimde bulunması da beklenemez. Öte yandan bu durumu, okurların yeterince aktif katılımcı rolü benimsememelerinin göstergesi olarak da değerlendirmek mümkündür. Türkiye'de özellikle metropollerin dışında kalan kentlerde ve kasabalarda yaşayan bireylerin henüz katılımcı ya da yönlendirici gücün bir parçası olma sorumluluğunu duymadıkları, böylesi bir ihtiyaç içinde olmadıkları, pasif konumu özellikle benimsedikleri de söylenebilir. Anadolu kentlerinde yaşayan bireylerin, eğer konu doğrudan kendi çıkarlarına dokunmuyorsa (namusa yönelik bir saldırı, tarla-mera gibi alanların paylaşımı, elde edilen kazanca ilişkin müdahaleler vb. konular dışında) kendilerine ilişkin gelişmelerde söz söyleme, beklentilerini örgütlü ve toplumsal bir hareket içinde ifade etme gibi çabalara girdiği söylenemez. Dolayısıyla böylesi bir tavır içinde olan bireylerin yerel basınla katılımcı bir ilişki içinde olmaları da doğal olarak beklenemez.

Yerel gazeteye görüşlerini ileten okurların hemen hemen tümü görüşlerinin gazetede yer aldığını söylemişlerdir. Ayrıca, yerel gazeteye görüş yazanlara gazetelerin cevap yazmaya çalıştıkları da saptanmıştır. Gazetelerin günlük, temposu yüksek çalışma ortamı içinde, kendilerine her görüş iletene cevap yazmaları ya da bu cevapları sütunları aracılığıyla vermelerinin oldukça güç olduğu düşünülebilir. Ancak bunun, yerel iletişim ortamları için gazete ile okurlar arasında kurulması gereken güçlü bir iletişim köprüsü olduğu da unutulmamalıdır. Bu açıdan gazetelerin bu konuya gereken hassasiyeti göstermeleri özellikle gerekmektedir.

Eldeki verilere göre, okurların görüşlerini gazeteye genellikle bizzat giderek ve gazetecilerle görüşerek ya da telefon açarak ilettiğini söylemek mümkündür. Yerel basın okurları kentlerinde bulunan yerel gazeteye görüşlerini giderek iletmeyi daha uygun görmektedirler denilebilir. Bu gazeteye kolay ulaşım ve gazete ile okur arasında daha sıcak bir iletişimin kurulması açısından da olumlu bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Eskişehir'deki gazetelerin son yıllarda şaşırtıcı düzeyde ciddi tiraj artışları ile birlikte, kamuoyu üstündeki etki oranlarını da kayda değer düzeylerde artırdıklarını söylemek mümkündür. Gazetelerin temel işlevlerinden biri olan gündem oluşturma konusunda çabaları olmakla birlikte bu çabalarında belirli düzeylerde başarıya ulaştıkları da söylenebilir. Haber verme ve bilgilendirme işlevleri yönünden yerel kitleye ciddi düzeyde katkılarının olduğunu söylemek de mümkündür.

Eskişehir yerel basın okurlarının, yerel gazetelere özellikle, ortak bir düşüncede birleşebilme (kamuoyu oluşumu) anlamında ihtiyaç duyduğunu, ancak bu ihtiyacın genel olarak farkında olmadıklarını da üstüne çekince koyarak söylemek mümkündür. Aynı şekilde okurlar, başta siyasi konular olmak üzere yerel basını kendileri için ciddi anlamda geçerli bir referans olarak görmekte ve bu amaçla yerel basını ciddi olarak izlemektedir. Hatta bu konuda daha fazla bir beklenti içinde oldukları da söylenebilir.

Kamuoyu, yerel basında yayınlanan haberlerden etkilenmektedir. Bu, beklenen düzeyde gerçekleşmemekle birlikte, bu etkilenmeden sonra tercihlerinde, kanaatlerinde bir değişiklik olabilmektedir. Ancak yerel gazetelerin haber verme işlevi açısından oldukça fazla oranda yerel kamuoyuna katkı sağladığını söylemek mümkündür. Bu anlamda tüm araştırmalarda ortaya çıkan ortak sonuçlardan biri de Eskişehirlilerin, yerel gazeteleri tam anlamıyla gerekli gördüğü ve ihtiyaç duyduğuna ilişkindir.

Sonuç Olarak

Çalışma süresince ulaşılan bilgi ve görüşlerden, yerel gazetelere ilişkin yapılan araştırma ve gözlemler ile yine yerel basın okurlarına yönelik gerçekleştirilen sormacalardan da elde edilen bilgilerden de anlaşılacağı gibi, yerel basının Türkiye için öneminin kayda değer bir düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca, gerek basın, gerek siyasi ve ekonomik ve gerekse akademik çevrelerde hâkim olan, "Türkiye'de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz, bu nedenle de yerel gündemi ve kamuoyunu oluşturmada etkili olamayan bir yerel basının var olduğu"na ilişkin düşüncenin, kimi açılardan haklılık payı olduğu gibi kayıtsız şartsız geçerli olduğu da söylenemez.

Yerel basında yavaş ancak umut veren ciddi bir gelişme döneminin başlamış bulunduğunu, en azından yerel basın kuruluşlarının çağa ayak uydurmak için bir şeyler yapma eğiliminde olduklarını söylemek mümkündür. Yerel basının

işlevleri, sorumluluk ve görevlerinin ülkenin içinden geçtiği şu dönemde iyice fark edilmeye ve yeniden ön plana çıkmaya başladığını, yerel basına yerel kamuoyunun eskisine göre daha fazla ihtiyaç duyduğunu söylemek de mümkündür. Sahip olduğu misyonu, işlev ve önemi yerine tam olarak getiremeyen bir yerel basının var olduğu kabul edilebilir. Ancak, yerel basın kuruluşları iç bünyelerinde gerçekleştirebilecekleri nitelikli kadroların istihdamı, teknik donanımın geliştirilmesi, çalışma ortamlarının kayda değer bir niteliği kavuşturulması ve yönetim organizasyon yapılarına ilişkin düzenlemelerle, çok daha etkin birer kuruluş haline gelebileceklerdir. Bunlarla birlikte mesleki ilke ve politikalara sahip olan bir gazetecilik anlayışı çerçevesinde, hedef kitlelerinin beklentilerini tespit ederek bu beklentilere yönelik kaliteli bir içerik ve tasarıma yönelinmesi durumunda, bugün olduğundan çok daha üstün ve kabul edilebilir bir konuma sahip olabilecekleri de açıktır. Daha iyi koşullarda yayıncılık yapan bir yerel basının ülke demokrasisine, bulundukları kentin kamuoyuna ve kurumlarına ve ülkenin basın kurumuna oldukça büyük katkılar sağlayabileceği de gözardı edilmemelidir.

Gerçekten de Türkiye'deki yerel gazeteler üzerinde, yapısal özelliklerine ek olarak işlevsel ve önemleri açısından yapılmış yeterli görgül araştırmalar yoktur. Bu nedenle konuyla ilgilenen araştırmacıların, Anadolu basını için görgül araştırmalar yapması ivedilikle gerekmektedir. Öncelikle Türkiye'nin sanayileşmiş ya da sanayileşmekte olan, aynı zamanda bir üniversiteye de sahip bulunan, Adana, Erzurum, Gaziantep, Malatya, Antalya, Konya, Kayseri, Bursa, Hatay, Sivas, Samsun, Trabzon gibi Anadolu kentlerinde daha sonra da hemen her kentinde bağımsız olarak yapılacak iyi desenlenmiş araştırmaların, hem yerel basına, hem yerel kamuoyuna hem de kentin kurum ve kuruluşları ile konuya ilişkin literatüre büyük bir katkı sağlaması mümkün olacaktır.

Yerel basına doğru bir yönelişin kaçınılmaz olacağı yakın gelecekte, bu tür araştırmalar, yerel basın kuruluşlarının da derlenip toplanması, kendilerini geleceğe ve değişen kamuoyu beklentilerine hazırlama işlevini görebilir. Yapılan araştırmalar kentte yaşayanların yerel basını ve işlevlerini farketmesi açısından da oldukça önemlidir.

Yerel kamuoyu, uluslararası ve ulusal kamuoyunun bir parçasıdır. Bir başka deyişle uluslararası ve ulusal düzeyde oluşan kamuoyunun içinde yerel kamuoyunu oluşturan aynı kitle yer almaktadır. Ancak yerel kamuoyu, bunlardan farklı ve bağımsız olarak daha dar alanda, daha yerel ölçülerde, yörede yaşayanların birbirlerinden ve yörelerindeki hemen her gelişmeden doğrudan ve hayli yüksek oranda etkilenmeleri ile oluşan bir ortaklık, bütünlük ve yararlanma grubudur. Bu kamuoyunun sınırları ve hareket alanı bellidir, beklentiler son derece somut olarak ortadadır, etkilenme düzeyi az ya da çok hemen hemen eşit düzeydedir. Yerel kamuoyunda bireysel çıkarlar daha yakından ilişki içindedir. Bu nedenle de ortaya çıkan ya da çıkabilecek tepki ya da ses de o düzeyde güçlüdür. Bir başka deyişle yerel kamuoyu aslında diğer oluşan gruplaşmalara göre çok daha etkili ve güçlü bir özellik taşımaktadır. Bireyler olayın doğrudan içinde yer almaktadır. Kısa zamanda ve net sonuçlar beklenmektedir.

Ülkenin demokratikleşmesinde, yöresel kalkınmada, eğitimde, kültürel devinimin sağlanmasında, toplumsal yapının iyileşmesi ve sağlıklı kalmasında yerel gazetelere büyük görevler düşmektedir. Yerel gazeteler artık, bilinen olay gazeteciliği, bir başka deyişle, bir iki tane günlük olayı takip etmenin, onların arkasından koşmanın yanı sıra, asıl olarak bölgenin ya da kentin kültürel konularında, gerçekleşen sıcak olayların aktarılmasında, o kentin kurum ve kişiliklerini kendisine dayanak alabilmektedirler. Zaten bu dayanağı kendine sağlamayı başarmış olan yerel basın organları da özgün ve araştırmacı bir nitelik kazanabilmektedirler. Gelişen olayları yörenin kültürel özellikleri içinde ele alarak, nedenleri ve nasılları ile inceleyen, olaylara çok yönlü yaklaşan ve yöresel özelliklerle ilintilendiren bir yerel basın, gerçek sorumluluğunu da yerine getirmiş olmaktadır. Çünkü yörede yaşayan herkesi bir şekliyle olaylara ortak eden, bir anlamda içinde yaşadığı kültürün gazeteciliğini yapan, verdiği haber ve yorumlarla kanaatlerin oluşmasını ya da değişmesini ve böylelikle kamuoyunun biçimlenmesini sağlayan kurumdur, yerel basın.

Yerel basın organlarının yerel yönetim ile kurdukları ya da kuramadıkları iletişim, bu organların içyapılarından olduğu kadar, yerel yönetimlerin yerel medya kuruluşlarına yönelik yaklaşımlarından da kaynaklanmaktadır. Yerel yönetimlerin kimi zaman aşırı merkez yönetime ve bürokrasiye bağlı kalışı, katı bir yaklaşım içinde olması, öte yandan birçok kentimizin halen kalkınamamış olması gibi bir dizi nedenlerin bir araya gelmesi sonucu, yerel basının güç koşullar altında bir yayımcılık çabası içinde olduğunu söylemek mümkündür. Ancak tüm bunlara rağmen yerel basının yerel yönetimler üzerinde zaman zaman da olsa oldukça etkin oldukları da gözlenmektedir. Yerel gazetelerin yerel yöneticileri etkilediğine ilişkin okurlarda var olan kanaatlerin yetersiz düzeyde olmasını ve bunun elde edilen verilere de yansımasını, yerel yönetimlerin etkinliklerini basın kanalıyla yeterli düzeyde

kamuoyuna aktarmamasına ya da yerel gazetelerin yerel yöneticilerin etkinliklerini yeterli düzeyde izlememesine bağlamak mümkündür. Eskişehir örneğinde, yerel basının gün geçtikçe tiraj kazanmaya, daha fazla tanınmaya, daha fazla kişi tarafından izlenilmeye başladığına ilişkin gelişmeler elbette sevindiricidir. Aynı gelişmeler özellikle sanayileşmiş ve üniversitesi bulunan Gaziantep, Malatya, Adana, Bursa, Kayseri, Konya, Hatay gibi diğer kentlerimiz için de geçerlidir.

NAYLON GAZETELER VE BESLEME BASININ YEREL BASINA ETKİLERİ

İbrahim Sena Arvas*

Giriş

Milli Mücadele'nin güçlenmesine ve kazanılmasına önemli katkılarda bulunmuş olan yerel gazeteler, yıllardır büyük sıkıntılar ile mücadele etmektedirler. Yerel gazetelerin karşılaştıkları sıkıntılar şu şekilde özetlenebilir: Bölge halkı tarafından yerel gazetelere gösterilen yetersiz ilgi, yaygın basının yayımladığı bölgesel ekler, yetersiz altyapı, nitelikli iş gücü eksikliği ve en önemlisi maddi sorunlar.

Yerel gazeteler yapıları itibariyle küçük ölçekli ticari işletmelerdir. Amaçları her ne kadar habercilik yaparak kamu hizmetinde bulunmaksa da, ticari anlamda kar ederek hayatlarını devam ettirmek zorundadırlar. Ancak her yerel gazete sadece kar etmek ya da kamu hizmeti yapma amacına sahip değildir. Yerel gazeteler kuruluş, yayın politikası, içerik ve amaç gibi özellikleri bakımından birbirlerinden ayrılırlar.

Yerel gazeteleri yayınlanış amaçlarına göre üçe ayırmak mümkündür,

1- Gerçekten gazetecilik yapma kaygısı taşıyanlar. (Bu tür yerel gazetelerin birçoğu uzun yıllar önce kurulmuş ve yönetimi deden babaya, babadan oğla geçmiş gazetelerdir.)

2- Matbaa sahipleri tarafından çıkarılan yerel gazeteler. (Matbaa sahipleri, reklamlar, el ilanları gibi işlerinin haricinde sahip oldukları makinelerden daha fazla verim alabilmek amacıyla gazete çıkarırlar.)

3- Yerel kanaat önderlerinin teşvikleri veya doğrudan teşebbüsleri ile çıkarılan gazeteler (siyasal amaçlı), resmî ilan pastasından pay almak amacıyla çıkan gazeteler ve yerel seçim dönemi bir anda ortaya çıkarak, seçim konulu ilanların gelirini topladıktan sonra kapanan gazeteler. [1]

* Araştırma Görevlisi, Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

[1] Orhan Erinç, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı, "Yerel Basın" konulu görüşme, İstanbul: 18 Ocak 2007.

Yukarıda 2. ve 3. maddelerde yer alan gazetelere "besleme basın" veya "naylon gazete" adı verilmektedir. Bu genellemeler söz konusu gazetelerin tümünün tanımlanması için kullanılmaktadır. Genellikle her iki tanımında aynı tür gazeteleri nitelediği kabul edilmektedir. Ancak "besleme basın" ile "naylon gazeteler" yapıları itibariyle aynı özelliklere sahip değillerdir. Bu sebeple 2. ve 3. maddelerde tanımlanan yerel gazeteler için her iki deyimin de kullanılması doğru değildir Bunlar aynı anlama gelmeyen farklı türlerdir. Bu iki türün en belirgin ortak noktası, ikisine de özellikle yerel basın alanında sıkça rastlanılmasıdır.

1. 'Besleme Basın' Deyiminin Ortaya Çıkışı ve Tanımları

Besleme basın kavramı özellikle 1950 yılından sonra Demokrat Parti (DP) döneminde ortaya çıkmış bir kavramdır. Gazeteci Nezih Demirkent o yıllardaki durumu bir yazısında şöyle aktarmıştır,

"O yıllarda rahmetli Adnan Menderes basının bir kanadıyla yakın dostluklar kurmuş hatta onlara menfaat sağlamıştı. Kamu ilanları belli gazetelere veriliyor, muhalifler cezalandırılıyordu. Mali kaynaklar yine Demokrat Parti'den yana olan gazetelere aktarılıyordu. "[2]

Bedii Faik; besleme basın nitelemesinin ilk kez Falih Rıfkı Atay tarafından kullanıldığını söylemektedir:

"Bedii Faik, kendi dönemlerinde devletten yardım almanın çok ayıplandığını ve asla kabul edilir bir şey olmadığını vurgularken, gazetelerin devletten yararlandığı tek kaynağın Basın İlan Kurumu'ndan gönderilen resmî ilanlar olduğunu, bunun da bütün gazetelere eşit biçimde dağıtıldığını söylüyor. Bazen, iktidar tarafından banka ilanlarıyla kollanan gazetelerin ise hoş karşılanmadığını, Falih Rıfkı Atay'ın bu tür gazeteler için 'besleme basın' dediğini hatırlatıyor."[3]

1950-1960 yılları arasında, DP iktidarını destekleyen yayınlar yapan ve bu nedenle, kendilerine hükümetçe sağlanan çeşitli destek ve indirim kolaylıklarının yanı sıra resmî ilanların hükümet yanlısı basın organlarına dağıtımından da geniş ölçüde gelir elde eden ve yararlanan bu tür basın kuruluşları için o dönemde "besleme basın" deyimi kullanılmıştır.[4]

[2] Nezih Demirkent, *Medya Medya*, İstanbul, Dünya Yayınları,1995, s.239.
[3] *Yeni Şafak Gazetesi*, 06-Aralık–2000.
[4] Murat Özgen, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004, s.49.

Yukarıda da söz edildiği gibi besleme basın deyimi Demokrat Parti döneminde ortaya çıkmıştır. Tek parti döneminde besleme basından söz edilememesinin ve örnekler verilememesinin nedeni, o dönemde siyasi bir rakip bulunmamasıdır. Basının muhalif partilere yakınlaşmasını önleme telaşı ancak Demokrat Parti iktidarı döneminde başlamıştır. Sözü edilen destekler ve yardımlar da bu dönemde ortaya çıkmıştır.

Demokrat Parti, döneminde besleme basının ortaya çıkmasına neden olan söz konusu destekler için sürekli meşru zeminler oluşturulmaya çalışılmıştır. 1950 yılından sonra iktidar partisi tarafından resmî ilan dağıtımını organize etmesi için çeşitli kanunlar ve düzenlemeler yapılmıştır.

1931 yılında Maarif Cemiyeti'nin kurulmasıyla, İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlatılacak resmî ilanların aracılık hakkı bu cemiyete verilmiştir. Bu amaçla özel bir şirket kurulmuş ve bu şirket 1943 yılı başlarına kadar aynı şekilde devam etmiştir. Ancak bunların aracılık ettiği ilanlar, genellikle bedeli hazineden ödenen ilanlardır. 1943 yılında çıkartılan bir kararname ile resmî ilanların aracılık hakkı Basın Birliğine verilmiştir. Birlik, birçok gazete ile işbirliği yaparak yeni bir şirket kurmuştur. Bu şirketin adı 'Resmî İlan Şirketi'dir. Resmî ilanların kapsamı da bu arada genişletilmiştir. 27 Kasım 1957 tarihli Kararname ile resmî ilanlar şirketine yeni bir takım haklar tanımıştır. Bu hakların en önemlisi, bütün ilan ve reklamların yani resmî ve özel bütün ilan ve reklamların, gazete ve dergilere ancak bu şirket aracılığıyla yayınlatılmasıdır. Prodüktörlerin gazetelerle doğrudan doğruya iş yapma imkanı kısıtlanmıştır. O tarihlerde yürürlükte bulunan 2490 Sayılı İhale Kanunu'nun 7-B maddesi ise tahmini bedeli 15 bin liranın üzerindeki ihalelerin mahalli gazeteden başka, birisi Ankara olmak üzere, iki büyük şehirde dörder defa yayınlatılmasını öngörmüş ve gazete seçimini doğrudan doğruya hükümete bırakmıştır. Resmî İlanlar Şirketi'nin bu uygulaması ve Kararnamenin bu şekilde uygulanması, 1960'lı yılların öncesinde mahalli basın ve büyük şehirlerdeki basın da dahil olmak üzere, hükümetlerle gazeteleri sık sık karşı karşıya getirmiş ve iktidar yanlısı gazeteler daha fazla ilan alıp, muhalefet yanlısı gazeteler bu ilanlardan yararlandırmamışlardır. Bu da 'Besleme Basın'ı ortaya çıkarmıştır.[5]

Siyasi iktidar tarafından resmî ilanlarla beslenen basın organlarına verilen "besleme basın" nitelemesi 1961 Anayasası ile deyim yerinde ise kabuk değiştirmiştir.

[5] Ertan Cillov, Mahalli Basın Remi ilan ve Basın İlan Kurumu, Tunceli Semineri Açılış Konuşması. (Çevrimiçi)
http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_18.htm, 01 Şubat 2007

195 sayılı ve 2 Ocak 1961'de kabul edilip 9 Ocak 1961'de yürürlüğe giren ve "Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun" başlığını taşıyan yasayla, 1960 öncesi bazı basın organlarının haksız şekilde aldıkları ve daha sonra "besleme basın" biçiminde adlandırılan gazetecilik türünün ortaya çıkmasına yol açan, resmî ilan dağıtımının belli bir düzene kavuşturulması ve adil biçimde dağıtılmalarının sağlanması gerçekleştirilmiştir.[6]

1.1. Basın İlan Kurumu Sonrası 'Besleme Basın'ın Tanımı

Basın İlan Kurumu'nun kurulmasından ve resmî ilan dağıtımında yetkili olmasından sonra, basının aldığı resmî ilanlar bir geçim kaynağından çok, maddi destek durumuna gelmiştir.

Resmî ilanla bir gazetenin hayatını idame ettirmesine imkan yoktur, resmî ilanların dağıtılmasının amacı, gazetelerin giderlerine bir nebze olsun destek olabilmektedir.[7]

Resmî ilanların dağıtımında düzen sağlanmasının ardından besleme basının tanımında da değişiklik olmuştur. Deyim yerinde ise besleme basının beslenme biçimi değişmiştir. Besleme basın hayatını Basın İlan Kurumu'ndan sonra da siyasi güçlerden aldığı destekle devam ettirmiştir. Ancak resmî ilanlar söz konusu ilişkinin dışında bırakılmıştır.

Genel anlamda basının siyasi ideolojilerle yakınlaşması ona sayısız çıkarlar sağlamaktadır. Bunların başlıcaları şöyle sıralanabilir; basın söz konusu siyasi ideolojinin haberleriyle içerik doldurur, desteklenen güç muhalif ise basın kuruluşu onun seçim giderlerinde baş sırayı alır, söz konusu güç iktidarda ise basının ekonomik ve siyasal kazancı maksimum düzeydedir. Basının taraf olduğu siyasi ideolojiyi destekleyen halkın çoğunluğu gazetenin de tüketicisi durumuna gelir, öteki basın organlarıyla rahatça rekabet edebilir böylece siyasi ve toplumsal yapıya göre seçkin bir konuma da sahip olur.

Bütün bunlara dayanarak güncel besleme basın için şu tanım yapılabilir; varlığını herhangi bir kurum ve kuruluştan aldığı para yardımıyla sürdürebilen, bunun için de kendine yardım edenleri körü körüne savunan gazetelere "besleme basın" denir.[8]

[6] Özgen, *a.g.e.*
[7] Cillov, *a.g.k.*
[8] *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi*, Cilt.3, İstanbul, Interpress Basın ve Yayıncılık A.Ş., s.1566.

Kısaca besleme basın için, çıkar gruplarına hizmet eden ve bunun karşılığında maddi çıkar sağlayan gazeteler de denilebilir. Bu tür gazeteler için genellikle "parti basını" tanımlaması da yapılmaktadır.

Parti basınında gazeteler yalnız siyasi partilerle açıkça yakın ilişkiye girmekle kalmazlar, ayrıca haberler ve başyazılarda parti politikalarını şiddetli bir biçimde desteklerler.[9]

1.2. 'Besleme Basın'ın Yerel Gazetelere Etkisi

Besleme basın geçmişten günümüze yerel gazeteler için büyük tehdit oluşturmaktadır. Hemen hemen her ilde birden fazla yerel gazete yayın yapmaktadır. Bu sebeple yerel gazeteler arasında da bir rekabet söz konusudur. Daha önce de vurgulandığı gibi, amacı gerçekten kamu hizmeti yapmak olan yerel gazetelerin birçoğu ekonomik zorluklar yaşamaktadır. Söz konusu rekabet ortamında ekonomik üstünlüğe sahip gazeteler diğer gazetelere oranla büyük avantajlara da sahiptir. Yerel kanaat önderlerinden veya herhangi bir siyasi otoriteden maddi destek alan ve bu desteğe karşılık olarak sayfalarını söz konusu güç odaklarına hizmet etmek için kullanan yerel gazeteler, birçok anlamda bölgelerinde yayın yapan diğer yerel gazetelere karşı üstünlük sağlamış olurlar. Bu tip besleme gazetelerin, gerçek anlamda gazetecilik yapmaya çalışan diğer yerel gazetelere sağladıkları üstünlük sadece maddiyata bağlı değildir.

Parlamenter sistemlerde basın, kaybedilmesi göze alınamayan yegâne güçlerden biridir. Gerek iktidardaki gerekse muhalefetteki siyasi oluşum, siyasal yaşamları boyunca basına ihtiyaç duyarlar. Demokratik yönetimlerde özellikle yerel basın organları, halkla (seçmenlerle) kurulan iletişimin en temel aracı olarak kabul edilir. Bu yönetim biçiminde hemen hemen bütün yerel basın organları taraf olmak durumunda kalırlar. Ancak bu taraflılığın dengelenememesi söz konusu gazeteler için besleme basın olarak tanınma tehlikesini ortaya çıkarır.

Bir siyasi kuruluşun kendi başına çıkardığı gazeteler için de besleme basın tanımlaması yapılabilir. Birçok ilde siyasi partiler el altından teşvikle ya da doğrudan kendi çıkarlarına hizmet eden gazeteler satın alırlar ya da kurarlar. Söz konusu gazeteler besleme basın tanımına tam anlamıyla uymaktadırlar.

[9] Yasemin G. İnceoğlu, *Uluslararası Medya, Medya Eleştirileri*, İstanbul, Der Yayınları, 2004, s.5.

Türkiye'de yapılacak olan genel ya da yerel seçimler tüm basın için büyük önem taşımaktadır. Bu durum yerel gazeteler bakımından da hayati bir değere sahiptir. Yerel gazeteler yerel/genel seçimler sırasında vazgeçilmez bir tanıtım, reklam ve propaganda aracıdır. Özelikle yerel seçimlerde, muhtar, belediye başkanı ve belediye meclis üyeleri sıkça yerel gazetelere ilanlar verirler. Bu ilanlar yerel gazetelerin ekonomik anlamda ayakta durmaları için son derece önemlidir.

Ancak şu da bir gerçektir ki, hemen hemen her siyasi otorite, yerel seçim bölgesinde bir besleme basın organına sahip olma çabasındadır. Bu besleme gazetelerin çoğalması, diğer yerel gazetelere verilecek olan ilanların sayısını azaltırken onların içerik doldurmalarına da engel olmaktadır.

Özellikle yerel seçim dönemlerinde besleme basın organları arasında deyim yerinde ise bir savaş yaşanır. Birbirine muhalif besleme gazeteler, sürekli birbirlerini hedef alan haberler yayımlarlar. Desteklediklerini ya da ait oldukları siyasi gücün (Belediye başkan adayı, il genel meclis üyesi adayları, muhtar adayları gibi) yerel seçimlerde tercih edilmesi için büyük çaba sarf ederken, aynı çabayı muhalif gücün seçimlerde başarısız olması için de sergilerler.

2. 'Naylon Gazete' Deyiminin Tanımı ve Yerel Basına Etkileri

Çalışmanın başında da belirtildiği gibi besleme basın ile naylon gazete tanımlamaları genelde benzer özelliklere sahip gazeteler için kullanılmaktadır. Ancak naylon gazete ile besleme basının yayınlanış amaçları, içerikleri ve amaçları birbirilerinden farklıdır.

Naylon gazetecilik nitelemesinde kullanılan naylon kelimesi; sahte, düzme anlamına gelmektedir. [10]

Yukarıdaki tanıma dayanarak "naylon" gazetenin de düzme ve sahte gazete olduğu anlamı çıkartılabilir. Naylon gazete için gerçek olmayan, deyim yerinde ise gazeteymiş gibi görünen sayfalar bütünü, tanımlaması yapılabilir. Bir başka deyişle naylon gazeteler; gazete görünümünde reklam ve ilan içeren broşürlerdir.

Söz konusu gazeteler için "balon gazete" ve "vur kaç gazetesi" benzetmeleri de yapılmaktadır.

Naylon gazetelerin yayımlanış amacı sadece yerel ya da genel seçimlerde ortaya çıkan siyasi içerikli ilan ve reklamlardan elde edilecek gelirden pay almaktır. Naylon gazeteler genellikle yerel seçimlere birkaç ay kala ortaya

[10] *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi*, Cilt.16, s.8564.

çıkarlar. Söz konusu gazeteleri yayımlayanlar çoğu zaman 5187 numaralı Basın Kanunu'nun 7. Maddesi'nde yer alan beyanname verilmesi hükmüne (Süreli yayınların çıkarılması için, kaydedilmek üzere yönetim yerinin bulunduğu yer Cumhuriyet Başsavcılığına bir beyanname verilmesi yeterlidir. Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından düzenlenen kayıtlar alenidir.) uymazlar. Söz konusu kişilerin amacı yayımladıkları gazetenin süreli yayın özelliğine sahip olmasından çok yerel seçimler bitmeden elde edilecek karı maksimum düzeye çıkartmaktır. Buna bağlı olarak naylon gazeteler süreli yayın kategorisine de girmemektedir, denilebilir.

Tanımından da anlaşılacağı gibi naylon gazetelerin kamu hizmeti ve halka haber vermek gibi endişeleri yoktur. İçeriklerinin büyük bir bölümünü siyasi reklamlar oluştururken, yayımladıkları haberlerin de büyük bir bölümü, parti propagandası niteliği taşımaktadır. Söz konusu haberler de reklam ve ilanlarda olduğu gibi maddi karşılıklar doğrultusunda hazırlanmaktadır. Bu gazetelerde yer alan haberlerin hemen hemen hiç birisi haber yazma kurallarına uymamaktadır. Neticede naylon gazeteyi çıkaran ya da çıkmasında rol oynayan kişilerin gazetecilik mesleğini icra etme kaygıları bulunmamaktadır.

Naylon gazetelerin elde ettikleri reklam gelirleri tıpkı besleme basında da görüldüğü gibi, amacı haber vermek ve kamu hizmeti yapmak olan yerel gazetelere ekonomik anlamda büyük darbeler vurmaktadır. Öyle ki yerel seçim dönemi yaklaştığında bir ilde aniden daha önce hiç yayımlanmamış onlarca gazete ortaya çıkabilir. Yerel seçim dönemi sona erdiğinde yayın hayatına devam eden gazeteler, seçim dönemini hakları olan geliri sağlayamadan geride bırakırlar.

Naylon gazetelerin yayımlanmaması ve gerçek yerel gazetelere zarar vermesini önlem amacıyla basın meslek örgütleri sürekli bildirgeler yayınlamakta ve toplantılar yapmaktadır. Söz konusu durumla ilgili olarak Türkiye Gazeteciler Cemiyeti de "Yerel medya Eğitim Seminerleri" adıyla düzenlediği, eğitim seminerlerinde konuya sürekli yer ayırmaktadır. Gazeteciler Cemiyeti'nin de konuya ilişkin çözüm önerisi şöyle; yerel medyada gazetecilik mesleğinin kişisel çıkarlar için kullanılması veya para ve diğer çıkarlar karşılığında naylon gazeteler çıkarılmasının önlenmesi için meslek ilkeleri ve etik kuralların hassasiyetle ve kararlı biçimde uygulanması gazetecilerin görevi ve sorumluluğudur. Naylon gazete veya benzeri yayın çıkarmanın veya benzeri amaçlarla görsel ve işitsel yayın yapmanın engellenmesi için yasal sınırlandırmaların; ifade özgürlüğünü ortadan kaldırmadan, demokratik toplum düzeni ölçütleriyle çelişmeden ve demokrasiyi zedelemeden gözden geçirilmesinde yarar vardır. Yerel medya kuruluşlarında görev yapan gazetecilerin çalışma

ve iş koşullarının iyileştirilmesi için 212 sayılı yasayla değişik 5953 sayılı Basın İş Yasası hükümlerine uygun olarak çalıştırılmaları ve yasal iş güvenceleri ile tüm hakları sağlanmalıdır."[11]

Sonuç

Besleme basın şeklinde nitelendirilen gazetelerde süreklilik esastır. Zira var olma kaygısı da gazeteleri besleme basın kimliğine büründüren sebeplerin başında gelir. Neticede besleme basın, seçim dönemleri dışında da yayın hayatını sürdürmektedir. İçeriklerinde, haberler, fikir yazıları ve okuyucunun ilgisi çekmek amacıyla hazırlanmış çeşitli sayfalar (bulmaca, karikatür vb.) bulunmaktadır. Naylon gazetelerde ise bu özelliklerin hiç biri bulunmamaktadır. Naylon gazeteler neredeyse bir basın organının sahip olması gereken hiçbir özelliği taşımamaktadırlar.

Kaynakça

- *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi*, Cilt.3, Interpress Basın ve Yayıncılık A.Ş. İstanbul.
- Cillov, Ertan: "Mahalli Basın Remi ilan ve Basın İlan Kurumu", Tunceli Semineri Açılış Konuşması. (Çevrimiçi)
- Demirkent, Nezih: *Medya Medya*, İstanbul, Dünya Yayınları,1995.
- Erinç, Orhan: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı, "Yerel Basın", konulu görüşme, İstanbul: 18 Ocak 2007.
- http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_18.htm, 01 Şubat 2007.
- İnceoğlu, Yasemin G.: *Uluslararası Medya, Medya Eleştirileri*, İstanbul, Der Yayınları, 2004.
- Özgen, Murat: *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, *Yerel Medya Eğitim Seminerleri Değerlendirme Toplantısı Sonuç Bildirgesi*, 30 Kasım 2004.
- *Yeni Şafak Gazetesi*, 06-Aralık-2000.

[11] Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, *Yerel Medya Eğitim Seminerleri Değerlendirme Toplantısı Sonuç Bildirgesi*, 30 Kasım 2004.

GÜNÜMÜZ İSTANBUL YEREL BASINI

Kenan Evren Duman*

Giriş

Demokrasinin sağlanmasında yerel basının görevi ve sorumluluğu çok önemlidir. Çünkü, demokrasi aslında yerel yönetimlerde birebir halkla temasta olduğu için kök salar ve kuvvetlenir. Demokraside çok sesliliğin korunacağı, yeşereceği, yaygınlaşacağı yerler yerel birimlerdir. Dolayısıyla bir nevi bu birimlerde kamu arasındaki iletişimi sağlayan yerel basın organları, demokrasinin sağlıklı işlerliğinin temininde önem arz etmektedir. Bu çalışmada Türkiye nüfusunun yaklaşık altıda birini bünyesinde bulunduran ve yine ulusal basına ev sahipliği yapan İstanbul yerel basınının genel profili ortaya konulmuştur. Bu amaçla; İstanbul'da halihazırda yayımlanmakta olan yerel gazeteler belirlenerek; bunların sayfa sayıları, yüzölçümleri, tirajı ve türlerine ilişkin bilgiler saptanmıştır. Bilgiler, Basın İlan Kurumu ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) verilerine göre düzenlenmiştir. Çalışmada ayrıca; ulusal medyaya da ev sahipliği yapan İstanbul'da, yerel basın işletmesi olmanın zorlukları irdelenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, en yüksek tiraja sahip 3 yerel basın kuruluşunun yöneticileriyle görüşülmüş ve mevcut durum saptanmıştır. Çalışmada İstanbul yerel basın örneklerinin tamamına ulaşılmış olup, gazeteler genel olarak içerikleri bağlamında irdelenmiştir.

1. Yerel Basının Tanımı

Halk, yöresinde kendisini yönetenler hakkında doğru ve tarafsız, sağlam bilgilere erişirse sırası geldiğinde de siyasal tercihlerini sağlıklı olarak yapacak ve demokrasi de sağlıklı olarak işleyecektir.[1] Yerel basın, "Yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler ya da genel olarak bir kasaba ya da kentte

* Kenan Evren Duman, İÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim dalı Doktora Öğrencisi.

[1] *Yerel Gazetecilikte Meslek içi Eğitim, 27-28 Haziran 2002-Batman*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Konrad Adenauer Vakfı, 2002, s.13.

yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete" olarak da tanımlanmaktadır.[2]

Yerel gazetelerin bulundukları bölge halkına, komşuları ve kendi cemiyetleri hakkında haber ulaştırmaları yanında önemli ekonomik fonksiyonları da vardır. Örnek verecek olursak gazetenin ilan sayfasında bölge halkı, bulundukları yerde en ucuza neler yapabilecekleri konusunda bilgi edinme fırsatı bulabilmekte, yine bölgelerinde gelişen her türlü sosyal olaya ilişkin bilgiler de yerel basında yer almaktadır. Yerel basın, yerel kamuoyunu harekete geçirmesi ya da kentli adına kent için birtakım çalışmaların, yatırımların, uygulamaların, projelerin gerçekleşmesini sağlamak yönünde, yerel yöneticilere sık hatırlatmalarda bulunmak, baskı yapmak suretiyle bölgenin gelişimine katkıda bulunur.[3]

2. Yerel Basının Genel Durumu

Türkiye'de yerel basına yakından bakıldığında nitelik olarak yaygın basın ile karşılaştırılamayacak bir düzeyde olduğu görülmektedir. Bunun için yerel gazete ve dergilerin bir iki sayısını incelemek yeterlidir. Yerel gazetelerin çoğu günlük olarak yayınlanmamaktadır, çoğunlukla alanında deneyimleri olmayan, profesyonel gazeteci olarak adlandırılmaları güç, az sayıda kişi tarafından çıkartılmaktadır. Yerel yazılı basın, haber izleyip toplayacak ve bunları klasik haber formatında derleyip, değerlendirebilecek bir örgütlenme yapısı içerisinde değildir. Bu durum sayfa düzenlerine, haberin veriliş biçimlerine ve haber değerindeki önceliklerine bakıldığında kolayca gözlenebilir.[4]

3. İstanbul Yerel Basını ve Sorunları

İstanbul yerel basınına genel anlamda bakıldığında, İstanbul'un nüfus yoğunluğu düşünüldüğünde ve sanayi ve ticaret merkezi görünümündeki bu büyük şehirde gelir seviyesinin de ortanın üzerinde olduğu düşünüldüğünde, İstanbul yerel basınının diğer büyük şehirlerdeki yerel basın organlarının (basım ve içerik anlamında) kalitesine erişemediği tespit edilmiştir. İstanbul yerel gazeteleri, ulusal basın denilen tüm yurtta basılıp dağıtılan, resmî ve özel ilan ve reklam gelirlerini düzenli olarak alan basının dışında, küçük, kendi imkanlarıyla ayakta duran, yerel, büyük gazete dağıtımı şirketleriyle çalışmayan, birçoğu elden dağıtılan veya abone sistemiyle çalışan gazetelerdir. İstanbul'da yayımlanmakta olan günlük, haftalık, iki haftada bir ve aylık periyotlarla yayınlanan yerel gazeteler 50'ye yakındır.

[2] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001, s.160.
[3] Murat Vural, "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye Medya Özel Dergisi,* Cild 2, s.1053.
[4] *a.g.e.,* s. 103.

Tablo 1: İstanbul'da yayınlanan günlük yerel gazeteler*

Gazete adı	Türü	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü	Tirajı
İstanbul	Siyasi, sabah	12	2.40 m²	10.650
Gazete 34	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	10.551
Yeni Nesil	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	7.102
İstiklal	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	7077
Ayrıntılı Haber	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.309
Çağdaş Ulus	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.052
Tünaydın	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.081
Yeni Devir	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.235
Yeni gün	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.064
Son An	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	6.061
Beylikdüzü	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	
Büyükçekmece	Siyasi, sabah	6	1.20 m²	
Gerçek	Siyasi, sabah	16	3.20 m²	
Haber manşet	Siyasi, sabah	16	3.20 m²	
Hür bakış	Siyasi, sabah	12	2.40 m²	
Son Haberdar	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	
Yeni Trakya Ekspres	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	
Çatalca Postası	Siyasi, sabah	4	0.80 m²	
Trakya Hür Haber	Siyasi, sabah	8	1.60 m²	
Şile Gazetesi	Siyasi, sabah	4	0.80 m²	

Tablo 2: İstanbul'da, haftalık, 15 günde bir, aylık periyotlarla yayınlanan yerel gazeteler**

Haftalık çıkan gazeteler	15 günde bir çıkanlar	Aylık çıkan gazeteler
Kadıköy gazetesi	İstanbul'um Gazetesi	Çağdaş Tuzla
Gazete Kadıköy	Bakırköy Gazetesi	Kartal Gazetesi
Beyoğlu gazetesi	Aydın ses Gazetesi	Bizim Beykoz Haber
Tamgün Gazetesi	Yöremiz Gazetesi	Dost Beykoz
Özden Gazetesi	Doruk Gazetesi	Sarıyer Yerel Haber
Yaşam Gazetesi		Gazete Beşiktaş
Haber Fatih Gazetesi		Sultanahmet Magazin
İstanbul Karadeniz		Kartal Kentim
Şile Gündem		Yeni Tuzla Gazetesi
		Üsküdar gazetesi
		Ataköy Gazetesi
		Sadabad Haber

* Basın İlan Kurumu 2006 Temmuz Ayı Raporu.
** Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü 2006 Raporu.

Tüm dünyada yerel basının genel misyonu; ulusal basının dikkat çekmediği bölgenin sorunlarına çözüm önerileri getirmek, hedef kitlesinin gözü kulağı olmaktadır. İstanbul yerel basınına genel olarak baktığımızda diğer illerimize göre oldukça fazla sayıda günlük gazete çıkmakta olduğu görülür. Basın İlan Kurumu verilerine göre İstanbul'da günlük olarak yayımlanan gazete sayısı 20'dir. Bu günlük gazetelerinin dışında haftalık, 15 günlük ve aylık dönemlerde yayınlanan çok sayıda gazetelerde bulunmaktadır. Bunların sayısı da Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü verilerine göre 26'dır. Fakat yerel gazeteler ekonomik sebepler başta olmak üzere birçok nedenden dolayı sürekli kapanıp yenileri açıldığı için bu sayı sıkça değişmektedir.

Türkiye'de gazetecilik mesleği, mühendislik, hekimlik, avukatlık ya da mimarlık gibi mesleki faaliyetlerin gerektirdiği, formel bir eğitimden geçme ön koşulunu gerektirmemektedir. Bu nedenle, sadece belli bir okulun diplomasına sahip olunması sonucunda kazanılan bir meslek unvanı olmayan gazeteciliği tanımlamak ve meslekler yelpazesinde belli bir yere oturtmak da güçleşmektedir. Buna ek olarak, gazeteciliğin toplumun her kesimine açık olmasının altında yatan asıl önemli neden ise düşüncelerin yaygınlaştırılmasında önemli bir işlev üstlenen basın ya da daha geniş bir anlatımla medya alanının, toplumun her kesimine açık ve serbest tutulmasının gerekliliği yönündeki özgürlükçü düşünce ve uygulamadır.[5] Anayasal güvenceyle alınan herkesin gazete sahibi olabilmesi durumu, yerel gazetelerin de açılıp kapanmasının tam bir denetim altında tutulmasını engellemektedir. İstanbul yerel basınında görülen bu yapıda siyasal ortamın gergin, tansiyonun yüksek olduğu dönemlerde yayınlanan gazete sayılarında artış gözlenebilmektedir. Böyle bir ortam içinde yayına giren gazeteler, fazla uzun ömürlü olamamaktadırlar. Yalnız uzun yıllardır tirajı az olmakla birlikte yayınlanmaya devam eden gazeteler de bulunmaktadır.

Çok sayıda yerel gazete, gazete çıkarma adı altında gerçekte başka amaçlar için sürekli açılmaktadır. İstanbul Gazeteciler Derneği Başkanı Engin Köklüçınar İstanbul başta olmak üzere Türkiye'de çıkan yerel gazetelerin yüzde 60 gibi büyük bir çoğunluğunun gazetecilik dışında başka amaçlarla yayımlanıyor olduklarını belirtmektedir.[6]

[5] Murat Özgen, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* 2. Baskı, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2004., s. 84-85.

[6] İstanbul Gazeteciler Derneği Başkanı ve *Yenigün Gazetesi* sahibi Engin Köklüçınar ile yapılan görüşme, Ocak 2007.

3.1. Gazetelerin İçerikleri

Yerel basın sorunlarının başında gazete içeriklerindeki sığlık dikkat çekmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında birçok neden rol oynamaktadır. Başta eleman yetersizliği ve kalifiye eleman eksikliği nedeniyle gazetelerde haber çeşitliliği sınırlıdır. Bu durum, gazetelerdeki inceleme araştırma haberlerinin, köşe yazılarının sayıca azlığına, diğer deyişle gazetelerin içerik bakımından zayıf kalmasına sebebiyet vermektedir. Bu gazete veya basın kuruluşlarının çoğunluğu Basın İlan Kurumundan gelen belirli miktardaki resmî ilanlarla ayakta durabilmekte, kâr elde etmek bir yana ayakta kalabilme mücadelesi vermektedirler.[7]

İstanbul'da yayınlanan gazetelerinin içeriklerine baktığımızda günlük olarak yayınlanan gazeteler kendi içinde 3 kategoriye ayrılabilir:

- Tamamen bölge ve İstanbul haberi veren gazeteler
- Yarı yerel, yarı genel haberlere yer veren gazeteler
- Yerel unsurlardan uzak genel haberlerle yayınlanan gazeteler

Günlük olarak yayınlanan İstanbul yerel basınından, *Çağdaş Ulus, Beylikdüzü, Büyükçekmece, Gerçek, Haber Manşet, Hür bakış, Son Haberdar, Yeni Trakya Ekspres, Çatalca Postası, Trakya Hür Haber, Şile Gazetesi* gibi gazetelerin içerikleri genel itibariyle genel İstanbul haberlerinin yanı sıra, bölge ya da ilçe haberlerinden oluşmaktadır.

Yarı yerel, yarı genel haberlere yer veren gazeteler ise *İstanbul, Yeni Nesil, Yenigün, Gazete 34, İstiklal, Ayrıntılı Haber* gazeteleri olup, bunlar ajans haberlerinin yanı sıra ülke gündeminin önemli haberlerini ve İstanbul'da gelişen olaylarını kendi muhabirleri vasıtasıyla sayfalarına taşımaktadırlar. İçeriğinde yerel unsurlardan çok genel haberlere yer ayıran gazeteler ise *Tünaydın ve Son An* gazeteleri olup, bunlar daha çok rutin haberleri yayınlamaktadırlar.

Haftalık, 15 günlük ve aylık dönemde çıkan gazeteler ise tamamen yerel gazete unsurları taşımaktadırlar. Bu gazetelerde il ya da çıktıkları ilçe ile ilgili sorunlar, siyasal gelişmeler, kültürel olaylar ve spor müsabakaları başta olmak üzere birçok toplumsal olgu aktarılmaktadır.

[7] Belkıs Ulusoy Nalcıoğlu, "Türkiye'de Yerel Basının Sorunları ve Çözüm Önerileri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, No:18, 2003, s.105.

3.2. İstanbul Yerel Basınının Temel Sorunları

İstanbul yerel basının sorunları, Anadolu basını ve yaygın basınının sorunları ile benzer özelliklere sahiptir. Bunun dışında büyük bir metropol olması nedeniyle kendine has bazı sorunları da İstanbul yerel basını içinde barınmaktadır. Kadro zayıflığı, dağıtım, yaygın basının İstanbul özel sayfaları çıkarması, ilgi yetersizliği ve tirajların az olması, reklam ve ilan pastasının yaygın basının elinde bulunması, bürokratik engellemeler yerel basının önemli sorunları arasında yer almaktadır.

İstanbul'da çıkan yerel gazetelerin çoğunluğu daha önce İstanbul'daki yaygın basın organlarında çalışmış olan gazetecilikte deneyimli kişilerce yayımlanıyor olmasına rağmen, gazeteci kadrosunun maddi imkansızlıklarla az olması nedeniyle içeriği zenginleştirmede zorluk çekmektedirler. Günlük çıkan gazeteler bu nedenle daha çok ajanslardan gelen haberlere sayfalarında yer vermektedirler. 40 kişilik yazı kadrosu ile çıkan yerel gazeteler bulunduğu gibi sadece üç kişi ile çıkan yerel gazeteler de bulunmaktadır.

Gazetelerin ulusal gazeteler gibi geniş bir dağıtım ağına sahip olamaması ve abonelik sisteminde yaşanan aksaklıklar, İstanbul yerel basınının diğer önemli bir sorunudur. *Yeni Nesil* Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Hulusi Yavaşlar dağıtım sorununun İstanbul yerel basınının en önemli sorunu olduğunu belirterek "Gazetelerin dağıtım problemi var. Eskiden baş bayiler vardı. Bunun dışında elde gazete satan kişiler vardı. Bu yolla çok fazla satış gerçekleşirdi. 1980 sonrası dönemde her şey değişti. Şimdi iki baş dağıtıcı var. Gazetemizi basıyoruz ama dağıtamıyoruz" diyor.[8]

Yaygın gazetelerin İstanbul'da hazırlanıp basılıp dağıtılması nedeniyle çoğu yaygın basın organı her gün İstanbul özel sayfaları çıkarmaktadır. 2000 ekonomik krizi öncesi ek olarak çıkan bu sayfalar şimdi gazete içinde yer almaktadır. Bu gelişmeler İstanbul yerel basınını olumsuz yönde etkilemektedir. Teknik ve ekonomik olarak yaygın gazetelerle rekabet edemeyen yerel gazeteler halk tarafından okunmayan gazeteler durumuna gelmektedir.[9]

Yerel gazetelerin tirajının da İstanbul'un nüfus olarak büyüklüğü düşünüldüğünde ve İzmir ve Bursa yerel basını ile karşılaştırıldığında az olduğu

[8] *Yeni Nesil* Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Hulusi Yavaşlar ile yapılan görüşme, Şubat 2007.
[9] İstanbul Gazeteciler Derneği Başkanı ve *Yenigün Gazetesi* sahibi Engin Köklüçınar ile yapılan görüşme, Ocak 2007.

görülür. Halkın yerel gazetelere ilgisi çok azdır. *İstanbul* gazetesi Yazı İşleri Müdürü Cavit Karaca bu konuda şunları söylemektedir. "Daha izlenebilir olma açısından Anadolu basını daha avantajlı. Aynı futbolda ki gibi üç büyüklerin dışında Anadolu takımlarının ne kadar seyircisi varsa bizimde o kadar okurumuz var. Üstelik Anadolu kulüplerinin seyircisi daha kuvvetlidir, sayıları az da olsa takımlarına bağlıdır. Ancak ulusal basının İstanbul'da yerleşik olması bizim işimizi çok zorlaştırmaktadır. Hem teknik anlamda kaliteyi yakalayabilmek, hem içerik açısından"[10]

Günümüzde reklâm basın işletmeleri için maliyetleri karşılayan temel faktör olarak görüldüğünden süreç içinde 'ana ürün' haline gelmiş, gazeteciliğin kamusal bir hizmet olduğu anlayışı ise geri plana düşmüştür.[11] Yerel gazetelerde de bu durum en önemli anlayıştır. Zor şartlarda ayakta kalmaya çalışan bazı yerel gazeteler aydınlatıcı, irdeleyici, halk çıkarlarını taşıyan haberlerden önce kendilerini ayakta tutacak güç odakları ile ortaklık yapmaktadırlar. Oysa, medya mülkiyeti özünde 'kamusal bir emanetin kullanılması' demektir. Kitle iletişim alanında özel mülkiyet mutlak bir hak değil, *tevdi edilmiş* (verilmiş) bir ayrıcalıktır. Bu ayrıcalığı kullanmak isteyenler mutlaka kamusal çıkarlar doğrultusunda kalmalı ve bir kamu hizmeti yerine getirmelidir. Kısacası, kitle iletişim kuruluşunun topluma karşı sorumluluğu, kar elde etmek her şeyden önce gelen bir kaygı olmalıdır.[12] Bununla beraber yaygın basın organlarının İstanbul'da olması ile birlikte reklam ve ilanlarının özellikle bu gazetelere kayması yerel basın organları için olumsuz bir durumdur. Gazeteler Anadolu basını kadar reklam ve ilan alamamakta gazetelerin çokluğu nedeniyle pasta küçülmektedir.

