121876

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİR İLETİŞİM KURUMU OLARAK YEREL BASININ KAMUOYU OLUŞUMU SÜRECİNDEKİ İŞLEVİ VE YEREL BASIN-KAMUOYU İLİŞKİLERİ

Eskişehir Basını Örneğinde Bir Uygulama

(Doktora Tezi)

Ali Murat VURAL

(Danışman: Prof. Dr. Uğur DEMİRAY)

Eskişehir, 1997

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'deki yerel basına açılım sağlayabilmek amacıyla Eskişehir örneğinde; yerel gazetelerin, kent ve kamuoyu oluşması sürecinde ne düzeyde, nasıl bir işleve sahip olduklarını saptamaya yönelik yapılmıştır. Ayrıca, yerel basın ile yerel kamuoyu ilişkilerinin ne düzeyde olduğu, yerel basının görev, sorumluluk ve işlevlerini ne oranda yerine getirdiği saptanmaya çalışılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler ile; ülkedeki yerel basına daha nitelikli bir yapı sağlamak amacıyla, kamuoyu oluşumu sürecinde yerel kitlenin beklentilerini karşılama konusunda, yerel basın kuruluşlarına önerilerde bulunulmuştur. Öte yandan, bu çalışma ile yerel basın için, Eskişehir örneğinden hareketle, bilimsel bir veri tabanı oluşturmak amaçlanmıştır. Çalışma; kuramsal bilgilere, yerel gazetelere ilişkin gözlemlere, gazetelerle yapılan görüşmelere ve Eskişehir'deki yerel basın okuruna yönelik yapılan anket uygulamasından elde edilen bilgilere dayanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma süresince yerel basın ve okur ilişkisi, kamoyu düzleminde irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışma bu çerçeveden hareketle altı bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde, konunun ana çerçevesi, sorun, amaç, önem, varsayımlar, sınırlılıklar, araştırma ve uygulamaya ilişkin yöntem ortaya konulmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde, basın ve kamuoyu kavramları ile basının işlevleri irdelenmeye çalışılmıştır. Üçüncü bölümde, yerel kamuoyu ve kitle iletişim aracı olarak yerel basın işlevsellik ve etkilenme faktörleri boyutunda incelenmiştir. Dördüncü bölümde, yerel basın açısından Eskişehir örneklemi incelenirken, beşinci bölümde uygulama sonucu elde edilen bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır. Altıncı bölümde ise çalışma özetlenerek, tartışma, sonuç ve öneriler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Uygulamadan elde edilen tüm veriler tablolar ve grafikler halinde Ekler'de sunulmuştur.

ABSTRACT

The doctoral thesis in question has been carried out, taking Eskişehir as an example to provide development to the local press in Turkey, to determine how and at which level local newspapers' have functions in the process of forming urban and public opinion. Also it has been tried to determine the level of relationship between local press and local public, and how much local press realized its duty, responsibility and functions. Based on the data obtained from the research, local press institutions have been adviced to provide a more qualified structure, supplying local publics expectations in the process of forming public opinion.

On the other hand, it has been aimed to form a scientific data base for the local press using the example of Eskişehir. The study has been carried out based on the knowledge obtained from a questionare applied to the local place readers in Eskişehir, interviews realized by local newspaper, observation related to public newspaper and theoretical knowledge. The relationship of local press and reader has been tried to examine on the level of public opinion during the study. Following this frame, the study has been composed of six chapters. In the first chapter, it has been tried to put forward the main frame of the topic, problem, goal, importanca, assumptions, limitations, research and application. In the second chapter, it has been tried to examine the conceptions of press and public opinion and the functions of the press. In the third chapter the local press has been examined in terms of function and effect as local public opinion and mass media. While examining Eskişehir sample in terms of local press in the fourth chapter, in the fifth chapter diagnosis, obtained as a result of application have been tried to interpret. In the sixth chapter, giving a summary of the study, discussion, result and suggestions have been tried to put forward. All data obtained from the application are presented in the index as tables and graphics.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER I
TABLOLAR LİSTESİ V
GRAFİKLER LİSTESİ VIII

BÖLÜM I
GİRİŞ

1-30

1- SORUN 9
2- AMAÇ 16
3- ÖNEM 19
4- VARSAYIMLAR 21
5- SINIRLILIKLAR 22
6- YÖNTEM 22
6-1- Evren ve Örneklem 24
6-2- Verilerin Toplanması ve İşlenmesi 26
7- TANIMLAR 29