Gazeteciler, doğalarında olması gereken *muhalif* olma özelliklerini yitirmemeli, iktidar sahiplerinin salt sözcüsü konumuna düşmemelidirler. Bu durumda ne gazetecinin özgürlüğü ve nesnelliğinden, ne de okurların doğru haber alma hakkından söz etmek mümkün olur. İstanbul yerel basını içinde özellikle haftalık, 15 günlük ya da aylık olarak çıkan ilçe gazetelerinin çoğu muhalif gazetecilik mantığı ile habercilik yapmaya çalışmaktadırlar. İstanbul Anadolu yakasında hemen hemen her ilçede bir yerel gazete bulunmakta ve

[10] *İstanbul* Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Cavit Karaca ile yapılan görüşme, Şubat 2007.
[11] Atilla Özsever, *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, İstanbul, İmge Kitabevi, 2004 s. 126-127.
[12] Raşit Kaya, *Türkiye Gazeteciler Sendikası 1998-2001 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu*, s. 183.

kamuoyu oluşturmaya ve başta belediyeler olmak üzere, kamu erkini uyarıcı haberler yapmaktalar. Bazı gazeteler bu muhalif yayınlar nedeniyle zaman zaman olumsuz durumlarla da karşılaşmaktadırlar. Örneğin Tuzla'da çıkmakta olan *Çağdaş Tuzla* gazetesi Tuzla Belediye Başkanı Mehmet Demirci ile ilgili olumsuz haberler yayınladığı için gazetenin Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü Halil Özen'e saldırıda bulunulmuş ve gazetenin matbaası Eylül 2006'da Belediye tarafından gazetenin basıldığı matbaanın ruhsatsız olduğu gerekçesiyle kapatılmıştır.[13] Yargı süreci sonrası yeniden açılan gazete yine birçok bürokratik engelleme* ile karşılaşmıştır.[14]

Sonuç

İstanbul nüfusu 15 milyona yaklaşan Türkiye'nin en büyük, dünyanın da sayılı metropollerinden birisidir. İstanbul coğrafyası, nüfus yapısı ve yoğunluğu, ekonomik faaliyetlerinin gelişmişliği, kültürel ve etnik yapısı, okuma oranının yüksekliği gibi olumlu birçok özelliği içerisinde barındırmasına rağmen yerel basın fazla etkili olamamaktadır. Bunda gazetelerin içeriksel etkisizliği ile okurun fazla ilgi göstermemesi ve ekonomik problemlere bağlı olarak gösterilebilir. Ancak en önemli etken, yaygın basının İstanbul'da hazırlanıyor olmasıdır.

Gerçekte, İstanbul'un sorunlarının ortaya konulmasında ve çözümünde yerel basına büyük görev düşmektedir. Çünkü, bu yayın organları aracılığıyla İstanbul'un sorunları daha sıklıkla dile getirilecek ve yöneticilerin ilgisi çekilebilecektir. Böylece, İstanbul'da yayınlanıyor olsalar dahi ulusal basında kısa geçilen ya da hiç bahsedilmeyen konular yerel basında uzun süre gündemde kalabilecek ve bu da yöneticiler üzerinde baskı unsuru oluşturabilecektir. Demokrasinin sağlılık işlemesi için yerel gazeteler çoğalmalı ya da etkisi artmalıdır. Etkinliği olan bağımsız, tarafsız, ekonomik yönden güçlü gazeteler aracılığıyla halkın yararına gazetecilik yapma fırsatı daha da artacaktır.

[13] Basın Konseyi Aylık Raporu: Eylül 2006'da Türk Basını, 09.10.2006.

* *Çağdaş Tuzla* Gazetesi'ne, yeniden yayına başlamasının hemen ardından, hatta aynı gün, tanıtım afişleriyle çevrenin kirlenmesine sebebiyet verdiği gerekçesiyle Belediye tarafından 3000 YTL para cezası verilmiştir.

[14] "Yayına Cezayla Başladı", *Hürriyet* Gazetesi, 23 Ocak 2007.

Kaynakça

- *Basın Konseyi Aylık Raporu: Eylül 2006'da Türk Basını,* 09.10.2006.
- Girgin, Atilla, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2001.
- Kaya, Raşit T*ürkiye Gazeteciler Sendikası 1998-2001 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu.*
- Özgen, Murat, *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,* 2. Baskı, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Özsever, Atilla, T*ekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, İmge Kitabevi, İstanbul, 2004.
- Ulusoy Nalcıoğlu, Belkıs, "*Türkiye'de Yerel Basının sorunları ve Çözüm Önerileri",* İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, No:18, 2003.
- Vural, Murat, *Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı olarak Yerel Basın,* Yeni Türkiye Medya Özel Dergisi, Cild 2, NO:12, Yıl:2, Sayı:12, 1996.
- "Yayına Cezayla Başladı", *Hürriyet* Gazetesi, 23 Ocak 2007.
- *Yerel Gazetecilikte Meslek içi Eğitim,* 27-28 Haziran 2002, Batman, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Konrad Adenauer Vakfı, İstanbul, 2002.

Mülakatlar

- İstanbul Gazeteciler Derneği Başkanı ve Yenigün gazetesi sahibi Engin Köklüçınar ile yapılan görüşme, 1 Şubat 2007.
- *İstanbul* Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Cavit Karaca ile yapılan görüşme, 2 Şubat 2007.
- *Yeni Nesil* Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Hulusi Yavaşlar ile yapılan görüşme, 2 Şubat 2007.

YEREL BASININ YEREL SİYASİ KATILIMA ETKİSİ

Ahmet Kadri Kurşun*

Giriş

Demokratik yönetimin hüküm sürdüğü toplumlarda yönetenlerle halk arasındaki bilgi akışını karşılıklı sağlama ve yine toplumun mevcut siyasi, ekonomik, sosyo-kültürel ortamlardaki enformasyon akışını tedarik etme yönündeki işlevleri nedeniyle basının önemi büyüktür. Nitekim ufak çaplı bir örneği olarak, yaygın basının işlevini yerel ölçekte derinlemesine gerçekleştiren yerel basın da bu yönüyle ayrı bir öneme sahiptir.

Bu sebeple konusu "Yerel Basının Yerel Siyasi Katılıma Etkisi"olarak belirlenen bu çalışmada, "yerel basının siyasi yaşama etkisi ne surette gerçekleşmektedir?" ve "işlevleri nelerdir?" soruları, ilgili literatürden de faydalanılarak genel anlamda irdelenmiştir.

Ticari ilişkilerin gelişmiş olduğu bölgelerde, iktidarın ve diğer siyasilerin faaliyetlerini, en azından halihazırdaki ve gelecekteki ekonomik çıkarlarının takibini yapabilmek amacıyla izlemek bir ihtiyaç olarak kendini gösterir. Bu takipte genellikle başvurulan araçlar ise kısaca KİA olarak anılan "Kitle İletişim Araçları"dır.

1. Kitle İletişim Araçlarının Özellikleri

Periyodik olarak çıkan, her çeşit haberi ve fikri topluma ulaştırıp yayan tüm yayın ürünleri ve faaliyetleri olarak geniş anlamda tanımlayabileceğimiz "basın", başka bir kaynakta ise "toplum içinde düzenli olarak yayınlanan, hedef kitlenin hizmetine verilmiş, haber ve bilgi öğelerinin, düşünce veya kanıların, biçim ve koşulların somutlaşmış şekli"[1] olarak ifade edilmektedir. Politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu veya yorumsuz, her gün veya belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayın türleri "gazete" olarak adlandırılırken; haftalık, on beş günlük veya aylık periyotlar şeklinde, çoğu gazeteden farklı olarak genellikle nitelikli kağıda basılıp dağıtılan, bilim, edebiyat, sanat, teknik, hukuk vb. alanlarda haber, makale, deneme, inceleme, araştırma, eleştiri türünde yazılar içeren ve genellikle resimli olarak çıkarılan ciltli yayınlara ise

* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

[1] M. Nuri İnuğur, *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, Çağlayan Kitapevi, 1982, s.19.

"dergi" adı verilmektedir. Günümüzdeki anlamıyla haber verme işlevini yerine getiren ilk yığınsal iletişim aracı gazetelerdir. Sonraki yıllarda teknolojinin gelişmesine paralel olarak radyo ve televizyonun ve internetin yayıncılık alanına girmesiyle birlikte yeni gazetecilik terimleri de ortaya çıkmış; gazete ve dergiler için *Yazılı Basın*, radyo ve televizyonlar için *Sözlü, Görsel* ya da *Elektronik Basın* adlandırmaları yapılmaya başlanmıştır. Bütün bu basın-yayın araçları ve faaliyetlerine ise "medya" adı verilmektedir.[2]

Gazetelerin öncüleri olarak sayılabilecek, 12-13.yy.larda ortaya çıkan haber mektuplarından, günümüzdeki gazetelere kadar, basın sektörü önemli gelişim evreleri geçirmiştir.[3] Özellikle son yıllarda iletişim sektöründe görülen hızlı ilerleme bu süreçte en önemli ivmeyi sağlamış, beraberinde okuma yazma oranında da hızlı artış kaydedilmiştir.

Yazılı basının ortaya çıkışı kapitalist ilişkilerin ve ticaret burjuvazisinin gelişimiyle paralellik göstermektedir. Pazar ilişkilerinden kaynaklanan ticari burjuva ihtiyacı, ticaretin giderek yaygınlaşmasıyla uzaktaki gelişmeler hakkında daha sık ve doğru bilgi edinmeyi gerektirir kılmıştır. Kapitalist ilişkilerin bir sonucu, aynı zamanda da bir nedeni olarak ortaya çıkan hammadde ve yeni Pazar ihtiyacı nedeniyle, ticaret burjuvazisi için denizcilik ve uzak ülkelerden haber akışı, sağlıklı mal ve hammadde dolaşımı için önemli bir işleve sahiptir. Bu nedenle eski ticari mektup dolaşımı, 14.yy.dan itibaren bir tür profesyonel haberleşme sistemine dönüşmüştür. Kapitalizmin gelişmesinde ve yaygınlaşmasında da itici etken olan bu süreçte büyük ticaret şehirlerinin haber dolaşımının merkezleri haline geldiklerini görmekteyiz.[4]

Ticari pazarın sağlıklı olarak işleyebilmesi için ortaya çıkan ilk gazeteler, zamanla birer ticari metaya dönüşmüş, haber ve habercilik aynı zamanda bir ideoloji taşıyıcısı ve yayıcısı işlevini de yerine getirmeye başlamıştır. Bireysel olduğu kadar toplumsal da olan iletişim süreçleri içinde gazetelerde yer alan haberler ve metinler, toplumsal ilişkilerin yeniden üretilip kurgulanmasını sağlarken, mevcut sistem de kendi ideolojik egemenliğini zihinlerde yeniden oluşturabilmek için gerekli ortamı bulmuştur.[5]

[2] Feyyaz Bodur, *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1997, s.1.
[3] İnuğur, *ag.e.*, s.41.
[4] Jurgen Habermas, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, Çev: Tanıl Bora, Mithat Sancar, 5.baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003, s:76.
[5] İrfan Erdoğan, *İletişimi Anlamak*, Ankara, Erk Yayınevi, 2002, ss. 12-18.

Günümüzde medya kuruluşları aynı zamanda birer ticari işletme statüsüne kavuşmuşlardır. Genel olarak büyük bir sermaye gücü tarafından yönetilen bu örgütsel organizasyonlar, toplumsal iletişimin oluşumunu organize ederler. Bu araçların kitlelere yönelik yayınları "kitle iletişimi"[6] olarak anılmaktadır. Tüm kapitalist işletmelerde var olan kâr etme arzusu basın işletmeleri için de söz konusu olduğundan, bu araçlar aynı zamanda var olan düzenin sürdürülmesi, kamuoyunun yönlendirilmesi ve gerektiğinde maniple edilmesi için, iktidarın elindeki en önemli araçtır.[7]

2. Yerel Basının Önemi

Bir enformasyon kaynağı olan basının modern toplumlardaki işlevi sadece haber vermekle sınırlı değildir. Toplumsal kültürün yeniden üretilmesi sürecinde de önemli bir işlevi olan basın, günümüz toplumları için vazgeçilmez bir kurumsal yapı oluşturur. Haber vermenin yanı sıra toplumu psikolojik, sosyolojik, iktisadi ve politik yönler başta olmak üzere pek çok açıdan etkileyebilme özelliğine sahip olan basının en önemli gücü toplumsal bilincin oluşturulması görevidir. Kamuoyu oluşturma, belirli bir konuda ikna etme, bilgilendirme, eğitme, eğlendirme, oyalama, reklam yapma gibi faaliyetleri yönüyle etkisi yadsınamayacak hale gelen basın, toplumsal barışın sağlanmasında ve demokrasinin geliştirilmesinde de önemli işlevlere sahiptir.

Yerel Basının özellikle Türkiye tarihi açısından önemli bir yeri bulunmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ve önderi Mustafa Kemal Atatürk de basının önemini kavramış, "fazilet adaları" olarak tanımladığı yerel basının, kurtuluş savaşı sırasında, toparlayıcı halkı emperyalist işgale karşı mücadeleye yönlendirici tavrından istifade etmiştir. Bu nedenlerden ötürü de yerel basın sık sık ülkemizde *Anadolu Basını* adıyla da anılmaktadır.[8]

Ülkenin değişik il, ilçe ya da yörelerinde basılıp, buralarda dağıtımı yapılan, bölge ya da yöresel basın ortamı[9] olarak basitçe tanımlayabileceğimiz yerel basın Atilla Girgin tarafından, "belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, yayınlandığı bölgeyle ilgili haberlerin ve güncel konuların yer aldığı gazeteler" şeklinde tanımlanmaktadır.

[6] İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Ankara, Erk Yayınevi, 2002, s:16.
[7] Güventürk Görgülü, *Basında Ekonomik Bağımlılık*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Tezler Dizisi, 1991, s.103.
[8] Atilla Girgin, *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1997, s.39.
[9] A.Haluk Yüksel, Uğur Demiray, *Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri*, Eskişehir,Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yayınları, 1988, s.32.

Girgin başka bir çalışmasında, yerel basını, genel olarak bir kasaba veya kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazeteler[10] şeklinde açıklar. Yerel basının ülke çapında satışının ve dağıtımının olmadığını vurgulayan Hıfzı Topuz ise, bu tür gazetelerin bölgesel gazeteler şeklinde örgütlenip, tanımlandıklarının altını çizmektedir.[11]

Bütün bu tanımlardan ve anlatılanlardan ortaya çıkan sonuçları şu şekilde sıralayabiliriz:

a) Yerel basın gerek içerik gerekse dağıtım yönünden belirli bir bölgeyle sınırlıdır,

b) Yerel basın seslendikleri coğrafya ile sınırlanmış, daha dar bir okuyucu kitlesine seslenmektedir.

c) Yerel basının okuyucu kitlesi ulusal basına oranla daha türdeş bir yapı göstermektedir.

d) Yerel gazeteler yayın alanları ve stratejileri açısından okuyucuya daha yakın ve sıcak gelmektedir. Çünkü ele alınan haberler ve olaylar tanıdık, yakın bir çevre ile ilgilidir.

e) İnsanın kendinden söz edilmesi ve kendi sorunlarıyla yüzleşebilmesi bakımından yerel basın daha ilgi çekicidir. Yerel basın yayınlandığı bölgedeki insanları ilgilendiren bütün olayları okuruna iletebilmektedir.

f) Yayınlandığı bölgeyle ilgili konulara daha fazla öncelik verebilmektedir.

Girgin'in bu değerlendirmeler ışığında tespit ettiği Anadolu Basını'na ait temel özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

Anadolu Basını ulusal bir karaktere sahiptir. Parlamenter demokrasinin yerleşmesinde ve gelişmesinde önemli görevleri yerine getirmektedir. Anadolu Basını Türk toplumunun ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel özelliklerin yansıtan bir ayna gibidir. Anadolu gazeteleri, siyasal örgütlenmelerde çoğu zaman siyasi partilerin temel alt yapılarını oluşturmaktadırlar. Anadolu gazetelerinin sahipleri ve yöneticileri, genel olarak yörelerinin toplum liderleri, toplumsal ve siyasal güç odakları konumundadırlar.[12]

Oya Tokgöz'e göre, ülkemizde genel olarak, İstanbul merkezli yayın yapan ve ulusal dağıtıma tabi olan basının dışında Anadolu'da çıkan bütün gazeteler

[10] Atilla Girgin, *Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2000, s.160.
[11] Hıfzı Topuz, *100 Soruda Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Gerçek Yayınları,1973, s.235-236.
[12] Girgin, *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*, s.39.

yerel basın başlığı altında toplanmaktadır. Esasen bakıldığında ise bütün basın faaliyetleri, köken bakımından yereldir. Bu bakımdan İstanbul merkezli yayın yapan, ancak bütün ülkeye dağıtılan ve "yaygın medya" olarak anılan kuruluşlar da yayıncılık açısından yereldir[13]

Son yıllarda, hızlı nüfus artışı ve küreselleşme sürecine paralel yaşanan -temelinde Pazar ekonomisinin ve dayandığı ideolojinin yaygınlaşmasının olduğu- kapitalist ilişkilerin giderek yaygınlaşmasıyla oluşan yeni kentsel merkezler sadece kırsal kesimdeki insanlar için birer çekim merkezi olmakla kalmamış, aynı zamanda hem yerel hem de yaygın basın için cazip olanaklar sunmuştur. Bu süreçte özellikle belli bazı merkezleri temel alan bölgesel yayıncılık faaliyetlerinde hızlı bir artış gözlemlemek mümkündür: İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Adana, Kocaeli, vb. büyük şehirlerde son on yılda yerel yayıncılık alanında önemli gelişmeler gözlemlenmiştir. Bu gelişmeler yaygın basının da dikkatini çekmiş ve bu bölgelere özel ekler hazırlanıp, dağıtılmaya başlanmıştır.

3. Yerel-Kentsel Siyasete Katılım ve Yerel Basının İşlevi

"Siyasal katılım" bireylerin birer vatandaş olarak, siyasal ya da yönetsel kurumların düzenledikleri emirleri, tüzükleri, yasaları, yaptıkları planları ve aldığı çeşitli kararları etkilemek için eyleme başladıkları anda ortaya çıkan süreci ifade etmek için kullanılmaktadır.[14] Bu tür bir katılım kitlelerin sisteme yabancılaşmasını önlediği gibi onların gözünde sistemin meşrulaşmasını da sağlamaktadır. Bu anlamda siyasal katılımla modernleşme süreci arasında bir ilişkiden bahsetmek mümkündür. Siyasal katılım denildiği zaman ilk akla gelen oy vermedir ki bunun yanı sıra çağdaş demokrasiler de siyasal katılım için kullanılan pek çok farklı yöntem mevcuttur. Gazete ve dergilerin, farklı bir anlatımla kitle iletişim araçlarının siyasal bilgilenme açısından izlenmesi pasif katılım şekillerinden biridir. Buna ek olarak, siyasal mitinglere katılma, siyasal konuların farklı platformlarda tartışılması ve gündelik yaşam içinde siyasal olayların algılanıp yorumlanmasına yönelik her türlü çabayı da pasif siyasal katılıma örnek olarak verebiliriz. Bu tür faaliyetler içerisinde olanlar siyasal seyirci olarak tanımlanırken, bunların bir şekilde siyasal haber tüketicisi oldukları vurgulanmaktadır.[15]

[13] Oya Tokgöz, "Türkiye'de Yerel Medya'nın Yapısı ve Örgütlenişi" *İletişim Dergisi*, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9, s.5.
[14] Ersin Kalaycıoğlu, *Çağdaş Siyaset Bilimi*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1984, ss.199-201.
[15] S. Hakan Yılmaz, *Yerel Basın Siyaset İlişkisi (Örnek: Akdeniz Atılım Gazetesi)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, 2004, s.183.

Pasif katılımın önemli bir boyutunu medya tarafından bilgilenme ve yine medya aracılığıyla istem ve önerilerin aktarılabilmesi oluştur. Bunun için halk, sorunlarını, yerel yönetimlerden beklentilerini, yarına yönelik olarak yaşadıkları mekanın nasıl bir değişim doğrultusunda biçimlenmesi gerektiğini, yerel medyaya aktarabilmelidir. Bunun için medya izleyicilerinin katılımını geliştirici ve teşvik edici yöntemlerin oluşturulup yaygınlaştırılması gerekmektedir. Örneğin okuyucu mektupları, anketler, halkın ve yerel yetkililerin katıldığı toplantılar, halkın sorunlarını yerel yöneticilere aktarmalarını sağlarken, yerel basının da yerel halk tarafından izlenmesini sağlayacaktır.[16]

Yerel basın, halkın yerel yönetimlere yönelik, istek, öneri, eleştiri ve şikayetlerini aktarabilmesi için değişik yöntem ve biçimlerde gazete sayfalarında olanak sunabilmekte; gazetede okuyucu mektuplarının yer aldığı köşeler, denetim, takip öğelerinin oluşmasında önemli görevleri yerine getirmektedir. Yerel basın bu sayede halkın yerel yönetimlerin oluşturduğu hizmet stratejilerinin ve kentsel politikalarının biçimlenmesinde önemli bir aracı kurum olma görevini de üstlenmektedir.[17] Halk, yerel yönetimin verdiği bir kararın hayatlarında yol açtığı olumsuzluğa tepki gösterirken, bu süreçte yerel basın da onların tepki ve görüşlerini hem yerel yöneticilere, hem de yerel kamuoyuna duyurulmasında aracılık işlevini yerine getirmektedir. Bu şekilde gelişen süreç bir yandan uzlaşma ortamı doğmasına zemin hazırlarken bir yandan da gerçekleşmesi istenmeyen birtakım aşırı tepkisel davranışların önüne geçilmesini sağlayacaktır.

Yerel basın bazı durumlarda sivil toplum örgütlerinin, yerel sorunların çözümü için bir araya gelmesini sağlayıcı haberler yaparak bir birliktelik oluşmasına da yardımcı olabilmektedir. Modern toplumda yerel halkın yaşadığı çevreye ve kültüre sahip çıkması aslında, kişilerin örgütlü hareketliliğiyle ortaya çıkan politik bir süreçtir. Bu süreçte gazeteler ulusal ve yerel bilincin oluşmasında yerel halkı siyasal katılıma çağırırken bir taraftan da yerel yönetim politikalarının oluşumunda ve yerel sorunların çözümünde aktif olarak faaliyette bulunan sivil toplum örgütleriyle halk arasında bir köprü işlevini yerine getirmektedir.[18] Katılımın desteklenmesi, yerel çevre ve kültür bilincinin oluşması, yabancılaşma sorununun aşılabilmesi yönünde büyük bir adımdır. Pek çok durumda birey, öğrendiği kural ve değerleri birbiriyle ilişkilendiremediği

[16] Yılmaz, *a.g.e,.* ss.183-184.
[17] *a.g.e,.* s.184.
[18] *A.y.*

için toplumsal bütünlüğü geliştirememe sorunuyla karşı karşıyadır.[19] Bu bağlamda yerel halkın bilinçlendirilmesi, bireyin çevresini daha iyi tanımasını ve kültürüyle bütünleşebilmesini sağlayacaktır.

Sonuç

Yerel yönetimler sadece hizmet merkezli yapılar değildir, aynı zamanda egemen ideolojinin yeniden üretiminde işleve sahip olan siyasal kuruluşlardır da. Yerel yönetimlere altyapı çalışmaları ya da büyük ölçekli kalkındırma projeleri yoluyla aktarılan yüklü miktardaki maddi kaynaklar, bu tür alanlar üzerinden rant paylaşımında, aynı zamanda yerel siyasetçilerle yerel basın arasındaki ilişkilerin oluşup biçimlenmesinde etkin rol oynamaktadır. Yerel sermaye gruplarına bu şekilde aktarılan rantlar sayesinde sermaye birikiminin yeniden kendini üretmesi garanti altına alınmakta; temel ekonomik ve kültürel altyapı ağlarının oluşumu sağlanmaktadır. Yerel sermaye için yerel basın araçlarından birine sahip olmak çoğu zaman kamusal bir hizmet olarak algılanmayıp, sahip olduğu sermaye grubunun çıkarlarının yerel siyasal mekanizmalar içinde takibi için yönlendirici bir araç şekline bürünebilmektedir.

Bu bakımdan yerel basınla demokrasi arasındaki ilişkiyi ortaya koyarken, ekonomi politiğini göz ardı etmememiz gerekmektedir. Bölgesel sermaye yapılanması, sınıfsal ilişkiler ve yerel rantın bölüşümü, yerel basını ve yerel basının kurumsal yapısını belirlemektedir. Yerel basın ekonomik olarak bağımsız bir kurumsal yapının üzerinde kamusal çıkarları hedef alan bir yayıncılığı kurgulayabildiği sürece demokrasinin güvencesi olabilir. Bunun tam tersi ise yerel basının bölgesel rant paylaşımında bir aracı kurum olarak kalmasıdır.

Yerel basının öncelikli görevini, ortak bir yerel halk bilincinin oluşmasını sağlamak, yerel halkı siyasal mekanizmalara dahil etmek ve halk ile yerel yönetimler arasında bir iletişim köprüsü işlevi görmek olarak özetleyebiliriz. Halkın yerel siyasal mekanizmalara katılımı konusunda teşvik edici bir rol üstlenen yerel basın, bunun için gerekli mekanizmaların oluşumuna yönelik alternatif olanaklar sunar. Ülkemiz ölçeğinden baktığımızda ise yerel basının bazı örneklerinin bu işlevini yerine getirmeye çalışırken, özellikle son yıllarda bölgesel rant paylaşımında önemli bir güce dönüştüğünü görmekteyiz.

[19] Ertuğrul Özkök, *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü,* Ankara, Tan Yayınları, 1985, s.332.

Bu konuyu açacak olursak, ülkemiz yerel yönetimlerinin büyük çoğunluğunun yerel basını kendi üst ideolojik söylemlerini destekleme yönünde kullanmak istediği yadsınamaz bir gerçektir. Hatta çoğunlukla bu ideolojik yaklaşım pek çok gazetenin genel yayın stratejisini de belirlemiştir. Bu tür gazeteler, belediye hizmetlerini halka tanıtırken, belediyenin uygulamalarını ve uygulamalarının ardında belirleyici olan ideolojik yaklaşımı desteklemiştir. Bu sayede yerel halk bazen gizliden gizliye bazen de alenen mevcut egemen siyasal söylem mekanizmalarına katılmaya teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Bu katılım mekanizmaları içerisinde sivil toplum örgütlerinin, siyasal partilerin yerel örgütlerin yerel siyasete yönelik geliştirdikleri politikalar da yer almaktadır. Yerel basındaki yoğun ideolojik öğe kullanımı, kamusal yayıncılığın yapılmasında önemli bir engel oluşturmaktadır.

Yabancılaşmanın ortadan kalkması için mülkiyet ilişkilerinin yeniden konumlanması gerekir. Yine kentin ve kentsel yaşamın metalaştırılmasının ortadan kaldırılması gerekmektedir. Fakat değer ve kural kayıplarının giderek artmasıyla birlikte toplumsal bütünlüğün sağlanamaması yabancılaşma üzerinde etkili olmaktadır. Yerel halk bilincinin edinilmesi, "yerel"in bünyesinde gizlenen egemenlik ilişkilerinin açığa çıkartılabilmesi ile ilgilidir. Her anlamda özgür yerel basına bu noktada önemli bir görev düşmektedir.

Uzun süreden bu yana ekonomik güçsüzlükle mücadele, rant kaygısı taşıyan yerel yöneticilerin gazete sahibi olma istekleri ve teknik, insani, maddi anlamda karşılaşılan pek çok sorunla boğuşmak zorunda kalmalarına rağmen, Anadolu Basını'nın demokratik hayatın şekillenmesinde çok önemli bir konumda olduğu unutulmamalıdır. Yerel basın kuruluşları sermaye yapıları, kurumları ve kurumsal özellikleri açısından küçük kuruluşlar olmalarına rağmen ulusal iletişimin yaygınlaşıp güçlenmesi açısından önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu açıdan ülkenin sağlıklı kentleşmesi, kaynakların sağlıklı kullanılması, toplumsal bütünlüğün sağlanması ve en önemlisi demokrasinin tabandan tavana doğru kurumsallaşması açısından yerel basının yeri ve önemi tartışma götürmezdir. Basının ve gazetecilerin olmadığı bir ortamda demokrasiden bahsetmek mümkün değildir.

Kaynakça

- Bodur, Feyyaz: *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1997.
- Erdoğan, İrfan: *İletişimi Anlamak*, Ankara, Erk Yayınevi, 2002.

- Erdoğan, İrfan; Alemdar, Korkmaz: *Öteki Kuram*, Ankara, Erk Yayınevi, 2002.
- Girgin, Atilla: *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1997.
- Girgin, Atilla: *Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2000.
- Görgülü, Güventürk: *Basında Ekonomik Bağımlılık*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Tezler Dizisi, 1991.
- Habermas, Jurgen: *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, Çev: Tanıl Bora, Mithat Sancar, 5.baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003.
- İnuğur, M. Nuri: *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, Çağlayan Kitapevi, 1982.
- Kalaycıoğlu, Ersin: *Çağdaş Siyaset Bilimi*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1984.
- Özkök, Ertuğrul: İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü, Ankara, Tan Yayınları, 1985.
- Tokgöz, Oya: "Türkiye'de Yerel Medya'nın Yapısı ve Örgütlenişi" *İletişim Dergisi*, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9.
- Topuz, Hıfzı: *100 Soruda Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Gerçek Yayınları, 1973.
- Yüksel, A.Haluk; Demiray, Uğur: *Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yayınları, 1988.
- Yılmaz, S. Hakan: *Yerel Basın Siyaset İlişkisi (Örnek: Akdeniz Atılım Gazetesi)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2004.

BASIN OKURLUK ARAŞTIRMALARI VE YEREL BASIN

Korhan Mavnacıoğlu*

Giriş

Kitle iletişim araçları tüketiciyle olan etkileşimi arttırmaya başlayınca ve kitle iletişim araçlarının kapsamı genişleyince medya planlaması ve medya araştırmaları önem kazanmıştır. Reklam payını arttırmak isteyen medya kuruluşları ve ilettiği mesajla tüketicisini harekete geçirmeyi hedefleyen reklamveren kuruluşlar medya planlamasına yön veren medya araştırmalarını yoğun olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu çalışmanın amacı medya araştırmalarından olan basın okurluk araştırmalarının işleyişinin incelenmesi ve Türk yerel basınında ne şekilde kullanıldığını belirlemektir. Çalışma kapsamında medya planlaması, gazete ve dergi ölçümleri, tiraj ölçümü, Türkiye Basın Okurluk Araştırması ele alınmıştır. TNS Piar araştırma direktörü Gülen Atakbek Guigaz ile Türkiye Basın Okurluk Araştırması ve yerel basın hakkında görüşme gerçekleştirilmiştir.

1. Medya Planlaması

Medya planlaması, "Bir ürün veya servise ait reklam mesajını tüketicilere iletmenin en iyi yolu nedir?" sorusuna yanıt aramak için verilmiş bir dizi kararlar zinciridir.[1] Medya planı, temelde reklam mesajının; kime, nerede, ne zaman, nasıl ve kaça iletileceği sorularını yanıtlar.[2] Pazarlamanın içinde bulunduğu durumun analizi medya planlamasının başlangıç noktasıdır. Durum analizinde pazarlama sorunlarının ne olduğu, çözümlerin nerede yattığı ve şirketin pazarda rakiplerine karşı nasıl avantaj kazanılabileceğini bulmak amaçlanmaktadır.[3]

---

* Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.
Çalışmaya sağladıkları katkılardan dolayı Yrd. Doç. Dr. H. Kemal Suher ve Gülen Atakbek Guigaz'a teşekkür ederim.

[1] Bilgen Başal, *Medya Planlaması*, İstanbul, Çantay Kitabevi, 1998, s. 1.

[2] Sam Sotiriou, vd., *Medya Rehberi 1 Araştırma,* Çev. Muharrem Ayın, İstanbul, Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2000, s. 5.

[3] *a.g.e.,* s.4.

Stratejik medya planlarının geliştirilebilmesi için medya planlamacılar aşağıdaki bilgilere sahip olmalıdırlar:[4]

- **Pazar:** Pazarın durumu, geçmişi, rekabetin yapısı, pazarın büyüklüğü, satış dağılımları, pazar payları, mevsimsel satış dalgalanmaları, fiyatın etkisi, ürünün ve rakip ürünlerin dağıtım kanalları.
- **Ürün:** Ürünün yapısı, geçmişi, ürün-yaşam eğrisindeki konumu, pazardaki konumlandırılması.
- **Tüketici:** Ürün kullanıcılarının tanımı; demografik (yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, meslek), sosyografik (yaşam biçimleri, değerleri), psikografik (tüketim faktörleri, ürün imaj algılama değeri), tüketim sıklığı (tüketim yoğunluğu ve şekilleri).
- **Reklam ve mecra analizi:** Pazar-ürün reklam ve mecra bilgileri, mecra kullanma şekilleri, medya harcamaları ve performanslar.

Bu bilgiler, ürün ve pazarla ilgili yapılmış piyasa araştırmaları ve kitle iletişim araçlarını takip eden tüketici ile ilgili yapılmış medya araştırmalarından elde edilebilmektedir.

2. Medya Planlamasında Gazete

Gazete, özellikle aşağıdaki durumlarda uygun reklam mecrası olabilir:[5]

- Geniş erişim
- Hemen etki
- Bölgesel vurgu
- Kupon dağıtımı
- Uzun metin
- Üst düzey hedef kitle
- Uygulama için kısa gerçekleştirme süresi
- Yeni ürün tanıtımı
- Başka bir mecraya destek olma

Medya planlamasında gazetenin güçlü yönleri şunlardır:[6]

[4] Sotiriou, vd., *a.g.e.,* s. 5.
[5] Karin Goss, vd., *Medya Rehberi 3 Gazete***,** Çev: Muharrem Ayın, İstanbul, Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2000, s.4.

1) Geniş hedef pazar erişimi: Gazete, reklamverenin yerel veya bölgesel pazarlara ulaşması açısından mali bakımdan son derece verimli imkanlar sunmaktadır. Özel ilgi gruplarına gazete sayesinde kolaylıkla ulaşılabilmektedir.

2) Kıyaslamalı alışveriş imkanı: Tüketiciler, elde etmek istediği ürün veya hizmet seçenekleri arasından kendisine en uygun olanını seçerek, ilanda yer alan bilgiler yardımıyla bir ürün veya hizmete kolaylıkla ulaşmaktadır.

3) Olumlu tüketici davranışı: Gazete, tüketiciler tarafından reklamlarda dahil olmak üzere güvenilir, güncel ve süratli bir bilgi kaynağı olarak görmektedirler.

4) Coğrafi esneklik: Reklamveren, sadece reklam vermek istediği bölgeleri seçebilir. Reklamın üretiminde de esnek davranılabilir. Farklı reklam boyutları, tam renkli reklamlar, farklı sayfalara veya eklere reklam verilebilmesi gibi esneklikler mevcuttur.

5) Yerel ve ulusalın etkileşimi: Gazete, ulusal reklamveren ve yerel perakendeci arasında mükemmel bir köprü oluşturur. Yerel perakendeci, rahatlıkla ulusal bir kampanyanın parçası olabilmektedir.Yerel bir günlük gazeteye, ulusal düzeyde hazırlanan kampanyanın benzerini uygulamak oldukça etkili ve düşük maliyetli bir reklam yolu olacaktır.

6) Okuyucuların aktif olması: Sayfaların okunması, okuyucuların aktif olarak neye bakmak isteyeceğine bağlıdır. Eğer okuyucu istemezse bazı sayfaları hiç açmayabilir.

Yayın frekansının sık olması hedef kitleye daha sık ulaşılmasını sağlar. Güncel olaylarla ilgili reklam yapılabilme imkanı da mevcuttur.[7]

Gazetenin güçlü yönleri yanında zayıf yönleri de mevcuttur.[8]

1) Kısa yaşam eğrisi: Gazete, birçok kişi tarafından okunmasına rağmen bir defada ve hızlı olarak okunabilmektedir. Okuyucu o gün reklamı gözden kaçırdıysa bu reklamı görmek için ikinci bir şansı olmayacaktır.

[6] Başal, *a.g.e.,* ss. 124-125.
[7] Ahmet Bülent Göksel, Belma Güneri, *Reklam Kampanyaları ve Medya Planlaması,* İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1993, s. 79.
[8] Başal**,** *a.g.e.,* ss. 126-127.

2) Reklam kirliliği: Yüksek reklam kirliliği olabilmektedir. Hafta sonları reklam yoğunluğu artmaktadır. İletilen aşırı bilgi yükü, reklamın etkisini azaltmaktadır.

3) Bazı hedef kitlelere sınırlı erişim: Gazete, geniş bir Pazar erişimine sahip olmasına rağmen hedef kitlelerden bazıları düzenli okuyucu değildir.

4) Ürün ölçütü: Gazete de diğer basılı medya araçları ile beraber aynı sınırlamaları paylaşmaktadır. Bazı ürünlerin reklamı gazetede yapılmamaktadır.

3. Medya Araştırmaları ve Basın Ölçümleri

Medya araştırmalarının amacı çeşitli reklam ve programları ileten medya araçlarının optimum kullanılmasını sağlamak ve bu medya araçlarının etkinliklerini test etmektir.[9]

Türkiye'de yapılan medya araştırmaları ve bu araştırmaları gerçekleştiren firmalar şunlardır:

- Basın İzleme Araştırma Komitesi (BİAK) "Türkiye Basın Okurluk Araştırması" / TNS PİAR
- Televizyon İzleme Araştırma Komitesi (TİAK) "TV İzleyici Verileri"/ AGB Nielsen Media Research
- Radyo İzleme Araştırma Komitesi (RİAK) "Radyo Dinleme Ölçüm Araştırması"/ HTP
- ABC Türkiye Tiraj Denetleme Kurulu

3.1. Birincil İzleyici-Okuyucu Ölçümleri

Gazete veya dergilere abone olan veya satın alan kişileri içerir. Bu araştırmada tirajın ölçümü veya satış sayıları söz konusudur.

3.1.1. Tiraj Ölçümü

En eski basın ölçüm yöntemlerinden birisidir. Bu teknikte kaç kişinin basılı malzemeyi okuduğunun ölçümü yapılmadığından potansiyel okuyucular hakkında tahmini bilgi sahibi olunmaktadır.[10] Bir koyanın altı farklı okuyucusu

[9] Müge Gizem Bıçakcı, (Çevrimiçi) www.ba.metu.edu.tr/~cagli/ba2701/guests/research.ppt, 10 Aralık 2006.
[10] Başal, *a.g.e.*, s. 56.

olabilir. Tiraj verisi, okuyucuların yaşı, cinsiyeti, geliri, eğitim gibi demografik özellikleri hakkında bilgi vermez.[11]

Türkiye'de tiraj ölçümlerini ABC (Audit Bureau of Circulation) Türkiye Tiraj Denetim Kurulu gerçekleştirmektedir. Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği, Doğan ve Sabah Grupları, reklam mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamlarının tek çatı altında, tarafsız olarak denetlenmesi amacıyla bir araya gelerek bu kurulun oluşumunu sağlamışlardır. Denetime katılan gazeteler şunlardır: *Akşam, Cumhuriyet, Fanatik, Hürriyet, Milliyet, Pas Fotomaç, Posta, Radikal, Sabah, Takvim, Vatan, Yeni Asır*. Tiraj ölçümü şöyle gerçekleşmektedir:[12]

1) Yayıncıların açıkladığı tiraj rakamlarının doğruluğu, bir bağımsız denetim şirketi tarafından denetlenir,

2) Bu denetim sonucunda, denetlenen gazete ve dergilerin tirajları hakkında sertifikalar hazırlanır,

3) Bu sertifikalar, ABC üyelerine iletilir,

4) Bu sertifikalar, internet üzerinden ya da basılı materyal şeklinde, belli kurallar çerçevesinde kamuoyuna açıklanır.

3.2. Toplam İzleyici-Okuyucu Ölçümleri

Satın alsın almasın yayını okuyan tüm kişileri içerir. Bu tip araştırma yapan kuruluşlar bir okuyucu örneklemi oluştururlar ve bunlarla görüşme yaparak hangi yayınları okuduklarını sorarlar.

3.2.1. Basılı Medya Okuyucu Ölçümü

Bu ölçümde örneklem üzerinde yapılan araştırmaların sonucuna göre bir kopyayı okuyan ortalama okuyucu sayısı bulunur. Bu ortalama sayı, tiraj sayısı ile çarpılarak toplam tahmini okuyucu sayısına ulaşılır.[13] Bu ölçümde okuyucunun demografik özellikleri belirlenebilmektedir.

[11] Jack Z. Sissors, Roger B. Baron, *Advertising Media Planning*, sixth edt., New York, McGraw Hill, 2002, p. 64.
[12] (Çevrimiçi) http://www.abcturkiye.org/index.asp?page=nasil-gerceklesir, 29 Aralık 2006.
[13] Başal, *a.g.e.*, s. 57.

3.3. Gazete ve Dergi Ölçümünde Kullanılan Yöntemler

Gazetelerin ve dergilerin okuyucu kitlesini ölçmek için kullanılan yaygın üç yöntem vardır. Yakın zamanda okuma tekniği ve okuma sıklığı tekniği dergiler için yapılan ölçümlerde kullanılmaktadır. Dün okuma tekniği ise gazeteler için yapılan ölçümlerde kullanılmaktadır.

3.3.1. Yakın Zamanda Okuma Tekniği (Recent Reading)

Dergiler için kullanılır. Bu yöntemde görüşmeci belirli bir örneklemedeki deneği ziyaret eder. Bütün dergi logolarının yer aldığı kitapçığın sayfaları tek tek gösterilir ve "Son bir ayda söz konusu dergiyi okuyup okumadığı, okuduysa nerede okuduğu" sorulur ve demografik bilgi alınır. Deneğe tamamlaması için soru formu bırakılır. Görüşmeci birkaç hafta sonra anket formunu almak için geri gelir ve belli bir dönem zarfında hangi dergilerin okunduğu hakkında sorular sorar.[14] Bu yöntem hızlı bilgi sağlama avantajına sahiptir. İlk olarak logolar gösterildiği için denek hangi dergileri okuduğunu karıştırabilir. Özellikle başlıkların benzer olduğu dergilerde karışıklık olabilir. Bu yöntem, elektronik posta araştırmalarından daha maliyetlidir.[15]

3.3.2. Okuma Sıklığı Tekniği (Frequency of Reading)

Bu, en az maliyetli tekniktir. Yanıt verenlerin yoğunluğuna bağlı olarak 50 başlıkla sınırlandırılmıştır. Araştırma elektronik posta ile yönetilebilir. Denekler, kaç adet dergi kopyası okuduklarını hatırlamada zorluk çekebilmektedirler.[16]

3.3.3. Dün Okuma Tekniği (Yesterday Reading)

Bu teknik gazeteler için kullanılır. Deneklere dün hangi gazeteyi okudukları sorulur. Bu teknik, dergiler için kullanılan yakın zamanda okuma tekniği ile aynıdır. Görüşme kısa sürer.

[14] Sissors, Baron, *a.g.e.,* s.59.
[15] *A.y.*
[16] *a.g.e.*, s. 60.

4. BİAK ve Türkiye Basın Okurluk Araştırması

Türkiye Basın Okurluk Araştırması, 1997'den yılından bu yana gerçekleştirilmektedir. Bu araştırma sonuçları, yayın kuruluşları, reklam ajansları ve medya planlama ve satın alma şirketleri tarafından kullanılmaktadır.[17]

Türkiye Basın Okurluk Araştırması, Türkiye'deki günlük gazeteler ile haftalık ve aylık dergilerin okunma oranları ile okur profillerinin tespit edilmesi amacı ile gerçekleştirilmektedir. Araştırma kapsamında ölçümü yapılan konu başlıkları şunlardır:[18]

1.Bölüm: Gazete ve Dergi Okurluğu

Tablo 1: Gazete ve Dergi Okurluğu

Günlük Gazete Okurluğu (tirajı 10,000 ve üstünde olanlar)	• Okuma sıklığı (düzenli / düzensiz okurluk) • En son ne zaman okunduğu (ortalama sayı okurluğu) • Düzenli okunan bölümler • Okumaya harcanan süre • Düzenli yayınlanan eklerin en son ne zaman okunduğu
Haftalık Dergi Okurluğu (tirajı 5,000 ve üstünde olanlar)	• Okuma sıklığı (düzenli / düzensiz okurluk) • En son ne zaman okunduğu (ortalama sayı okurluğu) • Okumaya harcanan süre
Aylık / 2-3 Aylık Dergi Okurluğu (tirajı 5,000 ve üstünde olanlar)	• Okumaya harcanan süre • Okuma sıklığı (düzenli / düzensiz okurluk) • En son ne zaman okunduğu (ortalama sayı okurluğu)

2. Bölüm: Hanede Sahiplik
3. Bölüm: Kişisel Tüketim ve Sahiplik
4. Bölüm: Demografi

Araştırma, kantitatif araştırma teknikleri kullanılarak, önceden hazırlanmış ve kapalı ve yarı açık sorulardan oluşan bir soru formu kullanılarak, "yüz yüze anket" yöntemi ile hanelerde gerçekleştirilmektedir. Araştırma BİAK tarafından atanmış denetçi Doç.Dr. Uğur Çağlı ve ekibi tarafından denetlenmektedir.

SES (Sosyo ekonomik statü) ölçeği doğrultusunda veri toplanmaktadır. Okurluk düzeyleri uluslararası standartlarda en çok kullanılan "Dün okuma" tekniği (Recency Reading) ile ölçülmektedir.

[17] TNS Piar Türkiye Basın Okurluk Araştırması Metod Raporu.
[18] *A.y.*

Ölçüm sonucunda ölçümü yapılan yayınlardan en az biri için "okuduğu ya da sayfalarını karıştırdığı" tespit edilen kişi "okur" olarak nitelendirilmektedir.

Tüm yayın grupları için söz konusu yayının "bugünlerde" hemen hemen tüm sayılarını okumak/sayfalarını karıştırmak "düzenli okurluk" olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 2: Düzenli Okurluk

Hemen hemen tüm sayıları okuma / sayfalarını karıştırma (Düzenli Okurluk)		
Günlük gazete	**Haftalık dergi**	**Aylık dergi**
(Haftada 6-7 sayı)	*(Ayda 3-4 sayı)*	*(Yılda 10 ya da daha fazla sayı)*

Tüm yayın grupları için söz konusu yayının "bugünlerde" bazı sayılarını okumak/sayfalarını karıştırmak ise "düzensiz okurluk" olarak tanımlanmaktadır.[19]

Tablo 3: Düzensiz Okurluk

Bazı sayıları okuma / sayfalarını karıştırma (Düzensiz okurluk)		
Günlük gazete	**Haftalık dergi**	**Aylık dergi**
(Haftada 5 ya da daha az sayı)	*(Ayda 2 ya da daha az sayı)*	*(Yılda 9 ya da daha az sayı)*

Araştırmada "Çok Aşamalı Olasılığa Dayanan" örnekleme metodu kullanılmaktadır. Kullanılan metodun aşamaları aşağıdadır.[20]

- Örneğin illere orantısal dağılımı: Her ilde yapılacak görüşme sayısı, o ilin bulunduğu kümede yer alan illerin 15 yaş ve üstü toplam nüfusunun, evren nüfusuna oranına bağlı olarak belirlenmektedir.
- Her ilde örnek noktalarının (örnekleme birimi) tesadüfi seçimi: Orana bağlı görüşme sayısı belirlendikten sonra, o il için örnekleme birimi seçilmektedir. (Örnekleme birimi, görüşmenin yapılacağı adresin seçileceği en küçük birim olan genellikle de cadde ya da sokaktır.)
- Örnek noktalarının aylara tesadüfi dağılımı: Tüm yıl boyunca görüşme yapılacak örnek noktaları -toplam 4800 örnek noktası- aylara tesadüfi olarak dağıtılmıştır.

[19] TNS Piar Türkiye Basın Okurluk Araştırması Metod Raporu.
[20] *A.y.*

- Tesadüfi ruta göre hane tespiti: Örnek noktalarında, görüşme yapılacak haneler önceden belirlenen tesadüfi ruta göre tespit edilmektedir.
- Tesadüfi denek seçimi-KISH Metodu: Tesadüfi ruta göre belirlenen hanelerde denekler, görüşülebilir kişilerin listesinin çıkarılması ve olasılığa dayalı şekilde seçilmesi (KISH Metodu) suretiyle belirlenmektedir. Tesadüfi olarak seçilen kişilere üç ziyaret yapılmakta, bu kişi ile görüşülememesi durumunda aynı örnek noktasında, tesadüfi ruta göre seçilen diğer bir hanede yine KISH Metoduna göre seçilen kişi ile görüşülmektedir.

Araştırmanın örneklemi Türkiye kent kesiminde yaşayan 15 yaş ve üzeri yetişkinler toplamı 30,719,223 kişiyi temsil etmektedir. Araştırmanın örneklemi 15 yaş ve üstü yetişkinlerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemi şu merkezlerden çekilmektedir.[21]

Tablo 4: Araştırmanın gerçekleştirildiği merkezler

Kocaeli	İzmir	Kayseri	Samsun
Balıkesir	Antalya	Eskişehir	Erzurum
Denizli	Gaziantep	Konya	Elazığ
Bursa	Adana	Ankara	Diyarbakır
İstanbul	İçel	Trabzon	Şanlıurfa

Demografik tanımlamalara göre örnek dağılımı şu şekildedir:[22]

Tablo 5: Cinsiyet

CİNSİYET*	TÜRKİYE KENT GENELİ (%)	ARAŞTIRMANIN ÖRNEĞİ** (%)
Kadın	49.6	49.6
Erkek	50.4	50.4
Toplam	100.0	100.0

**2000 yılı nüfus sayımı popülasyon bilgisi*
***Ağırlıklandırılmış veri sonuçları*

[21] TNS Piar Türkiye Basın Okurluk Araştırması Metod Raporu.
[22] *A.y.*

Tablo 6: Yaş

YAŞ*	TÜRKİYE KENT GENELİ (%)	ARAŞTIRMANIN ÖRNEĞİ** (%)
15-17	8.8	8.8
18-24	21.0	21.0
25-34	24.1	24.1
35-44	19.7	19.7
45+	26.4	26.4
Toplam	100.0	100.0

**2000 yılı nüfus sayımı popülasyon bilgisi*
***Ağırlıklandırılmış veri sonuçları*

Tablo 7: Çalışma Durumu

ÇALIŞMA DURUMU	TÜRKİYE KENT GENELİ*** (%)	ARAŞTIRMANIN ÖRNEĞİ** (%)
Son 1 Hafta İçinde Çalıştım	44.0	34.9
Son 1 Hafta İçinde Çalışmadım	56.0	65.1
Toplam	100.0	100.0

****2001 yılı DİE – Hane İşgücü Anketi sonuçları*

Tablo 8: Sosyal Sınıf

SOSYAL SINIF****	TÜRKİYE KENT GENELİ (%)	ARAŞTIRMANIN ÖRNEĞİ** (%)
AB	18.1	18.1
C1	24.9	24.9
C2	18.3	18.3
DE	38.7	38.7
Toplam	100.0	100.0

*****2000 yılı AGB Anadolu – Kurulum Araştırması sonuçları*
***Ağırlıklandırılmış veri sonuçları*

Araştırma kapsamında raporlanan günlük gazeteler şunlardır:[23]

[23] TNS Piar Türkiye Basın Okurluk Araştırması Metod Raporu.

Tablo 9: Araştırma kapsamında raporlanan günlük gazeteler

Akşam	Fotomaç	Bugün
Cumhuriyet	Posta	Vatan
Fanatik	Radikal	Yeni Asır
Gözcü	Sabah	Yeni Şafak
Hürriyet	Takvim	Zaman
Milliyet	Türkiye	

5. Türkiye Basın Okurluk Araştırması'nda Yerel Basın

Türkiye Basın Okurluk Araştırması ve bu araştırmada yerel basının nasıl yer aldığı ile ilgili olarak görüşme gerçekleştirdiğimiz TNS Piar araştırma direktörü Gülen Atakbek Guigaz bu araştırmada yerel basının durumu ile ilgili olarak şunları belirtmiştir:[24] "BİAK sözleşmesinde tirajı 10 binin üstünde olan bütün yayınları ölçülebileceği belirtilmiştir, ulusal ve yerel ayrımına girilmemiştir. Yeni Asır yerel bir gazete Yeni Asır'ı araştırma kapsamında yılardır ölçüyoruz. Oturmuş bir yerel gazete ise çok rahat ölçümlenebilmektedir. Yerel basının ölçülmek istediğini gelip bildirmesi gerekli. Ölçülmek istenen her gazete araştırma bedeli dahilinde belli bir ücret ödüyor. Yerel basında yer alan bir gazete ben ölçülmek istiyorum ve ben ücreti ödemeye hazırım dediği taktirde araştırmaya dahil edilebilir." Yerel basının reklam gelirlerinin düşük olması, maddi destek bulma konusunda sıkıntılar yaşanması şu anda araştırmaya bütçe ayırmalarını engellemektedir. ABC Türkiye'nin tiraj ölçümüne katılan gazetelere bakıldığında yerel basından sadece Yeni Asır gazetesinin bu ölçümde yer aldığı görülmektedir. Yerel basında yer alan gazetelerin kısıtlı bir dağıtım ağına sahip olmaları ve dağıtım ağında sorun yaşamaları sonucu tiraj ölçümü gerçekleştirmemektedirler.

Sonuç

Rekabet ortamında firmalar yüksek bütçelerle hazırladıkları reklam kampanyalarıyla mesajlarını potansiyel tüketiciye ulaştırmak ve potansiyel tüketicinin harekete geçmesini istemektedirler. Bu mesajların iletilebileceği mecraların en önemlilerinden birisi de basındır. Gerek gazete gerekse de dergi ulaştıkları kitle ve diğer mecralara göre bazı avantajlarıyla medya planlamasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Basının etkinliğini ölçmek için çeşitli ölçüm teknikleri kullanılmaktadır. Ülkemizde tiraj ölçümü ve Türkiye Basın

[24] Kişisel görüşme Gülen Atakbek Guigaz, TNS Piar Araştırma Direktörü.

Okurluk Araştırması titizlikle gerçekleştirilmekte ve bu sonuçlar reklamveren tarafından değerlendirilmektedir. Ulusal basın erişim kapsamı ve reklam pastasından pay almak için araştırmaya dayalı verileri reklamverene sunmak zorundadır. Bu nedenle ulusal basın araştırmaya önem vermektedir. Yerel basın ise ağırlıklı olarak reklamlarını küçük ölçekli firmalardan ve yörede yaşayanlardan aldıkları için basın ölçümlerine katılmayı tercih etmedikleri görülmektedir. Bazı reklam şirketleri yerel basın adına kendileri araştırma yapıp bu sonuçları reklamveren şirketlere sunmaktadır. Yerel basından sadece Yeni Asır gazetesinin Türkiye'nin en kapsamlı okurluk araştırmasına katıldığı görülmektedir. Yerel basında bazı gazetelerin sadece Basın İlan Kurumu'ndan gelen reklamları aldığı için araştırmaya ihtiyaç duymamaktadırlar. Yerel basının araştırmaya gereken önemi vermesi her anlamda yayınların kalitesinin artmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Başal, Bilgen: *Medya Planlaması*, İstanbul, Çantay Kitabevi.
- Bıçakçı, Müge Gizem: (Çevrimiçi) www.ba.metu.edu.tr/~cagli/ba2701/guests/research. ppt, 10 Aralık 2006.
- (Çevrimiçi) http://www.abcturkiye.org/index.asp?page=nasil-gerceklesir, 29 Aralık 2006.
- Goss, Karin vd.: *Medya Rehberi 3 Gazete*, Çev: Muharrem Ayın, İstanbul, Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2000.
- Göksel, Ahmet Bülent; Belma Güneri: *Reklam Kampanyaları ve Medya Planlaması,* İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1993.
- Kişisel görüşme Gülen Atakbek Guigaz, TNS Piar Araştırma Direktörü.
- Sissors, Jack Z.; Roger B. Baron: *Advertising Media Planning*, sixth edt., New York, McGraw Hill, 2002.
- Sotiriou, Sam vd.: *Medya Rehberi 1 Araştırma,* Çev. Muharrem Ayın, İstanbul, Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2000.
- TNS Piar Türkiye Basın Okurluk Araştırması Metod Raporu.

YEREL MEDYA OLGUSU VE BATMAN YEREL MEDYASINA BAKIŞ

Şükrü Sim*

Giriş

Günümüzde medya olgusu toplumların vazgeçilmez önemli unsurlarından biridir. Modern toplumlarda medya sadece haber verme işlevini yerine getiren bir araçlar bütünü değildir. Haber verme işlevi yanında, medyanın birçok önemli ve farklı işlevleri vardır. Toplumun önemli enformasyon kaynaklarından birini oluşturmasının yanında, medyanın toplumu değiştirme ve dönüştürme gibi son derece önemli bir misyonu da vardır. Günümüz Türk medyasının bu önemli işlevi yerine ne kadar getirip/getiremediği ayrı bir tartışma konusudur. Tartışma konusu artık kabul edilmeyen bir gerçek var; oda "medyanın toplumu etkileme gücü". Medya eski zamanlarda olduğu şekliyle yani gazete ve dergilerden ibaret değildir. Gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema ve dünyanın her yerine anında ulaşabilen internet medyanın gücünü pekiştirmekte ve insan hayatını her yönüyle kuşatmaktadır. Bu nedenle, özellikle sosyal bilimler alanında yapılan herhangi bir çalışma artık medya olgusunu göz ardı etmesi mümkün değildir. Kısacası, siyasal toplumsal bilincin oluşmasında ve kamuoyunun yönlendirilmesinde medyanın çok önemli etkileri olduğu gerçeği yadsınamaz.

Toplumun "güçlü ve yaşayan bir demokrasi kültürü"ne sahip olabilmesi bağlamında medyanın misyonu tartışmasız çok önemli bir olgudur. Demokrasi her şeyden önce bir kültür sorunudur. Toplumların bu kültürü kazanmasında hem ulusal medyanın hem de yerel medyanın önemi çok büyüktür. Ulusal basın, ülke genelinde demokrasi kültürünün gelişmesine katkı sağlarken, yerel basın yerel düzeyde demokrasi kültürüne katkı sağlayarak önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu açıdan olaya baktığımızda, gelişmiş güçlü ve yaygın bir yerel medya ağına sahip olmak, ülkenin ve toplumun geleceği açısından son derece önemlidir.

* Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema.

Bu bağlamda makalemizin konusu "yerel medya olgusu ve batman ilimizin yerel medyası" olması hesabiyle, önce yerel medyanın ne olduğu ve ülkemizdeki gelişiminin nasıl olduğu kısaca yazıldıktan sonra, hızla büyüyen ve gelişen batman ilimizin yerel medyasını analiz ettik.

1. Yerel Medya

Genel yaklaşımıyla yerel medya, sınırları dar ve tanımlanmış bir bölgede -ki bu bölge yalnızca bir kent ya da kasaba olabilir- o bölge halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye ve o bölgede kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, bölge halkının iletişim kurumu özelliği taşıyan kitle iletişim aracı ya da araçların tümüdür.[1] En basit ve yalın tanımlamasıyla yerel basın; ülkenin değişik il, ilçe ya da bölgelerinde basılıp, buralarda dağıtımı yapılan bölge ya da yerel basın ortamıdır şeklinde tanımlanır.[2] Yerel medya kavramı, yerel düzeyde yayın yapan dergi, gazete, radyo ve televizyonları kapsamaktadır. Yerel Basın kavramı ise daha çok dergi ve gazeteleri işaret etmektedir. Bazen bu gazete ve dergilerin "Anadolu basını" ya da "Taşra Basını" şeklinde ifade edildiğini görmekteyiz. Yerel gazete ve dergiler genel olarak kasaba ve şehirlerdeki yerel haberlerin, sorunların veya konuların yer verildiği, belirli bir bölgede yayımlanan ve dağıtımı yapılan, dolayısıyla hedef kitlesi de yerel halk olan gazete ve dergilerdir.[3]

Bu araçlar yukarda sayılan işlevlerin bir kısmını örneğin bilgilendirme/ haber verme ya da bir kaçını veya tümünü aynı anda yerine getirmesi de mümkündür. Buradaki tanım tamamen coğrafi mekan ile ilgili olup kapsama alanı veya hedef kitlesi ile ilgili duruma işaret ettiğini belirtmek gerekmektedir. Daha önceleri, iletişim uzmanları yazı ve makalelerinde "yerel medya" kavramı yerine "yerel basın" deyimini kullanmışlardır. Bu terim, görsel medyanın henüz gelişmediği, yalnızca yazılı metinlere dayalı gazete, dergi ve kitapların yayınlandığı kısacası görsel medyanın olmadığı iletişim dönemini gayet iyi tanımlamaktaydı. Fakat hızla gelişen iletişim teknolojileri görsel medyanın (radyo ve televizyon)

[1] Ali Murat Vural, "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, Sayı 12, Ankara, 1996, s.1060.
[2] A. Haluk Yüksel, Uğur Demiray, *Basının Toplusal İletişimdeki İşlevleri*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı, 1988, s.32.
[3] Nejdet Atabek, "Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı 23, İstanbul, s.63.

da kurulmasını ve yayılmasını sağlamıştır. Bu nedenle yazılı basın kavramı yerine artık bütün kitle iletişim araçlarını kapsayan "medya" kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle bu yazıda yerel basın yerine yerel medya kavramı kullanılmıştır.

1.1. Yerel Medyanın Önemi

Medya, giderek küçülen dünyada uluslar arası bir boyut kazanırken, ulusal ve yerel basında, bu uluslararası yapılanmanın bir parçası olarak etkinliklerini olanca güçleri ile sürdürme çabasındadır. Gelişen iletişim teknolojileri ülkelerin sınırlarını ortadan kaldırırken medya alanında yerel, ulusal ve global düzeyde var olma savaşı bütün hızıyla devam etmektedir. Özellikle son yıllarda Uydu ve internet aracılığıyla yapılan iletişim, yerel, ulusal ve global medya kavramlarını yeniden tartışma konusu yapmıştır. Artık yerel bir radyo, televizyon veya gazete internet yoluyla herhangi bir küçük kasabadan tüm dünyaya ulaşabilecek düzeye gelmiştir. Bu nedenle bizim burada yerelden kastımız daha öncede belirtmiş olduğumuz gibi hedef kitle ve üretildiği coğrafi mekandır.

Yerel medya deyince akla her zaman küçük çaplı işletmeler gelmektedir. Oysa bu küçük işletmeler daha önceki adıyla yazılı basın, bu ülke topraklarının işgalden kurtulmasında çok önemli bir rol oynamışlardır. Kurtuluş savaşı döneminde, İstanbul basını ister istemez susarken, yerel gazetelerimiz, dünyada eşine rastlanmamış bir gazetecilik örneği vermişlerdir. Ülkenin, emperyalist güçleri tarafından işgaline karşı Anadolu halkının örgütlenme ve haberleşmesinde kıyasıya bir mücadele veren yerel basın, işlevi ve tirajı açısında da en zengin ve onurlu dönemini yaşamıştır.[4] Ülkemizin düşman işgalinden kurtarılma sürecinde ciddi katkıları olan yerel basınımız sonraki yıllarda da halkın birçok alanda halkın gözü kulağı olmuş ve yeni Türkiye Cumhuriyet'inin oluşumunda önemli katkılar sağlamıştır.

Kurtuluş Savaşında önemli rol oynayan yerel basın günümüzdeki tanımıyla yerel medya, toplumun her kesiminde demokratik kültürün yerleşmesi ve toplumun çağdaşlaşması açısından önemli bir işleve sahiptir. Yerel medya, demokrasi kültürünün yerel düzeyde yayılması ve yerleşmesine katkı sağlayan en önemli unsurlardan biridir. Nasıl ulusal düzeyde çok sesli ve özgür bir medya demokratik sistemin korunmasında ve güçlendirilmesinde yaşamsal bir öneme sahipse yerel demokrasinin gelişmesinde de yerel medya aynı derecede

[4] Atabek, *a.g.e.*, s.1061.

önemli bir işleve sahiptir.[5] Yerel medyanın öncelikli görevini kentlilik bilincinin oluşmasını sağlamak kentlileri kentsel siyasal mekanizmalara dahil etmek ve kentlilerle yerel yönetimler arasında bir iletişim köprüsü görmek işlevi görmek şeklinde özetlemek mümkündür. Yerel basın, bu işlevlerini yerine getirirken kentlileri yerel mekanizmalara katılım konusunda motive eder ve gerekli mekanizmaların oluşumuna yönelik alternatif imkanlar ortaya koyar. Ülkemizde, yerel basın bu işlevlerini yerine getirirken, özellikle son yıllarda, kentsel rant paylaşımında önemli bir güce dönüşmüştür.[6] Bu olgu, yerel medyanın asıl işlevi olan halkı aydınlatma ve bilgilendirme işlevine gölge düşürmektedir.

Yerel medya, hem yerel halkın demokrasi kültürünü edinmesinde hem de yerel demokrasinin sağlıklı işleyişinde önemli rol oynayan baş aktörlerden biridir. Günümüz Türkiye'sinde, yerel gazetelerin bulundukları yörenin siyasal yaşamında önemli bir rolü vardır. Yerel medya, demokrasi anlayışının yerleşip kökleşmesinde, çok partili parlamenter rejimin ve katılımcı demokrasinin tabana yayılmasında önemli işlevlere sahiptir.

Yerel medya, devletle halk arasındaki iletişimin kurulmasında da önemli katkılarda bulunmaktadır.[7] Yerel medyanın temel özelliği, yayın yaptığı yörede bireylerin ve yöre halkının sorunlarını dile getirmek, bunları yerel yönetimlere ve ilgili kuruluşlara duyurmak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimlerin işlevlerini iyi bir şekilde yerine getirip getirmediğini denetleyerek ve gerektiğinde eleştirerek kamu hizmeti görevini yerine getirmektir. Yerel medya, halkın gözü kulağı olduğu kadar yerel yönetimin dili de olabilen çok önemli bir işleve sahiptir.[8] Bu bağlamda, yerel yönetimlerin sorunlarını kamuoyuyla paylaşabilmelerini ve bu sorunların çözümünde de kamuoyunun desteğinin sağlanması hususunda ciddi katkılar yapabilmesi açısından da yerel medyanın önemi son derece büyüktür. Yerel basın yerel konulara öncelik verip kentlileri bilgilendirirken aynı zamanda demokrasinin gelişmesi ve toplumsal bilincin oluşmasına da katkıda bulunur.[9] Çünkü gerçek demokrasinin var olabilmesi için bilinçli yurttaşların var olması gerekmektedir. Bilinçli yurttaşların sayısı çoğaldıkça gerçek demokrasinin uygulanması ve geliştirilmesi daha kolay olacaktır. Tam bu noktada, yani bilinçli yurttaşların oluşumunda, yerel medyanın oynayabileceği rol daha büyük önem kazanmaktadır. Yerel medyanın etkisi şüphesiz hedef kitlesiyle yakından kurabildiği sıcak iletişime bağlıdır. Bu iletişim ulusal medyanın kurduğu iletişimle kıyaslandığında daha dolaysız ve daha doğrudan bir iletişim biçimidir.

[5] Nejdet Atabek, "Yerel Basın ve Yerel Demokrasi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 22, İstanbul, s.47.
[6] S. Hakan Yılmaz, *Yerel Basın Siyaset İlişkisi (Örnek: Akdeniz Atılım Gazetesi)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, 2004, s.224 .
[7] Nejdet Atabek, "*Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler*", s.63.
[8] Atilla Girgin, *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Kitapevi, 2001, s.161.
[9] Suat Gezgin, "Yerel basın ve değerlendirme ölçütleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1988, sayı:7, s.8.

Yerel medyanın ulusal medyadan ayrıldığı temel nokta, yayın ve dağıtımda coğrafi ve nüfus anlamında daha dar bir alana hitap etmesidir. Bu nedenle haber ve yorumların büyük çoğunluğunu yerel sorunlar oluşturmaktadır. Bu olgu yerel basına ulusal basın karşısında önemli avantaj sağlamaktadır. Denilebilir ki yerel medyanın bu özelliği okuyucu veya dinleyiciyi yerel medyaya yönelten en önemli sebeplerden birisidir. Yerel medya yerel halkın sorunlarını haber yaparak, sayfa veya ekranlarına taşıyarak halkın sözcülüğünü yapmakta ve sorunların daha hızlı çözülmesine yardımcı olmaktadır. Tabii ki insanoğlu öncellikle kendisini doğrudan etkileyen olaylara ilgi göstermekte ve merak etmektedir. Bu nedenle yerel medya halkın sorunlarını daha yakından ve dolaysız bir biçimde aktardığı sürece başarılı olabilir. Kendi halkının sorunlarına karşı duyarsız bir yerel medyanın ayakta durabilmesi mümkün değildir. Çünkü yerel medya gücünü tamamen hedef kitlesi olan yerel halktan almaktadır. Kısaca yerel medya, yayın yaptığı bölgede yaşayan, halkın her türlü olumlu/olumsuz, haber değeri taşıyan ve kamuoyunu ilgilendiren olayları yansıtması gerekmektedir. Yerel medya, bu önemli görevi yerine getirirken aslında, çok önemli bir kamu hizmeti işlevini yerine getirdiğini söylemek mümkündür.

Atilla Girgin, yerel gazetecilik adlı kitabında, yerel basının işlevini şöyle özetlemektedir; yayımlandığı bölgede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olur, birey arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlar, yerel düzeyde kamuoyunun oluşmasını önemli katkılar yapar. Bu önemli işlevlerini yaparken de yerel yönetimleri denetler, kamuoyunun eleştiri ve önerilerini yerel siyasete girdi olarak sunar. Yerel medya, kurumlar arası ilişkilerin oluşmasını sağlamsının yanı sıra, kentsel yaşamı paylaşan kişiler, toplumsal gruplar, dinsel cemaatler, sınıfsal yapılar arasında da iletişim süreçlerinin oluşmasını ve yaygınlaşmasını sağlar. Yerel basın, bulunduğu coğrafyada en fazla okunma olanağı, yöre halkının değerlerini tanıma, yörenin sorunlarını en ince ayrıntılarıyla bilme avantajına sahiptir.[10]

[10] Girgin, *a.g.e.*, s.161.

Yerel medyanın bu önemli işlevleri yerine getirebilmesi yerel medyanın sorumluluğu açısından son derece önemlidir. Çünkü ancak bu amaç ve hedeflerle topluma ve toplumun demokrasi kültürüne katkı yapabilir. Ancak ülkemizde yerel medyanın gelişmesi ve işlevlerini yerine getirebilmesi için önemli adımların atılması gerekmektedir. Hem yasal açıdan hem de ekonomik açıdan, yerel medya kuruluşlarının tam bağımsız ve özgür olabilmeleri, bu önemli sorumluluklarını yerine getirmelerinde son derece etkili olacaktır. "Yerel gazetelerin kalitesi, demokrasinin kalitesini de etkiliyor" anlayışından hareket edilecek olursa, yerel medyanın ne denli etkin rol yüklendiği gerçeği ortaya çıkmaktadır.[11] Türkiye de yerel basın tüm zorluklara ve olumsuzluklara rağmen yinede henüz ulusal gazetelerin doğru dürüst dağıtılamadığı 1970'li yıllara kadar yayınlandıkları yörede halkın haber almada önemli kaynağı durumuna gelmiş ve halkla bütünleşerek kamuoyu oluşturmada etkin bir araç olmuştur.[12]

Dünyada ki hızlı teknolojik, siyasal, toplumsal ve iktisadi gelişmeler, özellikle kitle iletişim araçlarında inanılmaz boyutlarda dönüşmelere ve gelişmelere neden olmuştur. Uydu teknolojisinin iletişim alanında yaratığı devrim ve sonrasında yaşanan önemli gelişmeler, Mc Luhan'ın deyimiyle; "Artık, dünya evrensel bir köye dönüşmüştür." Bu yeni süreçte, yerel medyanın ayakta durabilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için, kendini yeniden tanımlaması ve kendine yeni alanlar açması kaçınılmaz olmuştur. Evrensel sorunların yerelleştiği, yerel sorunların da evrenselleştiği bu yeni dönemde, yerel medyaların yeniden tanımlanması ve bu tanımlama doğrultusunda yeni işlevler yüklenmesi gerekiyordu. İlk zamanlar yerel medyanın bu yeni süreçten olumsuz etkilendiğini söylemek için dahi olmaya gerek yok sanırız. Yerel medya kuruluşları daha önce sadece birbirleriyle rekabet ederken birdenbire ulusal hatta Global iletişim markalarıyla rekabet etmeye başlamıştır. Fakat bir süre sonra yerel medyacılar, kısmen de olsa bu yeni gelişmeleri lehlerine çevirmeye çalıştıklarını gördük. İnternet ve uydu sayesinde, artık kendileri de ürettikleri ürünleri dünyanın her yanına ulaştırma imkanına sahiptiler. Özellikle yerel medyanın son yıllarda gelişen internet yayıncılığından çok faydalandığını söylemek mümkündür. Örneğin Batman kentine baktığımızda, Batman'ın hemen hemen tüm yerel radyo ve gazeteleri bu imkanlardan faydalanmakta olduğunu görüyoruz. Batman yerel medyası

[11] W. Schneider Und P. Raue, *Gazetecinin El Kitabı*, çev. Işık Aygün, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yay. 16 , Dilek Ofset, 2002, s.199.
[12] Oya Tokgöz, "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi", *İletişim Dergisi*, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9, s.11

bu sayede Batman ilinden çok uzaklarda yaşayan hemşerilerine, Batman kentinde yaşanan gelişmeleri çok kısa zamanda ulaştırabilmektedir. Tabiî ki her değişimin olumlu ve olumsuz etkileri olacaktır ve olmuştur. Ama biz Global medyanın her şeyi altüst ettiğine ve yerel olan her şeyi tamamı ile yok ettiğine inanmıyoruz. Batman örneğinde olduğu gibi, birçok yurttaşımız, kendi memleketlerinden çok uzak diyarlarda çalışmakta veya hayatlarını burada devam ettirmektedir. Çok uzaklarda yaşayan bu insanlar, memleketlerindeki olayları merak etmekte ve bunları öğrenmek istemektedir. Bu olayları ulusal medya yeterince yansıtmamaktadır. Bu nedenle internet üzerinden yapılan radyo, televizyon ve gazete yayıncılığı sayesinde, gurbette çalışan yurttaşlarımız, kendi memleketleri ile ilgi tüm haberleri en ince ayrıntıları ile takip edebilme imkanına sahip olmaktadır. Bu yönüyle de yerel medya, kamu hizmeti görevini yerine getirmektedir şeklinde bir yorum yapmakta mümkündür.

Türkiye de yerel medya yılların biriktirdiği sorunlar ile boğuşmaktadır. En başta ekonomik sorunlar ve bu sorunun beraberinde getirdiği teknik alt yapı sorunları gelmektedir. Yerel medya kuruluşları, reklam ve ilanlardan elde ettikleri kazançlarla hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadır. Küçük illerde özellikle sanayi ve ticaret hacmi gelişememiş olan kentlerde yerel medyanın ekonomik sorunları daha da ciddi bir sorun haline gelmektedir. Ekonomik gelir açısından çok albenisi olamayan yerel medya sektörünün tamamen ticari çıkarlarını düşünen zengin işadamlarında bu alanda yatırım yapmasını engellemektedir. Bu nedenle yerel medya işletmecilerinin büyük çoğunluğu orta gelir vatandaşlardan oluşmaktadır. Özelikle yerel gazetelerin büyük çoğunluğu eski matbaacılar tarafından çıkartıldığını gözlemlemek mümkün. Ayrıca bu mesleğin eğitimini almış kişilerin yerel medyada istihdam edildiğini söylemek mümkün değil. Zaten bu ekonomik koşullarla üniversite mezunu kişileri burada istihdam etmek pek kolay görünmüyor. Genel olarak "alaylı" diye tabir edilen kişiler tarafından bu mesleğin yürütülüyor olması ve bunların yanına bu mesleğin eğitimini almış üniversite mezunlarının eklemlenmemesi bu sorunların önemli boyutlarından birini oluşturmaktadır.

Yıllardır büyük bir azim ve heyecanla bu mesleği sürdürmeye çalışan yerel medyanın emektar çalışanları ilk bakışta hızla gelişen iletişim teknolojisine ayak uydurmakta zorlanıyor gibi görünseler de, sahip oldukları teknik alt yapı ve yetersiz kadroya rağmen ortaya koydukları çalışmalara ve yayınlara hayran kalmamak mümkün değil. Özellikle Anadolu'nun küçük ilerinde verilen bu kutsal çaba, imkansızlıklar içinde imkansızı yapmak gibi bir çaba izlenimi

veriyor. Büyük şehirdeki yayıncıların ya da üniversitelerin sahip oldukları imkanların onda birine sahip olamamalarına rağmen büyük bir fedakarlıkla ortaya çıkardıkları yayınları takdir etmemiz gerektiğini düşünüyorum.

2. Batman Yerel Medyası

2.1. Batman Yerel Basını

Bu bölümde Batman kentinin yerel medyası incelenecektir. Batman ilinde düzenli olarak yayınlanmakta olan 11 yerel gazetenin birer sayısı incelenmiş ve bu inceleme sonucunda yorumlanmıştır. Batman kentinin yerel medyasını tahlil etmeden önce Batman kentinin önemli özelliklerini çok kısa bir biçimde özetlemenin çalışma bütünlüğü açısından yararlı olacağı kanısındayım. Batman kenti, şu anki merkez nüfusuyla diğer Güneydoğu'nun birçok tarihi kenti geride bırakmasına rağmen, il olarak mazisi çok yeni sayılır. Daha önceki adıyla Iluh olan Batman, 1955 genel nüfus sayımında 4713 olarak kaydedilmesi ile belediye teşkilatı kurulmuştur. 1960 yılından itibaren hızla büyüyen ve 1990 yılına kadar Siirt iline bağlı bir ilçe olan Batman, 16 Mayıs 1990 yılında 3647 Kanunla Türkiye'nin 72. ili olarak ilan edilmiştir. Güney Doğu Anadolu bölgesinin yeni genç ili Batman, 1990 yılından sonra nüfusu çok hızlı bir biçimde artmıştır. Hızlı nüfus artışı beraberinde birçok sorun yaratmıştır. Çevre il ve ilçelerden çok sayıda göç alan ve almaya devam eden Batman kenti, 2000 yılında yapılan Genel Nüfus Sayımında, nüfusu 456.734 olarak belirlenmiştir.

Yarım milyona yaklaşan nüfusuyla Batman, özellikle altyapı bakımından büyük sorunlar yaşamaktadır. Batman halkının her gün yüzleştiği bu sorunlar, yerel medya için önemli haber kaynağı anlamına gelmektedir. Çevre il, ilçe ve köylerden yüksek oranda göç alan Batman kenti, Hızlı nüfus büyümesi yüzünden oluşan çarpık kentleşme, kentin birçok yerleşim alanını köy görünümüne sokmuştur. Gecekonduların kuşattığı şehirlerden biri haline gelen Batman, sosyal, siyasal ve kültürel anlamda da büyük çelişki ve çatışmaların yaşandığı bir yaşam alanına dönüşmüştür. Batman kentinin yerel medyası, bu karmaşadan kaynaklanan sorunları her gün sayfalarına taşıyarak, kamuoyunu ve yerel yöneticileri bilgilendirmektedir. Sorunların çözülmesi hususunda, Batman'ın yerel medyasının, kamuoyu oluşturması bakımından, önemli bir kamu hizmeti görevini yerine getirdiğini de vurgulamak gerekmektedir.



Batman, sanayileşme açısından yeteri kadar gelişme sağlayamadığından, nüfusuna göre Türkiye'de en çok işsizi barındıran kent konumundadır. Kontrolsüz gelişme yüzünden Batman sosyal problemlerle boğuşmaktadır. Kentleşme ve sosyal

problemleri olan Batman'ın ciddi çevresel sorunları da bulunmaktadır (Batmanlı çevrecilerin hazırladığı Çevre Raporundan).

Batman nüfus artışını gösteren tablo:[13]

2000	456.734
1997	405.765
1990	344.669
1985	110.036
1980	86.172
1975	61.384
1970	44.991
1965	24.990
1960	12.401

Yukarda ki tablo, Batman kentinin Türkiye'nin en hızlı büyüyen kentlerinden biri olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Batman'ın bu hızlı nüfus artışı doğal olarak Batman kentinin yerel basınını da etkilemiştir. Çevre illeriyle kıyaslandığında, Batman'ın yerel basını, en azından nicelik açısından önde olduğunu söylemek mümkündür.

Merkez nüfusu 300 bini aşan Batman kentinde, güçlü bir yerel basın vardır. Yaygın (Ulusal) basının da aynı zamanda temsilciliğini yapan Batman yerel basını kentin gelişimine önemli katkılar sunmaktadır. Batman'da toplam olarak 11 tane yerel gazete yayın yapmaktadır. Batman'da bilgisayar ortamında kentteki matbaalarda basılan ve günlük yayımlanan gazeteler şunlardır:

Batman Gazetesi
Batman Çağdaş Gazetesi
Barış Gazetesi
Batman Postası Gazetesi
Batman Doğuş Gazetesi
Batman Medya Gazetesi
Batman Petrol Gazetesi
Mezopotamya gazetesi
Batman Umut Gazetesi
Batman Vizyon Gazetesi
Batman Express

[13] http://www.yerelnet.org.tr/iller/il.php?iladi=BATMAN

Yukarıda adını yazmış olduğumuz yerel gazetelerin büyük çoğunluğu günlük olarak yayınlanmaktadır. Bunlardan bir kısmı da haftalık olarak yayın yapmaktadır. Ayrıca bu gazetelerin çoğu internet ortamında da yayın yapmaktadırlar. Bu çalışmada Batman kentinin önemli 7 yerel gazetesi incelenmiştir.

2.1.1. Batman Gazetesi[14]

Batman kentinin en eski gazetesi, kentin adıyla yayımlanan *'Batman Gazetesi'dir*. Yaklaşık olarak 40 yılı aşkın bir yayıncılık mazisi vardır. 37 yıl kadar haftalık olarak yayımlanan *Batman Gazetesi*, yaklaşık üç yıl önce günlük olarak yayımlanmaya başlanmıştır.

Batman Gazetesi, Batman kentinin günlük olarak yayınlanan kentin en eski ve en önemli yerel gazetelerinden biridir. Gazetenin hangi tarihte kurulmuş olduğunu öğrenmek için internete ki tarihçe kısmına tıkladığımızda karşımıza gazetenin tarihçesinin yerine sahibi olan Sayın Nizamettin İzgi'nin özgeçmişiyle karşılaşıyoruz. Bu da Anadolu yerel basının amatör yanlarından biri olarak karşımıza çıkıyor. Hangi tarihten beri yayın yaptığı gazetede tam olarak yazılmamış olsa da gazete logosunun hemen altında 45 yaşında olduğu belirtilmektedir. *Batman Gazetesi*, günlük olarak ortalama 1200 ile 1500 arasında değişen bir tiraja sahiptir.

Sahibi olarak adı geçen Nizamettin İzgi, aynı zamanda gazetenin başyazarı olarak görünmektedir. Her gün 12 sayfa olarak yayınlanan gazete, kırmızı rengin üstüne büyük beyaz harflerle "BATMAN" logosuyla yayınlanmaktadır. Gazetenin satış Fiyatı 25 kuruştur. Logonun hemen başında Batman ilinin haritası ve hemen altında da "günlük siyasi gazete" yazısı yer almaktadır. Yazı işleri müdürlüğünü Ercan Atayın yaptığı *Batman Gazetesi*'nin künyesinde toplam 10 muhabirin adı geçmektedir. Fakat Batman kentini ziyaretimiz sırasında görüştüğümüz yerel gazete yöneticilerinin hemen hepsi, künyede yazılan bu geniş kadronun yasal zorunluluktan kaynaklandığını, aslında bütün yerel gazetelerin yalnızca bir veya iki muhabir çalıştırdığını belirtmişlerdir. Çünkü yerel basınla ilgili yapılmış olan yasal düzenlemeler, gazetenin sayfa sayısı ve yayın şekli doğrultusunda bazı zorunlu uygulamalar koymuştur. Günlük olarak her gün 12 sayfa çıkan *Batman Gazetesi* tıpkı diğer yerel gazetelerin başvurduğu yola başvurduğunu görüyoruz. Bu ekonomik koşullarla yasanın öngördüğü en az 10 muhabir çalıştırma koşulunu yerine getirmenin mümkün olmadığını ileri süren yerel gazete yöneticileri, bu yasanın değiştirilmesi gerektiğini aksi takdirde bu yöntemden başka kendileri için

[14] http://www.batmangazetesi.com/

çıkış yolu olmadığını belirtmektedirler. Ön ve arka sayfanın renkli, iç sayfaların ise siyah beyaz olarak yayınlanan gazete İzgi Matbaacılık tarafından basılmaktadır.

Haber içeriği bakımından *Batman Gazetesi*'nin haberlerini incelediğimizde; gazete haberlerinin büyük çoğunluğunu Batman kenti ile ilgili haberlerin oluşturduğunu, arkasından güneydoğu bölgesinde bulunan komşu illerle ilgili (Mardin, Diyarbakır, Siirt, Urfa ve diğer doğu illeri), en az olarak ta ulusal konularla ilgili haberlerin yer aldığını açık bir şekilde görmekteyiz. Örneğin, 4 Mayıs 2007 Cuma günkü *Batman Gazetesi* "İşadamı Ahmet Dinç serbest bırakıldı" sürmanşetiyle yayınlanmıştır. Altında haberin ayrıntıları uzun bir biçimde yazılmış olduğunu görmekteyiz. Bu haber ile birlikte gazetenin toplam 55 tane haber yayınladığını, bunların 27 tanesi Batman kentinin günlük sosyal, siyasal ve sağlık sorunları ile ilgili iken diğer 28 haberin şehrin spor gündemiyle ilgili olduğunu görüyoruz. 20 kişiye yakın köşe yazarı kadrosunun olduğunu ve bunların düzenli olarak farklı alanlarda yazılar yazdığını görmek mümkün. Gazetede ayrıca ortalama günlük olarak dört köşe yazarının yorumları yayınlanmaktadır. Bu yazılarında büyük çoğunluğu Batman kentinin sorunlarını dile getiren yorumları içermektedir.

Batman Gazetesi'nde başta siyaset, sağlık, turizm, eğitim, sanat, eğitim haberleri olmak üzere hemen hemen Batman ve çevresinde yaşanan tüm sorunlarla ilgili haberlerin yer aldığını belirtmek gerekir. Sadece bir gün içinde, yerel bir gazetenin bu kadar kapsamlı ve geniş haberler yayınlayabilmesi takdir edilecek bir olay olduğunu söylemeliyiz. Ayrıca gazete, internet üzerinden de yayınlanmakta ve sürekli güncellenmektedir. *Batman Gazetesi*'ni haber dili ve gazetede yer alan olayların yorumlanması bağlamında değerlendirdiğimizde, muhafazakar, devletçi bir yayın çizgisinde yayın yaptığını söyleyebiliriz.

2.1.2. Batman Çağdaş Gazetesi[15]

1984 tarihinde kurulmuş olan *Batman Çağdaş* gazetesi, pazar günleri hariç haftanın altı günü yayın yapmaktadır. 23 yıldan beri günlük yayınını sürdürmeye devam eden gazete, Batman kentinin en önemli yerel gazetelerinden biridir. Sahibi Batman Yeni Çağdaş Basın Yayın Ltd. şirketi adına Nedim Arslan görünmektedir. Gazetenin Yazı İşleri Müdür'lüğünü ise Arif Arslan yapmaktadır. *Batman Çağdaş* gazetesi, Batman kentinin günlük olarak yayımlanan ilk gazetesidir.

[15] http://www.batmancagdas.com/#

Batman Çağdaş gazetesi, aynı zamanda Türkiye'nin en saygın basın kuruluşlarından en çok ödül alan gazetedir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Konrad Adenauer Vakfı, Çağdaş Gazeteciler Derneği başta olmak üzere saygın basın kuruluşlarından haber, yorum ve fotoğraf dallarında her yıl ödül alan gazete olarak bilinmektedir. Batman Çağdaş Gazetesi, sadece Batman'da ve Güneydoğu'da değil, Türkiye yerel basını içerisinde en çok ödül alan gazetelerin başında gelmektedir.

Yazı işleri müdürü Arif Arslan'la yaptığımız yüz yüze görüşmede, *Batman Çağdaş* gazetesinin günlük tirajının 1200 adet olduğu ve bu rakamlarla gazetenin tiraj bakımından Batman ilinin en yüksek tirajlı yerel gazetesi olduğunu vurgulamıştır. Satış bedeli 30 kuruşolan gazetenin logosu kırmızı zemin üzerine sarı, küçük puntolarla "BATMAN" ve hemen logonun altında büyük punto ile "çağdaş" yazısı yer almaktadır. Aslında gazetenin isminin yazılış biçiminden kısaca "Çağdaş" olarak bilinmektedir.

Batman Çağdaş gazetesi, şuana kadar yaklaşık olarak 6.472 gün boyunca yayımlanmıştır. Logosunun hemen altında büyük harflerle "müstakil siyasi gazete" ifadesi yer almaktadır. Gazete logosunun hemen başında çok küçük rafineri resmi yer bulmakta ve bu resmin altında "Batman'ın gözü, kulağı, dili" ifadesi yer almaktadır. Yani kısacası gazete kendini hem bağımsız hem de Batman kentinin gözü kulağı olarak tanımlamaktadır. Diğer yerel gazetelerde olduğu gibi gazete, Batman şehrinin sorunlarına büyük ağırlık vermektedir. Örneğin 4 Mayıs Cuma günkü sayısında, "AKP Batman'a kaybettirdi" sürmanşeti yer almaktadır. Hemen sürmanşetin altında haberin ayrıntıları geniş bir biçimde yer aldığını görüyoruz. Gazete günlük 12 sayfa olarak yayınlanmaktadır. Gazetenin yayınladığı günlük haber ortalaması, 50 farklı haberi bulmaktadır. Bu sayı, günlük olarak yayımlanan yerel bir gazete için küçümsenmeyecek bir rakamdır.

Günlük olarak çıkan *Batman Çağdaş* gazetesi, Batmanın başta politik sorunları olmak üzere, sayfalarında bütün yerel olaylara yer vermektedir. Haber ve yorumlarında muhalif bir söylem takınan gazete, internet sayfasında 28.02.2007 tarihinden beri okuyucularına sorduğu şu soruyla 2007 yılında yapılacak olan Türkiye Genel Seçimleri ile ilgili okuyucuları arasında anket düzenlemektedir; "DTP'nin (Demokrat Türkiye Partisi) bağımsız adaylarla seçime girmesini istiyor musunuz?" yaklaşık üç aydır sürdürdüğü bu anket sorusuyla okuyucusunun tercihini öğrenmeye çalışmaktadır. Şu tarihe kadar anketin sorusuna 6.460 kişi EVET, 5.656 kişide hayır şeklinde cevaplamıştır. Haber ve yorumlarında

sol ve muhalif bir söylem kullandığını söylemek mümkün. Gazetede, her gün ortalama olarak 4 farklı yazarın köşe yazısı yayınlanmaktadır.

Batman Çağdaş gazetesinin internet üzerinden yayını devam etmekte ve haberler sürekli bir biçimde güncellenmektedir. *Batman Çağdaş* gazetesinin başyazarı, Arif Arslan olarak görünmektedir. Gazetenin, özellikle son yıllarda, Ilısu Barajı suları altında kalacak olan tarihi Hasankeyf ilçesi ile ilgili haberlere ağırlık verdiği ve bu konuda muhalif bir tavır takındığını gözlemek mümkün. Kamuoyunu etkileyerek, Hasankeyf'in sular altında kalmasını engellemeye çalışan gazete, bu konuda en çok haber ve yorum yapan gazetelerin başında gelmektedir. *Batman Çağdaş* gazetesini incelediğimizde, diğer yerel gazetelere oranla, daha fazla siyasi haber ve yorumlara yer verdiğini söyleyebiliriz. Ayrıca, diğer yerel gazetelerle ile kıyasladığımızda, *Batman Çağdaş* gazetesi, Türkiye'nin geneli ile ilgili haberlere de daha fazla ağırlık verdiğini gözlemleye biliyoruz. Politik yazı ve yorumların ağırlıklı olarak yer verildiği bir yerel gazetedir.

2.1.3. Batman Express Gazetesi[16]

Batman Express gazetesi, 1994 tarihinde kurulmuş Batman'ın günlük yerel gazetelerinden birisidir. Gazete logosunun hemen başında, diğer bazı yerel gazetelerde olduğu gibi Batman kentinin haritası yer almaktadır. Petrol Gazetecilik Matbaacılık Basın Yayın Ltd.Şti. adına Murat Ayaz sahibi olarak görünmektedir. Yazı İşleri Müdürlüğü, Mehmet Şah Ayaz tarafından yürütülmektedir. Diğer yerel gazetelerin aksine *Batman Ekspress*, 4 Mayıs 2007 Cuma günkü sayısında sürmanşet kullanmamış, "Türkiye Barışını Arıyor" haber manşetiyle çıkmıştır. Haberde, Batman kentin'de Kürt sorunu ile ilgili yapılmış olan bir konferansın ayrıntılarına yer verilmiştir. Gazete hem yerel konulara hem de ulusal olaylara sayfalarında yer vermektedir. 50 kuruş fiyatla satılan gazetenin muhabir ve yazar kadrosu diğer gazetelere kıyasla daha zayıf olduğunu söyleyebiliriz. İnternet üzerinden de yayınını sürdüren gazete, internet sayfasında daha ziyade diğer haber sitelerinden aldığı haberleri okuyucusuna aktardığını ve bu haberlerin daha çok ulusal olaylarla ilgili olduğunu gözlemlemek mümkündür. *Batman Express*, Bu yönüyle Batman'ın diğer yerel gazetelerinden ayrıldığını belirtmek gerekir.

[16] http://www.batmanexpress.net/

2.1.4. Batman Petrol Gazetesi[17]

Batman Petrol Gazetesi, günlük olarak yayımlanan Batman kentinin yerel gazetelerinden birisidir. Büyük kırmızı puntolarla beyaz zemin üzerine "petrol" logosuyla yayımlanan gazete 4 Mayıs 2007 sayısı ile 974 sayısını yayınlamasıyla yayın hayatındaki 4 yılına girmiştir. Gazete isminin hemen altında, "günlük bağımsız gazete" sloganı yer almaktadır. Gazetenin sahibi, aynı zamanda *Batman Çağdaş* gazetesinin de sahibi olan Nedim Arslan olarak görünmektedir. Yazı işleri müdürlüğünü ise Mustafa Seven yürütmektedir. Gazetenin fiyatı 30 kuruş olarak belirlenmiştir.

12 sayfa olarak çıkan diğer yerel gazetelerde olduğu gibi yasa gereği 10 muhabir kadrosuna sahip görünmektedir. Bu isimlerin formalite icabı kün-yeye yazıldığını hemen herkes bilmektedir. Görüştüğümüz yerel gazete yayın müdürleri; içinde bulundukları ekonomik sıkıntıları dile getirirken, basın yasasının öngördüğü 10 muhabir çalıştırma zorunluluğunu pratikte yerine getirmeleri hemen hemen imkansız olduğunu belirtmişlerdir. Gazete, sayfalarında, ağırlıklı olarak yerel olaylara yer verdiğini fakat önemli bulduğu ulusal konuları da arada bir sayfalarına taşıdığını görmekteyiz. Diğer yerel gazetelerde olduğu gibi gazete yörenin önemli politik, sağlık, eğitim, sanat kültür faaliyetlerine ve spor olaylarına ağırlık vermektedir. Gazetenin ayrıca geniş bir köşe yazarı kadrosuna sahip olduğunu belirtmeliyiz.

2.1.5. Batman Medya Gazetesi[18]

Medya Gazetesi, haftalık yayın yapan, Batman kentinin yerel gazetelerinden biridir. Gazete yalnızca pazartesi günleri yayımlanmaktadır. Kırmızı bir zemin üzerine kırmızı puntolarla basılan gazetenin logosunun hemen başında kırmız yıldızlar içinde batman kentinin haritası yer almaktadır. Gazetenin logosunu altında ise "siyasi aktüel gazete" sloganı yer almaktadır. Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü Ercan Arslan, Genel Yayın Yönetmenliğini ise Sait Talayhan yapmaktadır. 20 Ocak 2003 yılından beri haftalık yayınlarını sürdüren *Batman Medya Gazetesi*'nin fiyatı 50 kuruş olarak belirlenmiştir.

[17] http://www.batmanpetrolgazetesi.com/
[18] http://www.batmanmedya.com/#

Gazeteyi incelediğimiz tarihlerde, yayımlanmış olan en son sayısı olan 30 Nisan 2007 Pazartesi tarihli sayısında eğitimle ilgili haberi sürmanşetten verdiğini görmekteyiz. Aslında bu sayısında gazete, iki tane önemli haberi aynı anda sürmanşetten yan yana vermiştir. Bir tanesi Avusturya'dan Batman köylülerine yapılan mikro yardım adıyla yayımlanan ve hemen yanında bir ay önce vilayete atanan çiçeği burnunda Batman ilinin genç Valisi Dr. Recep Kızılcık'ın öğrencilerle buluşması ve buradaki kız öğrencilerin "Biz okumak istiyoruz sayın valim" sloganını sürmanşetten yayımladığını görüyoruz. Bu haber örneğinde olduğu gibi basın halk ile yerel yöneticiler arasında iletişim köprüsü görevi görmelidir. *Medya Gazetesi*, haftalık olarak yayımlanmasına rağmen sadece toplam olarak 5 sayfadan oluşmaktadır. Diğer yerel gazetelerde olduğu gibi haber konuları genel olarak yörenin sorunları ile ilgilidir.

2.1.6. Batman Doğuş Gazetesi[19]

Kırmızı Türkiye haritası zemini üzerinde yer alan doğuş logosuyla yayımlanan *Batman Doğuş* gazetesi günlük olarak yayımlanmaktadır. İmtiyaz Sahibi Bilal Uyanık, Yazı İşleri Müdürü ise Bayram Uyanık olarak görünmektedir. 16 sayfadan oluşan gazete, sayfa sayısı en fazla olan günlük yerel gazete olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiyatı 30 kuruş olarak belirlenmiş. 4 Mayıs 2007 tarihli sayısında serbest bırakılan işadamı Ahmet Dinç'in haberini sürmanşetten yayımladığını görüyoruz. Batman yerel basının büyük çoğunluğu, bu olayı ya manşetten ya da sürmanşetten geniş bir biçimde vermiştir. Gazete geniş yazar kadrosuyla dikkat çekmektedir.

Batman Doğuş gazetesinin yerel sorunları sayfalarına taşımasının yanında, ulusal olayları da sayfalarına kısmen de olsa yansıttığını gözlemlemek mümkün. Diğer yerel gazetelere göre logosundan da anlaşılacağı gibi daha muhafazakar ve devletçi bir yayın çizgisini takip ettiğini belirtmek gerekir.

2.1.7. Umut Gazetesi

Umut gazetesinin sahibi ile *Batman Doğuş* gazetesinin sahibi aynı kişidir. Her şeyiyle birebir doğuş gazetesinin aynısıdır. İsmi hariç hem içerik açısından hem de mizanpaj açısından birbirine benzemekten çok bir birinin kopyası gibi durmaktadır. Bu nedenle *Umut* gazetesini ayrıca tahlil etmeyi gereksiz bulduk.

[19] http://www.batmandogus.com/default.asp

Görüştüğümüz yerel basın mensupları bize, batman yerel gazetelerinin sahiplerinin toplam 5 veya altı kişinin olduğunu, her birinin en az iki tane gazetesinin bulunduğunu ifade etmişlerdir. En az iki gazete sahibi olmanın sebebinin, ilan ve reklam ücretlerinden daha fazla kar etme arzusudur. Bu olgu, yalnızca Batman kentinin yerel basını için geçerli olmadığını da biliyoruz.

Ayrıca araştırmamızın kapsamı alanına giren fakat yer ve zaman sorunu ve incelediğimiz diğer yerel gazetelerin yanında, daha basit kalan yerel gazeteleri çalışmanın kapsamı dışında bıraktık. Bu gazeteler; *Batman Vizyon, Batman Posta* gazetesi, *Batman Gap* gazetesi ve *Bakış* gazeteleridir.

Batman'da halen iki basın cemiyeti faaliyette bulunmaktadır: Batman Gazeteciler ve Yayımcılar Cemiyeti ile Mezopotamya Gazeteciler ve Yayımcılar Derneği.

2.2. Yerel Radyo ve Televizyonlar

Batman'da düzenli olarak yayın yapan üç tane radyo bir tanede televizyon kanalı bulunmaktadır.