BÖLÜM II
KAVRAM OLARAK BASIN VE KAMUOYU

31-142

1- KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI 35
2- KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK BASIN 43
2-1- Ulusal Basın 54
2-2- Yerel Basın 57
3- KAMUOYU ve BASIN 62
3-1- Kamuoyu Kavramı ve Unsurları 74
3-1-1- Kamu unsuru 82
3-1-2- Oy unsuru 85
3-2- Kamuoyunun Toplumsal İşlevleri 87
3-3- Basının Görev, Sorumluluk ve İşlevleri Açısından Kamuoyu. 88
3-4- Uluslararası Kamuoyunun Oluşumu 94
3-5- Ulusal Kamuoyunun Oluşumu 96
3-6- Yerel Kamuoyunun Oluşumu ..... 99 -101

4- BASININ İŞLEVLERİ 102
4-1- Haber Verme İşlevi 113
4-2- Denetim ve Eleştiri İşlevi 116
4-3- Kamuoyunu Aydınlatma ve Oluşturma İşlevi 119
4-3-1- Kamoyu gündemini oluşturma süreci 123
A- Basının gündem oluşturması 127
B- Basın gündeminin oluşması 134
4-4- Eğitme ve Eğlendirme İşlevi 140

BÖLÜM III
YEREL KAMUOYUNUN OLUŞUMUNDA
KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK YEREL BASIN

143-217

1- İŞLEVSEL BOYUTLARI İLE YEREL BASIN 169
2- YEREL BASINI ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER 180
2-1-Yerel Basını Etkileyen İç Faktörler 182
2-1-1- Kadro 182
2-1-2- Teknoloji 188
2-1-3- Yönetim ve organizasyon 192
2-1-4- Çalışma koşulları 194
2-1-5- İlke ve politikalar 195
2-1-6- İçerik 196
2-1-7- Ekonomik güç 199
2-2- Yerel Basını Etkileyen Dış Faktörler 204
2-2-1- Okur 205
2-2-2- Yerel yönetim 207
2-2-3- Ekonomideki gelişmeler 211
2-2-4- Reklam verenler 212
2-2-5- Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları 214
2-2-6- Bulunduğu coğrafi bölge 214
2-2-7- Kentin yapısal ve kültürel özellikleri 215

BÖLÜM IV
YEREL BASINDA ESKİŞEHİR ÖRNEKLEMİ

218-262

1- KENT OLARAK ESKİŞEHİR PROFİLİ. 218
1-1- Eskişehir'in Coğrafi Konumu 219
1-2- Tarihsel Süreç İçinde Eskişehir..... 220
1-3- Eskişehir'in Nüfus Özellikleri 222
1-4- Çalışan Nüfusun Sektörel Dağılımı 223
1-5- Gelir Dağılım Düzeyi 224
1-6- Eğitim Düzeyi 227
2- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE ESKİŞEHİR BASINI..... 229
2-1- Eskişehir Basınının Dünü ..... 229 – 242
2-2- Eskişehir Basınının Bugünü..... 245
.3- ESKİŞEHİR BASININI ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER..... 257

BÖLÜM V
ESKİŞEHİR YEREL BASINI ÖLÇEĞİNDE OKURA YÖNELİK UYGULAMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

263-379

1-ESKİŞEHİR YEREL BASIN OKURUNA İLİŞKİN SOSYO-EKONOMİK BİLGİLER..... 265
2-YEREL BASIN OKURLARININ BİLGİ ELDE ETMEDE TERCİH ETTİĞİ İLETİŞİM KANALLARI..... 280
3-YEREL BASIN OKURLARININ ULUSAL VE YEREL GAZETE OKUMA DÜZEYİ..... 289
4-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERDEN ELDE ETTİĞİ YARAR VE TATMİN DÜZEYİ..... 314
5-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERİN ETKİLERİ KONUSUNDAKİ DÜŞÜNCE DÜZEYİ..... 335
6-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERE OLAN GÜVEN VE BEKLENTİ DÜZEYİ..... 357
7-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERLE İLETİŞİM KURMA DÜZEYİ..... 366

BÖLÜM VI
ÖZET TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

380-465

1-ÖZET 380

2-TARTIŞMALAR 389

3-SONUÇ 438

4- ÖNERİLER 455

4-1- Çalışmaya yönelik öneriler 456

4-2- İleriye yönelik öneriler 463

EKLER 466-521

EK-1- ESKİŞEHİR YEREL BASINI ÖLÇEĞİNDE OKURA YÖNELİK YAPILAN ANKET UYGULAMASI 466

EK-2- ANKET BULGULARINA İLİŞKİN TABLOLAR 481

EK-3- ANKET BULGULARINA İLİŞKİN GRAFİKLER 496

KAYNAKÇA 522

TABLOLAR LİSTESİ

TABLO: 1-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaş Dağılımı..... 265