Batman Fm,
Batman Gençlik Fm,
Batman Yüksel Fm.

Bu üç radyonun da önemli ölçüde dinleyicileri bulunmaktadır.

Önemli bir dinleyici kitlesine sahip olan Batman'ın yerel radyoları ne yazık ki istenen kalitede yayın yapmamaktadır. Batman da görüştüğümüz yerel medya çalışanları, bizzat kendilerinin bu yayınlardan memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda bu radyo kanallarının amatörce yayın yaptıkları ve büyük zorluklarla karşılaştıklarını yaptığımız görüşmelerde bize ifade etmişlerdir.

Bu radyoların çoğu genelde Türkçe müzik yayını yapmaktadır. Arada bir tartışma programları yayınlayan bu radyo kanalları, batman ilini ziyaret eden önemli ziyaretçileri de bazen stüdyolarına konuk etmektedirler. Müzik ve eğlence programları yayınları yanı sıra yöresel ve ulusal konularla ilgili haberlere yer verildiğini belirtmektedirler. Bu radyoların internet üzerinden de yayın yaptıkları ve geniş dinleyici kitlesine sahip olduklarını belirtmek gerekir. Genelde yayınların büyük kısmını müzik yayınları kaplamaktadır. Özellikle gençlere yönelik pop müzik yayınlarının büyük ağırlıkta olduğunu söylememiz lazım.

Bu radyoların yanında yöresel yayın yapan *kanal 72* adlı televizyon kanalı mevcuttur. Batman kentinin tek televizyon kanalı olan *kanal 72*'nin çok özgün yapımlar yayınlandığını söylemek pek mümkün değildir. Genel olarak özgün yöresel yapımların yayınları günde ortalama iki veya üç saati geçmemektedir.

Hem üç yerel radyonun (*Batman Gençlik, Batman Yüksel, Batman Fm*) hem de tek yerel televizyon kanalının (*Kanal 72*) reklam sürelerini çok uzattıklarını ve dinleyicilerin en çok bu konuyla ilgili şikayette bulundukları, yine yerel medya çalışanlarının bizzat kendi ifadesi olarak karşımıza çıkmıştır.

Sonuç

Araştırmamızın sonucunda, Batman kentinin yerel medyası, bütün olumsuzluklara rağmen ayakta durmaya çalıştığı ve önemli sorunları gündeme taşıyarak kısmen de olsa demokratik kültürün yayılması ve gelişmesine önemli katkılar sağladığını söylemek mümkündür. Batman yerel medyasının yaşadığı temel sorunlar diğer illerimizdeki yerel medyaların yaşadığı sorunlardan çok büyük farklılıklar arz etmediğini belirtmek gerekir.

Yerel medya yerelliğini ve bağımsızlığını koruduğu sürece gelişebilir ve yayın hayatını sürdürebilir.

Batman yerel medyası çalışanları ile yaptığımız diyaloglar sonucunda, Yerel medyanın ciddi ekonomik ve yasal zorluklarla karşı karşıya bulunduğu gerçeği ortaya çıkmıştır. Bu konularla ile ilgili muhakkak yeni düzenlemelerin ve çalışmaların yapılması gerekmektedir. Hem yasal açıdan hem de ekonomik açıdan yerel medyanın desteklenmesi, ülkemizdeki demokrasi kültürünün yerleşmesi ve gelişmesi bakımından da son derece önemlidir.

Batman'da en çok satan gazetenin tirajı yaklaşık olarak iki bin civarındadır. Bu rakam yerel bir gazete için küçümsenmeyecek bir rakamdır.

Batman'da ayrıca haftalık olarak yayımlanan gazeteler de bulunmaktadır. *Batman Exspress, Batman Medya, Batman Işık* ve *Batman Gap* gazeteleri haftalık olarak yayımlanmaktadır. Batman'da *Eko-Sanat* dergisi de son iki sayısı ile yayın hayatına başlamıştır. Batman'daki yerel gazetelerin büyük çoğunluğu internet ortamında da yayınlanmakta ve bu durum uzak diyarlarda yaşayan Batmanlılar için büyük bir kamu hizmeti işlevi görmektedir.

Batman yerel basını arasındaki ciddi rekabet son yıllarda günlük gazetelerin sayısının artmasında önemli bir etken olmuştur. *Vizyon, Doğuş, Umut, Barış*

ve *Mezopotamya* ile *Petrol* gazeteleri son yıllarda yayımlanan gazetelerdir. Basının itibarını zedeleyen bir yayıncılık politikası güdüldüğünden, internetten kopyalanan haberleri nedeniyle bu gazetelere pek itibar edilmemektedir. Bunlardan sadece *Batman Petrol* Gazetesi kendini geliştirme yoluna gitmiştir.

Batman kentinin yerel medyası, çok zor koşullarda, heyecan dolu amatör bir ruhla yayınlarına devam etmeye çalışmaktadır. Ancak kentin yerel gazete ve radyoları, çalışanlarının büyük fedakarlığı ve bu mesleğe olan tutkuları sayesinde yayınlarını sürdürebildiklerini belirtmek gerekir. Bütün olumsuz koşullara rağmen, yerel gazetelerin her gün kamuoyunu ilgilendiren önemli haberlere imza atıkları ve hem mizanpaj hem de içerik açısından, yerel medya yayınları bağlamında değerlendirildiğinde, özellikle yerel gazetelerin önemli bir bölümünün iyi kalitede yayın yaptıklarını belirtmek gerekir. Başta ekonomik ve teknolojik sorunlar yaşayan Batman yerel medyası, bu sorunları aşabildiği oranda daha yüksek kalitede ürünler ortaya koyacağı şüphesizdir.

Kaynakça

- Atabek, Nejdet: "Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı 23, İstanbul.
- Atabek, Nejdet: "Yerel Basın ve Yerel Demokrasi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 22, İstanbul.
- Gezgin, Suat: "Yerel basın ve değerlendirme ölçütleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1988, sayı:7.
- Girgin, Atilla: *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap Kitapevi, 2001.
- Schneider W.; Raue, P.: *Gazetecinin El Kitabı*, çev. Işık Aygün, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yay. 16 , Dilek Ofset, 2002.
- Tokgöz, Oya: "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi", *İletişim Dergisi,* Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9.
- Vural, Ali Murat: "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, Sayı 12, Ankara, 1996.
- Yüksel, A. Haluk; Demiray, Uğur: *Basının Toplusal İletişimdeki İşlevleri*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı, 1988.

- Yılmaz, S. Hakan: *Yerel Basın Siyaset İlişkisi (Örnek: Akdeniz Atılım Gazetesi)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2004.
- http://www.batmancagdas.com/#
- http://www.batmandogus.com/default.asp
- http://www.batmanexpress.net/
- http://www.batmangazetesi.com/
- http://www.batmanmedya.com/#
- http://www.batmanpetrolgazetesi.com/
- http://www.yerelnet.org.tr/iller/il.php?iladi=BATMAN

III. BÖLÜM
TÜRKİYE'DE YEREL BASIN UYGULAMALARI

"VATANDAŞ GAZETECİLİĞİ" KAVRAMI VE TÜRKİYE'DE UYGULAMALARI

Oya Mutlu*

Giriş

80'li yıllar tüm dünyada, ciddi ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimlerin ardı ardına geldiği ve özellikle Amerikan çokuluslu şirketlerinin desteklediği küresel yapılanmanın etkisini arttırarak yerleştiği yıllar olmuştur. 70'li yıllarda art arda meydana gelen ekonomik krizler, o ana dek uygulanan ekonomi politikalarında ciddi radikal değişimleri gerekli kılmış ve altyapıda meydana gelen bu değişimler, kısa sürede, üstyapıda da etkisini göstermiştir. Bu dönemin temel aktörleri, çokuluslu şirketler ve bu şirketlerin ideolojisinin taşıyıcılığını yapan Amerikan Kültürü'dür. Özellikle enformasyon ve finans alanında meydana gelen hızlı değişimler kısa sürede, farklı bir "hizmet sınıfının", toplumun hem en çok kazanan hem de en çok tartışılan kesimi haline gelmesine neden olmuştur. 80'li yıllar, aynı zamanda, tüketim kültürünün gerektirdiği "bireyci" insan tipinin toplumun tüm katmanlarında kabul gördüğü ve örgütlü siyasetin bozguna uğradığı yıllardır. Modernizmin kutsadığı "ulus devlet" ve "sosyal devlet" anlayışı, bu dönemde yerini, neo-liberal dönemin norm ve değerleriyle yeniden tanımlamak durumunda kalmıştır. Tüm bu gelişmelerin yanı sıra, Sovyetler Birliği'nin yaşadığı dağılmanın ardından, dünya tek kutuplu bir hale gelmiş ve bu tek kutbun kültürü tüm dünyada etkin bir şekilde dolaşıma sokulmuştur.

İletişim ve toplum arasındaki yaşanan ilişkinin biçimi açısından da, 80'li yıllar önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. 70'li yıllarda tohumları atılan post-fordist dönem, 80'li yıllarla birlikte iyice yerleşikleşmiş ve gündelik yaşam pratiklerini ve toplumsal kurumları kendi ideolojisine bağımlı kılmıştır. 80'li yıllarla birlikte ekonomik ve teknoloji alanda meydana gelen hızlı ve dönüştürücü değişimler, medya düzeninde önemli kırılmalara yol açmıştır.

Çalışmada ele alınan vatandaş gazeteciliği kavramı da böyle bir tarihi perspektifte ortaya çıkmıştır. Giriftleşen medya ve iktidar ilişkileri bu kurumlara olan güveni zedeleyince ve gelişen iletişim teknolojilerinin elvermesiyle birlikte, geleneksel gazeteciliğin bir takım alternatifleri de olanaklı kılınmıştır. Gerek demokrasi anlayışı, gerekse dönüşen kamusal alan kavramının sıkça tartışıldığı

* Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo TV ve Sinema Bölümü.

günümüzde, 'gazetecilik' mesleğinin her iki kavram açısından da ne kadar önemli olduğu ortadadır. 90'lı yıllarla birlikte ortaya çıkan "vatandaş gazeteciliği" uygulamalarının da, bu demokratikleşme sürecine katkıda bulunacağına şüphe yoktur. Bununla birlikte, bu uygulamalara, eğitim ve etik alanlarında olmak üzere getirilebilecek çeşitli eleştiriler mevcuttur.

Bu çalışmada, 'vatandaş gazeteciliği' kavramına akademik çevrelerden gelen eleştirilere yer verildikten sonra, Türkiye'deki uygulamaları bağlamında, 'gönüllü muhabir'likle karşılaştırılmıştır. Ayrıca çalışmaya, Türkiye'de yerel basının yaygın olduğu 5 ildeki toplam 18 yerel gazete ile yapılan ve 'gönüllü muhabirlik' kavramını sorgulayan bir anket çalışması eklenmiştir.

1. Kavram Olarak Vatandaş Gazeteciliği

Shayne Bowman ve Chris Willis'in *We Media. How Audiences are Shaping the Future of News and Information* başlığını taşıyan raporuna göre, "katılımcı gazetecilik" olarak da bilinen "vatandaş gazeteciliği", vatandaşların haber ve enformasyon toplama, raporlama, analiz etme süreçlerinde aktif bir rol oynaması eylemidir."[1]

"Kamu gazeteciliği (public journalism) terimi, bu sade vatandaşların bu çeşit gazetecilik girişimlerini refere ederken, aynı zamanda, profesyonel gazetecilerin birtakım çalışma ya da yaklaşımlarını kapsamaktadır. Bu ikincisi aynı zamanda sıklıkla "yurttaş gazeteciliği" diye adlandırılmaktadır." [2]

Genel anlamıyla, ana akım medyadan bağımsız olarak yapılmaya çalışılan gazetecilik anlamında bu iki kavramı, "yurttaş gazeteciliği" ve "vatandaş gazeteciliği" kavramlarını, birbirinden ayırmakta fayda vardır.

"Türkçede "yurttaş gazeteciliği" ya da "kamu gazeteciliği" kavramlarıyla ifade edilen yeni gazetecilik anlayışı, 1990'larda ABD'de ortaya çıkıp, özellikle bir kamu kuruluşu olan Pew Center'ın destekleriyle bir uygulama alanı bulmaya başlamıştır. Yurttaş gazeteciliği ya da diğer adıyla kamu gazeteciliği medya eleştirilerinin büyük oranda arttığı son yıllarda, hakim medyadaki mevcut gazetecilik pratiğini sorgulayarak, yeni bir anlayışla demokrasiye yeni açılımlar getirme amacı taşımaktadır."[3]

[1] (çevrimiçi) http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism, erişim: 21.11.2005
[2] *A.y.*
[3] İncilay Cangöz, "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", *Habercinin El Kitabı,* (çevrimiçi) www.bianet.org. erişim.21.11.2005.

"Yurttaş gazetecilerine düşen, kamu adına konuşmaktan çok onu öncelikle kendi sorunları hakkında bilgilendirmek, sorunları ve çözüm yolları konusunda kafa yormasını sağlamak, okuyucularını yaşamları üzerine söz sahibi aktif özneler olarak harekete geçirmeye özendirmektir"[4]

Yukarıda anlatılanların ışığında, temelde her iki kavram da, ortaya çıkışları itibariyle var olan medya yapısına eleştirel yaklaşımın sonuçları olarak algılanabilir. Kavramsallaştırılmalarındaki yakınlık nedeniyle, birbiriyle karıştırılması oldukça kolay olan "yurttaş gazeteciliği" ve "vatandaş gazeteciliği" kavramları arasındaki temel fark, "yurttaş gazeteciliği" yapan kimseler meslek profesyonellerinden oluşurken, "vatandaş gazetecilerinin" amatör bireyler olmasıdır.

1.1. Vatandaş Gazeteciliğinin Ortaya Çıkışı

Vatandaş gazeteciliğinin ortaya çıkışını, "kamu gazeteciliği" kavramının ortaya çıkışı ile birlikte ele almak gerekir. "Kamu gazeteciliği hareketi, Amerika Birleşik Devletleri'nde, 1988 yılında yapılan başkanlık seçimlerinden sonra, medya haberlerinin güvenirliliğini yitirişi ve politik ve yurttaşlık haberlerinde ana akım medyanın yanıltıcı tutumuna karşı bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. Newyork University'de görevli Profesör Jay Rosen bunun ilk temsilcilerindendir."[5]

Kamu gazeteciliği alanındaki tartışmalar yoğun olarak profesyonel gazetecilerin yaklaşımlarını değiştirerek 'kamu için' ilkesi doğrultusunda gazetecileri etkilemeye yöneliktir. 1998 yılında Pew Center ve Associated Press Managing Editors'ün yaptıkları çalışma gösterdi ki, araştırmaya katılan tüm editörlerin yüzde 45'i kamu gazeteciliği tekniklerini ve araçlarını kullanmaktaydı. Bunların yüzde 66'sı, kamu gazeteciliği felsefe ve etiketini içerdiklerini belirtmişlerdir. [6]

Vatandaş gazeteciliğinin ortaya çıkışını anlamlı kılabilmek için bu döneme daha geniş bir perspektiften bakmak zorunludur. Dönem, gerek teknolojik gerekse -zorunlu olarak- toplumsal anlamda önemli dönüşüm ve gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir. Modernitenin sona erdiğinin söylendiği, üst anlatıların reddedildiği ve bireylerin öznelliklerinin vurgulandığı dolayısıyla toplumsal hayatta yoğun kopuşların yaşandığı bu dönemde, özellikle bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve dolayısı ile bilginin edinilmesi ve aktarılmasındaki hız, yepyeni bir yaşam tarzını da beraberinde getirmiştir.

[4] Cangöz, *a.g.m.*
[5] (çevrimiçi) http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism, erişim: 21.11.2005
[6] *A.y.*

1970'li yıllarla birlikte, tüm dünya yeni bir toplumsal yapılanma içine girmiştir. Bu, tüketmek üzerine kurulu yeni yapılanma, "postmodernite" olarak adlandırılmaktadır. Mimarlık alanındaki hareketlerle başladığı söylenen postmodernizm; kısa sürede sanatta, ekonomik yapılanmada ve dolayısıyla toplumsal hayatta başkalaşımı gerçekleştirmiştir.

Modernlik ideolojisi 20. yüzyılın ortalarından itibaren, özellikle dünya savaşlarının, yaşanan soykırımların ve ekonomik buhranların ardından, şiddetle sarsılıp cazibesini kaybetmiştir. Modernliğin bittiği, "postmodern" bir döneme girildiği ve bunun ilerlemenin sonu anlamına geldiği, son 30 yılda akademik alanda, farklı yaklaşımları temsil eden düşünürlerce ve çeşitli şekillerle tartışılmaya başlanmıştır. Anlaşıldığı üzere, Postmodernizm, modernizmin bittiği ya da meşrutiyetini yitirdiği noktadan başlamaktadır. Bu bağlamda yaşanan bu süreci anlamak için, öncelikle modernizmin öngörülerinin hangi noktalardan tıkandığını ve postmodernizmin hangi boşluklardan kendine alan sağladığını tartışmak gerekmektedir. Postmodernizm, her şeyden önce Lyotard'a göre, "toplumlarda haklılaştırım bunalımından beslenmektedir; çünkü hakça bir toplum düzeninin nasıl olması ve kurulması gerektiğini belirleyen büyük anlatılar artık geçerliliklerini kaybetmiştir."[7]

Frederic Jameson'un "Postmodernizm ya da Geç Kapitalizm Mantığı" isimli çalışması, moderniteden postmoderniteye geçişte en sık atıf yapılan kaynaklardan biridir. Jameson'a göre: "Toplumsal ilişkilerden, sanatsal üretime kadar şeyleştirme sürecinin işlemesi metalaşmanın temelini oluşturur. Ürünlerin üzerinden üreticinin izlerinin silinmesi, tüketicinin üreticinin kişiliğiyle özdeşleşmemesi veya toplumsal farklılığın (sınıf olgusunun) hissedilememesi şeyleştirmenin bir sonucudur. Postmodernizmin kültür boyutu popülerdir ve modernizmde örtük görünen kültürel tüketime ulaşan yoldaki tüm engelleri parçalar."[8] Jameson'a göre, kapitalizm, artık yeni bir kültürel mantık olarak postmodernizm geliştirmiştir. Diğer bir deyişle, kültürel mantığın değişmiş olmasına karşın, temel ekonomik yapı kapitalizmin erken biçimleriyle tutarlıdır, yani hâlâ "modern"dir. Üstelik kapitalizm kendini korumak amacıyla kültürel bir sistem oluşturma gibi aynı eski hilelerine de devam etmektedir. Kapitalizmin son aşaması "sermayenin şimdiye kadar metalaştırılmamış alanlara şaşılacak derecede yayılmasını" içerir.

[7] Erhan Atiker, *Modernizm ve Kitle Toplumu,* Ankara, Vadi, 1998, s.114.
[8] Frederic Jameson, *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizm Mantığı, İstanbul*, YKY, 1992, s.6.

Postmodern dönemin ortaya çıkışında önemli faktörler kalkınma, ilerleme, demokrasi, insan hakları gibi, bütün insanlığı kucaklaması öngörülen modernite projelerinin hayata geçirilememesidir. Yıllar boyunca, Batı tarafından tüm dünyaya empoze edilen bu değerler, aslında Batı'nın egemenlik ilişkilerini pekiştirmek için kullandığı kavramlara dönüşmüştür. Bu durum, medenileşme çabasındaki üçüncü dünya ülkeleri için büyük bir hayal kırıklığına neden olurken; Batı, kendi içinde de insanların "mutsuzluk ve huzur arayışlarını" ancak tüketimle dindirmeye çalışmış fakat bunda başarılı olamamıştır. Bu bağlamda muhalif sanat da, bireylerin "ben arayışları"nın bir ifadesi olarak, geçmişten çok daha farklı olarak, estetiğin ve bilimlerin ötesinde yeni anlamlara ulaşmakta, özelikle de "yıkıcı" bir görünüm arzederek, varolan dizgedeki tüm kuram ve kurumları reddederek, özgün ve bireysel çıkış yollarını denemektedir.

Kısaca özetlemek gerekirse postmodern dönemin göstergeleri arasında aşağıdaki maddeler sıralanabilir.

- Tek parçalı yapının yerini çok parçalı bir yapıya bırakması
- İmajın, özün yerini alması
- Popüler kültürle yüksek kültür arasındaki ayrılığın sona ermesi
- Büyük anlatıların ve avandgarde anlayışın yerini belirsizliğe bırakması
- Aydınlanma idealinin yerini bireyciliğe bırakması

Bu parçalı yeni yapının konumuz açısından önemi, "vatandaş gazeteciliği" kavramının postmodern dönemde, yani iktidar, bilgi, kültür kavramlarının yeniden sorgulandığı ve yerini öznelliğe ve bireyciliğe bıraktığı bu dönemde varoluşu itibariyle öznellik/bireycilikle olan ilişkisidir.

Düşük maliyetli ve kendi kendine yayına olanak veren ve gazete okuyuculuğunda meydana gelen sapma ile ilişkili olarak Web günlükleri denen uygulamaların, Kuzey Amerika ve Avrupa'da hızlı artışı, basılı medya endüstrisinin ileri gelen düşünürleri ve akademisyenler arasında, "yeni medya" alanında vatandaşlar ya da katılımcı gazetecilik üzerine tartışmaların yayılmasına neden olmuştur. [9]

Trinity University öğretim görevlisi Robert Huesca'ya göre, "vatandaş gazeteciliği yapmak, bölgesel televizyon haberlerinin dışında bırakılan ya da

[9] (çevrimiçi) http://nml.ru.ac.za. Towards a critical media studies approach to the blogosphere, erişim: 21.11.2006.

yanlış sunulan-alt gelir grubundaki kadınlar, azınlıklar gençler vb- medyada çok az yer alıp reklamcılar tarafından ilginç bulunmayan demografik gruplardan bir muhabirler topluluğu oluşturmaktır."[10] Bu yorumdan da anlaşılabileceği üzere vatandaş gazeteciliği büyük medya kuruluşları ve onun sistematik işleyişine alternatif bir yaklaşımdır.[11]

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılabileceği üzere vatandaş gazeteciliği kavramı tek tek bireylerin haber üretimine müdahale etmesine olanak sağlamasından dolayı, toplumda demokrasi uygulanmalarına olanak verirken, iktidar mekanizmalarının da bir nevi kontrol ve denetimine olanak sağlamaktadır.

2. Vatandaş Gazeteciliğine Getirilen Eleştiriler

"Vatandaş gazeteciliği" kavramı, akademik alanda çeşitli eleştirilerin de hedefi olmaktadır. Vincent Maher'in *Vatandaş Gazeteciliği Öldü (Citizen Journalism is Dead)* isimli çalışmasında, vatandaş gazeteciliği, etik, ekonomik ve epistemolojik açıdan geleneksel gazetecilikle karşılaştırılmakta ve vatandaş gazeteciliğine ciddi eleştiriler getirmektedir.

Tablo 1: Etik açıdan vatandaş gazeteciliği ve geleneksel medyanın karşılaştırılması

Geleneksel Medya	Vatandaş Gazeteciliği
Kurumun Etik Kodları	Koordine olmayan kişisel ilgi ve dava edilme korkusu
Formal eğitim ya da medya organizasyonları içinde eğitim	Kendini eğiten amatörler ayrıca 'blogging'e dair ilgili fakültelerin eğitim kurumlarında da eğitim alınabiliyor
Resmî sorumluluk, yanıt verilmesi gereken bir müdür vardır	Kişisel düzeyde yüzeysel ve resmî olmayan sorumluluk
Eşik bekçiliği ve editoryal standartlar	Subjektif seçim
Endüstri organları ve organizasyonlarınca izlenme	Yorum ve geribesleme

[10] (çevrimiçi) http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism, erişim: 21.11.2005.
[11] *A.y.*

Tablo 2: Ekonomik açıdan vatandaş gazeteciliği ve geleneksel medyanın karşılaştırılması

Geleneksel Gazetecilik	Vatandaş Gazeteciliği
Bağlamsal reklam satmaz	Google ad-sense gibi bağlamsal reklam satar.
Alıcıları ya da okuyucuları ile resmî ilişkisi vardır	İsimsiz/anonim okuyucusu/alıcısı vardır
Seyreltilmiş yukarıdan aşağıya ekonomik etkileme	Yoğun aşağıdan yukarıya etkileme

Tablo 3: Epistemolojik Açıdan vatandaş gazeteciliği ve geleneksel medyanın karşılaştırılması

Geleneksel Gazetecilik	Vatandaş Gazeteciliği
Hukuki otorite	Fiili otorite
Gerçeklerin yansıtılması ve belirginleşmesi aracı	Aktivizim aracı, mücadele eden gerçekler
Geçici mesaj	Israrlı mesaj

Bu karşılaştırılmalardan da anlaşılabileceği üzere, Vincent Maher "vatandaş gazeteciliği yapanların her tür mesleki etik kodların dışındaki sivil bireyler oluşu -ki gazetecilere yönelik davranış kodlarının çoğu elektronik medyadaki haber yayıncılığından çok basın haberciliği ile ilgilidir ve kendi sitesinden yayın yapan "blogger"lar vatandaş gazetecilerin çoğunluğunu oluşturur- bu alanda denetlenemeyen bir boşluğun varlığını gözler önüne sermektedir. Tüm bu farklılıklar bir tek şeye işaret etmektedir. Vatandaş gazeteciliği, potansiyel olarak herhangi bir etik sorumluluktan yoksundur. Rutin pratikte de, çok küçük bir kontrol söz konusudur."[12]

"Davranış kodları, gazetecilerin içinde bulundukları düzenleyici çerçevenin yalnızca bir parçası, belki de en küçük parçasıdır. Muhabirler ve editörler birçok yolla etik dışı davranmaktan uzak tutulabilirler."[13] Ancak söz konusu olan herhangi bir kurumdan bağımsız olarak gazetecilik yapan bir

[12] (çevrimiçi) http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism, erişim: 21.11.2005.
[13] Nigel G. E. Harris, "Gazeteciler için Davranış Kodları", *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar,* (der.) A.Belsey ve R.Chadwick, İstanbul, Ayrıntı, 1998, s.85-102..

vatandaş gazeteci ise, rapor vermek zorunda olduğu ya da denetimini yapacak bir üst birimin yokluğundan dolayı, etik kodlar ya da davranış kodları bağlamında kendi vicdanı ile baş başa bırakılmıştır.

Bu haliyle, belli denetim mekanizmalarının işlemediği - olayın bir vatandaş gazeteci tarafından haber haline getirilmesi- bu süreç, toplumlarda demokrasinin uygulanmasına katkıda bulunmak, kamuoyu oluşturmaya etki etmek gibi olumlu özellikler taşısa tam da bu yüzden, güvenirliliğine dair bir takım kuşkuları barındıran bir paradoksla okuyucu/izleyiciyi baş başa bırakmaktadır.

Vatandaş gazeteciliğine getirilebilecek bir diğer eleştiri de, kavramın tanımı gereği, meslek profesyonellerine değil amatör bireylere açık olmasından dolayı, gazetecilik mesleğinin herhangi bir mesleki eğitimden geçmemiş bireylerce yapılmaya başlanmış olmasıdır.

"Bir gazeteci web günlüğü kullanabilir ya da bir "blogger" gazeteci olabilir. Fakat web günlüğü tutmak ve gazeteci olmak arasındaki fark, gazetecinin araştırmak, bulmak, kontrol etmek ve objektif olarak haber yapmak için eğitilmiş olmasıdır. Haber, basılı medya ya da web sitesi aracılığıyla bir profesyonel ya da amatör tarafından da yapılmış olsa gazeteciliğin objektiflik ilkesi bir gerekliliktir."[14]

Eğitim almadan da kişisel yetileriyle gazetecilik yapabilecek bireyler varolsa da, çoğu bir eğitime ihtiyaç duymaktadırlar. Amerika Birleşik Devletleri'nde amatör olarak çalışan vatandaş gazetecilere ihtiyaç duydukları eğitimi sağlayacak çeşitli kurumlar çalışmaya başlamıştır. Bunların içerisinde iReporter sayılabilir. Ancak sayıca, henüz yeterli olduklarını söylemek mümkün değildir.

Yine Vincent Maher, "Ekonomik anlamda geleneksel gazetecilerin kendi görüşlerini yazarken alacağı maaş ile doğrudan bir bağ olmadığı, oysa web günlüğü vasıtasıyla gazetecilik yapan bir vatandaş gazetecinin işin ekonomik kısmını da düşünmek zorunda olduğundan dolayı reklam alabilmek için çok da bağımsız haber yazamayacağını ileri sürmektedir."[15] Bu eleştirisinde, Maher'in, geleneksel gazetecilik anlayışının tüm iktidar ve çıkar ilişkilerinden bağımsız olarak muhabirin kendi istediği doğrultuda haber yapabilme yetisi gibi bir ideali varsaydığını düşünmek durumundayız. Günümüzde tekelleşen medya

[14] (çevrimiçi) www. digitaldeliverance.com, "Prologue to a Radio Interview about 'Citizen Journalism", erişim.21.11.2005.
[15] Mayer, 'Citizen Journalism is Dead" çevrimiçi: http//nml.ru.ac.za/mentol/?p = 32., 21 Kasım 2005.

kurumları ve bu kurumların iktidarla olan ilişkilerinin giderek giriftleşmesi, böyle bir idealin uygulanmasına ne yazık ki imkan bırakmamaktadır.

3. Türkiye'de Yerel Basın ve Bir Vatandaş Gazeteciliği Uygulaması Olarak Gönüllü Muhabirlik

"Yerel basın, ülkenin çeşitli yörelerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayımlanan, yayımlandıkları yörenin haberlerini veren, sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aktarmayı hedefleyen yazılı basın organıdır." [16]

Bu tanımdan sonra, yerel basının Türkiye'deki konumu ve durumuna bir parça değinmek gerekirse, ulusal basın ve yerel basın arasında neredeyse bir karşılaştırmaya dahi olanak vermeyecek büyük bir uçurum olduğu görülecektir. Hem teknik donanım, hem de eğitimli iş gücü açısından yerel basının oldukça az gelişmiş olduğu ülkemizde, yerel basın çok çeşitli sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmakta ya da bırakılmaktadır.

"Türkiye'de siyasal mücadelenin üzerinde yürütüldüğü kamusal alanı, büyük ölçüde ulusal medya elinde tutmaktadır. İstanbul televizyonları ve gazeteleri ne üzerine konuşulacağından konuşmanın varyantlarına kadar geniş bir çerçevede, gündemi belirlerler. İstanbul medyasının ulusal bazda siyasette ve entelektüel hayatta oynadığı rolü, Anadolu medyası bölgesel bazda oynuyor. O da lokal bir çevredeki kamusallığın platformu, fikir kanaat ve tutumların sirküle olduğu zemin, meşrulaştırmanın aracı ve nihayet popülerliğin teknolojisi olarak iş görüyor."[17]

"Türkiye'de yerel basının temel sorunlarını teknoloji sorunu, sermaye sorunu, eleman sorunu, satış sorunu, içerik sorunu, satış sorunu olarak saptamak mümkündür."[18] Fakat bunun yanı sıra, yerel basının ulusal basına alternatif konuma gelmesini sağlayabilecek bir takım özelliklerine de değinmek gerekir. "İstanbul medyasının teknolojik üstünlüğüne karşı, Anadolu medyası ilişkili olduğu çevreye fiziki ve toplumsal yakınlığı vardır. İstanbul medyası bütün ülkeyi bir cemaate çeviremez; çünkü böylesine bir yakınlığı tesis edecek dile

[16] Şinasi Ünal, Yerel Basın ve Sorunları" aktaran Atilla Girgin, *Yerel Gazetecilik,* İstanbul, İnkılap, 2001, s.160.
[17] Naci Bostancı, *Siyaset,Medya ve Ötesi,* Ankara, Vadi, 1992, s.170.
[18] Girgin, *a.g.e.,* s.164.

ve etkileyici araçlara sahip değildir, en çok gevşek dokulu bir toplumsallık üretebilir."[19]

"Yerel basın bölgenin ve bölgede yaşayanların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getiren, tartışan, yerel yönetim ile merkezi yönetim arasında köprü işlevi gören, halkın gözü kulağı olduğu kadar, yerel yönetimin dili de olabilen bir işleyişle, kişileri küreselleştirme girdabından biraz olsun alıkoymaktadır. Aslında yerel basın, bir yönüyle ülke basınına malzeme sağlamakta, onları uyarıcı görevler görmekte, onlara yardım ortamı hazırlamaktadır." [20] Bunu yaparken de yerel gazeteci objektifliğini kaybetmemeye özen göstermelidir. Yerel gazeteler ve gazeteciler kentlerin sorunlarına ne kadar duyarlı olmalı, olayların içine ne kadar girmeli ve ne kadar sorumluluk duymalıdır? Bu soruların yanıtları, söz konusu çalışan kitlesi gönüllülerden oluşunca bir muammaya dönüşmektedir.

Maddi imkansızlıklar ve yetişmiş işgücü sıkıntısı nedeniyle, Türkiye'deki yerel basın işletmelerine baktığımızda, bu işletmelerin profesyonel ekipten ziyade gönüllü katılımcılarla ayakta durduğu görülmektedir. Gönüllü muhabirlik bu durumun üretmiş olduğu bir kavram olup, birçok yerel basın organı bu muhabirlerin gönderdikleri haberler ile ayakta durmaktadır. Türkiye'deki gönüllü muhabirlik uygulamalarının 'vatandaş gazeteciliği'ne denk düştüğü söylenebilir. Gönüllü muhabirler genellikle, gazetecilik mesleğinde herhangi bir eğitim almamış, yaptıkları hizmet karşılığında herhangi bir ücret talep etmeyen kişilerden oluşmaktadır.

"İnformel dediğimiz şekilsiz ilişkiler ağı Anadolu basınında fevkalade yaygındır. Bu da tabi Anadolu basınının profesyonelleşmesini engelleyen bir ilişki sistemidir. Onun için Anadolu basını amatörlerin toplandığı bir yerdir, gazete sahipleri de dahil amatörlerin basınıdır Anadolu basını. Anadolu basını yazarları para almaz; avukatlar, doktorlar, öğretmenler, emekliler, herkes Anadolu basınının yazarlarıdır."[21]

Çeşitli mesleklerden gelen bu gönüllü muhabirler, yerel basın açısından bakıldığında haber çeşitliliğinin yaratılması ve kadınlar, yaşlılar, azınlıklar, vb. gibi toplumun çeşitli kesimlerinin seslerinin de basında yer almasına olanak

[19] Bostancı, *a.g.e.*, s.171.
[20] Girgin, *a.g.e.*, s.161.
[21] İnal Cem Aşkun, *Anadolu Basınında Gazetecilik ve Yazarlık, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi:17*, İstanbul, Konrad Adenaur Vakfı, 2000, s.75.

sağlaması açısından önemlidir. Tek yönlü haber akışına direnen alternatif bir haber yaklaşımının ortaya çıkmasına hizmet ederler.

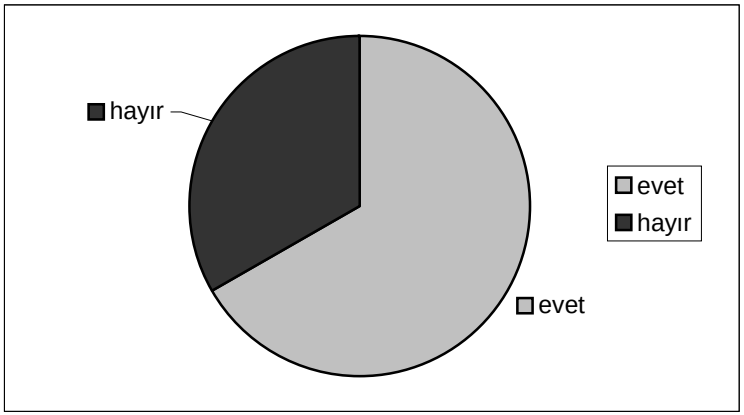
Çalışmanın bu bölümünü desteklemek adına, Türkiye'de yerel basının en gelişmiş olduğu 5 il: İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa ve Kocaeli'ndeki yerel basın kuruluşları ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu yayın kuruluşlarının seçilmesinde Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün verileri esas kabul edilip, basılı yayınının yanı sıra internet sitesine sahip kuruluşlar örneklem için seçilmiştir. Bir internet sitesine sahip olma, en azından internet ortamında bir uzmanlığı ve örgütlenmeyi gerektirdiğinden örnekleme alınan yayın kuruluşları için bir ön şart olarak belirlenmiştir (Türkiye'de yerel basının istatistiki verilerinin çok sağlıklı olmadığı ve dönemsel olarak yayın yapan kuruluşların sayıca çokluğu da gözönüne alınırsa internet ortamında yayın yapan kuruluşların ulaşılabilirlik adına da önemi anlaşılacaktır).

Örnekleme alınması kararlaştırılan 30 yayın kuruluşunun ancak 18'ine ulaşılabilmiş ya da geri dönüş alınabilmiştir. Bu araştırmadan çıkan sonuçlar yüzde oranlarıyla aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

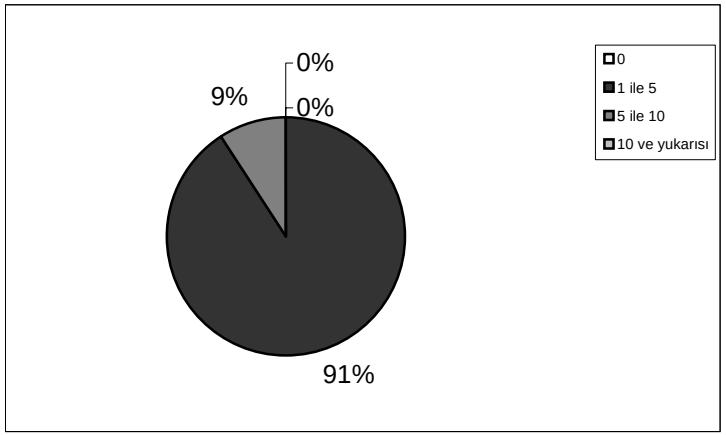
Anket sonuçlarının da ortaya koyduğu gibi gönüllü muhabirlerle çalışma, yerel basın kuruluşları arasında oldukça tercih edilmektedir. Bunun sebepleri arasında yerel basının karşı karşıya olduğu mali sorunlar bir yana bırakılırsa, farklı kesimlerden haber alabilme gibi bir gerekçe de sayılabilir.

Her ne kadar, yerel basın kurumlarında çalışan gönüllü muhabir sayısı 1 ila 5 sayı aralığına denk düşüyorsa da, Anadolu'daki gazetelerin çoğunun birkaç kişilik ekiplerce çıkarıldığı düşünüldüğünde, bu oranın azımsanmaması gerektiği anlaşılacaktır. Bu veriden yola çıkarak söylenebilecek olan, yerel basının habere olan ihtiyacının büyük bir bölümünün gönüllü muhabirlerce temin edildiğidir. Yöresel haberin çeşitliliği, toplumun hemen her kesiminden gelen bu gönüllü muhabirlerce sağlanmaktadır. Bu haliyle gönüllü muhabirlik uygulamaları, yerel basının teoride olması gereken işlevlerini -demokrasiye katkı ve kamusal alan oluşturma, yerel olana ulusal olandan farklı olarak yer verebilme vb.- yerine getirmesine hizmet etmektedir.

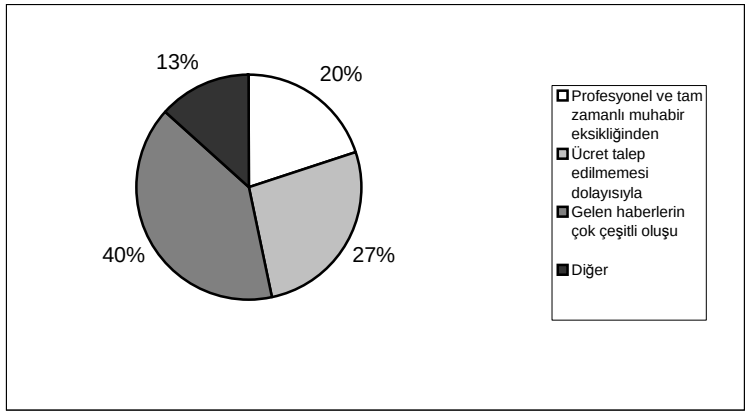
Grafik 1: Yerel Basında Gönüllü Muhabir Çalıştıran Kurumların Oranları



Grafik 2: Gönüllü muhabir çalıştıranların çalıştırdıkları muhabir sayıları



Grafik 3: Gönüllü Muhabirlere duyulan ihtiyacın nedenleri



Sonuç

Teknolojide meydana gelen değişiklikler, yazılı basına alternatif yeni bir yayıncılığın ortaya çıkmasına neden olduğu gibi, aynı zamanda, geleneksel gazetecilik de çeşitli açılardan eleştirilere maruz kalmıştır. Modernite tüm diğer kurumlara yaptığını medya kurumlarına da yapmış ve onu tecimsellik kisvesi altında neredeyse tüm değerlerinden ayırmıştır. Modern dönemin bireyleri tek yönlü haber akışı içerisinde sadece kendine sunulan haberi alabilmekte, medya bu noktada bir sansür mekanizması gibi hizmet görerek bireylerin haber almasını biçimlendirmektedir. İktidarla olan ilişkilerinin haberlerin şekillenmesinde de etkisi, iktidarın istediği yönde haber yapma eğilimi bireylerin iktidar ve medyaca oluşturulan kurmaca bir gerçeklik içerisinde yaşamasına neden olmaktadır.

Modernite ve onun kurumlarında aradığını/vaadedileni bulamayan bireyler, adına postmodern denen süreç içerisinde alternatif yaşam biçimleri aramaya başlamışlardır. İktidar ile yakın ilişkiler içerisinde olan tekel medyası da bu alternatif arayışlarından nasibini almış, hem mesleğe olan geleneksel yaklaşımın, hem de kurumların kendilerinin eleştirilerinden yeni bir gazetecilik anlayışı ortaya çıkmıştır.

Baskı makinelerine ihtiyaç duymadan da yayın yapmayı imkanlı kılan internet kullanımının yayılması ve tek tek bireylerin görüşlerinin bu siteler vasıtasıyla kitlelere ulaştırılabilmesi, yayın alanında bir çokluğu/çokseslliği olanaklı kılmıştır. Artık toplumda medyada sık sık yer alan 'iktidar seçkin-

leri'nin yanı sıra azınlıklar, marjinaller, toplumun seçkin olamayan kesimi de kendini ifade edebilmek için bir platforma kavuşmuştur.

Doğal olarak bu durum, geleneksel gazetecilik mesleğini aşındırmış ve ortaya amatörlerden oluşan bir gazeteci kitlesi çıkmıştır. "Vatandaş gazeteciliği" kavramı ile adlandırılan bu yeni yaklaşım, demokrasi kavramının da tekrar sorgulanmaya başlandığı günümüzde, gerek demokrasinin toplumda uygulanmasına gerekse bu yolla bir kamusal alan sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

"Vatandaş gazeteciliği", Türkiye'de özellikle, yerel basında gönüllü muhabirlik kavramı ile kendine bir uygulama alanı bulmuştur. Özellikle Anadolu basınında tercih edilen gönüllü muhabirlik uygulaması, bu kurumların bütçelerine katkıda bulunurken, bir yandan da haberlerin ve bu haberlerin geldiği kaynakların çeşitlenmesini olanaklı kılmaktadır.

Ancak, daha önceki bölümde 'vatandaş gazeteciliğine getirilen eleştiriler' başlığı altında da değindiğimiz üzere, gönüllü muhabirlerin herhangi bir gazetecilik eğitiminden geçmemiş olması uygulamada bir takım sorunlara yol açabilmektedir. Fakat Türkiye'de yerel basının genel durumuna baktığımızda bu kurumlarda yer alan eğitimli işgücünün gerçekten çok sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. "Yerel basında gazetecilik bir bakıma usta çırak ilişkisine dayanmaktadır(...) eğer patron hakikaten iyi bir gazeteci olarak yetişmiş bir kişiyse veya gazetecilik ilkelerine dayalı olarak çalışmalarını sürdürmüş ve olaya gönülden bir bağlılıkla bakıyorsa o zaman yetiştirdiği çıraklar da iyi kalitede olur"[22]

Bundan başka, vatandaş gazeteciliğinin uygulanması için gerekli olan ortama, yani internetin Türkiye'deki uygulama alanına bakarsak, son yıllardaki artışla birlikte, internet kullanımının Türkiye'deki durumu oldukça içaçıcıdır. "İnternetle 13 yıl önce tanışan Türkiye bu alanda hızla büyümektedir. Türkiye'de internet kullanıcı sayısı 15 milyon, internete bağlantılı bilgisayar sayısı 750 bine ulaşmıştır"[23] Fakat bu kullanıcıların, özellikle büyük şehirlerde odaklanmış olması, Anadolu merkezli kişisel web sitelerinin sayıca az oluşu da gönüllü muhabirlerin ancak bir yerel basın kurumuna bağlantılı olarak çalışmasına olanak sağlamaktadır. Bu da, gönüllü muhabirlerin haberlerinin, bir tür editoryal denetimden geçmesine neden olmaktadır. Bu uygulama, hem eğitim almamış

[22] Reşit Kıpçak, *Yerel Basının Zorlukları, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim,* Konrad Adenaur Vakfı, İstanbul, 2001, s.168.
[23] (çevrimiçi) www.hürriyetim.com, 15 milyon Kişi Internet Kullanıyor, erişim: 12.03.2006.

kişilerin haberlerinin yayından önce biçimsel olarak düzeltilmesine olanak tanımak anlamında iyi yorumlanabilecekken hem de uygulamanın bir tür sansür anlamı taşıyabilecek olması bireylerin demokratik alana katılımına engel teşkil etmektedir.

Yukarıdaki pasajlarda ele aldığımız eksikliklerine ve eleştirilerine karşın, "vatandaş gazeteciliği" kavramı altında açıklayabileceğimiz "gönüllü muhabirlik" uygulamaları, yerel basının Türkiye'de de, Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi gündem belirlemek ve kamuoyu oluşturmakta efektif hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Türkiye'nin özellikle İstanbul'da yoğunlaşmış tekelci medyasından farklı olarak, bölgesel ölçekte, iktidar seçkinlerinden başkalarının da seslerinin duyurulmasına yardımcı olmaktadırlar. Elbetteki yerel basına ve onun muhabirlerine de zaman zaman yanlı olduklarına dair eleştiriler getirmek mümkündür. Fakat bu gönüllü muhabirliğin toplumda çokluk düşüncesinin oluşturulması, tüm kesimlerin birbirinden haberdar olması ve her birinin kamusal alanda görünür kılınabilmesine dair katkılarının gerisinden gelmektedir.

Vatandaş gazeteciliği kavramına geleneksel gazetecilikten farklı olarak yüklenen sıfatlardan biri de, onun militan olan tarafıdır. Vatandaş gazeteciliği devrimcidir ve günümüzde haber akışını elinde tutan medya devlerinin alternatifidir. Türkiye'de de onun bu yanının farkedilip, vatandaş gazeteciliğine olan talebin artmasıyla, demokrasinin uygulanırlığının daha geniş çevrelere yayılması bir gerekliliktir.

Kaynakça

- Atiker, Erhan: *Modernizm ve Kitle Toplumu,* Ankara, Vadi, 1998.
- Aşkun, İnal Cem: Anadolu Basınında Gazetecilik ve Yazarlık, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, *Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi:17,* İstanbul, Konrad Adenaur Vakfı, 2000.
- Bostancı, Naci: *Siyaset, Medya ve Ötesi,* Ankara, Vadi.1992.
- Cangöz, İncilay**:** Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın, Habercinin El Kitabı, çevrimiçi: www.bianet.org., 21.Kasım2005.
- Harris, Nigel G. E: "Gazeteciler için Davranış Kodları", *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar,* (der.)A.Belsey ve R. Chadwick, Çev: Nurçay Türkoğlu, İstanbul, Ayrıntı, 1998, s.85-102.

- Girgin, Atilla: *Yerel Gazetecilik*, İstanbul, İnkılap, 2001.
- Jameson, Frederic: *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizm Mantığı,* Çev. Nuri Plümer, İstanbul, YKY, 1992.
- Kıpçak, Reşit: Yerel Basının Zorlukları, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim,*Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 20,* İstanbul, Konrad Adenaur Vakfı, 2001.
- Mayer, Vincent: 'Citizen Journalism is Dead", çevrimiçi: http//nml.ru.ac.za/mentol/?p = 32., 21 Kasım 2005.
- http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism, erişim: 21.11.2005
- http://www.digitaldeliverance.com, "Prologue to a Radio Interview bout 'Citizen Journalism" erişima: 21.11.2005.
- http://nml.ru.ac.za, "Towards a critical media studies approach to the blogosphere", erişim:21.11.2006.
- http://Hurriyetim.com, "15 Milyon Kişi İnternet Kullanıyor", erişim:12. 04.2006.

YEREL GAZETELERİN İNTERNET ORTAMINDAKİ GÖRÜNÜMÜ

Özgü Işık Yolcu*

Giriş

İletişim dünyasında büyük değişikliklere yol açan internet, gün geçtikçe hem sunduğu hizmetler hem de ulaşabildiği alan açısından hızla gelişmektedir. Şehirler ve ülkeler arasındaki coğrafi engelleri ortadan kaldıran internet, şimdi de dünyanın dışındaki bağlantı noktalarına doğru ilerlemektedir. Gezgenler arası internet bağlantısı üzerinde çalıştıklarını dile getiren Vinton Cerf[1], "Gezegenlerle bağlantı kurabilmeyi mümkün kılmamız, gelecekteki uzay misyonlarına da yardım edecek, bu sayede bilginin mevcudiyet sınırları genişleyecek" demektedir.[2] Bu cümleler, sadece küresel değil, evrensel bir iletişim düzenine doğru yol almakta olduğumuzu göstermektedir.

Birçok düşünür, gelişen teknolojinin, gelecekte hayatımızda tahmin edilmesi zor değişimlere yol açacağını ifade etmektedir. Lawrence Grossman, teknoloji sayesinde üçüncü büyük demokrasi çağına girildiğini ileri sürmektedir. Ona göre, nasıl 18.yüzyılda temsili yönetim, Yunanlıların iki bin yılı aşkın süre önce öncülüğünü yaptıkları doğrudan demokrasiyi dönüştürmüşse, şu anda da yeni, melez bir "elektronik cumhuriyet" oluşmaktadır. En büyük iddialardan biri de yeni teknolojilerin etkisiyle "ulus-devletin buharlaşmasını" bekleyen Nicholas Negroponte'ye aittir.[3] Var olan her şeyin alınıp, sayısal format içinde yeniden yapılandırılmaya çalışıldığını belirten Winner de, banka veznedarının yerine ATM, öğretmenlerin yerine eğitim CD'lerinin konularak sayısal dönüşüme uğratıldığını ve bir önceki şekillerini yitirdiklerini anlatmaktadır. İnternet

* Araş.Gör., İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Radyo-TV Yayıncılığı Bölümü.

[1] Vincent Cerf, internetin 'babası' olarak kabul edilen 4 kişiden biridir. Diğer 3 bilim adamının adları ise: Robert Kahn, Lawrence G. Roberts ve Leonard Kleinrock. ("İnternet babasını arıyor", [Çevrimiçi], www.hürriyet.com.tr, 3 Eylül 1999).