TABLO: 2-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Hanede İkamet Eden Kişi Sayısı Dağılımı..... 268

TABLO: 3-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaşamı Bugüne Kadar Daha Çok Nerede Geçti ?..... 270

TABLO: 4-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalıştığı İşteki Durumuna İlişkin Dağılım..... 273

TABLO: 5-Eskişehir Yerel Basın Okurları Bir İşte Çalışmıyor Ya da Yarım Gün Çalışıyorsa Kendini Nasıl Tanımlar?..... 275

TABLO: 6-Eskişehir Yerel Basın Okurları Dini İnançlarına ve İbadetlerine Göre Kendini Nasıl Tanımlar?..... 279

TABLO: 7-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Gazetelerden mi Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)..... 281

TABLO: 8-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Televizyonlardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)..... 282

TABLO: 9-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Radyolardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)..... 283

TABLO: 10-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yakın Çevresinden mi Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)..... 284

TABLO: 11-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Ulusal Gazete ve Televizyonlardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)..... 285

TABLO: 12-Eskişehir Yerel Basın Okurları Düzenli Olarak Ulusal Gazete Okuyor mu?..... 289

TABLO: 13-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Günde Ulusal Gazete Okumaya Ayırdığı Zaman Dağılımı..... 291

TABLO: 14-Eskişehir Yerel Basın Okurları Okudukları Ulusal Gazete Ya da Gazeteleri Satın Alarak mı Okuyor?..... 298

TABLO: 15-Eskişehir Yerel Basın Okurları Günde Yerel Gazete Okumaya Ne Kadar Zaman Ayırıyor?..... 301

TABLO: 16-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Düzenli Olarak En Sık Okuduğu Yerel Gazete?..... 303

TABLO: 17-Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Aldıkları Yerel Gazeteyi Kaç Yıldan Bu Yana Okuyor?..... 306

TABLO: 18-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetede Okumayı İlk Tercih Ettiği Sayfa?..... 310

TABLO: 19-Eskişehir Yerel Basın OkurlarınınYerel Bir Gazete Okuyarak Elde Ettiği Yararlar?..... 315

TABLO: 20-Eskişehir Yerel Basın Okurları İçinYerel Gazeteler İçerik Açısından Doyurucu mu?..... 322

TABLO: 21-Eskişehir Yerel Basın Okurları İçinYerel Gazeteler Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?..... 326

TABLO: 22-Eskişehir Yerel Basın Okurları İçinYerel Gazeteler Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?..... 329

TABLO: 23-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Şehir Yöneticileri Üzerinde Etkili Oluyor mu?.... 338

TABLO: 24-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Siyasetçileri Üzerinde Etkili Oluyor mu?..... 343

TABLO: 25-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Şehrin Sorunlarına Yeterince Eğiliyor mu? 347

TABLO: 26-Eskişehir Yerel Basın Okurları Genel Olarak Bakıldığı Zaman Yerel Gazetelerin Gelecekteki Önemini Nasıl Değerlendiriyor? 353

TABLO: 27-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Bir Gazeteden Beklentileri? 357

TABLO: 28-Eskişehir Yerel Basın Okurları Şimdiye Kadar Yerel Bir Gazeteye Katıldığı Ya da Katılmadığı Bir Konuda Görüş İletti mi? 366

TABLO: 29-Eskişehir Yerel Basın Okurları Şimdiye Kadar Yerel Bir Gazeteye Katıldığı Ya da Katılmadığı Bir Konuda Görüş İletti İse Bu Görüşler Gazetede Yer Aldı mı? 367

TABLO: 30-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Görüş İlettiği Gazetede Kendilerine Yönelik Cevap Yazıldı mı? 368

TABLO: 31-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya da Bir Yakınına İlişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı İse Yaşamında Nasıl Bir Değişiklik Oldu? 372

GRAFİKLER LİSTESİ

GRAFİK: 1-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evdeki Çocuk Sayısı Dağılımı..... 267

GRAFİK: 2-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Hanedeki Çalışan Kişi Sayısı Dağılımı..... 269

GRAFİK: 3-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Eğitim Düzeyi Dağılımı... 271

GRAFİK: 4-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Halen Çalıştığı İşteki Konumuna İlişkin Dağılım..... 274

GRAFİK: 5-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Haneye Giren Toplam Aylık Gelir Dağılımı..... 276

GRAFİK: 6-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Düzeyde Halkı Yönlendirme Konusunda Hangi Kitle İletişim Aracı Daha Etkili?..... 287