[2] Yusuf Ziya Güleç, "Uzayda internet bağlantısına az kaldı", (Çevrimiçi) www.tele.com.tr, 08.01.2005.

[3] Bruce Bimber, "İnternet ve Siyasi Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.167.

giderek okul, banka, kitapçı, gazete büfesi gibi işyerlerinin yerini almaktadır. Winner, bu süreci "uzun erimli sonuçlarını bugün kimsenin kestiremediği çok kapsamlı, sürüp giden bir deneye" benzetmektedir.[4] Bu deneyin sonuçlarını gelecekte yaşayarak göreceğiz.

İnternetin hayatımızda bugünden yaptığı değişikliklere bakacak olursak, öncelikle ekonomik yapı üzerindeki etkilerinin giderek arttığını görmekteyiz. İnternet hızla ticarileşiyor; henüz yeterince karlı bir alan değil, ama uluslararası tekeller "ya ileride karlı olursa" diye, şimdiden burayı da parsellemeye başlamış durumdadırlar.[5] İnternetteki alan adlarında, sonu ".org", ".edu" ya da ".gov" ile biten adreslerin oranıyla kıyaslandığında sonu ".com" ile biten adreslerin oranı hızla çoğalmaktadır.[6] Dünyada internetin hızlı bir şekilde gelişip yaygınlaşmasıyla 'yeni ekonomi' denilen bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu kavram, internet üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaret odaklı, telekomünikasyon, kitle iletişim araçları ve bilişim sektörlerinin ön plana çıktığı yeni makro ekonomik gelişmelere verilen genel ad olarak tanımlanmaktadır.[7]

Ertürk, bir teknolojik buluşun ekonomiyi etkileyebilmesi için işletmelerin örgütlenme biçimini, verimliliği artıracak biçimde değiştirebilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir: Buhar, üretimin evden fabrikaya taşınmasına; demiryolları, kitlesel pazarların oluşmasına; elektrik, montaj bandının gerçekleşmesine neden oldu. İnternet ise bilgisayar ve iletişimi birleştirerek şirketler arası, şirket-tüketici arası alım-satım maliyetlerini düşürüyor, pazarın boyutunu fizik alandan sanal alana taşıyarak genişletiyor. Kapitalist ekonominin temeli olan özel işletmede, bilişim teknolojileri, tasarımdan pazarlamaya her alanda verim artışına neden olabiliyor.[8] Üstelik Ertürk, buhar ve elektriğin verim artışına katkısının yalnızca sanayi ve taşımada olduğunu, bilişim ve internetin ise sanayinin yanı sıra, sağlıktan eğitime ve finansa bütün hizmet sektörlerinde de verim sağlayabileceğini ifade etmektedir. Sanayileşmiş ülkelerde, hizmet sektörünün, toplam gayri safi

[4] Langdon Winner, "Siberliberter Söylemler ve Cemaatin Başarı Şansı", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.s.144-163.
[5] Sevda Alankuş, "BİA ve BİA Eğitim Çalışmaları Üzerine Önsöz", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.43.
[6] Ümit Atabek, "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.62..
[7] Ramil Abdulhalikov, "İnternet Kullanıcılarının İnternet Reklamlarına Karşı Tutum ve Davranışı," Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, s.35.
[8] İsmail Ertürk, "İnternet ve Ekonomik Etkileri", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.s.200-201.

milli hasılanın neredeyse yüzde yetmişini oluşturduğu düşünüldüğünde, internetin hizmet sektöründe sağlayabileceği verim artışının önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Nasıl 20.y.y.'ın ortalarında, otomobil ve petrol üreticileri, 19. yüzyılın demiryolu ve deniz taşıma şirketlerinin ekonomik önemini tarihe gömdüyse, internet de onları ve onlar gibi şirketleri, "eski ekonomi"ye dönüştürüp, ekonomik önemlerini azaltıyor ve kapitalizmin öncü sektörü olmaya soyunuyor.[9]

"İnternet yalnızca ekonomik ve teknolojik bir alt yapı oluşturmuyor, giderek herkesin yaşamını kuşatan bir iletişim ve medya ağı olma yolunda ilerliyor" diyen Tanyol, internetin matbaanın icadından bu yana karşımıza çıkan en büyük bilgi dönüşümü olduğunu belirtmektedir.[10] Yukarıda bahsettiğimiz, giderek sayıları artan, sonu ".com" ile biten web adreslerinden bir kısmı medya kuruluşlarına aittir. Bugün insanların haber alma biçimleri 1993 öncesinden çok farklıdır.[11] Bu farklılaşma, Türkiye'deki yaygın medya kuruluşlarıyla birlikte yerel medya kuruluşlarını da etkilemektedir. Genellikle sınırlı maddi imkanlarla çalışan yerel medya kuruluşları, internetle birlikte yeni olanaklara kavuşmaktadır. Ancak bu olanakların halihazırda ne kadar ve nasıl kullanıldığı tartışma konusudur. Konuyu değerlendirirken cevap bulunması gereken sorulardan ikisi şunlardır: Türkiye'deki yerel medya kuruluşları bu yeni koşullara ne kadar ayak uydurabildi? Haberleri internetten öğrenen (ve giderek sayıları artan) kitlenin ihtiyaçlarını nasıl karşılamaya çalışıyor? "Yerel gazetelerin internet ortamında görünümleri" adlı araştırmanın amacı, yukarıdaki iki soruya yerel gazeteler açısından cevap vermektir.

1. İnternet ve İnternet Yayıncılığı

1.1. İnternet

İletişimde matbaanın icat edilmesiyle başlayan teknolojik gelişmeler, gazete, telgraf, telefon kabloları, radyo, fotoğraf, hareketli film, televizyon, iletişim uyduları, bilgisayar ağları ve internetle günümüze kadar gelmiştir.[12] Bugün artık tüm dünyayı saran internet ağları sayesinde eğitimden sağlığa, ulaşımdan

[9] A.e., s.s.196-197.
[10] Tuğrul Tanyol, "Anarşizm ve İnternet", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.204.
[11] İnternet gazeteciliği 1993 yılında Wired Magazine ile başlamıştır.
[12] Yeşim Güçdemir, "Bilgisayar Ağları İnternetin Gelişimi ve Bilgi Kirlenmesi", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 17, 2003, s.372.

bankacılığa kadar birçok sektörde işlemler hızlanmış ve şekil değiştirmiş durumdadır.

Dilimize İngilizce'den giren internet, sanal bir dünyaya verilen kısa bir addır. İnter ve net sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. "İnter" sözcüğü "arasında", "net" ise "ağ" anlamına gelmektedir. İnternet "ağlar arası ağ" ya da "bilgisayar ağlarının ağı" olarak Türkçe'ye çevrilebilir.[13] İnternet insanların her geçen gün artan 'üretilen bilgiyi saklama-paylaşma ve ona kolayca ulaşma' istekleri sonucunda ortaya çıkmış bir teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere insanlar kolay ve hızlı bir şekilde erişebilmektedir. İnternet bu haliyle bir bilgi denizine ya da büyük bir kütüphaneye benzetilmektedir.[14]

İnternetin yaklaşık 40 yıllık geçmişi bulunmaktadır. Bilgisayarların ilk kez birbirleriyle konuşması 1965 yılında gerçekleştirilmiştir.[15] Türkiye'deki ilk internet bağlantısı bundan 28 yıl sonra, 1993 yılında ODTÜ'den yapılmıştır.[16] İnternet, kısa geçmişine rağmen, dünya tarihinde eşi benzeri görülmemiş hızlı bir değişim ve gelişime neden olmaktadır. Zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldıran internet ile dünya giderek küçülmekte ve "küresel köy" halini almaktadır.[17] Bu sayede bilginin bir yerden başka bir yere taşınmasında coğrafi ya da ulaşım engelleri, zaman kısıtlılığı, güvenlik gibi problemler kalmamıştır.

20.yüzyılın ikinci yarısından sonra tartışılan konular, dört büyükler (radyo, televizyon, sinema, basın) üzerinde yoğunlaşırken, günümüzde karmaşıklaşmış, çeşitli ve şaşırtıcı iletişim araçları varlığıyla karşı karşıya bulunuyoruz. Bu değişik, yeni araçlar arasında belirleyici rolü, göze, kulağa ve beyine hitap eden bilgisayar destekli teknoloji oynamaktadır. Örneğin, bu dört ortam da internet üzerinde bir araya getirilebilmektedir. Böylece sadece bir bilgisayar ve internet bağlantısına sahip olan insanlar, aynı ortamda radyo, televizyon, sinema izleyebilmekte,

[13] Özgür,Gönenç, "İnternet ve Türkiye'deki gelişimi", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı: 16, 2003, s.89.
[14] Bülent Mumay, "İnternet Gazeteciliği ve Haberin Değişen İşlevi", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, s.24.
[15] Gönenç, *a.g.e.*, s. 91.
[16] Güleda Yücedoğan, "İnternet Haberciği", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:14, 2002, s.144.
[17] Gönenç, *a.g.e.*, s.87.

gazete ve dergileri okuyabilmektedirler.[18] Kitle iletişim dünyasının yeni aracı olan internet, telefon işlevini de görmektedir. Tüm seçenekler arasından istediğimizi tercih edip, o seçeneğe ulaşmanızı bu kadar hızlı ve ekonomik olarak sağlayabilecek başka bir sitem daha bulunmamaktadır.[19]

Enformasyon teknolojileri, tarih boyunca dünya haricinde uzayda başka dünyalar arayan insanoğluna alternatif bir uzay sunmuştur. Bu uzay ev ve iş yerine girecek ve bütün evreni saracak kadar büyük, canlılara ve bilgiye parmak ucu ile dokunabilecek kadar yakın olan ve yaşantıları her şekilde etkileyebilen siberuzaydır. Siberuzay bu özellikleri ihtiva edebilen gelişmiş bir bilgi ağıdır. Siberuzay insanoğluna dünyanın herhangi bir yerindeki herhangi bir veriye ulaşma ve bu işlemi çok kısa sürede gerçekleştirme olanağı sunmaktadır.[20]

İnternette en çok ilgi gören üç uygulama bulunmaktadır. Bunlar; elektronik posta (e-mail), newsgroup (haber grupları) ve World Wide Web (www)'dir. Elektronik posta, 1970'lerde, haber grupları 1980'lerde, World Wide Web ise 1990'larda popülerlik kazanmıştır. Bu üç uygulama internet tarihini on'ar yıllık zaman dilimine ayırmıştır. İnternet 1960'lı yıllarda yalnızca askeri amaçlıydı. 1970 ve 1980'li yıllarda elektronik posta ve newsgrouplarla birlikte akademik çevreler internete ilgi göstermeye başlamışlardır. 1990'lardan itibaren World Wide Web (www) ile birlikte internet halka açılmış ve kamunun malı olmuştur. [21] Bu üç uygulamanın hangi imkanları sunduğunu kısaca şu şekilde açıklayabiliriz;[22]

1. World Wide Web (www) (Dünya Çapında Ağ): Dünya üzerinde dev bir çokluortam bilgi bankasıdır. "Web" müzelerden, gazetelerden, elektronik üreticilerinden, satış mağazalarından, kişisel sayfalardan ve benzer milyonlarca site'den oluşmaktadır. Bu siteler vasıtasıyla yapılabilen elektronik alışveriş ise, yazılı basın malzemelerini, giysi, CD ya da herhangi başka bir ürünü Web üzerinden eve teslim edilmek şartıyla satın almak demektir.

[18] Cem Sütçü, "Bilişim Kavramı, Elektronik İletişim ve Bilişim Sistemleri Yaklaşımı", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:19, 2004, s.323.
[19] Güçdemir, *a.g.e.*, s.375.
[20] Serdar Erciş, "Siberuzay İletişiminde Pazarlama ve Ürün Satışlarına Faydaları", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:19, 2004, ss. 435-436.
[21] Gönenç, *a.g.e.*, s.92-93.
[22] Jerome Colombain, "Siberkültür", Çev. Bülent Küçükerdoğan, *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:14, 2002, s.s.675-676.

2. Elekronik posta (e-mail): Yazılı iletileri ya da resim, ses, video klip, animasyon gibi bilgi işlem dosyalarını karşılıklı aktarmaya olanak verir.

3. Haber grupları ve sohbet odaları: İnternet kullanıcılarının klavye aracılığıyla aralarında haberleştiği ve tartıştığı sanal salonlardan oluşur. Çeşitli konularla ilgili gruplar bulunur (bilim, ticaret, oltayla balık avlama v.b.)

Televizyonların ratinglerinin AGB tarafından ölçümlenmesi ve en çok seyredilen programların belirlenmesine benzer bir sistem internet siteleri için de uygulanmaktadır. İnternetteki sitelerin ziyaretçi sayısını ölçen kuruluşlardan biri de Alexa'dır. Kuruluşun www.alexa.com adresinden yayın yapan sitesinde yer alan Türkiye ile ilgili listenin ilk 10 sıralaması şöyledir;[23]

1. www.google.com.tr
2. www.msn.com
3. www.yahoo.com
4. www.mynet.com
5. www.google.com
6. www.milliyet.com.tr
7. www.hurriyet.com.tr
8. www.yonja.com
9. www.msn.com.tr
10. www.passport.net

Alexa.com'a göre tüm dünyanın en sık ziyaret edilen ilk 10 internet sitesi ise şunlardır; (www.alexa.com. 28.04.2006)

1. www.yahoo.com
2. www.google.com
3. www.msn.com
4. www.yahoo.co.jp
5. www.baidu.com
6. www.sina.com.cn
7. www.myspace.com
8. www.ebay.com
9. www.qq.com
10. www.passport.net

[23] Türkiye'de en çok ziyaret edilen internet siteleri listesi, (Çevrimiçi), www.alexa.com, 28.04.2006.

Teknolojiyle ilgili alanlarda çalışan şirketler, hayatımızda giderek daha çok yer edinmektedir. Saygınlık Enstitüsü (reputationinstitute.com) ve araştırma şirketi Harris Interactive (harrisinteractive.com)'in her yıl yayınladığı 'saygınlık endeksi'ne göre, 2005 yılı listesinde yer alan ilk 10 şirketten dördü (Google, Sony, Microsoft, İntel) teknoloji alanında çalışmaktadır.[24] Bu durum, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ağırlığını giderek daha fazla hissettirdiğinin de kanıtlarından biridir.

İnternet o kadar hızlı gelişiyor ki, kullanıcı sayısıyla ilgili araştırmalar bile bu hıza yetişemiyor. Ağustos 2005'te açıklanan İnternet World Stats'ın araştırma şirketi AC Nielsen'e dayanarak yayınladığı verilere göre en çok internet kullanıcısı 203 milyon kişiyle ABD'de, ikinci sırada 103 milyon internet kullanıcısıyla Çin, üçüncü sırada 78 milyon internet kullanıcısıyla Japonya yer alıyor. Nüfusa göre sıralamada Türkiye yaklaşık 7 milyon kullanıcıyla 24. sırada. Açıklanan verilere göre Türkiye'de internet kullanıcı sayısı 7.270.000 kişi.[25] Ulaştırma Bakanlığı bünyesindeki "İnternet Kurulu" üyesi Doç. Dr. Mustafa Akgül'ün Nisan 2006'da yaptığı açıklamaya göre ise; Türkiye'deki internet kullanıcı sayısı 15 milyon. Akgül'e göre; internet bağlantılı bilgisayar sayısı da 750 bin.[26]

Tüm dünyada internet kullanıcı sayısının 1 milyara ulaştığı düşünülüyor. Bu rakamın 332 milyonu Asya'lı, 285 milyonu Avrupa'lı ve 224 milyonu Kuzey Amerika'lı kullanıcılardan oluşuyor. Vincent Cerf, Dünya nüfusunun yüzde 56'sını oluşturan Asya'nın önümüzdeki dönemde internet erişim penetrasyonunun en çok artacağı bölge olacağını öngörmektedir.[27]

Türkiye'de yapılan çalışmalar, internet kullanıcılarının çoğunlukla gençler olduğunu gösteriyor. Taylor-Nelson firmasının 2000 yılında yaptığı araştırmaya göre, kullanıcıların yüzde 44.8'i 12-19 yaş arası, yüzde 31.1'i ise 20-29 yaş arasındadır. Aynı araştırmaya göre, kullanıcıların çoğunluğunu yüzde 62 ile erkekler oluşturmaktadır.[28]

[24] M.Serdar Kuzuluoğlu, "Yeni Köyde Eski Adet Israrı",(Çevrimiçi), www.radikal.com.tr, 12.12.2005.
[25] Turgay Seçen, "Türkiye internet kullanımında 24.", (Çevrimiçi), www.turk.internet.com/haber, 12.08.2005.
[26] "15 milyon Kişi İnternet Kullanıyor", (Çevrimiçi), www.hurriyet.com.tr, 12 Nisan 2006.
[27] "Cerf'e göre İnternet Büyümesi Asya'dan Gelecek", (Çevrimiçi), www.turk.internet.com/haber, 02.02.2006.
[28] Abdulhalikov, *a.g.e.*, ss. 40-41.

Dünyada internetin kullanılma amacıyla ilgili yapılan araştırmalarda sohbet, oyun oynamak, gazete/dergi okumak ve bilgi edinmenin öne çıktığı görülmektedir.[29]

Tablo 1: Yaş ve cinsiyete göre dünyada internet kullanım amaçları (Kaynak: The Internet &IT Network)

Kullanım amacı	Yaş aralığı ve Cinsiyet				
	15-24	25-39	40-54	Kadın	Erkek
Bankacılık	3	16	7	5	7
Alışveriş	6	15	20	13	6
Seyahat	3	6	0	2	4
Sohbet	70	42	27	57	63
Gazete/Dergi Okuma	22	33	20	30	22
Müzik Dinlemek	16	15	7	14	16
İş İlanları	6	10	7	4	8
Ödev Hazırlamak	18	4	7	4	8
Bilgi Edinmek	15	48	33	26	22
Oyun Oynamak	35	18	20	20	35

İnternet kullanım sayılarındaki artışın firmalar üzerindeki etki düzeyi son derece yüksek olacaktır. Bu gelişme pazarlamadan imalata kadar tüm süreçleri değişime uğratacaktır. Ürünler ve hizmetler enformasyon teknolojisinden yararlanarak kullanıcılara büyük fırsatlar yaratabilir.[30] Bu fırsatları kullanmak isteyen sektörlerden biri de medya sektörüdür. Günümüzde internetin en temel işlevlerinden biri olarak haberleşme ve bilgi edinme görülmektedir.[31] Haber alıp-vermeyi profesyonel şekilde yapmak için çalışan medya kuruluşları, internetin haber üretim ve dağıtımı konusunda sağladığı imkanları değerlendirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle televizyon ve radyolarla birlikte gazeteler de kendi internet sitelerini oluşturmaktadır.

[29] Abdulhalikov, *a.g.e.*, s. 42.
[30] Banu Müjde Baskan, "Halkla İlişkiler Ortamı Olarak İnternetin Kullanımı: Üç Büyük Şirket ve Üç Halkla İlişkiler Firması Örneğinde Görsel Kimlik Göstergeleri Açısından Ağ Sitesi İncelemesi", Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004, s.s.9-10.
[31] Yücedoğan, *a.g.e.*, s. 143.

1.2. İnternet Gazeteciliği

İnternet, günlük yaşamda birçok yeni gelişmeye yol açmıştır. Bu gelişmelerin en önemlilerinden biri, internetin bir haber alma aracı olarak kitle iletişim araçlarından birisi şeklinde görülmesidir.[32] 19. yüzyılda telgrafın bulunmasıyla başlayan elektrik-elektronik dönemi, internetin bulunması ve yaygın kullanımı ile devrim niteliğinde bir gelişme kaydetmiştir. Günümüzde teknolojinin bize sunduğu nimetlerle gazeteleri daha az zaman ve para harcayarak internet ortamında yayımlamak, basılı olanları dahil internet ortamında okumak, hangi tür haberlere ilgi duyuyorsak sadece o tür haberleri monitöre getirmek ve kendimize özgü bir gazete oluşturmak mümkün olmuştur.[33]

İnternet gazeteciliği 1993 yılında *Wired Magazine* ile başlamıştır.[34] Türkiye'de internette ilk karşımıza çıkan yayın 1995 yılında *Aktüel dergisi* olmuştur.[35] İnternetten yayın yapmaya başlayan ilk Türk gazetesi 1995 tarihinde *Zaman* gazetesi'dir.[36] Gazetenin tamamını düzenli olarak online veren ilk gazete ise 1996 tarihinde *Milliyet* gazetesi olmuştur.[37]

Diğer taraftan internet kullanımının artmasıyla, Türkiye'de medya sektöründe internet gazeteciliği adı altında yeni bir iş alanı açılmıştır. Özellikle 2001 Şubat krizinin ardından medya sektöründe yaşanan toplu işten çıkartmalar, işsiz kalan gazetecileri internetten yayın yapmaya teşvik etmiştir.[38]

İnternet üzerinden yayın yapan haber siteleri, haber verme işlevini yerine getirdiğinden, genel tanımıyla "basın" kavramı içinde anlatılmak istenen, haber toplama ve haber yayma işlevini sanal ya da elektronik ortamda yerine getiren kurum olarak kendilerine yer bulmaktadır.[39] İnternet gazeteciliği, beraberinde geleneksel gazetecilikle rekabeti gündeme getirmiştir. İnternetin basılı gazetelere olan ihtiyacı ortadan kaldırıp kaldırmayacağıyla ilgili tartışmalar medya mensupları ve akademisyenler tarafından sıkça yapılmaktadır.

[32] Halil İbrahim Gürcan ve Fatih Bayram, "Yerel Haberlerin İnternet Ortamında Görünümleri -Denizli, Eskişehir ve Erzurum Örnekleminde Bir Değerlendirme", *Selçuk İletişim*, 3(4), 2005, s.53-62.
[33] Necla Mora, "Sözden İnternete Gazetecilik", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:15, 2002, s.119.
[34] *a.g.e.*, s.114.
[35] Gönenç, *a.g.e.*, s. 97.
[36] Mora, *a.g.e.*, s. 115.
[37] Gönenç, *a.g.e.*, s. 97.
[38] Mumay, *a.g.e.*, s. 58.
[39] Halil İbrahim Gürcan, "İnternet Haberciliğinde Etik Değerler", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:22, 2005, s.41.

Medyadaki yer sınırlılıklarını ortadan kaldıran internet, geleneksel gazeteciliğin tahtını sallamaya başlamıştır. 2004 yılını günlük ortalama 3 milyon 200 bin tirajla kapayan 41 yıllık ünlü İngiliz Gazetesi *The Sun*, okuyucuları arasında yaptığı bir ankette her gün 90 bin okurun gazete almayı bırakıp internet sitesini kullanmaya başladığını tespit etmiştir. Bunun üzerine gazete, internete aktardığı haber sayısını azaltsa da tirajını artırmayı başaramamıştır.[40] Bilginin özgürlüğü, iletişimin hem bireyselleşmesi hem de kitleselleşmesiyle insanoğlunun klasik kurumlarını ve alışkanlıklarını köklü bir değişime uğratmaktadır. Değişime uğrayan sektörlerden biri de medyadır.[41]

İnternet gazeteciliği genel anlamda üç dönemden geçmiştir. İlk dönemde gazeteciler, haber içeriğini internet için üretmemekteydiler. Kendi geleneksel gazeteleri için ürettikleri haberleri, internet sayfalarına aktarmaktaydılar. İkinci dönemde, internet için özgün haber içerikleri üretilmeye başlanmıştır. Üçüncü dönemde ise tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişim sağlanmıştır.[42] Şu anda var olan geleneksel medya siteleri, bu dönemleri de yansıtan dört gruptan birine karşılık gelmektedir. Bazı siteler ilk dönemde kalırken, bazıları da aşama aşama gelişme kaydetmiş ve internet kullanıcılarının artan taleplerine ayak uydurmak için çalışmıştır. Bu dört grubu şöyle sıralayabiliriz;[43]

Halkla İlişkiler Sitesi: Haber yayını yapılmaz. Programlar, köşeler, genel tarihçe, erişim, kurumla ilgili haberler, ödüller, duyurular, iş ilanları yayınlanır. Web 1993'te ilkin halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim amacıyla kullanılmıştır. Bu döneme broşür yazılımı dönemi denir.

Elektronik Tıpkıbasımlar: HTML'den daha gelişkin ve sayfayı tam olarak yansıtan PDF formatında gazetenin baskı sürümüyle aynısı web üzerinde bir dosya olarak yayınlanır. Bu gerektiğinde yazıcıya gönderilir veya bilgisayardan okunur. Web'in temel felsefesine ters düşer. Özellikle esas gazetenin sadık okurlarına yöneliktir.

[40] M.Serdar Kuzuluoğlu, "Siz hâlâ gazete mi okuyorsunuz?",(Çevrimiçi), www.radikal.com.tr, 09.05.2005.
[41] Mumay, *a.g.e.*, s.58.
[42] Murat Karaduman, "İnternet ve Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss.142-143.
[43] Kutluk Özgüven, "Elektronik Medyada Müşteri İlişkileri ve İçerik Yönetimi", Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002, ss.94-96.

Web Sürümü: Gazetenin bütün haberlerine erişim vardır. Dinamik kısımlar azdır veya hemen hiç yoktur. Reklamlar ve seri ilanlar farklıdır. Web ortamında gazete ürününün kolayca okunmasını sağlamaktadır.

Paralel Web Operasyonları: Gazeteyi bir içerik sağlayıcı gibi kullanmakta ve bunun ötesine gitmektedir. Yoğun bir dinamik bölüm vardır, her dakika haberlerde güncelleme yapılmaktadır. Pratikte yoğun içerik ortaklığı yapmış bir bağımsız internet gazetesi gibidir. Bağımsız habercileri, ayrı bir yazı işleri masası vardır. Kültürel olarak ana gazeteden farklı ve daha esnektir.

1.3. İnternetin Gazeteci ve Okurlara Sunduğu Avantajlar

İnternet, yeni bir alan/mecra olarak ortaya çıkmıştır. Bu yeni mecranın geleneksel mecralardan (radyo, gazete, televizyon) farklılıkları bulunmaktadır. Haberin toplanmasından redaksiyonunun yapılmasına, üretilmesinden dağıtılmasına kadar süreci değiştiren internetin, gazete yönetimlerine ve okurlara sağladığı avantajlar bulunmaktadır. Bunları kısaca şöyle sıralayabiliriz;

1.3.1. İnternetin Gazete Yöneticilerine Sağladığı Avantajlar

1- Maliyetin düşük olması: Medya siteleri, muhabir, fotoğrafçı ve köşe yazarı istihdam etmemektedir. Gazete-radyo-televizyon için oluşturulan ortak haber havuzundan ve abone olunan ajanslardan beslenmekte, bunlar için üretilen haberler, web editörü yönetiminde yaklaşık 10 kişilik bir kadro tarafından havuzdan alınarak web ortamına aktarılmaktadır. Bu nedenle haber üretim maliyetleri düşüktür. Yayın maliyeti; editör ve web tasarımcılarının istihdamı, web yayımlama (hosting) ücretleri, büro giderleri gibi sınırlı sayıda gider kaleminden oluşmaktadır. Diğer bir değişle web yayımcılığında enformasyon yayımı için yapılacak harcama, enformasyonun büyüklüğüne ve o enformasyona erişen kişi sayısına bağlı olmadan sabit bir maliyet üzerinden gerçekleşmektedir.[44]

2- Bilgiye hızlı ulaşma: Haberciler, arşiv ve kütüphanelere gitmeden, belirledikleri anahtar sözcükler yardımıyla istedikleri bilgilere hızlı bir şekilde ulaşabilmektedirler. Bu olanak, zaman ve maliyet açısından tasarruf sağlamıştır.[45]

[44] Mumay, *a.g.e.*, ss. 64-66.
[45] *a.g.e.*, s. 66-67.

3- Coğrafi sınırların aşılması: İnternet coğrafi engel sorununu ortadan kaldırmıştır. Basılı gazetelerin dağıtım, radyo ve televizyonların ise yayınların alınamaması gibi sorunları, internette yaşanmamaktadır. 1999 yılında yapılan bir araştırmada gazetelerin web yayıncılığına geçmedeki nedenlerinin başında yüzde 57 ile dünya çapında bir okur kitlesine kavuşmak gelmektedir.[46] İnternetin kullanılmaya başlamasıyla birlikte, yerel, ulusal ve küresel gibi sıfatlarla anılan medya kuruluşlarının tanımlamalarının yeniden gözden geçirilmesi gereği ortaya çıkmıştır. Acaba internet ortamını kullanan bir yerel radyo ve yerel gazete, artık teorik olarak bütün coğrafi sınırları yok sayan bir erişirliğe sahip oluyorsa, onları hâlâ "yerel" saymaya devam edebilir miyiz? Buna ancak, yeni teknolojilerin zaman ve yer'e ilişkin algı ve deneyimlerimizi, dolayısıyla "küresel" gibi, "yerel" tanımımızı da değiştirdiğini, yerelliğin artık belirli coğrafi sınır ile tanımlanabilir olmaktan çıktığını, yani özetle internet üzerinden "küresel" erişilebilirliğe sahip hale gelen bir yerel radyonun, örneğin Radyo Metropol'ün (Mersin) hâlâ daha, içeriğine bağlı olarak "yerel" nitelik taşıdığını söyleyerek cevap verebiliriz.[47] Günümüzde yerellik ile uluslar-ötesilik arasındaki sınır, artık çok ciddi bir sorgulanma sürecine girmiş durumdadır. Bunun nedenlerinden birisi de internetin yerel medyaya globalleşmek için, global medyaya da yerelleşebilmek için sunmuş olduğu imkanlardır.[48]

4- Bilgilerin kolay güncellenmesi: Web sitesinde yer alan bilgiler, hiçbir ek maddi harcama yapmadan, her an, kolaylıkla değiştirilebilir. Bu nedenle gündemdeki gelişmeler anında okura duyurulabilir. İnternet habere "TV kadar hızlı, gazete kadar derin" tanımını getirmiştir. İnternet gazetelere göre olayları her yönüyle verebilme, televizyonlara göre ise daha hızlı aktarma özelliğine sahiptir.

Ancak, özellikle sürekli güncelleme yapan web sitelerinde editörler; çoğunlukla haber ajanslarından hazır olarak alınan haberi işleme, yeniden yazma, haberin önemli unsurlarını öne çıkarma gibi editörlük işlemlerini tam olarak yerine getiremeden, bilgileri geldiği şekliyle yayına verebilmektedirler.[49] Özellikle son dakika haberlerini anında verebilmek için geliştirilen programlar sayesinde, ajanstan gelen haberi herhangi bir editasyon yapmadan doğrudan yayıma veren bir otomasyon geliştirmişlerdir. Bu uygulama

[46] Özgüven, *a.g.e.*, s. 81.
[47] Alankuş, *a.g.e.*, s. 41.
[48] Atabek, *a.g.e.*, ss. 75-76.
[49] Mumay, *a.g.e.*, s. 65.

eleştirilere neden olmaktadır. Bu programlar, haber seçimi ve yayımında insan unsurunu ortadan kaldırmaktadır. Bu aşamada geleneksel gazetecilik anlayışındaki eşik bekçiliği fonksiyonu ortadan kalkmaktadır.[50]

5- Etkileşimli iletişim sağlanması: İnternet, geleneksel iletişim araçlarındaki tek yönlü iletişimin yerine etkileşimli (interaktif) iletişimi ve çoktan çoğa modelini (many-to-many) gündeme getirmiştir. Haber siteleri okurun tepkisini anlık olarak alabilmektedir. Bu genellikle, e-posta, sayfaya konulan anket soruları veya forum sayfaları yoluyla olmaktadır. Ayrıca gazete yöneticileri hangi sayfaların ve yazıların ne kadar tıklandığını anında görme imkanına sahiptir. Hedef kitlenin hangi yayınları takip etmek istediğini ortaya koyan bu bilgiler, basılı gazete ve internet gazetesinin yayın politikasının belirlenmesinde de kullanılabilmektedir.[51]

6- Yer sınırının olmaması: Online haberlerde, konuyla ilgili detayların ve başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilir. Böylece haberler doğrusal (linear) ve dikey sunum yerine, web'in hipertext özelliği ile yatay bir dağılım sergilemekte ve geniş bir platformda okura sunulabilmektedir.[52]

7- Sansürsüz yayın yapılabilmesi: Basılı gazetelerin belirli nüshalarının, merkezi otoriteye sunulması gerekirken; online haberlerde (şu anda internet yayıncılığı yasası olmamasından dolayı) bu gerekli değildir. Teknik olarak da, internet yayınlarını sansürlemek çok güç olduğu için, mesajlar okurlara diğer kitle iletişim araçlarına göre daha rahat ulaştırılabilmektedir.

8- Reklam alma ve e-ticaret ile ek gelir sağlama: Gazete yöneticileri yeni bir mecra olan interneti reklam verene açarak ek gelir elde edebilmektedirler. Ayrıca internet e-ticaret imkanlarından yararlanmaya, çeşitli ürünlerin tanıtım ve satışına imkan vermektedir.

1.3.2. İnternetin Okuyucuya Sağladığı Avantajlar

1- Gelişmeleri hızlı öğrenmek: İnternette haberler anlık olarak sunulabildiği için kullanıcılar, gün içinde gelişen olayları daha detaylı ve hızlı bir şekilde öğrenme imkanına sahip olmaktadır.

[50] Mumay, *a.g.e.*,.ss. 73-74.
[51] *a.g.e.*, s. 67.
[52] *a.g.e.*, s. 67-68.

2- Gazete, radyo ve televizyon yayınlarına aynı ortamda ulaşabilmek: İnternetin sunduğu yazı, fotoğraf, grafik, ses, animasyon ve görüntü unsurlarının aynı sayfada verilebilmesi olanağı, günümüzde yavaş yavaş haberlerin yazı yanında video ve sesli görüntüleriyle desteklenerek online sunumuna başlamasına imkan vermektedir. Bu da internet kullanıcısının, gazete okuru olmanın yanında, radyo ve TV izleyicisi de olmayı aynı ortam içinde gerçekleştirmesine olanak tanımaktadır.

3- Sansürsüz bilgilere ulaşmak: Sansür edilmesi en zor iletişim aracı olan internet, okurun sansüre uğramamış habere erişimine imkan verebilmektedir. Atabek, internetin, alternatif içeriği sunmaya karşı çıkan egemen grupların ya da egemen medyanın sansür etme eğilimine karşı, en dirençli medya türü olduğunu ifade etmektedir.[53] İnternet yayınlarını engellemek için bazı devletler, politikalarına aykırı yayın yapan online sitelere, internet servis sağlayıcıları ve telefon idareleri kanalıyla erişim sınırlaması getirmektedir. Ancak, bu çabalar internetten yayın yapmanın inceliklerini bilen kullanıcıları engellemekte yeterli olmamaktadır.

Bu durum yasa dışı yayınların nasıl engelleneceği sorusunu da beraberinde getirmektedir. Zaman zaman interneti polislendirmek çabaları gündeme gelmektedir. Oysa sanal bir alemde, adı olmayan ve her şeyden önce tutuklayacak bir bedenin bulunmadığı bir yerde polisin yapabileceği pek fazla bir şey bulunmamaktadır. Orada tutuklayacak kimse olmadığı gibi kapatılacak bir mekan, toplatılacak bir yayın da yoktur.[54]

İnternetteki yasa dışı yayınların engellenmesi, bu yayınları yapan kişilere gerçek hayatta ulaşılabilmesiyle mümkün olabilmektedir. Bu nedenle emniyet teşkilatlarında internet üzerinden işlenen suçları takip eden birimler kurulmaktadır. Bu örneklerden biri de 2006 yılı başında kurulan İstanbul Emniyet Müdürlüğü Asayiş Şube'ye bağlı İnternet ve Bilişim Suçları Birimi'dir. Türk Ceza Kanunu'nda yer alan tehdit, şantaj, hırsızlık, özel verilerin çalınması, dolandırıcılık gibi suçlar eğer bilgisayar aracılığıyla, internet üzerinden işleniyorsa konu bu birimin alanına girmektedir. Kadrosu; yedi erkek, bir kadından oluşmaktadır. Ekipte bilgisayar başında çalışanların hepsi bilgisayar programcılığını bilmektedir. Ekip üyeleri, suçluya ulaşmak için başka kimliklerle internete girmekte, suç unsuru bulunan yazı ve görüntüleri takip etmekte,

[53] Atabek, *a.g.e.*, s. 65.
[54] Tanyol, *a.g.e.*, s. 206-207.

bu bilgileri yayınlayan kişilerle sohbet edip gerekli bilgileri almakta, hakim kararıyla gerçekleştirilen baskınlarla suçluyu yakalamaktadırlar. Suçluların bilgisayarları ele geçirildiğinde, 10 defa format atılmış olsa bile delillerin bulunması engellenememektedir. Birim, özellikle çocuk pornosu konusunda Alman, İngiliz ve Amerikan polisiyle ortak operasyonlar yapmaktadır. İnternet ve Bilişim Suçları biriminin 29 yaşındaki amiri Dinçer Ay, İnternet ortamını 'Vahşi Batı'ya, kendilerini de 'Vahşi Batı'nın şerifleri'ne benzetmektedir.[55]

Bunların dışında hacker'ların saldırısıyla çökertilen siteler de bulunmaktadır.

4- Haberleri farklı kaynaklardan öğrenebilmek: İnternet kullanıcıları, haberleri farklı haber sitelerinden takip edebilmektedir. Oysa basılı gazete okuru, genellikle para karşılığında satın aldığı gazetelerle yetinmek ve orada sunulan haberleri okumakla sınırlıdır. Ayrıca medyada tekelleşme yadsınamaz bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyaya yatırım yapmak büyük maliyetler gerektirdiğinden, büyük sermaye sahipleri haber dolaşımının kontrolünü elinde tutmaktadırlar. Oysa internet sayesinde artık toplumun tüm kesimleri sesini dünyaya duyurma şansını elde etmektedir. İnternete giren kullanıcılar büyük medya organlarının sitelerini ziyaret edebildiği gibi bağımsız siteleri de kolayca ziyaret edebilmektedir.

Ancak bu durum, internette yalan, söylenti ve dedikodunun artmasını, kontrol dışı olan bu mecrada güvenilirlik sorununu beraberinde getirmektedir. Uzmanlar, internet kullanıcılarına; künyesiz, habercilik ve yayıncılık deneyimine sahip olmayan kişilerce hazırlanmış, sıkça imla yanlışları yapılan, haberlerde kaynak belirtilmeyen, güncellemenin sıkça yapılmadığı, reklamların yazılardan fazla olduğu sitelere güvenmemesini tavsiye etmektedir.[56]

İnternet gazeteciliğinin alternatif medya olarak tanımlanması kısmen doğru olmakla birlikte, bazı çekinceler de barındırmaktadır. Geleneksel gazeteciliğe alternatif olabilmek için, alternatif bir üretimin varlığı zorunludur. İnternette dolaşımda olan haberlerin çoğunluğu, ulusal veya uluslar arası büyük haber ajansları ile büyük medya şirketlerinden yayılmaktadır. Bu da tek seslilik tehlikesini beraberinde getirmektedir.

[55] Aslı Çakır, "İnternet Polisi Takipte", (Çevrimiçi), www.milliyet.com.tr, 02.04.2006.
[56] Mumay, *a.g.e.*, s. 81-82.

İnternetin bugün nasıl kullanıldığına bakıldığında hayal kırıklığıyla karşılaşıldığını söyleyen Atabek, "Medyada olumlu olumsuz ne varsa, yani yaygın medyadan şikayetçi olduğunuz ne varsa şu anda dünya üzerinde, onların hepsi hemen hemen aynı anda internette de var. Dolayısıyla internetin kendi başına bir alternatif medya olarak tanımlanması onun "iyi" bir şey olması bakımından yeterli değil. Önemli olan interneti nasıl/hangi amaçla kullandığınız" demektedir.[57]

5- Ayrıntılı bilgilere ulaşabilmek: İnternet gazeteleri, klasik haber tanımına uymayan, bugüne kadar gazetelerde ayrıntılı yer bulamamış olan hava tahminleri, yol, deniz durumlarını anlatan raporlar, tren, uçak, metro tarifeleri gibi pek çok ayrıntılı bilgiye okurun kolay erişimini sağlamaktadır.

6- Kişiselleştirme: Gazete, radyo ve televizyonlarda, hedef kitle verilen mesajların tümünü tercih şansı olmaksızın alırken; internet, ilgi alanına göre tercih yapma şansını beraberinde getirmektedir. Abone sistemiyle hizmet sunan online haber sitelerinde kullanıcı ilgilendiği alan ve kategorileri belirterek, hangi konularda bilgilendirilmek istediğini ifade etmekte, böylelikle bir bakıma kendi gazetesini kendisi yapılandırmış olmaktadır. Ayrıca, kullanıcı "ürün"ün periyodu konusunda da belirleyici olabilmektedir. Yani, güncelleme onun belirlediği sürelere göre yapılabilmektedir.[58]

Amerika'da Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde (MIT) 1985'te kurulan Medya Laboratuvarı'nın yöneticisi Nicholas Negroponte'ye göre, Medya giderek dijital verilerin aktığı bir nehre dönüşecektir. Böylece, dileyen, dilediği zaman, dilediği yerden dilediği haberlere ulaşma olanağına kavuşacaktır.[59] Yeni ortaya çıkan teknolojilerin sunduğu en çarpıcı güçlerden biri, işte bu "süzgeçleme" gücüdür. Birçok insan giderek artan bir şekilde, kendisine iletilecek konu ve görüşleri kendi seçimleri doğrultusunda kısıtlayan bir "kişileştirme" sürecine girmektedir. Şimdiye kadar görülmemiş kesinlikte bir güçle, bazı şeylerin süzgeçten geçip kendilerine ulaşmasına izin verirken, bazılarını dışarıda bırakmaktadırlar. Bu güç sayesinde sadece istediğiniz TV programlarını izleme tercihinde bulunabilir, yayın akışını kendinizin hazırladığı radyoyu dinleyebilir, gazetelerin sadece ilginizi çeken bölümleriyle ilgili haberlerini oku-

[57] Atabek, *a.g.e.,* s. 71.
[58] Nihat Halıcı, "Online Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.s.158-159.
[59] Hakan Kara, "Bilgisayar/ İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.114.

yabilirsiniz. Ancak demokrasinin perspektifinden bakıldığında, süzgeçlemenin hem iyi hem de kötü bir nimet olduğunu ifade eden yazarlar bulunmaktadır. Bu kişilerden biri olan Sunstein, süzgeçlemenin neden kötü olduğunu iki nedenle açıklamaktadır: Birincisi insanların bilmek, duymak istemediği, belki de canlarını çok sıkacak konuları ve bakış açılarını içeren beklenmedik karşılaşmalar, demokrasi hatta özgürlük bakımından vazgeçilmezdir. Ayrıca, önemli politik ve ilkesel meselelerin ve bunlara ilişkin bir takım görüşlerin insanlara duyurulması gerekmektedir. İkincisi, vatandaşların bir ortak yaşantılar kümesine sahip olması gerekir. Ortak yaşantılar olmazsa, toplumsal sorunların dile getirilmesinde ve bireylerin birbirini anlamasında zorluklar yaşanacaktır.[60]

Benzer düşünceleri dile getiren Saphiro da bu durumun "toplumsal parçalanmayı" ve "ulus devletin çöküşünü" getireceğini ifade etmektedir. Hem interneti kullananlar arasında hem de interneti kullananlarla kullanamayanlar arasında daha az ortak bilgi kaynağı ve yaşantı olması sonucunda, vatandaşların birbirlerine karşı daha az bağlılık ve sorumluluk hissedeceğini dile getirmektedir.[61] Başka bir değişle, teknolojik olarak olanaklı kılınan yeni bireysel kontrol, yeni kitle iletişim araçları dünyamızın hem en umut vadeden hem de en aldatıcı özelliği, bilgisayara dayalı kablolu yaşamın hem en demokratik hem de en antidemokratik yönü olabilir. Peki bu paradokstan alınması gereken ders nedir? İnternet hiç de "kendiliğinden" demokratikleştirici değildir. Aksine, bu teknolojinin toplumsal ve politik etkisi tamamen onu nasıl kullandığımıza bağlıdır.[62]

7- Habere ücretsiz ulaşabilmek: Online gazetelerin büyük çoğunluğuna okur ücretsiz olarak ulaşabilmektedir. Ancak "Ücretsiz yayınlardan yararlanmak okurun ne kadar lehinedir?" sorusuna cevap verilmesi gerekmektedir. Çünkü okurlarından ücret almayan web sitelerinin otomatikman tek gelir kaynağı reklamlar olmaktadır.

Gelirlerinin büyük bölümü reklamdan geliyorsa, kuşkusuz bir ticari ortam içinde reklam veren kurum, ana müşteridir. Dolayısıyla memnun edilecek müşteri, içeriği beğenen okuyucu değil, artık okur kitlesini ve içeriği beğenen reklam

[60] Cass R Sunstein, "Günlük Gazetemiz-İnternet Demokrasi İçin Gerçekten Bir Nimet mi?", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.s.176-184.
[61] Andrew L. Saphiro, "İnternet Demokratik mi? Hem Evet Hem Hayır", *Cogito,* Sayı:30, 2002, s.s.190-193.
[62] *a.g.e.,* s. 192.

verici firmadır.[63] İnternet gazeteleri, tek gelir kaynakları reklamlar olduğu sürece müşterilerini yani reklamvereni memnun edecek advertoriallar ve sınırlanmış haberlerle yayın yapmak zorunda kalacaklardır. Bunu engellemenin tek yolu, müşteriyi tekrar okur olarak tanımlamaktır. Sorun bu ücretin, bunca ücretsiz yayın yapan site varken nasıl toplanacağıdır.[64]

8- Bilgiye 24 saat ulaşabilmek: Online gazeteye 24 saat erişim imkanı vardır. Oysa basılı gazeteyi belirli saatler dışında bulabilme imkanı yoktur. Bilgiye ulaşmak internetle daha kolay hale gelmiştir. Ancak burada göz ardı edilmemesi gereken nokta, herkesin her zaman internete ulaşabilmesinin bugün gelinen noktada mümkün olmadığıdır. İnternet erişimi için belli bir donanım ve bilgi gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde düşen maliyetler bunun bir engel olma özelliğini kaldırmıştır, ne var ki küresel zenginlerin on katı olan küresel yoksulluk içindeki ülkelerde internet ancak küçük bir azınlığın elindedir.[65] Düşük gelirli ülkelerde her bin kişiye otuz beş telefon hattı ve beş bilgisayar düşmektedir. ABD'deki oranlar ise her bin kişiden altı yüz ellisine telefon hattı ve beş yüz kırk kişiye bilgisayardır. Her iki Amerikalıdan biri internete bağlı iken Afrika'da her iki yüz elli kişiden biri internete bağlıdır. Bangladeş'te bilgisayarın fiyatı, ortalama maaşlı birinin sekiz yıllık maaşına eşittir.[66] Diğer taraftan, tek problemin internete ulaşmak olmadığını da bilmekteyiz. Kimin interaktif iletişimi gerçekleştirdiği, kimin bu interaktif iletişimin alıcısı olduğu, bilgi toplumunda egemenlik düzeninin ve özgürlük süreçlerinin sınırlarını çizmektedir büyük ölçüde.[67]

9- Gazete arşivine kolay ulaşabilme: Online gazetelerde araştırma yapabilme olanağı daha kolaydır. Günün her anında güncellenebilen sitelerde, yayından kaldırılan haber, analiz ve yorumlara arşivden ulaşma önemli bir avantajdır. İnternet sınırsız depolama olanağı sunar. Eski haberler ve yazılar arşivde yerini alır. Anahtar kelimeler kullanılarak arşivden bu haberler çağrılır. İyi bir arşiv sistemi kullanıcıya haberleri tarihine, konusuna ve kaynağına göre sıralama olanakları veren bir arama motoru sunar. Arşiv ve arama motoru, online gazetecilikte etkileşimin önemli araçlarından biridir.[68]

[63] Özgüven, *a.g.e.*, s.117.
[64] *a.g.e.*, s. 118-119.
[65] Tanyol, *a.g.e.*, s.207.
[66] Ertürk, *a.g.e.*, s.200.
[67] Manuel Castells, "Gerçek Sanallık Kültürü", *Cogito*, Sayı:30, 2002, s.214.
[68] Halıcı, *a.g.e.*, s. 154-155.

10- Kullanıcının sadece izleyici, dinleyici veya okuyucu değil aynı zamanda katılımcı olabilmesi: İnternet, çok daha geniş bir katılım alanı sunmaktadır. Toplum televizyonda sadece izleyici, gazetede sadece okuyucu olmakla yetinirken, internette katılımcı bir kimliğe sahip olmaktadır. Okuduğu bir haberle ilgili düşünce ve eleştirilerini, hızlı ve kolay bir şekilde ilgili kişilere iletebilmektedir. İnternetin tercih edilme nedenlerinden biri, kullanıcıların medya şirketlerinin "tek-ten-çoka" totalitarizmini dengelemek için internetin demokratikleştirici potansiyelinden, demokratik ağ iletişiminin "çoktan-çoka" doğasından yararlanmalarıdır.[69] Online gazete kullanıcısına geri bildirim (feed-back) olanakları veren etkileşim yolları şunlardır:[70]

• E-posta: Kullanıcı yazara, online yayıncılığı yürütenlere e-posta aracılığıyla ulaşır; dilek, görüş ve önerilerini aktarır.

• Veri bankaları ve arşivde arama yapma: Daha önce yayınlanan yazılı ve görsel belgeler arasında kelime temelinde çeşitli süzgeçler kullanarak arama yapar.

• Formlar yanıtlama, değerlendirme: "Bu haberi değerlendirin" tarzı minik anketlerle kullanıcıdan görüş almak.

• Çeşitli oyun ve yazılanların indirilmesi.

• Haber grupları.

• Canlı sohbetler: Kullanıcı başka kullanıcılarla ya da site yöneticileriyle yazıyla eşzamanlı sohbet halindedir.

• E-posta listeleri: Görüş alışverişinde bulunmak amacıyla kurulan e-posta listeleridir.

• Forum: Genel ya da özel bir başlık altında açılan tartışma alanlarıdır. Kullanıcılar yazılarıyla tartışmaya katılır. Forum yöneticisi onaylarsa yazı forum sayfalarında yer alır.

• Konuk defteri: Kullanıcılar dilek, görüş ve önerilerini mesaj panosunu andıran yazılıma aktarır.

2. İnternet ve Yerel Medya

İnternet yerel medyanın her şeyden önce tanımını değiştirmiştir. Yerel medyanın yeniden tanımlanması zorunlu hale getirmiştir. Eskiden yapılan

[69] Mick Underwood, "Kamusal Alan Olarak İnternet", *Cogito*, Sayı:30, 2002, s.136.
[70] Halıcı, *a.g.e.*, s. 155-156.

(ve halen kullanılan) tanımlamalarda en önemli(bazen de tek) belirleyici, medya kuruluşlarının sesini duyurabildiği alanın büyüklüğüdür. Kısaca bir örnekle açıklamak gerekirse, bir gazetenin yerel olup olmadığını anlamak için ilk göz önünde bulundurulan kriter, onun "sadece belli bir ilde" satılıyor ve okunuyor olmasıdır. Oysa internetle birlikte yerel gazeteler ülke çapında hatta tüm dünyada okunabilir hale gelmiştir. Bununla birlikte artık "ulaşılabilen sınırlara" bağlı kalarak tanımlama yapmak imkanı ortadan kalkmıştır. Bu durum, içeriği öne çıkarmıştır. Artık bir gazete yer verdiği konular kadar "yerel"dir.

İnternetin genel olarak medya kuruluşlarına ve okurlara sağladığı avantajları yukarıdaki bölümlerde belirtmiştik. Üretim, dağıtım, tanıtım ve halkla ilişkiler gibi temel aşamalarda internetin sağlayacağı gider tasarrufu, yaygın medya organlarından daha fazla, -genellikle sınırlı maddi imkanlarla çalışan- yerel medya kuruluşlarını rahatlatacaktır. İnternet, yerel medya kuruluşlarıyla yaygın medya kuruluşlarının rekabet koşullarını ilk kez birbirine bu kadar yaklaştırmıştır.

Bunların yanı sıra, internetin yerel medya kurumlarına sağladığı başka olanaklar da bulunmaktadır. Yerel gazetenin internet üzerinden yayın yapmasından, en çok yararlanan gruplardan biri coğrafi engelleri ortadan kaldırdığı için şehir dışındaki hemşehriler olmaktadır. Doğup büyüdükleri ya da hiç görmeseler de anne-babalarından dinledikleri şehirdeki, güncel olayları, sıcak tartışmaları, yöresel özellikleri, internette yayınlanan yerel gazeteler sayesinde hızlı, kolay ve ekonomik şekilde öğrenebilmektedirler. Ülke dışındaki kişilerin internet üzerinden ülkelerindeki gelişmeleri takip etmesi gibi, onlar da şehirlerindeki haberlere kolayca ulaşabilmektedir. Bu durum, şehirde yaşayanların da yerel gazetelerin internette yayınlanması sayesinde seslerini şehir sınırları dışına duyurabilmeleri anlamına gelmektedir. Bilgilerin ortak paylaşılması, hemşehriler arasında ortak bir kültürün oluşmasına ve sürdürülmesine katkı sağlamaktadır. Ortak kültürün oluşması ve sürdürülmesinde yerel medya kuruluşlarının fonksiyonu, internetle birlikte daha da artacaktır.

Söz konusu durum sadece o şehirde yaşayanlar veya göç edenler için değil, bu şehirle ilgili bilgi sahibi olmak isteyenlere de kolaylık getirmektedir. Örneğin yatırım yapmak isteyen bir işadamı ya da siyasi amaçları olan kişi ve kuruluşların şehir yaşantısı, insanları, meydana gelen olaylar, örf ve adetlerle ilgili hızlı, kolay ve ekonomik şekilde bilgi edinmesi bu sayede mümkün olabilmektedir.

İnternet ayrıca, insanların seferber edilmesini eskisine oranla daha hızlı, ekonomik ve kolay hale getirmiştir. Bimber, iletişim ve enformasyonun, tabanın seferber edilmesi ve örgütlenmesi konusunda siyasi girişimciler, eylemciler ve diğerlerinin karşılaştığı engelleri azaltacağını ve siyasetin akışını hızlandıracağını öngörmektedir.[71] Örnek olarak internette organize edilen 18 Haziran 1999 ve 30 Kasım 1999'daki küresel kapitalizm karşıtı gösteriler verilebilir. Bunlar belki de insanlık tarihinin gördüğü en geniş, örgütlü protesto hareketleridir.[72] Diğer bir örnek de 1994'te, evde eğitime büyük engeller yaratacak Amerikan Kongresi'ndeki bir yasa tasarısına karşı yapılan kampanyadır. Evde eğitim savunucuları interneti kullanarak bununla ilgilenen insanları saptayıp ve elektronik postayı başarılı bir biçimde kullanarak onları tasarıya olan muhalefetlerini Kongre'ye iletmeye ikna etmişlerdir. Sonuçta tasarıyı geri çektirmeyi başarmışlardır.[73] Bu örneklerin de gösterdiği gibi internet, global dayanışmaya en uygun medya türüdür. Diğer medya türlerine bakarsanız, örneğin bir yerel radyo, yerel bir takım şeyleri aktive edebilmektedir. Ancak örneğin Trabzon'da yayın yapan bir radyo, bütün Karadeniz Bölgesi'ni harekete geçirip Karadeniz'in kirliliği ile ilgili olarak çok büyük bir miting düzenleyememektedir, ama internette bu olanaklıdır. İnternet aracılığıyla çok önemli bir muhalif hareketi hem sanal olarak, hem de sokakta örgütlemek mümkündür. Belki de internetin en önemli alternatif yanı burada yatmaktadır.[74]

İnternet medya kuruluşlarının birbirleriyle dayanışması ve ortak sorunlara ortak çözümler üretebilmelerine de olanak sağlayan bir teknolojidir. Örneğin internet sayesinde maddi imkanları kısıtlı olan yerel medya kuruluşları ortak haber havuzu oluşturabilir. Bunun bir örneği "www.bianet.org" tarafından gerçekleştirilmektedir. BİA, yerel medya kurumlarının kendi yerellerinde gerçekleşen, ancak sonuçları itibariyle sadece yöreyi ilgilendirmeyebilecek haberleri internet ortamını kullanan ortak havuzda bir araya getirerek, isteyen bütün medya kuruluşlarının kullanımına sokmaktadır. Böylelikle yerel medyayı haber ajanslarına ve yaygın medyanın "haber formatına" bağımlı olmaktan kurtarmaktadır.[75]

[71] Bimber, *a.g.e.,* s. 169.
[72] Tanyol, *a.g.e.,* s. 207-208.
[73] Bimber, *a.g.e.,* s.170-171.
[74] Atabek, *a.g.e.,* s. 79-80.
[75] Alankuş, *a.g.e.,* s. 14-15.

3. Araştırma

3.1. Sorun ve Amaç

Bu araştırmada Türkiye'de en fazla tiraja sahip ilk 10 yerel gazetenin internet sitelerinin hangi özelliklere sahip olduğu sorunu oluşturmaktadır. Amaç, yerel gazetelerin internet sitelerinin özelliklerinin ortaya konularak eksikliklerinin ortaya çıkartılmasıdır.

3.2. Örneklem

Örneklem olarak en fazla tiraja sahip ilk 10 yerel gazetenin web siteleri seçilmiştir. İlk 10 gazetenin isimleri Basın İlan Kurumu tarafından ilan edilen Kasım 2005 tarihli, gazete tirajlarını gösteren listeden alınmıştır. Örnekleme dahil edilen gazetelerin adı, merkezi ve web adresleri şöyledir:

1) **Gazetenin adı:** Olay Gazetesi (Bursa)
   Web adresi: www.olaygazetesi.com.tr
2) **Gazetenin adı:** Belde Gazetesi (Ankara)
   Web adresi: www.beldegazetesi.com
3) **Gazetenin adı:** Anayurt Gazetesi (Ankara)
   Web adresi: www.anayurtgazetesi.com
4) **Gazetenin adı:** Bursa Hakimiyet Gazetesi (Bursa)
   Web adresi: www.bursahakimiyet.com.tr
5) **Gazetenin adı:** İl Gazetesi (Ankara)
   Web adresi: www.ilgazetesi.com
6) **Gazetenin adı:** Son Söz Gazetesi (Ankara)
   Web adresi: Yok
7) **Gazetenin adı:** Haber Ekspres Gazetesi (İzmir)
   Web adresi: www.habereksprres.com.tr
8) **Gazetenin adı:** Ege Telgraf Gazetesi (İzmir)
   Web adresi: yok
9) **Gazetenin adı:** Hakimiyet Gazetesi (Konya)
   Web adresi: www.hakimiyet.com
10) **Gazetenin adı:** Tasvir Gazetesi (Ankara)
    Web adresi: www.tasvir-gazetesi.com

Örneklemde yer alan *Son Söz* ve *Ege Telgraf* adlı iki gazetenin web siteleri bulunmamaktadır.

3.3. Yöntem

Gazetelerin web siteleri içerik olarak karşılaştırılmıştır. Ele alınan web sitelerinin; 1) İnternette yer alma, 2) Kullanım kolaylığı, 3) Güvenilirlik, 4) İçerik, 5) Güncellik, 6) Etkileşim, 7) Kişiselleştirme, 8) Kurumun haber verme dışındaki işleyişiyle ilgili konular, kriterleri bakımından gösterdiği özellikler tespit edilmiştir. Söz konusu değerlendirme kriterleri oluşturulurken, Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan ve Arş.Gör. Fatih Bayram tarafından hazırlanan "Yerel Haberlerin İnternet Ortamında Görünümleri -Denizli, Eskişehir ve Erzurum Örnekleminde Bir Değerlendirme-" başlıklı makaleden yararlanılmıştır. Ancak tüm kriterler aynen alınmamıştır. Bazı kriterler aynen alınmış, bazı kriterler alınmamış, bazı kriterler ise yapılan araştırmanın amacı doğrultusunda değiştirilerek kullanılmıştır. İhtiyaç duyulan tüm bilgileri alabilmek için bazı yeni kriterler de eklenmiştir.

Çalışma, varolan bir durumu ortaya koymaya yönelik olarak, niceliksel betimleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın uygulanmasında içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Yerel gazetelerin web siteleri 24 Nisan 2006 tarihinde incelenmiş, web sitelerinin ana sayfaları değerlendirme kapsamında ele alınmıştır. Ele alınan haber sitelerinin içeriklerinin araştırılmasını sağlayan değerlendirme kriterleri formu, araştırmanın uygulama bölümünü oluşturmaktadır. Oluşturulan bu form sayısal değerlendirmeye tabi tutularak, Tablo-2 oluşturulmuştur. Tabloya, 24 Ocak 2006 tarihinde aynı yöntem ve kriterler kullanılarak, en fazla tiraja sahip ilk 10 ulusal gazetenin incelenmesiyle gerçekleştirilen "Ulusal Gazetelerin İnternet Ortamındaki Görünümleri" araştırmasının sonuçları da konulmuş, bu sayede kıyaslama imkanı sağlanmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünü yerel gazetelerin genel yayın yönetmenleri veya web sorumlularıyla yapılan röportajlar oluşturmaktadır. Röportaj çalışmasının amacı, yerel gazetelerin ne kadar süredir internette yer aldığı, hangi teknik şartlar altında yayın yaptığı, interneti hangi amaçlarla kullandığı, okur kitlelerinde ve karar alma mekanizmalarında hangi değişikliklerin meydana geldiği, internetin hangi olanaklarından yararlanabildikleri, internette yer alacak haberlerin kim tarafından kontrol edildiği v.b. bilgileri, gazetelerin en yetkili kişilerinden alabilmektir. Söz konusu gazetelerin tamamı İstanbul dışında olduğu için, röportajlar yüz-yüze gerçekleştirilememiştir. Bunun yerine hazırlanan 20 adet soru yazılı olarak elektronik posta yoluyla ilgili kişilere gönderilmiştir. Cevaplar elektronik posta, faks veya telefonda görüşme yöntemleriyle alınmıştır. Cevaplar öncelikle değerlendirme formuna aktarılmış, ardından sayısal değerlendirmeye tabi tutularak, sorulara en fazla hangi cevapların verildiği tespit edilmiş ve Tablo-11 oluşturulmuştur.

3.4. Sınırlılıklar

Örneklem "en fazla tiraja sahip ilk 10 yerel gazete" olarak sınırlandırılmıştır. Bunun nedeni, internet gibi teknik bir yatırım gerektiren konuda, farklı ekonomik koşullara sahip gazeteleri kıyaslamanın sağlıklı sonuç vermeyeceği düşüncesidir. Düşüncemize göre, kıyaslama ancak birbirine yakın ekonomik koşullara sahip gazeteler arasında yapılabilir. Araştırmada, tirajı en yüksek olan ve bunun sonucu (veya nedenlerinden biri) olarak da ekonomik olarak en iyi durumda bulunan yerel gazetelerin yaptıkları internet yayınları değerlendirilmiştir. Web sitelerinin incelenme sınırı da "anasayfa"lar olarak belirlenmiştir.

3.5. Bulgular ve Yorum

3.5.1. İnternet Sitesi İnceleme Sonuçları

Tablo 2: En fazla tirajı olan 10 yerel ve 10 yaygın basın kuruluşunun internette yer alma oranları

İnternette Yer Alma

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	İnternette yer almayı tercih eden gazeteler	8	%80	8	%80

Tablo 3: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'kullanım kolaylığı' açısından değerlendirilmesi.

Kullanım Kolaylığı

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Tüm linkler çalışan web siteleri	8	%100	7	%87.5
2	Ücretli şifre alma zorunluluğu getirmeyen web siteleri	8	%100	8	%100
3	Bazı bölümlere girmek için ücretsiz şifre zorunluluğu getiren web siteleri	4	%50	2	%25
4	Basılı gazetenin ilk sayfasına yer veren web siteleri	7	%87.5	6	%75
5	Basılı gazetenin tüm sayfalarına yer veren web siteleri	3	%37.5	3	%37.5
6	Basılı gazetenin görüntüsü ekrandan okunabilen web siteleri	4	%50	4	%50
7	İngilizce dil seçim olanağı bulunan web siteleri	2	%25	0	%0

Tablo 4: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'güvenilirlik' açısından değerlendirilmesi.

Güvenilirlik

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Künyeye yer veren web siteleri	5	%62.5	6	%75
2	Medya kuruluşunu tanıtan bilgilere yer veren web siteleri	2	%25	0	%0
3	Haber kaynaklarını belirten web siteleri	8	%100	2	%25
4	Sitenin içeriğinden sorumlu kişinin belli olduğu web siteleri	0	%0	3	%37.5

Tablo 5: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'içerik' açısından değerlendirilmesi.

İçerik

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Basılı gazetedeki yazıların tümünü yayınlayan web siteleri	8	%100	8	%100
2	Basılı gazetede bulunmayan özel dosya, bölüm veya sayfalara yer veren web siteleri	8	%100	8	%100
3	Ekonomi dünyasıyla ilgili bilgilere yer veren web siteleri	6	%75	5	%62.5
4	Hava durumu ile ilgili bilgilere yer veren web siteleri	3	%37.5	6	%75
5	Resmî bilgilere (TC Kimlik no, önemli telefonlar…v.b.) yer veren web siteleri	1	%12.5	5	%62.5
6	Dini ögelere yer veren web siteleri	1	%12.5	2	%25
7	Şans Oyunları sonuçlarına yer veren web siteleri	4	%50	5	%62.5
8	Mizah ögelerine yer veren web siteleri	2	%25	0	%0
9	Okura oyun imkanı tanıyan web siteleri	3	%37.5	0	%0

Tablo 6: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'güncellik' açısından değerlendirilmesi.

Güncellik

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Gündeme göre gün içinde sayfa yapısını değiştiren web siteleri	6	%75	4	%50
2	Son dakika haberleri bölümüne yer veren web siteleri	7	%87.5	4	%50

Tablo 7: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'etkileşim' açısından değerlendirilmesi.

Etkileşim

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Gazete genel yayın yönetmenine doğrudan mail gönderilebilen web siteleri	6	%75	6	%75
2	Köşe yazarlarına mail gönderilebilen web siteleri	6	%75	2	%25
3	Web sorumlusuna doğrudan mail gönderilebilen web siteleri	3	%37.5	3	%37.5
4	Okurun haberler hakkındaki yorum ve/veya değerlendirmelerini öğrenmeye çalışan web siteleri	5	%62.5	2	%25
5	Okurun haberi başkalarına gönderebildiği web siteleri	6	%75	3	%37.5
6	Online arşiv bulunan web siteleri	8	%100	8	%100
7	Arşivinde kelime ile arama yapılabilen web siteleri	7	%87.5	5	%62.5
8	Okura chat, forum, kendi düşüncelerini yayınlama veya blog imkanı tanıyan web siteleri	3	%37.5	1	%12.5
9	Okura online anket yaptırılan web siteleri	3	%37.5	3	%37.5
10	Farklı sitelere bağlantı imkanı sunan web siteleri	4	%50	5	%62.5

Tablo 8: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'kişiselleştirme' açısından değerlendirilmesi.

Kişiselleştirme

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Kullanan kişiye göre sayfa içeriğinde değişiklik yapan web siteleri	2	%25	0	%0

Tablo 9: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'kurumun haber verme dışındaki işleyişiyle ilgili konulara yer verme' açısından değerlendirilmesi.

Kurumun Haber Verme Dışındaki İşleyişi İle İlgili Konular

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Kurumun kendi iç çalışmalarına katkı sağlayan bölümlere (reklam tarifesi, abonelik formu...v.b.) yer veren web siteleri	6	%75	3	%37.5

Tablo 10: En fazla tirajı olan 10 basın kuruluşundan web sitesi bulunan 8 tanesinin 'sosyal sorumluluk' açısından değerlendirilmesi.

Sosyal Sorumluluk

	İNCELENEN KONU BAŞLIĞI	YAYGIN BASIN		YEREL BASIN	
		SAYI	ORAN	SAYI	ORAN
1	Sosyal sorumluluk ilkesi gereğince özel bir sayfa hazırlanan web siteleri	2	%25	0	%0

Araştırma kapsamına alınan tirajı en yüksek ilk 10 yerel gazeteden 8 tanesinin web sitesi bulunmaktadır. Web sitelerinin yüzde 87.5'inde tüm linkler çalışmaktadır. Web sitelerinin hepsine şifresiz girilebilmektedir. Bazı bölümlere girebilmek için ücretsiz şifre zorunluluğu getirenlerin oranı yüzde 25'dir.

Yerel basın kuruluşlarının yüzde 75'i basılı gazetenin ilk sayfasının, yüzde 37.5'i de basılı gazetenin tamamının görüntüsünü internette yayınlamaktadır. Web sitelerinin yüzde 50'sinde bu görüntülerde yer alan yazılar okunabilmektedir. Yabancı dil seçim olanağı, web sitelerinin hiçbirinde bulunmamaktadır.

Web sitelerinin yüzde 75'i gazetenin künyesine yer vermektedir. Ancak hiçbiri medya kuruluşunu tanıtan bilgilere yer vermemektedir. Ayrıca haberlerin kaynağını belirten web sitelerinin oranı da yüzde 25'te kalmaktadır. Bu iki oran yaygın basınla kıyaslandığında oldukça düşüktür. Yerel gazetelerin yaygın basından önde oldukları durum ise site sorumlusunun belirtilme oranıdır. Web sitelerinin yüzde 37.5'inde yayına verilen bilgilerden kimin sorumlu olduğu açıkça yer almaktadır.

Web sitelerinin hepsinde, basılı gazetenin tüm içeriği yer almaktadır. Gazete içeriğinin dışında, en fazla yer verilen ek bilgi yüzde 75 ile hava durumu olmaktadır. Bunu yüzde 62.5 ile ekonomi dünyasıyla ilgili bilgiler, resmî bilgiler (T.C. Kimlik no, önemli telefonlar… v.b.) ve şans oyunları sonuçlarıyla ilgili bilgiler izlemektedir. Mizah ve oyun ögelerine hiçbir web sitesi yer vermemektedir.

Yerel gazetelerin web sitelerinin yüzde 50'si son dakika bölümüne yer vermekte ve gündemdeki değişikliklere göre sayfa yapısını değiştirmektedir. Diğer yüzde 50'lik bölümde yer alan web siteleri ise internetin her an güncellenebilirlik özelliğinden yararlanmamaktadır.

Web sitelerinin hepsinde online arşiv bulunmaktadır. Arşivinde kelime ile arama yapılabilen web sitelerinin oranı ise yüzde 62.5'tur. Yüzde 75'inde, genel yayın yönetmenine doğrudan mail gönderilebilmektedir. Buna karşılık, köşe yazarlarına mail gönderebilme yüzde 25'te, web sorumlusuna mail gönderebilme ise yüzde 37.5'te kalmaktadır. Yüzde 62.5'inde kullanıcı, başka sitelere yönlendirilmektedir.

Gazetelerin, internetin; okurların haberler hakkındaki yorum ve/veya değerlendirmelerini öğrenmek, chat, forum veya blog yoluyla düşüncelerin başkalarıyla paylaşımını sağlamak ve online anket düzenlemek imkanlarını yeterince kullanmadıkları da ortaya çıkmıştır.

Araştırmada, web sitelerinin kişiselleştirme özelliğinin olup olmadığı da tespit edilmeye çalışılmıştır. Ancak yerel basın kuruluşlarının hiçbirisinde böyle bir uygulama bulunmamaktadır.

Web sitelerinin, yerel basın kuruluşlarının haber verme dışındaki reklam alma, abone sayısını artırma vs. gibi diğer çalışmalarda kullanılma oranı yüzde 37.5'dir.

Sosyal sorumluluk projelerine web sitelerinde yer veren 1 tane basın kuruluşu bulunmaktadır. Bu da yüzde 12.5 oranına denk gelmektedir.

3.5.2. Röportaj Çalışması Sonuçları

Tablo 11: Yerel basın kuruluşlarının internet kullanımıyla ilgili yapılan röportajların sonuçları

SORULAR	YERELBASIN KURULUŞLARININ VERDİĞİ CEVAPLAR	CEVAP ADEDİ
1-Gazetenizin internette yayınına ne zaman başlandı?	1999	1
	2000	yok
	2001	1
	2002	2
	2003	1
	2004	yok
	2005	3
2-İnternet sitesi, gazetenize ne kazandırıyor? (Birden fazla cevap verebilirsiniz.)	Okurla hızlı ve etkili iletişim kurma imkanı	7
	Coğrafi sınırlara bağımlı olmadan dünyanın her yerindeki okura ulaşma imkanı	6
	Prestij	3
	Alınan reklamlar sayesinde ek gelir imkanı	1
	Diğer	-
3-Web sitenizi aynı anda kaç kişi okuyabiliyor?	0-100	1
	100-500	1
	500-1000	1
	Sınırsız	5
4-Teknik sorunlar nedeniyle web sitenizin çökmesi ya da kilitlenmesi gibi problemler yaşıyor musunuz?	Evet	6
	Hayır	2
5-En sık kullandığınız haber kaynakları hangileri?	Muhabir	6
	Haber ajansları	7
	İnternet	3
	Vatandaşlar	3
	Resmî ya da yarı resmî görevliler	2
	Gazetenin kendi arşivi	3
	Diğer	-

6-İnternet, gazetenizin şehir/ülke dışından okunmasını sağladı mı?	Evet	8
	Hayır	-
7-Sekizinci soruya verdiğiniz cevap "evet" ise, bu durum gazetenizin yayın politikasının değişmesine neden oldu mu?	Hayır, yayın politikamızda bir değişiklik olmadı	5
	Evet, yayın politikamızda değişiklik oldu. Yerel haberlere eskisinden daha çok yer veriyoruz.	2
	Evet, yayın politikamızda değişiklik oldu. Ulusal haberlere eskisinden daha çok yer veriyoruz.	-
	Evet, yayın politikamızda değişiklik oldu. Şehir dışından sitemizi okuyan hemşehrilerimize yönelik ve onları konu alan haberlere eskisinden daha fazla vermeye başladık.	2
	Diğer	-
8- Gazetede yayınladığınız haberlerin hepsine web sitesinde yer veriyor musunuz?	Evet	8
	Hayır	-
9-Gazetede yayınlamadığınız hangi tür bilgilere internette yer veriyorsunuz?	Başka bilgi yok	3
	Linkler	1
	Makaleler	2
	Rehber	2
	Anket	1
	Ulusal haberler	1
10-İnternet sitenizi kim hazırladı?	Gazete personeli	6
	Bir arkadaş/tanıdık	-
	Profesyonel bir kişi ya da kurum	2
	Diğer	-
11-İnternet sitesini oluşturmadan önce araştırma yaptınız mı? (Birden fazla cevap verebilirsiniz.)	Evet, teknik olarak web sitesini nasıl kuracağımıza dair araştırma yaptık.	7
	Evet, okur beklentilerinin neler olduğuna yönelik bir araştırma yaptık.	4
	Evet, rakiplerimizin nasıl hareket ettiğine dair bir araştırma yaptık.	2
	Evet, web sitesinin maliyeti konusunda bir araştırma yaptık.	-
	Hayır, araştırma yapmadık.	1
12-Web siteniz hangi sıklıkla güncelleniyor?	Günde bir	4
	Sürekli	4
13-Yeni bir gelişme acilen internet sitesinde duyurulacağı zaman, haber hangi görevlilerin onayından geçerek internet sitesine konuluyor?	Genel yayın yönetmeni	2
	Haber müdürü	2
	Yazı İşleri müdürü	1
	Web sorumlusu	1
	Böyle bir çalışma yok	2
14-Günde ortalama kaç kişi web sitenizi ziyaret ediyor?	0-500	1
	500-1000	1
	1000-2000	1
	2000-3000	2
	3000-4000	-
	4000-5000	1
	5000 ve yukarı	1
	Belli değil	1
15-Tıklanma sayıları yayın politikasının oluşturulmasına katkı sağlıyor mu?	Evet	5
	Hayır	3
16-Okurlar internet sitesinde fikirlerini nasıl bildirebiliyorlar?	Köşe yazarlarının e-mail adreslerine mail gönderiyorlar	5
	Genel yayın yönetmeni, internet sorumlusu veya diğer idari personele mail gönderiyorlar.	7
	Yayınlanan haberlerle ilgili görüşlerini göndererek haberlerin hemen altında yayınlanmasını sağlıyorlar.	2
	İnternet sitesinde okurların birbirleriyle iletişim kurabildikleri forumlara katılıyorlar.	1
	Diğer	-
17-Okur mesajları kim tarafından	Genel yayın yönetmeni	4
	Haber müdürü	4

değerlendiriliyor?	Yazı İşleri müdürü	1
	Web sorumlusu	2
	Gazete personeli	1
18-Asli görevi internet sitesinin sorumluluğu olan bir kişi var mı?	Evet	8
	Hayır	-
19-Herhangi bir haber ajansına abone misiniz?	Evet	7
	Hayır	1
20-İnternet, gazetenizde işin hangi aşamalarında kullanıyor?	Haber/bilgi edinmek	7
	Alınan haberi ve fotoğrafı gazeteye göndermek	5
	Okurlarla iletişim kurmak	8
	Gazete içi iletişim	2
	Reklam verenlerle iletişim	4
	Bayiler ve dağıtım ağındaki görevlilerle iletişim kurmak	2
	Matbaayla iletişim kurmak	1
	Hazırlanan sayfaların matbaaya gönderilmesi	2
	Gazetenin reklamını yapmak amacıyla	5
	Yeni aboneler bulma, abonelik yenileme ve abonelik işlemleri	2
	Diğer (fotoğraf aramak)	1

Türkiye'de en çok tiraja sahip ilk 10 yerel gazeteden 8'inin web sitesi bulunmaktadır. Bu sekiz gazetenin tamamı röportaj çalışmamıza katılmış ve genel yayın yönetmeni veya web sorumlusu tarafından sorular cevaplandırılmıştır. Röportaj çalışmasının sonucuna göre, en fazla web sitesi 2005 yılı içinde açılmıştır. 8 web sitesinden 3'ü 2005 yılı içinde yayına başlamıştır. Web sitelerinin büyük bir kısmı son beş yıl içinde hizmete başlamıştır. 8 web sitesinden 7'si, 2001-2005 yılları içerisinde yayına başlamıştır.

"İnternet sitesi, gazetenize ne kazandırıyor?" sorusuna verilen en fazla yanıt, "okurla hızlı ve etkili iletişim kurma imkanı"(7 adet) olmuştur. İkinci olarak, "coğrafi sınırlara bağımlı olmadan dünyanın her yerindeki okura ulaşma imkanı"(6 adet) cevabı verilmiştir. Gazetelerden 3 tanesi de "Prestij" cevabını vermiştir.

"Web sitenizi aynı anda kaç kişi okuyabiliyor?" sorusuna 8 gazeteden 5'i "sınırsız" cevabını vermiştir. "Teknik sorunlar nedeniyle web sitenizin çökmesi

ya da kilitlenmesi gibi problemler yaşıyor musunuz?" sorusuna "evet" diyenlerin sayısı ise 6 olmuştur. Bu sonuçlar, yerel gazetelerin web sitelerinin teknik özelliklerini de ortaya koymaktadır.

"En sık kullandığınız haber kaynakları hangileri?" sorusuna, 8 gazeteden 7'si "Haber ajansları", 6'sı "Muhabir" cevabını vermiştir. Gazetelerden üçü "İnternet", "Vatandaşlar", "Gazetenin kendi arşivi" cevaplarını vermiştir. "Herhangi bir haber ajansına abone misiniz?" sorusuna da 7 gazete "evet" cevabını vermiştir. Bu veriler, yerel gazetelerin interneti birinci derecede bilgilenme kaynağı olarak kullanmadığını ortaya koymaktadır.

"İnternet, gazetenizin şehir/ülke dışından okunmasını sağladı mı?" sorusuna 8 gazetenin hepsi "evet" yanıtını vermiştir. Yapılan görüşmelerde, başta Türk işçilerinin yoğun olarak yaşadığı ülkelerden olmak üzere, tüm dünyadan hemşehrilerinin web sayfalarını ziyaret ettiğini ifade etmişlerdir. Gazetelerden 5'i bu durumun, yayın politikalarında bir değişiğe sebep olmadığını ifade etmiştir.

"Gazetede yayınladığınız haberlerin hepsine web sitesinde yer veriyor musunuz?" sorusuna, 8 gazetenin hepsi "evet" yanıtını vermiştir. "Gazetede yayınlamadığınız hangi tür bilgilere internette yer veriyorsunuz?" sorusuna en çok verilen cevap, "Başka bilgi yok"(3 adet) olmuştur. 2 gazete "Makaleler", 2 gazete de "Rehber" cevabını vermiştir.

"İnternet sitenizi kim hazırladı?" sorusuna gazetelerden 6'sı "Gazete personeli" cevabını vermiştir. "İnternet sitesini oluşturmadan önce araştırma yaptınız mı?" sorusuna en çok verilen cevap da "Evet, teknik olarak web sitesini nasıl kuracağımıza dair araştırma yaptık" olmuştur. Gazetelerden 4'ü de okur beklentilerinin neler olduğuna yönelik bir araştırma yaptıklarını ifade etmiştir. Bu cevaplar, web sitelerinin hazırlanma şartlarını ortaya koymaktadır.

"Web siteniz hangi sıklıkla güncelleniyor?" sorusuna 8 gazeteden 4'ü "Günde bir", 4'ü de "Sürekli" cevabını vermiştir. "Yeni bir gelişme acilen internet sitesinde duyurulacağı zaman, haber hangi görevlilerin onayından geçerek internet sitesine konuluyor?" sorusuna 8 gazeteden 6'sı "Genel yayın yönetmeni, Haber müdürü, Yazı İşleri müdürü veya Web sorumlusu" yanıtlarından birini vermiştir.

"Günde ortalama kaç kişi web sitenizi ziyaret ediyor?" sorusuna 400'den 20 bine kadar değişen farklı cevaplar verilmiştir. "1000 ve yukarı" cevabını verenlerin sayısı 6'dır.

"Tıklanma sayıları yayın politikasının oluşturulmasına katkı sağlıyor mu?" sorusuna 8 gazeteden 5'i "evet" cevabını vermiştir.

"Okurlar internet sitesinde fikirlerini nasıl bildirebiliyorlar?" sorusuna 8 gazeteden 7'si "Genel yayın yönetmeni, internet sorumlusu veya diğer idari personele mail gönderiyorlar", 5'i "Köşe yazarlarının e-mail adreslerine mail gönderiyorlar" demiştir. Diğer taraftan "Yayınlanan haberlerle ilgili görüşlerini göndererek haberlerin hemen altında yayınlanmasını sağlıyorlar" diyenlerin sayısı 2, "İnternet sitesinde okurların birbirleriyle iletişim kurabildikleri forumlara katılıyorlar" diyenlerin sayısı 1'de kalmıştır.

"Okur mesajları kim tarafından değerlendiriliyor?" sorusuna gazeteler birden fazla cevap vermiştir. 4 gazetede "Genel yayın yönetmeni", 4 gazetede "Haber müdürü" okur mesajlarını değerlendirme görevini yerine getirmektedir.

"Asli görevi internet sitesinin sorumluluğu olan bir kişi var mı?" sorusuna gazetelerin hepsi "evet" cevabını vermiştir.

"İnternet, gazetenizde işin hangi aşamalarında kullanıyor?" sorusuna 8 gazetenin de verdiği yanıt "Okurlarla iletişim kurmak" olmuştur. İkinci olarak "Haber/bilgi edinmek" cevabı gelmektedir. Gazetelerden 7'si interneti haber/bilgi edinmek amaçlı kullandığını ifade etmiştir. "Alınan haberi ve fotoğrafı gazeteye göndermek" ve "Gazetenin reklamını yapmak amacıyla" cevapları 5'er gazete tarafından verilmiştir.

Sonuç

"Yerel basının internet ortamındaki görünümleri" başlıklı araştırmanın sonucunda şu bulgular elde edilmiştir:

1- Yerel gazeteler internete 2001 yılından sonra ilgi göstermeye başlamış ve internet sitelerini çoğunlukla bu tarihten sonra kurmuşlardır. İnternette ilk gazetenin dünyada 1993 yılında, Türkiye'de ise 1995 yılında yayına başladığı düşünülecek olursa, yerel gazetelerin internete gecikmeli olarak başladığı ortaya çıkmaktadır.

Bugün tirajı en yüksek ilk 10 yerel gazeteden 8 tanesinin web sitesi bulunmaktadır. Ülkemizde en fazla tiraja sahip ilk 10 yaygın basın kuruluşundan da 8'inin web sitesinin olduğu göz önüne alındığında, bu sayının düşük olmadığı ortaya çıkmaktadır. Yerel basın kuruluşları, yaygın basından uzun bir süre sonra internete ilgi göstermeye başlamış olsa da, onlarla aynı sayıyı yakalamayı başarmıştır.

2- Yerel gazeteler, öncelikle okurla hızlı ve etkili iletişim kurmak, ikinci olarak da coğrafi sınırlara bağımlı olmadan dünyanın her yerindeki okura

ulaşmak için internette yer almayı tercih etmişlerdir. Gazetelerin, en fazla öne çıkan diğer amaçlarının ise; interneti haber/bilgi edinmek, haber ve fotoğrafı gazeteye göndermek ile gazetenin reklamını yapmak olduğu da ortaya çıkmaktadır.

3- Yerel gazeteler, internetten haber/bilgi edinmek konusunda yararlansalar da, internet ilk bilgi edinme kaynakları değildir. Öncelikle abone oldukları haber ajanslarından ve kendi muhabirlerinden bilgi almayı tercih etmektedirler.

4- İnternet sitelerini büyük oranda gazete personeli hazırlamıştır. Gazete yöneticilerinin yüzde 50'si, hazırlık aşamasında teknik açıdan ve okur beklentilerinin neler olduğuna yönelik araştırma yapıldığını belirtmiştir.

Gazetelerin hepsinde asli görevi internet sitesinin sorumluluğu olan bir kişi görev yapmaktadır. Bu durum, gazetelerin internete verdikleri önemin bir kanıtı olarak kabul edilebilir.

5- Yerel gazetelerin, tirajlarının çok üstünde okur sayısına ulaşabilmeyi sağlayacak internet teknik alt yapıları bulunmaktadır. Ancak zaman zaman web sitesinin çökmesi ya da kilitlenmesi gibi problemler yaşamaktadırlar.

6- "Günde ortalama kaç kişi web sitenizi ziyaret ediyor?" sorusuna 400'den 20 bine kadar değişen farklı cevaplar verilmiştir. 8 web sitesinden 6'sı "1000 ve yukarı" cevabını vermiştir. Yerel gazetelerin tirajlarının düşüklüğü göz önünde bulundurulduğunda bu sayıların önemi daha iyi anlaşılacaktır. Yerel gazeteler web sayfaları aracılığıyla, matbaa baskılarındaki tirajın çok üzerinde sayılara ulaşabilmektedir.

7- Yerel gazeteler, internet sayesinde şehir ve ülke dışındaki çok sayıda okura ulaşmaktadır. Gazetelerin tamamı yurt dışından okurlarının olduğunu belirtmektedir, ancak bu okur kitlesi kendi hemşehrilerinden oluşmaktadır. İnterneti yurt dışındaki tüm insanlara değil, kendi hemşehrilerine ulaşmak için kullanmaktadırlar.

8- Web sitelerinin hepsinde, basılı gazetenin tüm içeriği yer almaktadır. Gazete içeriği dışında ek dosya, bölüm veya sayfalara da yer verilmektedir. En fazla yer verilen ek bilgi hava durumu olmaktadır. Bunu ekonomi dünyasıyla ilgili bilgiler, resmî bilgiler (T.C. Kimlik no, önemli telefonlar…vb.) ve şans oyunları sonuçlarıyla ilgili bilgiler izlemektedir. Mizah ve oyun ögelerine yer veren web sitesi bulunmamaktadır. İnternette yer kısıtlılığı olmadığı için basılı gazetedeki bilgiler dışındaki yazılara yer verilebilecekken, bu imkan yeterince değerlendirilememektedir.

9- Web sitelerinin, okurda güven oluşturmak için en fazla kullandıkları yöntem gazetenin künyesine yer vermektedir. Ancak hiçbiri medya kuruluşunun kendisini tanıtan bilgilere yer vermemektedir. Ayrıca çok azında haberlerin kaynağı ve web sorumlusunun kim olduğuyla ilgili bilgi yer almaktadır. İnternette bilgi bombardımanı altında kalan kullanıcıların, güvenilir bir kaynaktan haber aldıklarından emin olabilmeleri için bu bilgilerin verilmesi yararlı olacaktır.

10- Yerel gazetelerin web sitelerinin yüzde 50'si, son dakika bölümüne yer vermekte ve gündemdeki değişikliklere göre sayfa yapısını değiştirmektedir. Diğer yüzde 50'lik bölümde yer alan web siteleri ise internetin her an güncellenebilirlik özelliğinden yararlanmamaktadır. Haberler yayına verilirken sorumlu bir kişinin onayı alınmakta, gazetecinin "eşik bekçiliği" görevi yerine getirilmektedir.

11- İnternetin en önemli özelliklerinden biri, okur ile gazete arasında etkileşim sağlayabilmesidir. Ancak yerel basın kuruluşlarının internetin bu avantajını yeterince kullanamadığı ortaya çıkmaktadır. Gazetelerin en fazla kullandığı etkileşim imkanı, online arşiv olmaktadır. Web sitelerinin tamamında online arşiv bulunmaktadır. Arşivlerin büyük kısmında kelime ile arama yapılabilmektedir. Bu durum, yerel gazetelerin okurlarını elektronik ortamda araştırma yapmaya teşvik ettiklerini göstermektedir.

İnternetin etkileşimlilik özelliğinden en fazla yararlanılan ikinci konu okurun, genel yayın yönetmenine doğrudan mail gönderebilmesidir. Buna karşılık köşe yazarlarına ve web sorumlusuna mail gönderebilme oranları düşüktür. Bu durum, genel yayın yönetmenlerinin, okurlardan gelen mailleri bizzat kendilerinin almayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Oysa okurların köşe yazarlarına mail gönderebilmesi, sadece olumlu veya olumsuz eleştirileri almalarını değil, fikir tartışmalarının yaşanmasını da sağlayacaktır. Etkileşimlilik konusunda en çok yararlanılan üçüncü konu ise farklı sitelere bağlantı imkanı sunulmasıdır.

Web siteleri internetin, okurun haberler hakkındaki yorum ve/veya değerlendirmelerini öğrenmek; okurun haberi başkalarına göndererek başkalarıyla paylaşmasını sağlamak; okura sohbet, forum, kendi düşüncelerini yayınlama veya blog imkanı tanımak ve okura online anket yaptırmak imkanlarını yeterince kullanamamaktadır. Bu nedenle yerel gazete yöneticileri, okurların düşüncelerini kısıtlı olarak öğrenebilmekte, alabilecekleri birçok bilgiyi bu imkanları kullanmadıkları için alamamaktadırlar. İnternet kullanıcılarının, kendisi ile aynı fikirde olanlarla aynı platformda buluşma, farklı görüşte olanlarla tartışma, düşüncelerini diğer okurlarla veya gazete çalışanlarıyla paylaşma istekleri

karşılanamamaktadır. Oysa kişilerin gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarını değil, interneti tercih etmelerinin nedenlerinden biri de budur.

12- Okurların, siteyi tıklama sayıları gazete yönetimleri tarafından takip edilmekte ve bu bilgiler gazeteyle ilgili verdikleri kararlarda etkili olmaktadır. Gazetelerin büyük kısmında okur mesajları genel yayın yönetmeni, haber müdürü gibi sorumlu kişiler tarafından değerlendirilmektedir. Bu durum, okurlardan gelen elektronik postaların ciddiye alındığını göstermektedir.

13- İnternetin medya kuruluşlarına sunduğu en önemli imkanlardan biri de ürünü kişiselleştirme imkanı vermesidir. Kullanıcılar web sitesine abone olurken, ilgilendikleri haberler, hangi şehirde oldukları ya da hangi burçta doğdukları gibi bilgileri de bildirirler. Bu bilgiler sayesinde, web sitesi tıklandığında, ana sayfada, tüm şehirlerin değil sadece kullanıcının oturduğu şehrin hava durumu; tüm burçlar değil, sadece kullanıcının günlük burç tahmini ve tüm haberler değil, kullanıcının merak ettiği haberler yer alabilir. Yaygın basın araştırmasında web sitelerinin yüzde 25'inde bu uygulamaya kısmen geçildiği belirlenmiştir. Ancak yerel basın kuruluşlarının hiçbirisinde böyle bir uygulama bulunmamaktadır.

14- Yerel basın kuruluşlarında haber verme dışında, reklam alma, abone sayısını artırma v.b. gibi başka çalışmalar da yapılmaktadır. İnternet, bu çalışmalara da katkı sağlayabilecek bir araçtır. Ancak web sitelerinde bu imkan yeterince değerlendirilememektedir.

15- Çağdaş yöneticilik anlayışına göre toplum, profesyonel işletmelerden sosyal sorumluluk projeleri yürütmelerini beklemektedir. Bu projelerin duyurulması ve katkı istenmesi noktasında internetten de yararlanılabilmektedir. Ancak bu tür çalışmalar yapan ve web sitelerinde yer veren basın kuruluşlarının sayısı çok azdır. Araştırmaya dahil edilen yerel basın kuruluşlarından sadece biri bu kapsamda bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmaların yapılması, hedef kitlenin desteğini ve güvenini kazanmak, saygınlık elde etmek konusunda yararlı olacaktır. Destek ve güven kazanmak, medya sektöründe çalışan kuruluşların elde etmesi gereken en önemli nitelikler arasında yer almaktadır.

Medya kuruluşlarına üretimden dağıtıma, reklamdan halkla ilişkilere kadar pek çok alanda imkanlar sunan internet, bunlarla birlikte yeni sorumluluklar da yüklemektedir. Medya kuruluşlarının, kendilerine sunulan imkanları hızla öğrenip kullanmak için çaba harcarken, yeni sorumluluklarının da zaman kaybetmeden farkına varması ve bu yeni sorumlulukları hayata geçirmesi gerekmektedir. Ekonomik, kolay ve hızlı bir şekilde yayın akışında değişiklik yapmaya imkan veren internet, doğru bilgiyi yayınlamak konusunda gazetecilerin

daha dikkatli olmasını gerekli kılmaktadır. Gazete, radyo ve televizyonların haber merkezlerinde çalışan muhabirler, haberi öğrenip fotoğrafı çektikten/ görüntüyü kameraya aldıktan sonra haber merkezine gelmek için zaman harcamaktadır. Muhabir haber merkezine geldikten sonra, haberin yayına verilebilmesi için bülten saatinin ya da matbaanın baskı saatinin gelmesi gerekmektedir. Geçen bu süre, bir yandan haberin okura iletilmesini geciktirse de, diğer taraftan muhabir ve editörlere haberin farklı kaynaklardan doğrulanması, değerlendirilmesi ve sağlıklı bir şekilde kurgulanması için imkan tanımaktadır. Haberin öğrenildiği ve yayına verilebildiği zamanlar arasındaki farkı saniyelere indiren internet, gazetecinin araştırdığı, düşündüğü ve planlama yaptığı süreyi en aza indirmektedir. Bazen saniyelerle ölçülebilen bu süre içinde doğru kaynaklardan bilgi alınması ve doğru değerlendirmenin yapılabilmesi için, medya mensuplarının eskisinden daha bilgili, deneyimli ve sorumluluk sahibi olması gerekmektedir.

İletişim teknolojileri ve internetin hızlı gelişimi, medya mensuplarına ikinci bir sorumluluk daha yüklemektedir. Bu da, bu teknolojilerin sunduğu imkanların ve kullanım kurallarının öğrenilmesi ve hayata geçirilmesi zorunluluğudur. Yeni iletişim teknolojileri, bilgisayar ve internetle ilgili gelişmelerin takip edilmesi gerekmektedir. Bu, kitle iletişim araçlarından yararlanan kişilerin, giderek artan istek ve beklentilerini karşılayabilmenin en önemli koşullarından biri haline gelmiştir. Teknolojinin hızlı değişimi, medya mensuplarının konuya eskisinden daha fazla ilgi göstermelerini ve edindikleri bilgileri profesyonel hayatta kullanmalarını gerektirmektedir.

Kaynakça

- Abdulhalikov, Ramil: "İnternet Kullanıcılarının İnternet Reklamlarına Karşı Tutum ve Davranışı", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.
- Alankuş, Sevda: "BİA ve BİA Eğitim Çalışmaları Üzerine Önsöz", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss. 5-55.
- Atabek, Ümit: "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.s.55-84.
- Baskan, Banu Müjde: "Halkla İlişkiler Ortamı Olarak İnternetin Kullanımı: Üç Büyük Şirket ve Üç Halkla İlişkiler Firması Örneğinde Görsel Kimlik Göstergeleri Açısından Ağ Sitesi İncelemesi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004.
- Bimber, Bruce: "İnternet ve Siyasi Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.166-174.
- Castells, Manuel: "Gerçek Sanallık Kültürü", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.212-215.
- Colombain, Jerome: "Siberkültür", Çev. Bülent Küçükerdoğan, *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı:14, 2002, ss. 663-687.
- Erciş, Serdar: "Siberuzay İletişiminde Pazarlama ve Ürün Satışlarına Faydaları", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı:19, 2004, ss. 435-445.
- Ertürk, İsmail: "İnternet ve Ekonomik Etkileri", Cogito, Sayı:30, 2002, ss. 195-202.
- Gönenç, Özgür: "İnternet ve Türkiye'deki gelişimi", İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 16, 2003, ss. 87-99.
- Güçdemir, Yeşim: "Bilgisayar Ağları İnternetin Gelişimi ve Bilgi Kirlenmesi", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı: 17, 2003, s.s.371-379.
- Gürcan, Halil İbrahim ve Bayram, Fatih: "Yerel Haberlerin İnternet Ortamında Görünümleri Denizli, Eskişehir ve Erzurum Örnekleminde Bir Değerlendirme", *Selçuk İletişim,* 3(4), 2005, s.53-62.
- Gürcan, Halil İbrahim: "İnternet Haberciliğinde Etik Değerler", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:22, 2005, ss. 39-47.
- Halıcı, Nihat: "Online Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.s.151-166.
- Kara, Hakan: "Bilgisayar/ İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss. 91-136.
- Karaduman, Murat: "İnternet ve Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,* İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss.137-150.
- Mora, Necla: "Sözden İnternete Gazetecilik", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:15, 2002, ss.105-123.
- Mumay, Bülent: "İnternet Gazeteciliği ve Haberin Değişen İşlevi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.
- Özgüven, Kutluk: Elektronik Medyada Müşteri İlişkileri ve İçerik Yönetimi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

- Saphiro, Andrew L.: "İnternet Demokratik mi? Hem Evet Hem Hayır", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.190-193.
- Sunstein, Cass R.: "Günlük Gazetemiz-İnternet Demokrasi İçin Gerçekten Bir Nimet mi?", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.176-188.
- Sütçü, Cem: "Bilişim Kavramı, Elektronik İletişim ve Bilişim Sistemleri Yaklaşımı", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı:19, 2004, ss.315-327.
- Tanyol, Tuğrul: "Anarşizm ve İnternet", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.204-210.
- Underwood, Mick: "Kamusal Alan Olarak İnternet", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.120-142.
- Winner, Langdon: "Siberliberter Söylemler ve Cemaatin Başarı Şansı", *Cogito,* Sayı:30, 2002, ss.144-164.
- Yücedoğan, Güleda: "İnternet Haberciği", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi,* Sayı:14, 2002, ss.143-151.

İnternet Kaynakları

- "15 milyon Kişi İnternet Kullanıyor", (Çevrimiçi), www.hurriyet.com.tr, 12 Nisan 2006.
- "Cerf'e göre İnternet Büyümesi Asya'dan Gelecek", (Çevrimiçi), www.turk.internet.com/haber, 02.02.2006.
- "İnternet babasını arıyor", (Çevrimiçi), www.hürriyet.com.tr, 3 Eylül 1999.
- Çakır, Aslı: "İnternet Polisi Takipte", (Çevrimiçi), www.milliyet.com.tr, 02.04.2006.
- Güleç, Yusuf Ziya: "Uzayda internet bağlantısına az kaldı", (Çevrimiçi) www.tele.com.tr, 08.01.2005.
- Kuzuluoğlu, M. Serdar: "Siz hâlâ gazete mi okuyorsunuz?", (Çevrimiçi), www.radikal.com.tr, 09.05.2005.
- Kuzuluoğlu, M. Serdar: "Yeni Köyde Eski Adet Israrı", (Çevrimiçi), www.radikal.com.tr, 12.12.2005.
- Seçen, Turgay: "Türkiye internet kullanımında 24.",(Çevrimiçi), www.turk.internet.com/haber, 12.08.2005.
- Türkiye'de en çok ziyaret edilen internet siteleri listesi, (Çevrimiçi), www.alexa.com, 28.04.2006.

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN YEREL BASINA SUNDUĞU OLANAKLAR VE KOCAELİ YEREL GAZETELERİNİN İNTERNET SAYFALARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Gürsoy Değirmencioğlu*

Giriş

İnternet ve uydu teknolojisinde yaşanan gelişmeler, medyanın kamuoyu oluşturma işlevinin önemini her geçen gün artırmaktadır. Forumlar, sohbet odaları, kullanıcılara ayrılan yorum sayfaları ve blog siteleri (internet günlükleri ya da ağ günlükleri) internet üzerinde duygu ve düşüncelerin paylaşıldığı ortamlar yaratarak toplumsal katılıma katkıda bulunmaktadır.

Kitle iletişim araçları, internet sayfaları aracılığıyla coğrafi sınırları aşarak daha geniş bir kitleye seslenebilme imkanına sahip olmaktadır. Özellikle yerel basının, iletişim teknolojilerini kullanarak küresel bir yapıya kavuşması dikkat çekmektedir. Uzamsal ve mekansal sınırların anlamını yitirmesine yol açan bu gelişme, yerel basının ülke gündeminin belirlenmesinde söz sahibi olabilmesi yolunda önemli bir değişimi oluşturmaktadır. Günümüzde birçok yerel gazete ve televizyon, internet sitesi aracılığıyla yörelerinde yaşanan gelişmeleri dünyaya aktarmaktadır. Bulunduğu kentin sorunlarının takipçiliğini yapan yerel gazeteler, internet aracılığıyla ülke kamuoyunun dikkatini çekme olanağına da sahiptirler.