GRAFİK: 7-Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Ulusal Gazete Okuyor?..... 290

GRAFİK: 8-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Ulusal Gazete..... 293

GRAFİK: 9-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu İkinci Ulusal Gazete..... 294

GRAFİK: 10-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Üçüncü Ulusal Gazete..... 295

GRAFİK: 11-Eskişehir Yerel Basın Okurları Günlük Yaşamlarında Yerel Bir Gazete Okumaya İhtiyaç Duyuyorlar mı?..... 279

GRAFİK: 12-Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Yerel Gazete Okuyor?..... 300

GRAFİK: 13-Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Alarak Okudukları Yerel Gazeteyi Nereden Satın Alıyor?..... 305

GRAFİK: 14-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Daha Çok Nerede Okuyor?..... 308

GRAFİK: 15-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelerin Okuyucularını Yönlendirici Bir Güce Sahip Olduğuna İnanılıyor mu?..... 336

GRAFİK: 16-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Ekonomik Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?..... 341

GRAFİK: 17-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Kültür ve Sanat Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?..... 342

GRAFİK: 18-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Spor Takımları Üzerinde Etkili Oluyor mu?..... 345

GRAFİK: 19-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Eskişehir'de Yaşayanlar Üzerinde Güncel Konularda Ortak Bir Düşünce Oluşmasını Sağlıyor mu?..... 349

GRAFİK: 20-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Basında Görev Yapan Gazetecilere Duyduğu Güven?..... 362

GRAFİK: 21-Eskişehir Yerel Basın Okurları Görüşlerini Gazeteye Hangi Yolla İletti?..... 370

GRAFİK: 22-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Bir Yıl İçinde Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya daBir Yakınına ilişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı mı?..... 371

GRAFİK: 23-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Bir Yerel Gazeteye Bir Konuda Haber Yapmalarını Ya da Araştırmalarını Sağlayıcı Bilgi Ulaştırdığı Oldu mu?..... 374

GRAFİK: 24-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelere Bugüne Değin Yayımlanmak Üzere Mektup Ya da Yorum Yazısı Gönderdi mi?..... 376

BÖLÜM I

GİRİŞ

İnsanoğlu, varolduğu günden bu yana doğa, içinde bulunduğu sosyal çevre ve tüm bunların yarattığı koşullar ile sürekli bir mücadele içindedir. Bu mücadelenin en büyüğünü ise bir anlamda kendi doğasının da bir gereği olarak yine kendisiyle barışık yaşamak için yapmaktadır. İnsanoğlunun kendisiyle barışık olabilmesinin en temel koşulları ise yemek, barınma ve korunma ihtiyacını karşılamasıdır. Ancak bunların yanısıra insanoğlu başka insanlar ya da canlılarla iletişim kurarak, kendini, arzularını, duygu ve düşüncelerini ifade etme, bunları paylaşma ihtiyacı da duyan bir varlıktır. Duygu ve düşüncelerini ifade etme, başkalarından haber alma ve öğrenme, öğrendiklerini paylaşmak için aktarma ihtiyacı, insanoğlunun kendisiyle ve çevresiyle barışıklığının bir gerekliliğidir.

Öğrenme ve öğrendiğini başkalarına da ileterek paylaşma ihtiyacı, insan varlığının doğal sonucudur. Doğada diğer canlıların, hatta bitkilerin bile birbirleriyle iletişim süreci yaşadıkları kabul edilirse, insanın en üstün canlı sıfatını taşıdığı yeryüzünde, onu diğer canlılardan ayıran en önemli unsurun sahip olduğu aklı ve onu kullanabilme yeteneği olduğunu kabul etmek gerekir. Bu anlamda, insanoğlunun elbette iletişim kurabilme gücünün ve yeteneklerinin diğer canlılardan daha farklı ve üstün olması da doğal bir sonuç olacaktır. Zira bu doğal sonuç insanı diğer yaratıklardan ayıran en önemli faktördür.

İnsanoğlu yaşadığı çevrede, yalnızca diğer insanlarla değil, tüm canlılarla, doğayla ve hatta kendi kendisiyle (özkişisel) iletişim kurma çabası içindedir. Bununla birlikte en sağlıklı, etkili ve kendisinin en çok

ihtiyaç duyduğu, yine kendi türünden bir başka canlıyla kuracağı iletişimdir. Çünkü insan, özünde sosyal bir varlıktır, varolduğu bütün dönemlerde sosyalleşme ihtiyacı ve bunun mücadelesi içinde olmuştur.