Bu çalışmada, yeni iletişim teknolojilerinin, özellikle internette yapılan "Elektronik Gazetecilik" uygulamalarının, yerel basına sunabileceği imkanlar ele alınmıştır. Yerel basına katkı sağlayabilecek uygulamalardan örneklerin de sunulduğu çalışmada, Kocaeli kent merkezinde yayımlanan gazetelerden üçünün internet siteleri; içerik, tasarım ve kullanıcılarının katılımı (etkileşimli olma özelliği) başlıklarında incelenerek değerlendirmelerde bulunulmuştur.

1. "Yerel Basın" Olgusunun Tanımlanması

Yerel basın denildiğinde öncelikle, belirli bir bölgede yayımlanan ve ulaştığı hedef kitle o bölgeyle sınırlı kalan gazete, dergi gibi basılı ürünler akla gelmektedir.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı.

İçerik olarak, yayımlandığı bölgeyle ilgili gelişmelerden okuyucularını haberdar etmesi, yöre halkının sorunlarının takipçisi olması yerel basının işlevleri arasında yer almaktadır.

"Ulusal basın" terimi, çoğu yerel basın çalışanı tarafından "yaygın basın" veya "yaygın medya" olarak düzeltilerek kullanılmaktadır. "Ulusal" olma niteliğinin "İstanbul Basını" olarak nitelendirilen gazete ve dergilerin tekelinde olmadığını söyleyen yerel basın dünyası, "yerellik" kavramının yeniden ele alınmasını zorunlu hale getirmektedir. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışıyla birlikte "yerel" olarak tanımlanan iletişim araçları "küresel" niteliğe bürünmeye başlamışlardır. Artık yerel gazeteler yalnızca yayımlandıkları bölgeye seslenmekle kalmıyor, internet sayfaları aracılığıyla dünyaya, yörelerindeki gelişmeleri aktarabiliyorlar. Bir kısmı gazetelerinin internet baskısını aynen yansıtırken, bazıları da gazete içeriğinin tamamını ya da bir bölümünü okuyucularına sunmaktadır.

Yerel basına kavramsal düzeyde yaklaşıldığında, farklı tanımların ortaya çıktığı görülmektedir. Sınırları tanımlanmış bir bölgedeki halkı bilgilendirmeye, eğitmeye, kamuoyunun oluşumunu sağlamaya hizmet eden ve bölge halkının iletişim kurumu niteliğini taşıyan araçlar "yerel basın" olarak tanımlanmıştır. Bazı tanımlamalarda yerel basının bünyesinde taşıdığı sınırlılıklar daha da belirgin olarak ele alınmıştır. Örneğin yerel basın, "İstanbul dışında yer alan kent, kasaba ve köylerde, bulundukları yöreyle ilgili sınırlı faaliyet gösteren, hedef kitlesini yalnızca o yöre halkının oluşturduğu kuruluşlar" şeklinde ifade edilmiştir. [1]

Yerel basın aynı zamanda bazı akademik platformlarda "Anadolu Basını", "Mahalli Basın" ve "Taşra Basını" olarak da dile getirilmektedir. Atatürk'ün, Kurtuluş Savaşı'nda oynadıkları rol nedeniyle "Fazilet Adaları" olarak nitelediği yerel gazeteler, ulusal birliğin ve dayanışmanın sağlanması konusunda önemli çalışmalar yapmışlardır.

"Anadolu Basını" ifadesi, Milli Mücadele yıllarının beraberinde getirdiği bir tanımlamadır. Atatürk'ün girişimleriyle Sivas'ta İrade-i Milliye, Ankara'da Hakimiyet-i Milliye gazetelerinin kurulması yerel basına o dönemde verilen değerin önemli göstergesini oluşturmaktadır. Orhan Koloğlu Kurtuluş Savaşı'nın

[1] Ali Murat Vural, *Yerel Basın ve Kamuoyu,* Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999, s.44.

başladığı günden, 1938 yılına kadarki dönemde Türkiye'de yayımlanan 582 gazetenin 406'sının taşrada çıktığını dile getirmektedir.[2]

2. Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişim Süreci

Yeni medya ve iletişim teknolojileri 1970'li yılların sonlarına doğru bilgisayar ve bilgi-işlem alanında çıkan gelişmelerin iletişim alanına uygulanmasıyla ortaya çıkmıştır. 'Yeni medya', Bilgi İletişim Teknolojileri ya da Bilişim Teknolojileri olarak da ifade edilmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının belirli mesajları, farklı mekanlardaki heterojen geniş izleyici gruplarına aktarma özelliğini, araç ve ortam farklılıklarını bir araya getiren yeni medya değiştirmektedir. Denizaltı iletişim kabloları, iletişim uyduları, bilgisayarlar, telekomünikasyon sistemleri ve sayısal ağlar, yeni iletişim teknolojileri ve yeni medyanın bileşenlerini oluşturmaktadır. [3]

1957'de Sovyetler Birliği'nin Sputnik uydusunu uzaya fırlatması, uydu iletişimi dönemini de başlatmıştır. Amerika Birleşik Devletleri bu yarışta geri kalmamak için aya insanlı uzay aracı göndermeyi amaçladığı Apollo Projesi'ni hayata geçirmiştir. Savunma Bakanlığı Pentagon'un öncülük ettiği çalışmalar, dünyanın yörüngesine fırlatılan iletişim uyduları yoluyla iki ülke arasındaki yarışı uzaya taşımıştır. Telgrafın bulunmasıyla temeli atılan uzak mesafeli iletişim, uydu teknolojisinin sunduğu 'sayısal ağlar' aracılığıyla uzamsal ve mekansal anlamda sınırları ortadan kaldırmıştır. Söz konusu değişim, bu teknolojiye sahip ülkelerin ekonomik, askeri ve kültürel anlamda hakimiyet sağlamasını da beraberinde getirmiştir.

Günümüzde videotekst, teletekst, kablolu televizyon, sayısal televizyon, data iletişimi, dosya transferi, video diskler, elektronik mektup, dijital fotoğraf makineleri "yeni medya"nın ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır. 1986 yılında yapılan UNESCO uzmanlar toplantısında, basın teknolojisine dayalı ürünler olan gazete ve derginin yanı sıra radyo ve televizyon "geleneksel medya" kategorisine dahil edilmiştir. Video, kablo, uydu yayıncılığı, videotekst ve teletekst ise yeni iletişim araçları olarak ifade edilmiştir. Enformasyonun toplanması, saklanması, işlenmesi ve aktarımında sayısal yöntemlerden yararlanan yeni

[2] Vural, *a.g.e.*, s. 119.

[3] Nurcan Törenli, Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, ss. 88-90.

iletişim teknolojileri; bilgisayar, telekomünikasyon ve mikroelektronik alanında ortaya çıkan gelişmelerin sonucu olarak tanımlanmaktadır. [4]

Yeni iletişim teknolojilerini geleneksel iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliğin 'etkileşim' olduğu belirtilmektedir. Alıcının verici olabilmesi ya da kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü artırabilmesi etkileşim olarak tanımlanabilir. Yeni medya, Rogers tarafından yapılan sınıflandırmaya göre üç özelliğe sahiptir. Bunlar; etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansız olabilmedir.[5]

Yeni iletişim teknolojilerinin en etkili araçlarından internet örneğinde bu üç özellik ele alınabilir. İnternette etkileşimin, özellikle sitelerdeki forum sayfaları, kullanıcı yorumları bölümleri ve blog adı verilen kişisel web sayfaları üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Artık çoğu gazetenin internet sitesinde haber ve köşe yazılarının değerlendirildiği, puanlamasının yapıldığı, okuyucuların düşüncelerini aktardığı bölümler bulunmaktadır. Okuyucular istedikleri zaman "eşzamansız" olarak görüşlerini ifade edebilmekte, beğeni ya da eleştirilerini dile getirebilmektedir. İnternet mecrası bu niteliğiyle, haftalık olarak yayımlanan okuyucu temsilcileri sayfalarını daha işlevsel ve yaygın hale getirmektedir. Editoryal süreç sonunda sayfayı hazırlayan editörlerce belirlenen sayfalar, süzgeçten geçirilmiş, sınırlı sayıda görüşe yer verebilmektedir. İnternet bu sakıncayı ortadan kaldırarak sınırsız sayıda, birbirinden farklı (heterojen) okuyucu kitlesinin katılımını sağlayarak daha demokratik bir platform oluşturmaktadır.

Blog adı verilen, web ya da ağ günlükleri şeklinde tanımlanan kişisel internet sayfaları da etkileşim sürecine katkıda bulunmaktadır. İnternet kullanıcısı olan herkes bloglar oluşturarak, kişisel sayfasında duygularını, düşüncelerini, sevincini, üzüntüsünü dünyayla paylaşabiliyor. Bu eyleme "blogging", internet sayfasının sahibine de "blogger" adı verilmektedir. Artık günümüzde birçok yaygın gazete internet sayfalarında bu günlüklere yer vermektedir. Sıradan bir okuyucu yazılarıyla, haberleriyle ve çektiği fotoğraflarla gazetenin internet sayfasının içeriğine katkıda bulunmaktadır.

Büyük bir kullanıcı grubu içinde kişiler arasında özel mesaj değişimi olarak tanımlanan "kitlesizleştirme"ye; elektronik posta ya da Messenger programı aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim biçimi örnek verilebilir. İnternete bağlı bir-

[4] Nilüfer Timisi, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi,* Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2003, ss. 80-81.

[5] Haluk Geray, İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya Yayınları, 2003, s. 18.

birinden farklı netizensler (internet yurttaşları) arasında yazılı iletişim elektronik posta (e-mail), yazılı ve görsel iletişim ise Messenger aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Kişiler diledikleri kullanıcılarla özel mesaj değişimini, uzamsal ve mekansal farklılıkları ortadan kaldırarak yapmaktadırlar.

Elektronik posta, forum sayfaları ve okuyucu yorumları yeni medyanın aynı zamanda "eşzamansız" olabilme özelliğinin de kanıtını oluşturmaktadır. Mesajın geri bildiriminin (feedback) aynı anda yapılması zorunlu değildir. Elektronik posta hesabını açan kişi, kendisine gönderilen iletiyi dilediği zaman cevaplayabilme özgürlüğüne sahiptir.

2.1. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Elektronik Gazetecilik

İnternet basit anlamıyla birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağının bir araya getirdiği en büyük bilgisayar ağı olarak tanımlanabilir. İnternetin ortaya çıkışının ardında ABD ile Sovyetler Birliği arasında uydu teknolojilerine sahip olma, uzaya hakim olma mücadelesinin yattığını söylemek yanlış olmaz. 1957'de Sputnik uydusunun uzaya fırlatılması iki ülkenin savunma politikalarını yeniden gözden geçirmesine neden olmuştur. ABD bu konuda önemli adımlardan birini atarak İleri Araştırma Projeleri Ajansı'nı (ARPA) kurmuştur.

Başkan Eisenhower'ın kuruluşuna öncülük ettiği ARPA, Soğuk Savaş döneminde güdümlü füzelere karşı sistemler geliştirilebilmesi için İleri Savunma Projeleri Ajansı (DARPA) olarak yapılandırılmıştır. ABD Savunma Bakanlığı Pentagon tarafından yürütülen çalışmalar sonucunda ilk bilgisayar ağı olarak ifade edilebilecek "ARPANET" oluşturulmuştur. Günümüzde sıklıkla kullandığımız elektronik posta hizmeti 1970'li yılların başında DARPA'nin mali desteğiyle kurulmuş, askeri amaçlara hizmet etmiştir. ARPANET ancak 1990 yılının Haziran ayında ortadan kaldırılarak, internet adıyla üniversitelere ve genel kullanıcılara sunulmuştur.[6]

ARPANET teknik olarak 1969-1982 yılları arasında Network Control Protocol (Ağ Denetim Protokolü) olarak adlandırılan dağıtım protokolüyle oluşturularak, 1982 yılında Transmission Control Protocol (İletim Denetim Protokolü) ve Internet Protocol'un (İnternet Protokolü) birleşmesiyle oluşan internete dönüşmüştür. Söz konusu protokoller bilgisayarlar ile veri iletme - alma birimleri arasında

[6] Geray, *a.g.e.,* s. 21.

organizasyonu gerçekleştiren, iki nokta arasında veri iletişimine imkan vermektedir. 1972'de 40 bilgisayarın haberleştiği bir ağ niteliğindeki ARPANET, üç yıl sonra yaygınlaşarak, işlevsel amaçlı kullanılmaya başlamıştır.[7]

İnternetin başlangıcını oluşturan ARPANET, askeri savunma amacıyla kurularak Pentagon'un kullanımına sunulmuştur. Uzayda yaşanan hakimiyet mücadelesinin bir sonucu olarak ABD'nin başlattığı "Yıldız Savaşları" ve "Apollo" projeleri, uydu teknolojileri ve internetin ortaya çıkışında önemli kilometre taşlarını oluşturmuştur. Yani bir anlamda yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza giriş süreci hızlanmıştır.

Modemli bir bilgisayar ve telefon hattı aracılığıyla dünyanın her noktasından bilgiye erişme imkanı sunan internet, medya için yeni bir mecra oluşturmuştur. Gazeteler ve haber televizyonları internet sayfaları üzerinden okuyucu ve izleyicilerine haberleri anında ulaştırma imkanına kavuşmuşlardır. Türkiye, ODTÜ ve TÜBİTAK'ın geliştirdiği TR-NET projesiyle 1991 yılında internet çalışmalarına başlayarak 12 Nisan 1993'te ODTÜ-Washington bağlantısının kurulmasıyla internetle tanışmıştır. Ege Üniversitesi ve ODTÜ'nün üzerinden diğer üniversitelerin yanı sıra resmî ve özel kurumlar da internet sitelerini kurmuşlardır. Türk Basını'nın internete geçişi, Temmuz 1995'de *Aktüel* dergisi ve Ekim 1995'te *Leman* dergisiyle mümkün olmuştur. [8]

2 Aralık 1995'te *Zaman* gazetesi, Türkiye'de internete giren ilk gazete unvanını elde etmiştir. *Turkish Daily News, Türkiye, Milliyet, Fanatik* gazeteleri 1996'da; *Hürriyet, Sabah, Akşam* gazeteleri 1997'de, internet üzerinden yayınlanan diğer gazeteler olmuşlardır. Böylece Türkiye'de; elektronik, online ya da sanal olarak tanımlanan gazetecilik türüne adım atılmıştır. Bu gazetecilik türü, "internet ortamında yapılan uygulamalı habercilik çalışması" şeklinde tanımlanmaktadır.[9]

Geleneksel gazetecilik tanımını, basılı materyal üzerine aktarım yoluyla yapılan gazetecilik, radyo ve televizyon yayıncılığı karşılamaktadır. İnternet ise daha fazla bilgiye az maliyetle ulaşılan mecra olması niteliğiyle ön plana çıkmaktadır. Haber değerleri arasında yer alan "anındalık" niteliği, internet üzerinden uygulanarak, yalnızca belirli bir bölgeye değil tüm dünyaya enformasyon aktarımını mümkün kılmaktadır.

[7] Timisi, *a.g.e.,* ss. 122-123.
[8] Halil İbrahim Gürcan, *Sanal Gazetecilik,* Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999, ss. 44-45.
[9] *a.g.e.,* ss. 72-163.

Dünyadaki tüm okuyucular istenilen zamanda ve mekanda gazetelerine internet aracılığıyla ulaşabilmektedirler. Sanal dünyada yaşanan bu gelişmeler, gazete haberciliğinin temel öğeleri arasında yer alan "zamanlılık" ve "yakınlık" kavramlarının niteliğini değiştirmektedir. Sabahları gazetenin "taze" haberlerine ulaşan okuyucular için akşam saatlerinde söz konusu haberlerin değeri kalmamaktadır. İnternet üzerinde yayınlanan gazetelerde ise ani ortaya çıkan gelişmeler, okuyuculara gün içinde hızlı bir şekilde ulaştırılabilmektedir.[10]

Elektronik gazetecilik; yazı, fotoğraf, görüntü, ses, müzik ve animasyonların bir araya geldiği "multimedya" olarak ifade edilen çoklu ortamların kullanılabildiği bir niteliğe sahiptir. Günümüzde birçok gazete, yazı ve fotoğraflardan oluşan internet sayfalarına sesli ve görüntülü haberleri eklemişlerdir. Böylece televizyonda yayınlanan haberleri kaçıran izleyiciler, internette istedikleri saatte bu haberleri seyredebilmektedir. *Sabah* gazetesi internet sayfasında "sesli haber" uygulamasını başlatarak, okuma yazması olmayan kullanıcılara da hitap etmektedir.

Etkileşimli olması elektronik gazeteciliğin önemli özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Yani okuyucular sayfada yer alan haberler hakkında düşüncelerini, konuyla ilgili yorumlarını göndererek, geri bildirimi sağlamaktadırlar. İnternette bununla ilgili araçlar arasında; elektronik posta (e-mail), forum ve kullanıcı yorumlarına yer verilen sayfalar, sohbet odaları (chat rooms), "Messenger" olarak adlandırılan yazılı, sesli ve görüntülü görüşme yapılabilen programlar ve 2000'li yıllarda kullanımı yoğunlaşan kişisel internet sayfaları ya da internet günlükleri olarak tanımlanan "bloglar" sayılabilir.

İnternet, insanlar arasındaki iletişim biçimlerini değiştirmesinin yanı sıra gazetecilik anlayışında da birçok dönüşümün öncülüğünü yapmıştır. Mektup ve telefonla gerçekleştirilen iletişim; yerini e-mail, sohbet odaları ve Messenger'de yapılan görüşmelere bırakmaya başlamıştır. Kullanıcılar metin, fotoğraf, müzik ve görüntü dosyalarını sanal ortamda paylaşmaktadırlar. YouTube adlı görüntü paylaşım sitesi, dünyanın dört bir köşesinden yüklenen (upload) videoların buluştuğu bir platform haline dönüşmüştür. Site, Şubat 2005'te, kişisel video paylaşım hizmeti olarak açılmıştır. Yıllar itibariyle günde 70 milyondan fazla videonun izlendiği bir noktaya ulaşmıştır.[11]

[10] Suat Gezgin, "Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği", *İnternet Çağında Gazetecilik,* haz. Serhan Yedig ve Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002, s. 31.
[11] You Tube İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.youtube.com/t/about, 03 Şubat 2007.

Kişisel internet günlükleri "bloglar", 1999'da "Blogger" adlı internet sitesinin ortaya çıkışıyla gündeme gelmiştir. "Weblog" olarak da ifade edilen yapı, web yani internet, log yani günlük kelimelerinin birleşimden oluşmaktadır. Google'nin 2003'te Blogger sitesini satın almasıyla etkinlik alanlarını genişleten bloglar, gazetelerde yer almayan haberleri de gündeme getirerek dikkat çekmişlerdir. Medya imparatorlarından Rupert Murdoch, blogların yükselişinin farkına vararak görüşlerini şöyle açıklamıştır:

"…Artık insanlar medyanın kendilerini kontrol etmesini istemiyor. Birkaç tane editörün her gün insanların ne duyması gerektiğine karar vermesinin devri çoktan geçti. Medyanın kontrolünü halka vermeliyiz. Aksi halde okuyucularımız ve izleyicilerimiz bizden uzaklaşacak…"[12]

Murdoch, blog yazan kişileri, yani blogger'ları, haber aktarırken kullanmaları gerektiğini dile getirerek, böylece habere farklı perspektiflerin, bakış açılarının katılacağını söylemektedir. 18 ile 34 yaş arasındaki kişilerin haber almak için internet mecrasına yöneldiklerini belirten medya imparatoru, bu kitlenin hangi haberlerin önemli olduğuna kendilerinin karar vermek istediklerini vurgulamaktadır.[13]

Aslında Murdoch'un sözleri haberin değerlendirilmesi sürecindeki gatekeeping (eşik bekçiliği) mekanizmasının etkinliğinin azalmaya başladığının göstergesini oluşturmaktadır. Hangi haberin, nerede, ne kadar sürede yayımlanıp yayımlanmayacağını belirleyen editörlerin yerini "blogger"lar üstlenmeye başlamışlardır. Böylece okuyucular yalnızca kendilerine sunulana değil, özgür iradeleriyle seçtikleri diğer haberlere de ulaşmaktadır. Blogların habercilik üzerine katkısı özellikle Irak'taki savaşın Salam Pax adlı genç Iraklı tarafından blog sayfasında yayınlanmasıyla gündeme gelmiştir. Bölgede yaşanan gelişmelere gün gün sayfasında yer veren Pax, blogların etkisini gün ışığına çıkarmıştır.

Bu gelişme, egemen medyadaki gazetecilik uygulamalarının bir alternatifi olarak görülen "yurttaş gazeteciliği" kavramını da ortaya çıkarmaktadır. Yani bloglar, "kamu gazeteciliği" anlayışının bir anlamda öncülüğünü yapmaya başlamışlardır. Yurttaş gazeteciliği; okuyucu, dinleyici ve izleyicileri; sorunlar ve güncel olaylar hakkında eğitmeyi, kendileriyle ilgili kararların alınması sürecinde onları bilgilendirerek bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır. Kamu adına yasama-

[12] Uğur Koçbaş, "İnternet Günlükçüleri Tozu Dumana Katıyor", *Vatan Gazetesi Trend Eki,* 30 Mayıs 2005, s. 28.
[13] *a.g.m.,* s. 28.

yürütme ve yargıyı izleyerek, gerektiğinde bu kurumları "tarafsız" bir güç olarak değişime ve dönüşüme zorlamayı; okuyucuların kendi sorunlarına sahip çıkarak, çözüm yolları aramasına yardımcı olmayı hedeflemektedir.[14]

3. Türkiye'de Yerel Basın ve İletişim Teknolojilerinin Sağladığı Olanaklar

"Anadolu Basını" ya da "taşra basını" olarak adlandırılan, Mustafa Kemal Atatürk'ün Kurtuluş Savaşı'nda ulusal mücadeleye sağladıkları katkıdan ötürü "Fazilet Adaları" olarak nitelendirdiği yerel basın; yöre halkının bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve kamuoyunun oluşturulmasına yarar sağlayan önemli kitle iletişim araçları arasındaki yerini almıştır.

Yaygın basının okuyucularına, ulaşamadıkları ve tam olarak kavrayamadıkları bir dünyayı sunmasına karşın yerel basın, yöre halkının sorunlarını daha iyi tahlil edebilmekte ve yaşanan sorunlara daha gerçekçi çözüm önerileri getirebilmektedir. Bu özellik, yerel basın çalışanlarının içinde bulundukları coğrafyanın kültürel, ekonomik ve toplumsal yapısını yakından tanımalarıyla ilgilidir. Yaygın basın, çeşitli bölge ekleri çıkararak ya da sahip oldukları haber ajanslarının büroları aracılığıyla yöresel gelişmeleri okuyucularına duyurmaya çalışmakta, ancak bu kimi zaman yetersiz kalmaktadır. Bu açıdan yerel basının, bu eksikliği kapatarak yerel yönetimleri denetlemesi ve eleştirmesi, basın özgürlüğünün de uygulanması açısından önem taşımaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte artan enformasyon akışı, McLuhan'ın deyimiyle "dünyayı küresel bir köy" haline getirmiş, yerel medyaya olan ihtiyaç ve ona yüklenen anlam değişmeye başlamıştır. İletişim teknolojilerinin gelişme gösterdiği günümüz medya ortamında yerel nitelik taşıyan kimi olaylar, internet yoluyla tüm dünyaya ulaşmakta ve tüm insanlığın ortak sorunu niteliğini kazanmaktadır. İşte bu aşamada, iletişimin küreselleştiği bir ortamda, Türkiye'deki yerel basının iletişim teknolojisinin nimetlerinden yararlanarak başat konuma gelmesi bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yerelliğin anlamının değişmeye başladığı ve coğrafi sınırları aştığı günümüzde, yerel gazeteler; siyaset dünyası ve yerel yöneticiler ile yöre halkı arasında bir köprü görevi yüklenmişlerdir. Yaygın medyanın farklı gündeminin içinde yerel gazeteler yörelerindeki kamusal yatırım ve uygulamaların denetçisi du-

[14] İncilay Cangöz, "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", *Gazetecilik ve Habercilik,* der. Sevda Alankuş, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, ss. 103-105.

rumundadır. Yerel basınımızın bir kısmında görüldüğü gibi "altın makas" olarak ifade edilen yaygın medyadan haberlerin kullanımı uygulaması yerel basınımızın "yerellik" iddiasını zayıflatabilmektedir.

Türkiye'de "yerel basın" denilince çok farklı algılama biçimleriyle karşılaşılmaktadır. Kimilerine göre yerel basın; makaslama veya masabaşı çalışma sonunda ortaya çıkarılan bir ürün, kimilerine göre ise yalnızca resmî ilan alabilmek için çıkarılan kitle iletişim aracı olarak görülebilmektedir. Bu anlayışların dışında yerel basınımız, her geçen gün yörenin sesini doğru ve objektif bir biçimde yansıtabilen; toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal gelişmeleri aktararak, kamuoyunun oluşmasına katkı sağlayan bir niteliğe bürünmeye başlamıştır. İnternetin hayatımızın bir parçası haline gelmesi, yerel medya organizasyonlarının bilgiye daha hızlı ulaşmasına yol açmış, yöre halkıyla interaktif (karşılıklı etkileşimli) bilgi paylaşımı etkin hale gelmeye başlamıştır. Elektronik posta, haber grupları, forumlar, veri tabanları ve arama motorları bilginin elde edilmesi ve paylaşılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. Dijitalleşen yani sayısallaşan teknoloji, günümüz medyasında haber takibini kolaylaştırmıştır. Dijital fotoğraf makineleriyle çekilen fotoğraf ve görüntüler ilgili veri tabanları ve internet sayfalarına hızlı bir şekilde aktarılabilmektedir. Yerel medyamızın haber ve yorumlarını ileten internet sayfaları, yöre halkının sorunlarını elektronik ortamda dile getirmesini sağlayarak, demokratik katılımın güçlendirilmesini sağlamaktadır.

Yerel medyanın içeriğinin zenginleştirilmesi ve nitelik olarak güçlendirilmesi, yaygın medyanın egemenliğini hissettirdiği Türkiye'de önem taşımaktadır. Konuyla ilgili düzenlenen eğitim programları ve seminerler, yerel medya çalışanlarına katkı sağlayarak, nitelik olarak güçlenmelerine katkı sağlamaktadır. Örneğin Bağımsız İletişim Ağı (BİA) Yerel Medya Eğitim Programı hayata geçirdiği programlar aracılığıyla, yerel medya çalışanlarına teorik ve teknik eğitim vermektedir. Ağ kapsamında 2001 yılında gerçekleştirilen çalışmaların birinci aşamasına; 9 kent merkezi ve bölgede 141 yerel medya kuruluşundan (58 gazete, 51 radyo, 12 radyo-TV, 18 TV, 1 haber ajansı ve 1 online gazete) 270 yerel medya profesyoneli katılmıştır. 2002 sonu ve 2003 başında gerçekleşen ikinci aşamaya ise 3 kent merkezi ve bölgede 169 medya kuruluşundan (87 radyo, 82 gazete) 213 yerel medya profesyoneli katılmıştır.[15]

[15] Bianet Online (Bağımsız İletişim Ağı) İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.bianet.org/index_root.htm, 04 Şubat 2007.

Yerel basını güçlendirecek diğer bir çalışmayı ise Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin, üniversitenin düşünsel birikimini ve üretimini toplumla paylaşmak üzere başlattığı "YERELNET" projesi oluşturmaktadır. Proje çerçevesinde üniversite öğretim üyeleri uzmanlık alanları ile ilgili birikimlerini gazete köşe yazısı biçiminde kitle iletişim araçları aracılığı ile topluma sunmayı amaçlamaktadır. Yerel basın, güncel bir konuda önerilen bir makaleyi, 10 YTL ödeyerek satın almakta ve gazetesinde yayımlayabilmektedir (Bu bedel gazetelerin büyüklükleri ve tirajları ile orantılı olarak artabilmektedir). "YERELNET" projesiyle yerel gazetelere pek çok konuda uzman görüşüne ulaşma olanağı verilmesi hedeflenmektedir.[16]

4. Kocaeli Yerel Basını'nın Tarihi

Kocaeli'ndeki ilk matbaa 1860 yıllarında Akmeşe'de, Akmeşeli Mavyan tarafından kurulmuştur. Akmeşe'deki manastırın ihtiyacı olan kitapları basan bu matbaadan sonra İzmit'te kurulan ilk matbaa, Birinci Dünya Savaşı yıllarında tehcir edilen bir Ermeni vatandaşının malları arasında bulunan ve Mutasarrıflığın eline ulaşan taş baskı yapan matbaadır. 1915-1916 yıllarına kadar İzmit'te Türk matbaası bulunmamaktaydı. Bu taş baskı makinede üç kişi ile Kocaeli'ndeki ilk gazete olan *Kocaeli* basılmıştır.[17] Yunan işgali sırasında yayınlarına ara veren gazete, Kurtuluş Savaşı'ndan sonra haftalık olarak Kocaeli'nin resmî gazetesi olarak 1933 yılına kadar yayınını sürdürmüştür.

Daha sonraki yıllarda sırasıyla; 1921 yılında *Türkyolu* gazetesi, 1923'te *Hürfikir*, 1938'de İzmit'te dizgi makinesiyle basılan ilk gazete olan *Körfez Gazetesi*, *Genç Düşünceler* gazetesi, 1939'da *Marmara Gazetesi*, 1943'te *Yeşil İzmit*, 1948'de *Hürsöz gazetesi*, 1950 ve 1951'de, İhsan Yazman tarafından çıkartılan *Yavuz İzmit* ve *Yaman İzmit* gazeteleri, 1951'de *Bizimşehir* gazetesi, 1960'da *27 Mayıs* gazetesi ve *Zafer* gazetesi, 1950'de *Demokrat Kocaeli*, yine 1950'lerde *Büyük Dava gazetesi*, 1950'de *Azim*, 1961'de *İstiklâl*, 1970'de *Kocaeli Adalet*, 1962'de *Hedef gazetesi*, 1954'te *Seka Postası*, 1960'da *Doğuş*, 1960'larda kesin yayım tarihi bilinmemekle birlikte *Körfez Gazetesi*, 1967'de *Sesim dergisi*, *Işık gazetesi*, *Yeni Yarımca*, *Karamürsel Postası* ve *Ticaret ve Sanayi Odası Gazetesi* yayımlanmıştır.[18]

[16] Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İnternet Sitesi, "Yerelnet", (Çevrimiçi) http://yerelnet.gazi.edu.tr, 03 Şubat 2007.
[17] *Kocaeli Yıllık*, 1973, s. 139.
[18] *a.g.e.*, ss. 139-141.

Kocaeli ili, yerel gazete bakımından tarihi geçmişi zengin önemli kentlerden birini oluşturmaktadır. Haldun Simavi'nin sahibi olduğu Veb Ofset şirketinin modern gazetecilik uygulamalarını götürdüğü Anadolu merkezlerinden biri de İzmit'tir. Veb Ofset 1976 yılında İzmit'te *Kocaeli Gazetesi*'ni çıkartarak yayınlarını Gebze, Hereke, Tütünçiftlik, Yarımca, Derince, Kandıra, Gölcük, Değirmendere, Ereğli, Karamürsel ve Adapazarı'na ulaştırmayı başarmıştır.[19]

Günümüzde Kocaeli kent merkezinde; *Kocaeli Gazetesi*, *Özgür Kocaeli*, *Bizim Kocaeli*, Kocaeli'nde *Barış*, *Beyaz Kocaeli*, *Kocaeli Demokrat ve Çağdaş Kocaeli* gazeteleri yayın hayatlarını sürdürmektedir.

4.1. Kent Merkezinde Yayımlanan Gazetelerin İnternet Sayfalarının Analizi

Kocaeli kent merkezinde yayımlanan yedi gazeteden 16 Ocak 2007 tarihinde yayım hayatına başlayan *Çağdaş Kocaeli Gazetesi* dışında tamamının internet sayfası bulunmaktadır. 2007 yılının Ocak ayı itibariyle bu gazetelerden *Kocaeli Demokrat* gazetesinin internet sayfası bakımda olduğu, *Bizim Kocaeli* gazetesi ise basılı versiyonunun yalnızca ilk sayfasını elektronik ortama sunduğu için analiz çalışmasına dahil edilmemiştir. Çalışmada; *Özgür Kocaeli*, *Kocaeli Gazetesi* ve *Kocaeli'nde Barış* gazetesi içerik, tasarım ve etkileşimlilik başlıklarında incelenmiştir.

4.1.1. İçerik

Gazetelerin internet sayfalarının içeriği ele alındığında, basılı gazetede yayımlanan haber ve yazıların elektronik versiyonda yer alma oranı önem taşımaktadır. Basılı gazeteyi satın alma imkanı olmayan, sadece internet aracılığıyla yöre hakkındaki gelişmelerden haberdar olan binlerce okuyucu bulunmaktadır. Yerel gazeteler, internet sayfalarıyla, yörenin yaşantısını daha canlı ve gerçekçi yansıtma imkanına sahip bulunmaktadır.

Çalışmada, *Kocaeli Gazetesi* ve *Özgür Kocaeli* gazetelerinin 1-7 Ocak 2007; *Kocaeli'nde Barış* gazetesinin ise 18-24 Aralık 2006 tarihleri arasında yayımlanan bir haftalık nüshalarındaki haber sayıları hesaplanmıştır. Ardından üç

[19] Nuri İnuğur, *Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s. 467.

yerel gazetenin internet sayfalarının "Arşiv" bağlantısında bu günlere ait saklanan haber sayıları toplanmıştır.

Kocaeli Gazetesi ve *Özgür Kocaeli* gazetesinin spor ekleri ile *Kocaeli'nde Barış* gazetesindeki spor sayfalarında kullanılan haberler çalışmaya dahil edilmemiştir. Üç yerel gazetede de yazarlara ayrılan bazı köşelerde, yöreyle ilgili gelişmeler ve haberlere yer verildiği dikkati çekmektedir. Köşe yazarlarının yorum ve değerlendirmelerinin de bulunduğu bu yazılardaki haberler de inceleme kapsamına alınmamıştır.

Kocaeli Gazetesi ve *Özgür Kocaeli* gazetesinin basılı nüshası ve internet sayfasında yer alan haber sayıları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: *Kocaeli Gazetesi* ve *Özgür Kocaeli* Gazetelerinin Basılı Nüshası ve İnternette Yayımlanan Haber Sayıları. (1-7 Ocak 2007)

	1 Ocak Basılı/ İnternet	2 Ocak Basılı/ İnternet	3 Ocak Basılı/ İnternet	4 Ocak Basılı/ İnternet	5 Ocak Basılı/ İnternet	6 Ocak Basılı/ İnternet	7 Ocak Basılı/ İnternet
Kocaeli Gazetesi	43/24	65/27	59/33	53/27	62/33	72/33	54/30
Özgür Kocaeli Gazetesi	43/ -	49/11	66/11	50/11	70/11	78/11	56/11

Kocaeli'nde Barış gazetesinin basılı nüshası ve internet sayfasında yer alan haber sayıları ise Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: *Kocaeli'nde Barış* Gazetesi'nin Basılı Nüshası ve İnternette Yayımlanan Haber Sayısı (18-24 Aralık 2006)

	18 Aralık Basılı/ İnternet	19 Aralık Basılı/ İnternet	20 Aralık Basılı/ İnternet	21 Aralık Basılı/ İnternet	22 Aralık Basılı/ İnternet	23 Aralık Basılı/ İnternet	24 Aralık Basılı/ İnternet
Kocaeli'nde Barış Gazetesi	40/7	46/7	40/7	63/7	45/7	45/ -	42/13

Basılı nüsha ve internet sayfalarında yer alan haber sayıları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Üç gazetenin de basılı nüshalarında yer alan haberlerin önemli bir kısmına yer vermedikleri görülmektedir. Tabii ki aradaki bu farklılık

internet sayfasını düzenleyen editörün, haber değerlendirme süreciyle de yakın ilişki içinde bulunmaktadır. "Eşik bekçiliği" görevini üstlenen editörler, daha önemli gördükleri haberlerin internette yer almasını tercih etmektedirler.

Türkiye'nin internette yayına giren ilk yerel gazetesi olan *Özgür Kocaeli*'nin ana sayfasında (homepage) biri manşet haber niteliğinde, büyük fotoğrafın kullanıldığı dört fotoğraflı haber yer almaktadır. Ana sayfada, dört haberin ana başlıkları ve spot metinleri bulunmakta, haberin tam metnine ulaşmak için "devam" linkine tıklamak yeterli olmaktadır. Sayfanın en sağ sütununda, gazetede yayımlanan haber başlıklarına ait bağlantılar, "diğer haberler" ve "spor haberleri" üstlüklerinin altında yer almaktadır. Haber fotoğrafları, standart ölçüde belirlenmiş fotoğraf alanında, haber metninin sol yanında bulunmaktadır. "Perde Arkası" köşesi de sayfanın en alt orta sütununda haber başlıklarına bağlantılar verilerek değerlendirilmiştir. Gazetenin köşe yazarlarına ilişkin bağlantı, fotoğraflı manşet haberlerinin hemen üstünde yer almaktadır.

Kocaeli Gazetesi'nde ilk sayfada manşette yer alan haber, eğer fotoğraflıysa, internet sayfasında da fotoğraflı olarak, aynı başlık ve haber metniyle kullanılmaktadır. Hemen sağında yer alan haber başlıkları, "haberler" ve "iç sayfa haberleri" olarak iki ayrılmıştır. İlgili başlıklara tıklanıldığında, haber metninin yanı sıra aynı kategorideki diğer haber başlıkları da okuyucuya sunulmaktadır. "Spor" ve "Politika Kulisi" sayfalarındaki haberlerin başlıkları, sayfanın en altında verilerek okuyucunun bağlantılara daha hızlı ulaşmasını sağlamaktadır. Ancak ana sayfada manşet olarak değerlendirilen haberlerin dışındaki hiçbir haberde fotoğraf kullanımına rastlanmamaktadır. *Kocaeli Gazetesi*'nin ana sayfasında, o günün gazetesi ve spor ekinin ilk sayfalarının internet baskısı yer almaktadır. Bu bağlantının hemen altında, sayfanın sol alt köşesinde, yazarlarla ilgili link bulunmaktadır.

Kocaeli'nde Barış gazetesinde diğer gazeteler de olduğu gibi manşet haberi, başlık ve spot metni kullanılarak internet sayfasında değerlendirilmiştir. Ancak diğer iki gazetede haber metninin yanında fotoğraf kullanılmasına karşın, *Kocaeli'nde Barış* gazetesinde fotoğraf kullanılmamıştır. Manşetin dışında yer alan haberler, "diğer haberler" başlığı altında sınırlı sayıda yer almaktadır. Köşe yazarlarına sayfanın solunda yer alan "yazarlar" ve "spor yazarları" bağlantıları aracılığıyla ulaşılmaktadır.

4.1.2. Tasarım

Özgür Kocaeli gazetesi, diğer iki gazeteye göre ana sayfasında fotoğraf kullanımına önem veren bir görünümde yer almaktadır. Yalnızca manşette yer alan haberde değil, yanındaki üç haberde de fotoğraf kullanılmıştır. Böylece haber metni ve fotoğraf dengesi sağlanmaya çalışılmıştır. Diğer haberlerle ilgili bağlantılarda da fotoğraf kullanımı dikkat çekmektedir.

Kocaeli Gazetesi'nde manşet haberinin dışında fotoğrafa yer verilmemiştir. Ancak ana gazetenin ve spor ekinin internet baskısıyla ilgili bağlantı yer almaktadır. *Kocaeli'nde Barış* gazetesinin ana sayfasında ise haberlere ilişkin fotoğraf kullanımı bulunmamaktadır.

Özgür Kocaeli gazetesinde, "Ana Sayfa", "Yazarlar", "Arşiv", "İletişim" gibi sık kullanılan bağlantılar; manşet haberlerinin hemen üstünde değerlendirilirken, *Kocaeli Gazetesi* ve *Kocaeli'nde Barış* gazetesinde sayfanın solunda bulunan bağlantılar bölümünde yer verilmiştir. Yalnızca *Kocaeli Gazetesi*'nin sayfasında bulunan "arama motoru" sayesinde, okuyucular diledikleri kişi ya da haberle ilgili bilgilere zaman kaybetmeden ulaşabilmektedirler.

Üç gazetede de okunmak istenen sayfalara birkaç tıklamayla ulaşılmakta ve açılan her sayfanın üzerinde "ana sayfaya" geri dönebilmek için bağlantılar yer almaktadır.

Bölüm başlıklarının ayrı bağlantılar altında düzenlenmesi okuyucunun dilediği sayfaya zaman kaybetmeden ulaşabilmesi açısından önem taşımaktadır. Karmaşık olarak kullanılan haberler ve haberi özetleyen spot metinlerinin bulunmaması, tasarım açısından eksiklikler olarak ifade edilebilir. *Özgür Kocaeli* gazetesinde, "spor haberleri" başlığının dışında bölüm başlıklarıyla ilgili bir düzenleme yer almamaktadır. *Kocaeli Gazetesi*'nde haber departmanlarına ayrılan bağlantılar bölümünün yanı sıra "haberler", "iç sayfa haberleri", "spor", "sanat günlüğü" konularındaki haberlerin başlıkları da okuyuculara sunulmaktadır. *Kocaeli'nde Barış* gazetesinde ise farklı haber türlerine ayrılan bağlantılar olmamasına karşın, köşe yazarlarının sahip olduğu sayfalara linklerin verildiği görülmektedir.

4.1.3. Etkileşimlilik

Yeni iletişim teknolojilerinin, özellikle de internetin getirdiği en önemli özelliklerden birisi etkileşimli olma niteliğidir. Kullanıcıların da katılımının sağlanması ve onlardan gelen geri bildirimin karşılık bulması internet üze-

rindeki etkileşimi ortaya çıkarmaktadır. Yerel gazetelerin internet sayfalarında kullanıcıların düşünce ve yorumlarını aktardığı bağlantılar, forum sayfaları, okuyucuların taleplerini ilettiği iletişim imkanları (e-mail yoluyla) etkileşime katkıda bulunmaktadır.

Özgür Kocaeli ve *Kocaeli Gazetesi*'nde, haber sayfalarının alt kısmında kullanıcıların yorumlarını ekleyebilecekleri bağlantılar bulunmaktadır. Bu bölümlere giren kullanıcılar haberle ilgili düşüncelerini siteye ekleyebilmekte ya da eklenen yorumları görebilmektedirler. Bu yorumların içeriği, editörler tarafından denetlendikten sonra yayınlanmaktadır.

Şiddet, hakaret ve küfür içeren yorumlara engel olduklarını söyleyen *Özgür Kocaeli* gazetesi Teknik Servis çalışanlarından Tuna Çanakçılı, yorum sayfalarını tek çatı altında toplamayı amaçladıklarını söylüyor. Çanakçılı, kullanıcıların üye olmalarını gerektiren forum bölümünün de yakında açılacağını dile getiriyor. Günde 10 bine yakın kişinin gazetenin internet sayfasını ziyaret ettiğini kaydeden Çanakçılı, kullanıcıların yüzde 25'inin Kocaeli içinden, geri kalanların Türkiye'nin diğer illeri ve Avrupa'dan bağlandığını sözlerine ekliyor. [20]

Kocaeli Gazetesi Bilgi İşlem Bölümü çalışanı Faruk Kıyak ise kullanıcı yorumlarının editoryal bir süreç sonunda yayınlandığını söyleyerek, iletişim adresleri aracılığıyla okuyucuların internet sayfasıyla ilgili gelen eleştirilerini, taleplerini ve sıkıntılarını dikkate aldıklarını belirtiyor. İnternet sayfalarını günde 5 ila 6 bin arasında kullanıcının ziyaret ettiğini ifade eden Kıyak, ani gelişen önemli olayların sırasında sayfalarını gün içinde güncelleddiklerini dile getiriyor.[21]

Sonuç

Yeni iletişim teknolojilerinin zamansal ve mekansal sınırları ortadan kaldırdığı günümüzde internet, yerel basının gelişiminde önemli rol oynuyor. Türkiye'nin herhangi bir bölgesinde yayımlanan yerel gazete, okuyucuların yalnızca birkaç tıklamayla ulaşabilecekleri kadar yakında bulunuyor. İnternet siteleri bulunan yerel gazeteler sadece haber ve fotoğraf içeriğini değil; okuyucularının düşünce, yorum, talep ve beklentilerini de paylaşıyor. Gazetelerin

[20] Tuna Çanakçılı, Özgür Kocaeli Gazetesi Teknik Servis Çalışanı, Söyleşi Tarihi: 08 Şubat 2007.

[21] Faruk Kıyak, Kocaeli Gazetesi Bilgi İşlem Bölümü Çalışanı, Söyleşi Tarihi: 08 Şubat 2007.

yayımlandığı kentin dışında, yurtiçinde ve dışında yaşayan vatandaşlar da yörelerinin sorunlarına ortak olabiliyor. Bu gelişme, toplumsal katılımın elektronik ortam aracılığıyla gerçekleştirildiğini gösteriyor.

İstanbul'a en yakın ve kişi başına düşen milli gelir itibariyle önde gelen sanayi kentlerinden biri olan Kocaeli'nin köklü bir yerel gazetecilik geçmişi bulunuyor. Kent merkezinde yayımlanan gazetelerin tamamının (yayın hayatına yeni başlayan Çağdaş *Kocaeli Gazetesi* dışında) internet sayfaları bulunuyor. Çalışmada incelenen gazetelerin kullanıcılarının haberlerle ilgili yorum yapabildikleri bağlantılar, internet üzerinde etkileşimi, geri bildirimi sağlıyor. Türkiye'nin internette yayınlanan ilk yerel gazetesi olan Özgür Kocaeli Gazetesi, yakın zamanda yorum sayfalarını yeniden düzenlemeyi ve üyeliğe dayanan forum bölümünü hizmete sokmayı amaçlıyor.

İncelenen üç gazetenin basılı ve internet versiyonları arasında haber içeriği açısından bir farklılık bulunmuyor. İki farklı mecrada yayımlanan haber sayıları üzerine yapılan değerlendirmede farklılıklar dikkati çekiyor. Basılı gazetede yer alan birçok haber internette yer almıyor. Bu yerel gazetelerin bilgi işlem ve teknik servis bölümlerinde görev yapan çalışanlar, bunun nedenini editoryal sürece ve sitenin kapasitesinin yetersizliğine bağlıyor.

Sonuç olarak, yerel gazetelere ait haberlerin aynı uzunlukta, kolay ulaşılabilecek bağlantılar aracılığıyla okuyucuya sunulması, elektronik gazeteciliğin işlevinin yerine getirildiğini göstermektedir. İletişim teknolojilerinin ayırıcı özelliklerinden sayılan "etkileşimi" sağlayan sayfalar da kullanıcıların geri bildirimlerinin (feedback) alınmasını sağlayarak demokratik katılıma yardımcı olmaktadırlar.

Kaynakça

- Bianet Online (Bağımsız İletişim Ağı) İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.bianet.org/index_root.htm, Erişim Tarihi: 04 Şubat 2007.
- Cangöz, İncilay: "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", *Gazetecilik ve Habercilik,* der. Sevda Alankuş, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.
- Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İnternet Sitesi, "Yerelnet", (Çevrimiçi) http://yerelnet.gazi.edu.tr, Erişim Tarihi: 03 Şubat 2007.

- Geray, Haluk: *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları,* Ankara, Ütopya Yayınları, 2003.
- Gezgin, Suat: "Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği", *İnternet Çağında Gazetecilik,* haz. Serhan Yedig ve Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- Gürcan, Halil İbrahim: *Sanal Gazetecilik,* Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.
- İnuğur, Nuri: *Türk Basın Tarihi,* İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.
- Kocaeli'nde Barış Gazetesi İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.kocaelibaris.com/baris/, Erişim Tarihi: 09 Şubat 2007.
- Kocaeli Gazetesi İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.kocaeligazetesi.com.tr, Erişim Tarihi: 09 Şubat 2007.
- Kocaeli Yıllık, 1973.
- Koçbaş, Uğur: "İnternet Günlükçüleri Tozu Dumana Katıyor", Vatan Gazetesi Trend Eki, 30 Mayıs 2005.
- Özgür Kocaeli Gazetesi İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.ozgurkocaeli.com.tr, Erişim Tarihi: 09 Şubat 2007.
- Timisi, Nilüfer: *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi,* Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2003.
- Törenli, Nurcan: *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi,* Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Vural, Ali Murat: *Yerel Basın ve Kamuoyu,* Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.
- You Tube İnternet Sitesi, (Çevrimiçi) http://www.youtube.com/t/about, Erişim Tarihi: 03 Şubat 2007.

Söyleşiler

- Faruk Kıyak, Kocaeli Gazetesi Bilgi İşlem Bölümü Çalışanı, 08 Şubat 2007.
- Tuna Çanakçılı, Özgür Kocaeli Gazetesi Teknik Servis Çalışanı, 08 Şubat 2007.

IV. BÖLÜM

DÜNYA YEREL BASININA İKİ ÖRNEK
(Fransa ve İtalya Basını)

FRANSA'DA YEREL BASIN

Aslı Yapar Gönenç*

Giriş

İnsanların öncelikle yakın çevrelerinde gelişen olaylara ilgi duydukları bilinen bir gerçektir. Haber değerleri göz önünde bulundurulduğunda yakınlık en önemli değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle pek çok ülkede yerel basının yeri ve önemi oldukça fazladır ve yerel basın son derece gelişmiştir. Fransa'da da basının ortaya çıkışından günümüze kadar yerel basın her zaman önemli bir konuma sahip olmuştur.

Biz de bu çalışmamızda Fransa'da yerel basının genel bir görünümünü belirlemeye çalışacağız. Bu çalışmayı gerçekleştirmemizin en temel nedenli Fransa'da yerel basının ne denli etkin ve önemli bir konuma sahip olduğunu gözler önüne sermektir. Ayrıca Fransız yerel basınının ülkemiz yerel basınına bir model oluşturmasını sağlamaktır.

Bu çalışma kapsamında öncelikle Fransız yerel basınının kısa bir tarihçesi verilmeye çalışılacak, daha sonra günümüzde yerel basının ne konumda olduğu betimlenecektir.

1. Fransa'da Yerel Basının Kısa Bir Tarihçesi

Tarihsel açıdan bakıldığında Fransa'da ulusal ve yerel basın arasında açık bir ayrım olduğu görülmektedir. Bu ayrım ülkenin siyasal ve toplumsal yapısından kaynaklanmaktadır.

Tüm dünyada olduğu gibi Fransa'da da yayımlanan ilk gazetelerin, o zamanın ulaşım ve iletişim teknolojileri göz önünde bulundurulduğunda, yerel olduğunu söylemek olasıdır.

Bu nedenle ilk Fransız günlük gazetesi *Journal de Paris*, Paris bölgesinde yayımlanan bir gazetedir. Ancak Paris bölgesinde yayımlanan gazeteler, daha sonra Paris başkent olduğu için ulusal gazeteler konumuna gelmişlerdir.

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

Yerel basının gelişimi ise Paris'te basılan gazetelerin yeniden basımını yapma biçiminde başlamıştır. "1631 ila 1752 yılları arasında 38 adet yeniden basım görülmektedir. Bu yeniden basımların bir bölümünün içinde, yerel haberlere ve yerel ilanlara yer verilmeye başlanmıştır."[1]

Yerel ilanların önem kazanması ile birlikte taşradaki basımevleri tarafından ilan bültenleri yayımlanmaya başlanmıştır. Bu yerel basının temelini oluşturmuştur. Fransız İhtilali döneminde bu bültenler fikir gazetelerine dönüşmüştür. Böylelikle yerel basının temelleri atılmıştır.

Ancak hükümetin gazeteler üzerinde uyguladığı baskı yerel basını da etkilemiş Devrim sırasında sayıları artmış olan gazeteler hızla azalmaya başlamıştır. Napoléon Bonaparte'nin iktidara gelmesi ile sayılarında yeniden artış olmuştur.

1815'li yıllarda her şehrin vali ya da vali yardımcısına bağlı bir hükümet gazetesi bulunmaktadır. Bu gazetelerin yayın aralığı merkezi hükümetlerin şehre verdiği öneme göre değişmektedir.

Kişilerin çıkarttığı yayınlar ise küçük şehirlerde yalnızca ilan broşürü biçiminde olmakta ve bir yayın çıkarma kaygısı olmaya basımevi sahipleri tarafından yürütülmektedir. Hükümete muhalefet yapan yayınlar ise resmî ilanlardan yaralanamadıkları için ve basım evleri bu tür yayınları basmaya cesaret edemedikleri için kısa ömürlü olmakta ya da çok güç koşullar altında yayımlanmaktadırlar. Ayakta durabilen yayınlar ise ya piskopos ya da yörede yaşayan soylular tarafından desteklenen yayınlar olmaktadır. 1877 yılında kurulmuş olan *Les Dernières Nouvelles d'Alscase* adlı gazete Fransa'nın ilk önemli yerel gazetelerinden biridir.

Bu ortamda yayımlanan ilk yerel gazete 1784 yılında *Journal de Guyenne* olmuştur. 1812 yılına gelindiğinde bu sayı dörde yükselmiştir. Bu gazetelerin tiraj toplamları 3 bindir. 1832 yılında gazete sayısı 32'ye, tiraj toplamları 20 bine, 1860 yılında gazete sayısı 60'a tiraj toplamları 120 bine, 1870 yılında gazete sayısı 100'e tiraj toplamları 350 bine, 1880 yılında gazete sayısı 190'a, tiraj toplamları 1 milyona, 1914 yılında gazete sayısı 242'ye tiraj toplamları 4 milyona ulaşmıştır. [2]

29 Temmuz 1881 tarihinde çıkan basın özgürlüğü yasası ile birlikte basın özgürlüğünün yaygınlaşması sonucunda yerel gazetelerin sayısında büyük

[1] Pierre Albert, *Histoire de la Presse*, Paris, PUF, 1996, s. 22.
[2] *a.g.e.*, s. 48.

bir artış yaşanmıştır. İletişim teknolojilerinin ve ulaşımın gelişimi yerel basının gelişmesinde önemli bir etken olmuştur. Gelişen yerel basın siyasal açıdan da önemli bir konuma gelmiştir. Bunda basına tanına özgürlüklerinde büyük payı olmuştur.

1939 yılına gelindiğinde ise yerel gazetelerin tirajları bir hayli artmıştır (bkz. Tablo 1).

Fransa'da 1939 yılından bu yana günlük gazeteler, "bölgesel gazeteler" de denilen yerel gazetelerden yararlanarak çıkmaktadır.

Ancak 1940 yılında Fransa'nın Almanlar tarafından işgali ile birlikte yayın sayısında azalma kaydedilmiştir. "Bu dönemde birçok yayın Almanların denetiminde olmamak için isteyerek kapanmış, büyük bir bölümü de sansüre uğramıştır. Böyle bir ortamda propaganda aracı olmamak olanaksız gibi görülmektedir."[3]

Tablo 1: 1939 yılına ait Fransa yerel gazete tirajları[4]

Gazete Adı	Yayınlandığı Şehir	Tirajı
Ouest France	Rennes	350 000
L'Echo du Nord	Lille	330 000
La Petite Gironde	Bordeaux	325 000
Le Petit Dauphinois	Grenoble	280 000
La Dépêche de Toulouse	Toulouse	270 000
Le Réveil du Nord	Lille	250 000
La France de Bordeaux	Bordeaux	235 000
Le Progrès de Lyon	Lyon	220 000
Le Petit Provençal de Marseille	Marseille	165 000
La Dépêche du Midi		220 100
Les Dernières Nouvelles d'Alscase	Alscase	217 600

Savaş sonrası dönem Fransız basını için bir dönüm noktası olmuştur. Yerel basında bu yeni dönemde gelişme olanağı bulmuştur.

1946 yılına gelindiğinde çok fazla sayıda yerel gazete yayımlandığı görülmektedir. Ancak her bölgenin çoğunlukla bir gazetesi olduğunu vurgulamakta da yarar vardır.

[3] Michel Mathien, *La presse quotidienne régionale*, Paris, PUF, 1983, s.6.
[4] *a.g.e.*, s. 100.

Bu dönemden sonra yerel gazetelerin sayfa sayılarını ve içeriklerini geliştirme çabasında oldukları görülmektedir. 1967 yılına gelindiğinde Paris'te yayımlanan 12 ulusal gazete bulunurken, taşrada 86 yerel gazete bulunmaktadır. Bu dönemde artık her bölgede ya da şehirde birbirine rakip birkaç gazete birden çıkmaktadır.

2. Günümüz Fransız Yerel Basını

Fransa'da en çok satan gazete 792 bin tirajla *Ouest France* adlı yerel olarak yayımlanan bir gazetedir. "En küçük yerel gazete ise Périgueux'de yayımlanan ve 5 bin 300 tirajı bulunan *La Dordogne libre* adlı gazetedir."[5]

Bu gazetelerin en önemli özelliği yakın çevreyle ilgili haberler vermesi ve okurlarına günlük yaşamda yaralanabileceği bilgiler sunmasıdır. Buna karşılık siyasal ve genel haberlere yalnızca 2-3 sayfa yer verilmektedir.

1994 yılında 68 günlük taşra gazetesi ortalama 6,5 milyon nüsha yayımlanmaktadır. Bu da aşağı yukarı 20 milyon düzeli okur anlamına gelmektedir. 1960'lı yıllardan bu yana bölgesel gazete okur oranları oldukça istikrarlıdır. Bu durum Jean-Marie Charon'a göre bir sağlık belirtisi olabileceği gibi aynı zamanda da durağanlığın hatta bir erozyonun da göstergesi olabilir.[6]

Fransa'da yerel gazetelere gösterilen ilgilerin bölgelere göre dağlımı ise şöyledir: Yüzde 68'lik bir okur oranı ile Bretagne bölgesi ilk sırada yer almaktadır. Bu bölgeyi yüzde 65'lik oranla Alsace bölgesi ve yüzde 62'lik oranla Lorraine bölgesi izlemektedir. Daha sonra, yüzde 43'lük oranla Nord, yüzde 40'lık oranla Rhone-Alpes, yüzde 37'lik oranla Basse Normandie ve Picardie bölgeleri gelmektedir.

Günümüzde Fransız yerel basını Hersan grubunun tekelinde bulunmaktadır. Bu grubun yayımladığı yerel gazeteler şunlardır: *Le Progrès, Le Dauphiné libéré, Nord Eclair, Les Dernières Nouvelles d'Alscase, Presse Océan, Paris Normandie, L'Union des Reines* vb.

Hachette grubunun yayımladığı gazeteler ise şunlardır: *Le Provençal, Le Méridional, Le Soir, Var Matin ve L'Echo républicain* vb.

Ouest France, Sud-Ouest, La Dépêche du Midi, Le Midi libre, La Montagne, La Voix du Nord gibi önemli gazeteler de birer grubun çevresinde yer almaktadırlar.

[5] Jean-Marie Charon, *La presse quotidienne*, Paris, La Découverte, 1996, s. 14.
[6] Charon, *a.g.e.*, s.15.

Bununla birlikte bağımsız yerel gazeteler de bulunmaktadır: *La Nouvelle République du Centre Ouest, La République du Centre* ve *L'Yonne républicaine* gibi.

Görüldüğü gibi Fransa'da yerel gazetelerin büyük çoğunlu önemli medya grupları tarafından çıkarılmaktadır. Bu da etkin olmalarında ve başarıya ulaşmalarında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu gruplar aynı zaman da yerel gazetelerin yanı sıra yerel dergilere de önem vermektedir. Fransa'da pek çoğu 2. Dünya Savaşı'ndan sonra yayımlanmaya başlamış olan çok sayıda yerel dergi bulunmaktadır.

Gazetelerde olduğu dergilerin içeriğinde de yakın çevreyle ilgili haberler bulunmaktadır. Bu haberlerde hizmet boyutu ağırlık kazanmaktadır. Aynı zamanda siyasal, toplumsal, kültürel gündem de irdelenmektedir.

Ayrıca bu dergilerin satış oranlarının ülkemizdeki pek çok ulusal dergiden üst düzeyde olduğunu vurgulamakta yarar bulunmaktadır.

Ancak büyük grupların yerel medya sektöründe yer almalarının sakıncaları da bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi tekelleşme sorunudur. Büyük medya grupları tarafından çıkarılan bir yerel gazete ana akım medyanın yan kuruluşu olmakta ve büyük ölçüde muhaliflik işlevini yitirmektedir.

Tablo 2'de Fransa'da yerel basının tirajlarına baktığımızda ise ülkemizdekinden çok daha yüksek olduğu hatta kimi bölgelerde ulusal basınımızınkinden bile yüksek olduğu görülmektedir

Tablo 2: Fransa yerel basın tirajları

Gazete Adı	Tirajı
Ouest France	792 300
La Voix du Nord	372 200
Sud-Ouest	360 700
Le Dauphiné libéré	285 500
Le Progrès	266 000
La Nouvelle République du Centre Ouest	264 900
Nice Matin	251 300
La Montagne	240 800
L'Est républicaine	229 500
La Dépêche du Midi	220 100
Les Dernières Nouvelles d'Alscase	217 600
Le Républicain lorrain	190 600
Le Télégramme de Brest	188 200

Le Midi libre	176 900
Le Provençal	155 100
L'Alsace	124 400
Le Courier de l'Ouest	107 000
Presse Océan	79 500
Var Matin	75 500
Le Courier Picard	83 700
Le Journal de Saône-et-Loire	78 200
L'Indépendant	72 300
Le Méridional	64 400
Le Bien public	63 200
La République du Centre	60 700
Le Populaire du centre	54 300
Le Main Libre	53 600
La Charente libre	40 500
L'Yonne républicaine	40 400
Le Berry républicain	37 300
Le Journal du Centre	35 500
L'Echo républicain	33 600
La Liberté de l'Est	32 100
Le Quotidien de la Réunion	30 900
L'Est Eclair	29 900
La République des Pyrénées	29 700
Lyon Matin	26 100
Centre Presse Rodez	25 200
Centre Presse Poitiers	24 400
Le Havre libre	22 700
Le Havre Presse	16 600
Le Soir	12 100
Libération Champagne	11 600
Nord littoral	7 500
La Dordogne libre	5 300

Tablo 3: Fransız Ulusal-Yerel Basın Reklam Dağılımı[7]

	1982	**1984**	**1986**	**1988**	**1990**	**1992**
Ulusal	43	42	42	45	54	44
Yerel	39	37	37	41	43	39

[7] Charon, *a.g.e.*, s.36.

Fransa'daki ulusal ve yerel basına reklam pastasından düşen paya bakıldığında ise 80'li 90'lı yüzde olarak şöyle bir dağlım olduğu görülmektedir (bkz. Tablo 3).

Tablo 3'ten de anlaşılabileceği gibi yerel basın ulusal basına yakın oranda reklam verenlerin ilgi odağa olmaktadır. Bu da Fransa'da yerel basının neden ayakta durabildiğini açıklayan önemli etmenlerden bir diğeridir.

Fransa'da daha önce de belirttiğimiz gibi yerel basın oldukça güçlü bir konuma sahiptir ve en önemli özelliği yakın çevre ile ilgili bilgiler sunmasıdır. Yakın çevreden haberler sunması gazeteciler açısından büyük bir kolaylık sağlamasına karşın bir tehlikeyi de beraberinde getirmektedir. "Bu da gazetecilerin haber kaynaklarının tutsağı olma tehlikesidir. Herkesin birbirini tanıdığı küçük bir ortamda gazetecilerin üzerindeki baskı daha ağırdır."[8]

Yerel basında çalışan gazeteciler karşılaştıkları güçlükleri şu sözcüklerle dile getirmektedirler:

"*Télégramme de Brest* gazetesi yazı işleri sorumlusu: Yerel basın çalışması her şeyden önce ticari bir kaynaktır. Yerel yaşam öğeleriyle (sendikacılar, çiftçiler, belediyeler, jandarma ve polis vb.) bir temaslar bütünüdür. Bu aynı zamanda yıllar boyunca örülen bir güven ilişkisidir. Bu ilişkilerde güvene ihanet yoktur. Güven son dere önemlidir. Bu nedenle, yazılarımızda ilk satırlardan itibaren zorunlu bir temkinlilik bulunmaktadır."

"*Ouest-France* gazetesi muhabiri: Yapamadığım şeylerden bir tanesi de markette alışveriştir. Çevredekilerin benimle konuşmak için yanaşmadıkları sakin bir günüm olmaz."

"*La Presse de la Manche* gazetesi muhabiri: Biz yangın yeri siyaseti yapamayız. Kendi kafamıza göre kimseyi görmeye gidemeyiz. Böyle yaparsak kimse bize güvenip haber vermez. Biz her zaman ölçülü davranmalıyız. Açık olmak için, hiçbir zaman yorum yapmayız. Sonuçta biz sadece anlatırız. Bizim bir bölgeye nüfus etme oranımız çok güçlüdür. Zaten nüfus edemezsek ölürüz."[9]

Görüldüğü gibi yerel basın çalışanları daha çok güven öğesi üzerinde durmakta ve yakınlıktan doğan sıkıntıları dile getirmektedir. Ülkemizdeki sorunlarla karşılaştırıldığında bu sorunlar yok denecek kadar azdır.

[8] Louis Guery, *La Presse Régionale et Locale*, Paris, CFPJ, 1992, s. 51.
[9] Eric Neuveu, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001, s. 32.

Ayrıca Fransa'da yerel basın açısından etkin olan bir uygulama da abone sisteminin çok yaygın olmasıdır. Örneğin "*Les Dernières Nouvelles d'Alscase* gazetesinin yüzde 85 oranında abonesi bulunmaktadır."[10] Ayrıca bu gazete Fransa'da 1995 yılında ilk internet yayınına başlayan gazete olmuştur.

Günümüzde Fransa'da yerel basının ulusal basının önünde bir konuma sahip olduğu görülmektedir. "Örneğin Aurillac'ta önceki dönemlerde ulusal basın yüzde 79, yerel basın yüzde 21 oranında bir dağıtıma sahipken, bugün ulusal basın yüzde 23 oranına inmiş, yerel basın ise yüzde 77 oranına yükselmiştir."[11] Diğer bölgelerde de aynı doğrultu da bir değişim yaşanmıştır.

Her ne kadar yerel basın ulusal basının önünde yer alsa da, okur kitlelerinin yayımlandıkları bölgeyle sınırlı olmasından dolayı bir kısıtlamayla karşıya oldukları söylenebilir. Yani yalnızca bölgede ya da şehirde yaşayan insan sayısı kadar okura ulaşabilmektedirler. Gelecekte okur sayılarını artırmak gibi bir umutları bulunmamaktadır. Bu da reklam verenleri etkilemektedir.

Aynı zamanda internetin yaygınlaşmasıyla internet üzerinden de yerel yayınlar yapılmaya başlamış olması basılı yerel gazetelerin durumunu etkilemektedir. Bunun yanı sıra sokaklarda ücretsiz olarak dağıtılmakta olan gazeteler de Fransız yerel basının en büyük rakiplerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak bu rekabetin "gazetecilik alanına büyük ölçüde devingenlik getireceği"[12] düşünülmektedir.

Bununla birlikte Yerel Gazeteler Basın Sendikasının* 2005 yılı verilerine göre Fransa'da 18 milyon yerel basın okuru bulunmaktadır ve her gün 6 milyon gazete satılmaktadır. Yayımlanmakta olan 66 yerel gazetenin yıllık geliri 2005 yılı itibariyle 2,32 milyar euro'dur.[13]

[10] www.wikipedia.org, la presse quotidienne régionale, 31.01.2007.
[11] Guery, *a.g.e.*, s. 9.
[12] Thierry Bouffandeau, *Les presses: Etat des lieux*, www.presspace.com/partie3.html, 01.*2.2007.
* Fransa'da ilk yerel basın sendikası 1945 yılında Yerel Gazeteler Sendikası (Syndicat des quotidiens régionaux- SQR) adı altında kurulmuş, ve Ulusal Fransız Gazeteleri Federasyonuna (Fédération nationale de la presse française -FNPF) bağlanmıştır. 1951 yılında Yerel Gazeteler Ulusal Sendikası (Syndicat national de la presse quotidienne régionale- SNPQR) adında ikinci bir sendika kurulmuştur. 1986 yılında bu iki sendika birleşerek Yerel Gazeteler Basın Sendikası (Syndicat de de la presse quotidienne régional-SPQR) adını almıştır.
[13] www.spqr.fr, 01.02.2007.

Yani Fransa'da yerel basın kimi sıkıntılarla karşı karşıya da kalmış olsa ülkemiz ulusal basınıyla kıyaslandığında gerek satılma, gerek okunma, gerek kar elde etme oranlarıyla oldukça iyi bir konumda olduğu görülmektedir.

Sonuç

Fransa'da yerel basın, geçmişten günümüze etkinliğini korumaktadır. Bunda, medya gruplarının yerel basını destekliyor olmasının önemli olduğu düşünülebilir. Ayrıca bu ülkede gazeteci örgütlerinin ve gazetecilik eğitim sisteminin etkinliği de oldukça önemlidir. Örneğin gazetecilik okulundan mezun olan genç gazeteciler, doğrudan ulusal basında çalışamamakta, öncelikle yerel bir medya kuruluşunda deneyim yaşamak durumunda olmaktadırlar. Böylelikle yerel basının kalkınması sağlanmaktadır.

Aynı zamanda yerel basına özgü sendikal kuruluşlar yerel basını desteklemektedir. Bu da yerel basın alanında çalışan gazetecilerin kendilerini daha güvende hissetmelerini sağlamaktadır.

Ülkemizle karşılaştırıldığında ise yerel basının konumunun ve üstesinden gelmesi gereken sorunların oldukça farklı olduğu görülmektedir.

Kaynakça

- Albert, Pierre: *Histoire de la Presse*, Paris, PUF, 1996.
- Bouffandeau, Thierry: *Les presses: Etat des lieux, www.presspace.com/partie3.html, 01.02.2007.*
- Charon, Jean-Marie: *La presse quotidienne*, Paris, La Découverte, 1996.
- Louis, Guery: *La Presse Régionale et Locale*, Paris, CFPJ, 1992.
- Mathien, Michel: *La presse quotidienne régionale*, Paris, PUF, 1983.
- Neuveu, Eric: *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001.
- www.spqr.fr, 01.02.2007.
- www.wikipedia.org, la presse quotidienne régionale, 31.01.2007.

İTALYA'DA YEREL BASIN

Özgür Gönenç*

Giriş

"İtalya'da Yerel Basın" adını taşıyan bu makale, Avrupa'nın basın açısından önemli ülkelerinden biri olan İtalya'nın yerel basını ile ilgili bilgiler vermeyi amaçlamaktadır. Öncelikle Kıta Avrupa'sının Fransa, Almanya, İngiltere gibi önemli ülkelerinin yanında yine çok önemli yerel gazetelere sahip olan İtalya'nın yerel basınının tarihçesinden söz edilmiştir.

Daha sonraki bölümde İtalya'da yayın yapan yerel gazetelere İtalyan Birliğinin sağlandığı yıl olan 1860'lı yıllardan başlayarak günümüze değin kronolojik sıra ile değinilmiş ve ayrıntılı bilgiler vererek açıklanmıştır.

Makalenin sonuç bölümünde ise İtalyan Basını'nın bugünkü genel durumuna değinilerek İtalyan Yerel Gazeteleri'nin bugünkü durumu hakkında bilgiler verilmiştir.

1. İtalyan Yerel Basınının Tarihçesi

İtalyan Yerel Basını'nın, İtalyan Gazetecilik Tarihi'nde temel ve önemli bir yeri bulunmaktadır. Fransa, İngiltere, Almanya, İspanya gibi Avrupa ülkelerinden farklı olarak 1861 yılına kadar İtalya'da bir ulus devlet yoktu. İtalya, genç bir ulus devlet olarak 1861'de doğmuştur.

İtalya'nın ulus devlet olmasında Garibaldi'nin askeri ve Cavour Kontu Camillo Benso'nun diplomatik çabaları etkili olmuştur. İtalya ulus devlet olmadan önce küçük kent devletleri halindeydi. Bu kent devletlerinin arasında Toscana, Venedik gibi ünlü kent devletleri bulunmaktaydı.

İtalya'nın ulus devlet oluşundan önceki bu kent devletlerin her birinin kendi basım biçimleri ve özellikle de kendi yasaları vardı. Örneğin 1700'lü yıllarda Avusturya-Macaristan İmparatorluğu döneminde Kuzey İtalya'da bulunan basın özgürlüğü ile ilgili yasa tüm Avrupa'da çok ünlü bir yasaydı.

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

Bütün bunlar göz önüne alındığında İtalyan Yerel Basını'nın oluşmasında tarihsel koşulların ağır bastığı söylenebilir. 1861 yılında İtalya bir ulus devlet olarak doğduysa da yerel basın olduğu gibi yerinde kalmıştır. Çünkü bu yerel basın İtalyan olmayan bir basının parçasıydı ve İtalyan Krallığı döneminde de çoğalmayı sürdürmüştü.

Diğer Avrupa uluslarından daha farklı bir tarihi olan İtalya'da yerel basın bu tarihsel verilerin güdülemesiyle güçlenmiş ve önemli duruma gelmiştir. Elbette burada şu soru akla gelmektedir: İtalya ulus devlet olunca bu kent devletlerine ne oldu? 1861'de İtalyan Birliği sağlanınca tek devlet olma arzusu ve açlığı, gazete kurmak isteyenleri yüreklendirmiştir.

İtalyan yarımadasının tarihine bakıldığında ilk kez gazeteye sahip olan kentlerin Floransa ve Cenova olduğu görülmektedir. Floransa'da yayınlanan ilk gazetenin tarihi 1636 olarak tarihlendirilirken Cenova'daki gazetenin ise 1639 tarihli olduğu görülmüştür.

Bu tarihlerden önce özellikle Roma ve Venedik kentlerinde fikirlerin dolaşımını sağlayan haber kağıtları görülmüştür. Bu türün ilk örneği 1563 yılında Venedik'te görülmektedir. "Gazeta" isimli bir gümüş para karşılığında satıldığı için bu haber kağıtlarına "gazzetta" denmektedir.

Bu ilk gazeteler, kitap formatında yayınlanmıştır ve boyutları 15X23 cm olmuştur. Sayfa sayıları 2-4 arasında olmuştur. 8 sayfalık ve iki haftalık süreli yayınlar daha sonra 1600'lü yılların ikinci yarısına doğru gelmiştir. Bu gazeteler kitabevlerinde ve matbaalarda satılmaktaydı ve çok az sayıda abonesi bulunmaktaydı[1]

1785-1798 Roma'da yayınlanan *Roma Kilisesi Gazetesi* bütün İtalya'da yaygındı. 1791 yılında Floransa'da il kez kadınlara yönelik *Kadın Gazetesi* yayınlandı. Bunların dışında Milano'da İngiliz ve Fransız gazeteleri yayınlanmıştır.

1796'da Napolyon Bonapart'ın Milano'ya girişinden sonra basına bazı sınırlamalar getirilmiştir. Fakat daha sonra yine 1796 yılında ilk özgür *Milano Gazetesi* doğmuştur. Bu Gazetenin adı *Eşitlik ve Özgürlük Gazetesi*dir. 1798'de *Monitore Italiano* adıyla çıkan dönemin en önemli gazetesi daha sonra Venedik, Bologna, Cenova, Floransa, Roma ve Napoli'de çıkmaya başlamıştır.

[1] Paolo Murialdi, *Storia del Giornalismo Italiano,* Bologna, Il Mulino Yayınları, 2000, ss. 9-10.

1805'e gelindiğinde Milano'da *Giornale Italiano* adında bir gazete yayınlanmıştır. 1811-1815 yılları arasında *Il Monitore delle Due Sicilie* Napoli'de çıkmaya başlamıştır. Bu gazete 2240 ile 3671 arasında değişen bir tiraja sahipti.[2]

1834 yılında Carlo Alberto Torino'da *Piemonte* gazetesini yayınlamıştır. Bu yıl çıkan diğer bir önemli gazete ise *Teatro Universale* adını taşıyan bir süreli yayın olmuştur. Bugünkü anlamda tabloid boyda çıkan gazete, 16 sayfaydı.

1847-1848 yılları arasında ise İtalya'da bir restorasyon dönemi yaşanmıştır ki, bu dönemde tam anlamıyla bir siyasi gazetecilik yoktur. 1848 yılına gelindiğinde Bağımsızlık Savaşı ikliminde Torino'da *Halk Gazetesi*, Giovan Battista Bottero tarafından kurulmuştur.

1851'de İtalyan Basını daha demokratik bir yönelime gitti Cenova'da servet sahibi olan Mazziniler *Halkın İtalya'sı* adlı bir gazete çıkardılar. Gazete o yıllarda 1000 nüsha satıyordu. 1857'de kapanmıştır.[3]

1856-1860 arasında *Nuovo Emporio* adlı haftalık bir gazete yayınlanmaya başladı. Bu gazete kara haberler de dahil olmak üzere çeşitli konulardan haberler vermekteydi.

İtalyan Birliğinin tamamlanma aşaması olan 1859-1871 yılları arasında İtalya, Po Ovasında tarım yapan bir tarım ülkesiydi. Bölgeler arasında çok büyük farklılıklar bulunmaktaydı. Sanayi zayıftı. Yalnızca Lombardia ve Piemonte bölgelerinde bulunmaktaydı. Okuma-yazma bilmeyenlerin oranı 1871'de yüzde 68.8 iken daha sonra azalarak yüzde 42-45'lere gerilemiştir.

1865 yılında *Il Sole* gazetesi Milano'da yayınlanmaya başlamıştır. Bu yılda Milano'da yayınlanan gazetelerin toplam tirajı 20 bin dolayındaydı.

1867'de Milano'da *Gazettino Rosa* adlı bir gazete Achille Bizzoni ve Felice Cavalotti tarafından çıkarılmılştır. Bu küçük gazete siyasi ve edebi bir gazeteydi ve şiddetli tonda yayınlar yapmaktaydı.[4]

"Gazzetta" sözcüğünden türeyen gazeteler birbirini izlemiştir. Bu gazeteler genelde siyasal olaylara yer veren haber kağıtlarıydılar. İtalya'da ilk yerel gazetelerin 1700'lü yıllarda doğduğu söylenebilir.

[2] Murialdi, *a.g.e.,* ss. 22-25.
[3] *a.g.e.* ss. 35-37.
[4] *a.g.e.,* ss. 47.

Bu bağlamda ilk çıkan gazete *La Gazzetta di Mantova*'dır ve 1684 tarihlidir. Bu gazete ilk İtalyan gazetesi olarak bilinmektedir. Bu gazete İtalya'nın kuzeyinde doğmuştur. Bir taşra kentinde doğmuştur. Kültürlü bir kentte doğmuştur. Po Ovasının bütün tüccarlarının ticari çıkarlarının birbiriyle buluştuğu yerde doğmuştur.

İtalyan yerel basının en önemli özelliklerinden biri zengin yerlerde doğmuş olmalarıdır. Bundan dolayı İtalyan gazetelerinin çoğu kuzeyde yer almaktadır. Mantova'da doğan ilk gazeteden sonra *Gazzetta di Parma* doğmuştur. *Parma Gazetesi'*yle *Mantova Gazetesi* arasında bir liderlik mücadelesi yaşanmıştır.

İtalyan yerel basınının ilk örneklerine bakıldığında bunların özgün gazeteler olmadığı görülmektedir. Bu gazeteler genelde İtalya dışından gelen haberlere yer vermekteydi. Özellikle de devrimler yüzyılı olarak bilinen 1700'lü yıllarda olan Fransız Devrimiyle ilgili haberler vermekteydi.

O dönemin gazeteleri İtalya dışında ne olup bittiğiyle ilgilenmiş ve İtalyan okuyuculara haberleri yorumlayarak vermişlerdir. Bu gazetelerin tirajları da çok düşük olmuştur. En fazla 10 bin satmaktaydılar. Ayrıca bu gazeteler son derece sade gazetelerdi ve yalnızca 4 sayfadan ibarettiler. Rotatif sisteminin olmadığı o dönemde çok sayfalı gazete yapabilmek çok zordu.

2. İtalyan Yerel Gazeteleri

Il Corriere Mercantile: Bu gazete 1824 yılında Cenova'da Pellas kuruluşu tarafından kurulmuştur. Bu gazetenin İtalyan basın tarihinde ilginç bir yeri vardır. Bu gazete, doğduğu yer olan Cenova'nın ekonomik özelliklerine göre doğmuş ve gelişmiştir. Bir Liman kenti olan Cenova halkına ekonomik ve ticari haberler verme niyetiyle yayınlanmaya başlamıştır.

Önceleri iki haftada bir yayınlanan gazete daha sonra üç haftada bir yayınlanan ticaret ve denizcilik haberlerinin yer aldığı bir gazete olmuştur. Bu gazete, 1843 yılında ekonomist Giovanni Antonio Papa tarafından ılımlı liberal yönelimli ticari-siyasi günlük bir gazeteye dönüştürülmüştür. Bu durumunu uzun yıllar sürdüren gazete 1945 yılında yayını durdurmuşsa da 1948 yılında öğleden sonra gazetesi olarak yeniden çıkmaya başlamıştır.

1977 yılından itibaren 50 ortaklı gazeteciler kooperatifi tarafından yönetilmeye başlandı ve *Pazartesi Gazetesi* oldu. 2002 yılında ise tekrar sabah çıkan bir gazete durumuna dönüştü. Bu gazete halen çıkmaktadır.

La Nazione: Bu gazete Floransa'da kurulan günlük bir gazetedir. Toskana Birliğinin teyidi amacıyla Ricasoli tarafından kurulmuştur. 1870 yılında gazetenin kontrolü avukat Niccolò Nonili'ye geçmiş daha sonra da Matbaacı Gaspace Barbera'ya devrolmuştur. Birinci Dünya savaşının patlak vermesi üzerine gazete Alman tipografçılar birliği Etelia'ya devrolmuştur. Birinci Dünya Savaşı ile İkinci Dünya Savaşı arasında birçok kez el değiştiren gazetenin yayını, 1945'te İtalya'daki faşist yönetim tarafından durdurulmuştur. Fakat gazete 1947'de yeniden çıkmaya başlamıştır.

Il Giornale di Sicilia: Sicilya'nın kurtuluşunun ertesinde 7 Temmuz 1860'da Palermo'da kurulmuştur. Bu gazetenin ilk yöneticisi Girolamo Ardirizzone'dir. Aynı zamanda gazetenin ilk sahibidir. Daha sonra gazete yıllar boyunca birçok kez el değişmiştir.

Gazetta di Reggio: Bu gazete Reggio Emilia'nın gazetesidir. 1860-1977 yılları arasında yayınlanmıştır. Sanayici Canovilerin iflasından sonra zor durumda kalan gazete 1921'de adını değiştirerek *Solco fascista* adını almıştır. Çiftçiler federasyonunun yayın organı olan gazete 1947 yılında yeniden bayilere dönüş yapmış daha sonra 1977'de kapanmıştır. 1981 yılında Mondadorilerle yeniden doğan gazete Bugün L'Espresso yayın grubuna aittir.

Corriere Adriatico: 5 Ekim 1860 tarihinde *Corriere delle Marche* adıyla Ancona'da doğmuştur. 1926 yılında *Corriere Adriatico* adını alan gazete 1945-1970 yılları arasında *Voce Adriatica* adıyla çıkmıştır. Daha sonraki yıllarda ise birçok kez el değiştirmiştir.

Osservatore Romano: Vatikan'ın gazetesi olarak 1861 yılında Roma'da kurulmuştur.

Il Secolo: Sonzogno kardeşler tarafından 1866 yılında Milano'da kurulmuştur. 1928'de yayını durdurmuştur.

L'Arena: Verona'da yayınlanan bu gazetenin ilk sayısı 12 Ekim 1866 tarihinde yayınlanmıştır. Dario Papa tarafından modernize edilmiştir. Dario Papa 1874 yılında gazeteye yönetici olmuştur. Birçok kez el değiştiren gazetenin tirajı 66 bin dolayındadır.

1870 yılında Raffaello Sonzogno, Roma'da *La Capitale* gazetesini kurmuştur. **1875** yılında Sonzogno öldürülünce, Cenova'da Caffaro Gazetesi çıkmaya başlamıştır. **1875** yılında doğan bir başka gazete ise *La Ragione*'dir. Bu gazete Felice Cavallotti tarafından kurulmuştur ve radikal solun gazetesidir.

Cittadino di Lodi: Bu gazete haftalık Katolik gazetesi olarak 1876'da doğmuştur. 1989 yılında Mario Ferrari yönetiminde günlük bir gazeteye dönüştürülmüştür.

Il Telegrafo: Bu gazete bir Livorno gazetesidir. 1877'de Costanzo Chauvet tarafından kurulmuştur. Bu gazetenin tirajı, Roma Bankasının cimri davranmamasıyla birlikte 12 bine çıkmıştır. Bugünkü adı *Il Tirreno*'dur. Kurulduğu günden bu yana birçok kez el değiştiren gazete 1977 yılından bu yana Espresso yayın grubuna aittir. [5]

Il Messaggero: Bu gazete, Roma'nın yerel gazetesi olarak 1878'de doğmuştur. Daha sonra ulusal bir gazeteye dönüşmüştür. Gelenek olarak, sayfa düzeni olarak, konuların seçimi olarak, yer verilen haberler olarak hep başkente ait özellikler göstermektedir. Messaggero Roma'nın gazetesidir.[6]

La Provincia Pavese: 4 Haziran 1879 tarihinde "atılımcı ve vatansever" özgür Pavia'nın sesi olarak doğmuştur. Kurucusu Contardo Montinidir. 1906 yılında gazetenin kontrolü Abele Boerchio'ya geçmiştir. Antifaşist tutumundan dolayı 1924'te kapanmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra Giuliana Boerchio Pirovano yönetici olmuştur. 1980'li yılların başında Espresso grubuna bağlanmıştır.

Eco di Bergamo: Bu gazete Bergamo'lu bir Katolik grup tarafından 1880 yılında kurulmuştur. 1938-1989 arası 51 yıl boyunca rahip Andrea Spada tarafından yönetildi. Sesaab Yayın Grubu 1999'da gazeteyi satın almıştır.

Il Piccolo: Teodoro Mayer tarafından 1881 yılında kurulmuştur. 1915'e kadar yöneticiliğini yapmıştır. Bu gazete büyük bir enformasyon organıydı. Daha sonra gerçek bir İtalyanlık Ocağı durumuna gelmiştir. Birinci Dünya Savaşının patlak vermesiyle birlikte 1915'te yayını durmuştur. Savaştan sonra 1919'da tekrar yayınlanmaya başlamıştır. Kurulduğu günden bu yana birçok kez el değiştiren gazete 1995'ten beri Espresso Yayın Grubu'na aittir.

La Tribuna: Roma'da 1883 yılında kurulmuştur. Fakat faşizm döneminde kapanmaktan kurtulamamıştır.

La Libertà: Ernesto Prati tarafından 1883 yılında Piacenza'da kurulan bu gazete, bu durumunu 1920'ye kadar sürdürmüştür. 1920'de Filiberto'nu kontrolüne

[5] Franco Abruzzo, *Codice dell'Informazione*, Cilt. 2, Roma, Centro Documentazione Giornalistica Yayınları, 2003, ss. 2435.
[6] Murialdi, *a.g.e.*, s. 67.

girmiştir. 1994'te gazetenin yönetimini Ernesto Leone üslendi. 2001 yılında gazete format değiştirerek 7 sütun çıkmaya başlamıştır.

Resto del Carlino: 29 Mart 1885 tarihinde Bologna'da kurulmuştur. Bu gazetenin amacı büyük formattaki gazeteleri okuyacak zamanı olmayanlara küçük formatta gazete vermekti. Avukat Amilcare Zamorani'nin yönetiminde hemen format büyüttü. İtalya'nın en modern gazetelerinden biri olmuştur.

Gazete doğduğunda *Resto del Carlino* adını almıştır. Çünkü bu gazete tütün ürünleri satan bayilerde satılıyordu. O günlerde 10 kuruşa eşdeğer madeni paraya "Carlino" deniyordu. 8 kuruş eden bir puro alındığında para üstü olarak 2 kuruşa bu gazete veriliyordu.

Carlino gazetesi ilerici bir gazeteydi ve çok çeşitli konularda enformasyon vermekteydi. 20 yıllık faşizm döneminde diğer bütün gazeteler gibi ağzı kapatılmıştır. *Carlino* ısrarla bağımsız tavrını sürdürünce bunun faturasını kapanarak ödemiştir. Bu gazetenin yerini *Giornale d'Emilia* almıştır. Gazete, *Carlino* adıyla 1953 yeniden çıkmaya başlamıştır. Tirajı 200 bine ulaşmıştır. Bu gazete, Bologna burjuvazisinin gazetesiydi, ve sol eğilimli bir gazeteydi.

Il Secolo XIX: Bu gazete Cenova'da Feruccio Macola tarafından 1886'da kurulmuştur. Hizmetlerinin genişliği ve çeşitliliği sayesinde Liguria dışında da kendini kabul ettirmiştir. 1930'lu ve 1940'lı yıllarda birçok kez el değiştiren gazete 2000 yılının Ocak ayından beri Antonio di Rosa tarafından yönetilmektedir. 2001 yılının Ocak ayından beri bu gazetenin pazartesi baskısı bulunmaktadır. Bu gazetenin bir amacı da *Corriere Mercantile* ile rekabet etmektir. Ama *Corriere Mercantile*'den 40 yıl sonra kurulmuştur.

Il Gazzettino: 1887 yılında Venedik'te kurulan demokratik laik bir gazetedir. 1983'den sonra sanayicilerin denetimine girmiştir. Luigini Rossi tarafından yönetilmeye başlanmıştır. 2001 yılından bu yana gazeteyi Luigi Bacialli yönetmektedir.

La Nuova Sardegna: 1891 yılında haftalık gazete olarak çıkmıştır. 1892 yılında günlük gazeteye dönüştürülmüştür. Bu gazetenin kurucuları arasında cumhuriyetçi avukatlar Enrico Berlinguer (Pci'nin Genel Sekreteri), Pietro Moro, Andrea Stara yer almaktaydı. Bu gazetenin yayınları faşist rejim tarafından durdurulmuştur. 1947 yılında yeniden çıkmaya başlatmıştır. 1967 yılında Sir di Nino Rovelli'nin kontrolüne giren gazete daha sonraları Espresso grubuna satılmıştır. 1991 yılını Temmuz ayından itibaren Livio Liuzzi tarafından yönetilmektedir.

Il Mattino: 1892 yılında Napoli'de doğan bir gazetedir. Genel Yayın Yönetmeni olan Edouardo Scarfoglio güncel haberlerden çok kültürel ağırlıklı haberlere önem veriyordu. Napoli'de o dönemde hiç kimsenin gazete alacak parası yoktu. Halkın büyük çoğunluğu da okuma-yazma bilmiyordu. Bu gazete okuma-yazma bilen kültürlü kesim için çıkarılmaktaydı. Bu gazete zenginlerin ve entelektüellerin gazetesiydi.

Corriere di Napoli: Bu gazete 100 bin İtalyan lireti sermaye ile Napoli'de kurulmuş dönemin önemli yerel gazetelerinden biridir.

Gazzetta Piemontese: 1895 yılında kurulan bu gazete İtalya'nın en önemli gazetelerinden biri olmuştur. Günümüzde adını değiştirerek *La Stampa* adını almıştır.

L'Avanti: 1896 yılında Milano'da kurulan bu gazete Sosyalist Parti'nin yayın organı olarak kurulmuştur. Aralarında Benedetto Croce gibi aydınların da bulunduğu birçok kişiyi kendine çekmeyi bilmiştir.[7]

Il Giornale d'Italia: 1901 yılında Luigi Albertini ve iki muhafazakâr siyasi lider tarafından Roma'da kurulmuştur. Bu gazete *Corriere della Sera*'nın en parlak Genel Yayın Yönetmenlerinden biri olan Alberto Bergamini tarafından yönetiliyordu. Bergamini yerini 1923'te Vittorio Vetto'ya bırakmıştır. Bugün gazete Massimo Bassoli'nin sabah yayınlanan gazetesidir. [8]

Popolo d'Italia: Benito Mussolini, *Avanti* gazetesinin yöneticisiyken Milano'da kurduğu gazetedir. Bu gazete sosyalist bir gazete olarak tanımlanabilir. Bu gazete 1919 yılından sonra faşist yönetimin sözcüsü durumuna gelmiştir. Benito Mussolini'nin hükümetin başından istifa ettiği 1943 yılına kadar çıkmıştır.

Ordine Nuovo: 1919 yılında çıkan diğer bir İtalyan yerel gazetesidir. Torino'da çıkan bu gazete haftalık olarak yayınlanmaktaydı. 1921'de günlük olarak yayınlanmaya başlamıştır. Bu gazete 1924 yılında yayınlanmaya başlanan *L'Unità* gazetesinin ilk şeklidir.

1920'li yıllara gelindiğinde Milano'da 1922 yılının sonunda *La Giustizia* gazetesi çıkmaya başlamıştır. 1940'lı yıllara gelindiğinde Nazilerin İtalya'yı işgali sırasında iki tür basın görülmektedir. Bunların en büyük olanı faşizm karşıtı grupların ve partilerin oluşturduğu gizlice çalışan basındır. Bu basın Roma'dan kuzeye kadar uzanan ve 1943'ün Eylülüne kadar devam eden basındır.

[7] Murialdi, *a.g.e.,* ss. 78-79.
[8] Abruzzo, *a.g.e.,* ss. 2449-2456.

1943 yılında çıkan diğer bir gazete Hristiyan demokratların çıkardığı ***Il Popolo*** gazetesi olmuştur. Bu yılda çıkan diğer bir önemli gazete ise Palermo'da çıkan *Sicilia Liberata*'dır.

Il Giorno: 1956 yılında Milano'da kurulan bu gazete önceleri ulusal gazete olarak kurulduysa da günümüzde yerel bir gazete olarak varlığını sürdürmektedir. sahibi SEL (Società Editrice Lombarda) Lombardia Yayınevidir. Fransız Cino del Duca tarafından kontrol edilmektedir. Kuruluşunu izleyen ilk üç yılda *Il Giorno* gazetesi farklı seslere yer vermekteydi. Enrico Mattei'nin sağ kolu Eugenio Cefis'in gazeteye girişiyle birlikte bazı finansal krizler başlamıştır. Gazetenin hisselerinin yüzde 49'u ENI'ye, yüzde 49'u IRI'ye, yüzde 2'si de devlet bakanlığına geçmiştir..

Bu gazetenin çizgisinin 3 önemli yönelimi bulunmaktaydı:

a) Merkez solu destekliyordu.
b) Confindustria'nın tersine halkın İtalyan ekonomisine müdahalesini savunuyordu.
c) Dış politikada üçüncü dünya ülkelerini destekliyordu.

Il Giorno gazetesi 25 lirete satılmaktaydı. 8 sayfalık bir inserti vardı. Bu gazetenin yaşamı farklı algılama ve anlatma biçimi bulunmaktaydı. Bu gazete üçüncü sayfayı kaldırmıştır. Bu o dönemde bir skandal olarak görülmüştür. Daha sonra üçüncü sayfada verilen olaylar iç sayfalara yayılmıştır Bu bir yenilikti. Alberto Bergamini tarafından İtalyan gazeteciliğine kazandırılan klasik üçüncü sayfa bu gazetede artık yer almıyordu.

Il Giorno gazetesi ekonomi ve finans haberlerine yer ayıran ilk gazetedir. 1997 yılında ENI 20.2 milyar karşılığında gazeteyi Monti- Riefeser Grıubu'na devretti. Monti Riefeser o zamanlar *La Nazione* ve *Resto del Carlino* gazetelerine sahipti. Bu gazete ise diğerlerinden daha başka bir gazeteydi. 2001 yılının Mart ayından itibaren *Il Giorno* tabloid formatta çıkmaya başlamıştır. Bu gazetenin tirajı 131.000'dir.[9]

İtalya'nın güneyinde çıkan bir diğer önemli gazete ise İtalya'nın Bari ve Napoli kentlerinde yayınlanan *Gazzetta del Mezzogiorno*'dur. [10]

[9] Abruzzo, *a.g.e.,* ss. 2467.
[10] Murialdi, *a.g.e.,* ss. 180-186.

Günümüzde İtalyan medyasına hükmeden iki büyük dev görülmektedir. Mondadori ve RCS grupları. Bu grupların sahibi bulundukları yayınların tirajlarına bakıldığında şöyle bir manzarayla karşılaşılmaktadır:

Mondadori: 1.132.600 günlük gazete
2.713.960 haftalık gazete
1.419.900 aylık gazete

RCS: 1.213.000 günlük gazete
2.317.500 haftalık gazete
1.503.900 aylık gazete[11]

Sonuç

İtalyan Birliğinin sağlandığı yıl olan 1861'den sonra her kentin bir gazetesi olmaya başlamıştır. Çünkü İtalyan ulusal gazeteleri genelde fikir gazeteleridir ve halkın güçlükle anlayabileceği ağır bir dille siyasal yorumlar yaparlar. Oysa ki İtalyanlar, evlerinin önünde ne olduğunu bilmek istemektedirler.

İtalyan yerel gazeteleri halka evlerinin önünde olup biteni sunmaktadırlar. Sözgelimi kaldırımda yürüyen birinin ayağı burkulsa haber olmaktadır. İtalyan basınının en önemli özelliği İtalyanlara kendi toprakları üzerinde olup bitenlerden haberler vermektir.

İtalyan yerel basınını oluşturan gazeteler yayınlandıkları yörenin ekonomik ve finansal çıkarları tarafından destek görmektedir. Gazete yayınlanan her kentte bir büyük girişimci aile gazetelere destek vermektedir.

İtalyan Yerel Gazeteleri, yıllarca hep belirli bir kesimin gazeteleri olarak kalmışlardır. Çünkü 1861-1871'li yıllarda İtalyan halkının çoğu okur-yazar değildi. 1871'de İtalyanların yüzde 80 okuma yazma bilmiyordu. Bu o dönemlerde bile çok yüksek bir yüzdeydi.

Bu bağlamda gazetelerin tirajları düşüktü. Çünkü yalnızca okur-yazar olanlar ve parası olanlar gazete satın alıyordu. Bir örnek vermek gerekirse, *Il Secolo di Milano* isimli gazete 1860'lı yıllarda 5 kuruş gibi bir fiyata satılmakta iken tirajı 30 bin nüshaydı. Bu gazete reformcu ve kültürlü burjuvazinin gazetesiydi.

[11] "Stampa Locale", www.primaonline.it

Tiraja gelince; 30 bin tiraj oldukça iyi bir tiraj sayılmaktaydı. Çünkü o bölgenin insanlarının ortanın üzerinde bir yaşam standardı vardı Girişimci sınıfın da varlığı bu ortalamayı yükseltmekteydi. Bir başka örnek ise 1868 yılında kurulan *Il Messaggero* gazetesidir. Bu gazetenin tirajı 35 bin dolayındaydı.

İtalyan Basını'ndan söz ederken bir gazetenin ne zaman ulusal ne zaman yerel olduğu konusuna da değinmenin doğru olacağı kanısındayız.

1900'lerin ilk yıllarından başlayarak, gazetelerin ulusal yapılarındaki çizginin belirginleşmeye başladığını görmekteyiz. İtalyan halkı artık kendi toprakları üzerinde ne olup bittiğini merak eder duruma gelmiştir. Çünkü artık Roma'da bir hükümetleri vardır.

Krallık döneminin İtalya'sında halk krala sıkı sıkıya bağlıydı. Krallık döneminde halkın bir söz hakkı olmadığı için olup bitenlerden haberdar olması da işine yaramıyordu. İtalyan hükümetinin kurulması Roma'daki Madana Sarayı'nda (Montecitorio) İtalyan parlamentosunu oluşturulması kısacası demokratik parlamenter sistemin gelişi İtalyan okuyucuların dikkatini başkent Roma üzerinde yoğunlaştırdı.

Bu dönemde bazı yerel gazeteler, yerel ve bölgesel kalıplarını terk ederek ulusal gazete durumuna dönüştüler. Bu gazeteler aslında üç tanedir: *Corriere della Sera, La Stampa, Il Messaggero*. Bu durum faşizmin gelişine kadar böyle sürmüştür.

İtalya'ya faşizm gelince çok sayıda yerel gazete faşizmin hizmetine girmiştir. *Il Resto del Carlino, La Nazione* ve *Il Giornale d'Italia* doğrudan faşizm tarafından kontrol edilen gazeteler olmuşlardır.

Faşizmin İtalya'yı terk edişinin ardından, *La Nazione, Il Resto del Carlino, Il Piccolo di Trieste* gibi gazeteler yeniden gazete bayilerine dönmüşlerdir. İtalyan Yerel Basını'nda *Il Resto del Carlino, La Nazione Il Giorno* gibi gazeteler tarihi yerel gazetelerdir. Bu yerel gazeteler büyük gazetelerdir.

Başlangıçta yönetimleri birbirinden farklı olan bu yerel gazeteler özellikle de *Il Resto del Carlino* ve *La Nazione* gibi gazetelerin kötü gitmeye başlamalarından sonra İtalyan Yayıncı Monti tarafından bünyelerine dahil edilmiştir. Daha sonra da Monti'nin damadı Riefeser tarafından satın alınmıştır.

Riefeser bu gazetenin üçünün birden işletmesini pahalı bulunca gazetelerin yazı işlerini tek bünyede toplamıştır. En önemli yazı işleri gazetenin kurulduğu kent olan Bologna'da kalmıştır. Yerel sayfalar ise diğer üç eski gazeteninki gibi yapılmaktadır. Bu gazeteler ulusal olma özelliklerini kaybedip yerel kalıplar içinde haber vermeyi sürdürmektedirler.

Kaynakça

- Abruzzo, Franco: *Codice dell'ınformazione*, Cilt. 2, Roma, Centro Documentazione Giornalistica Yayınları, 2003.
- Murialdi, Paolo: *Storia del Giornalismo Italiano*, Bologna, Il Mulino Yayınları, 2000.
- "Stampa Locale Italiana", www.primaonline.it.