Basit ve çok genel anlamda, insanoğlunun çevresi ile yaptığı duygu, düşünce ve arzularına ilişkin alış-veriş olarak tanımlanabilecek iletişim, insanoğlunun varlığı ile başlamış ve varlığının sona ermesi ile biten bir süreçtir. Diğer insanlarla biraraya gelerek, onlarla aynı duygu ve düşüncede birleşen insanoğlunun yaşamsal önceliklerinin başında doğal olarak "iletişim" gelmiştir. Zira iletişim insanoğlunun varlığının doğal bir sonucudur. Korkuyu, açlığı, sevinci, sevgiyi, şefkati, arzuyu paylaşma ihtiyacı duyan insanoğlu tüm bunları yaşamak, varlığının gereği olarak bu ihtiyaçlarını gidermek için, doğal olarak iletişim sürecini yaşamak zorundadır. İletişimde bulunarak sosyalleşen birey, ancak yaşama da bu biçimde katılabilmekte, yaşamın bir parçası olabilmektedir.

Bireyin öncelikle temel ihtiyaçlarını gidermek için kullandığı İletişim, daha sonra, yaşamındaki diğer talep ve beklentilerini karşılamaya dönük amaçlar için kullanılmıştır. Daha kolay, güvenli ve rahat yaşamasını sağlamaya dönük amaçlar için çevresi ile iletişim kurmak zorunda olan insanoğlu, kendisini ifade edebilmek için ve ifade edilen diğer duygu ve düşüncelerden bilgi sahibi olabilmek için bu kez de çeşitli semboller kullanarak iletişim olgusunu gerçekleştirmeye çalışmıştır. Örneğin can ve mal güvenliğine ya da yaşadığı sosyal ortamda eşit hak ve özgürlüklere sahip olmaya, temel ihtiyaçlarını karşılama özgürlüğüne, karnını doyurmaya ve tehdit unsuru diğer tehlikelere ilişkin bir dizi yaşamsal konuda, sembollerin de yardımıyla iletişim kurma ihtiyaç ve zorunluluğun hissetmiştir. Bu bir anlamda, diğer bireylerle paylaşımı ve dayanışmayı

gerçekleştirmek için, ortak düşünce, kaygu ve duygularda biraraya gelebilmek için gerekmiştir. Kişilerin kendilerini ve çevrelerini yakından ilgilendiren konularda paylaşım ve dayanışma içine girmeleri ve ortak kararların bir parçası olma, böylelikle sosyal yapı ile bütünleşme, yalnızlıktan kurtulma çabası ve en basit ve yüzeysel anlamıyla **"kamuoyu"** oluşturma ya da varolan kamuoyunun bir parçası olma olgusunun izlerini taşımaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi kamuoyuna giden süreç iletişim olgusundan ve sürecinden geçmektedir. Diğer bir anlatımla, kamuoyunun gerçek bir olgu olarak kendini hissettirebilmesi için öncelikle bireylerarası iletişimin gerçekleşmesi gerekmektedir. Ancak birbirleriyle iletişim kurabilen insanların, kamuoyu oluşturabilecekleri gerçeği, insanoğlunun tüm tarihsel serüveninde değişmeyen bir kaç gerçekden biridir. Tarihsel gelişme sürecinin; insanoğlunun önce iletişim kurma ihtiyacını hissetmesi, daha sonra bu çabaya girmesi, iletişim kurmayı başardıktan sonra da diğer öncelikler çerçevesinde sosyalleşme sürecini tamamlaması ve en sonunda da sosyalleşen bireyin, diğer bireylerle asgari müştereklerde biraraya gelerek ortak paylaşım, dayanışma ve kaygulara ilişkin ortak kararların alınması aşamalarından geçerek gerçekleştiğini söylemeyi mümkün kılmaktadır. Tüm bunlar aslında ilk yüzyıllardan bu yana iletişim kurmayı başaran insanoğlunun, bir süre sonra kamuoyu olgusu ile de içiçe yaşadığını kanıtlamaktadır. Diğer bir deyişle tarihsel süreç, aslında kamuoyu unsurunun sosyalleşme süreci ve sosyal yapı içinde her zaman varolageldiğini göstermektedir. Koloğlu, bu görüşü destekleyen bir yaklaşım ile konuyu şöyle anlatmaktadır:

> "Kamuoyu insanın ilk toplumsal yaşama girmesiyle birlikte başlamıştır ama, insanın kamuoyunun rolünün bilincine varması, uzun bir süreçten sonra gerçekleşmiştir. Bunun için hümanist akımların

gelişmesi, evrensel özgürlük kavramlarının oluşması, bireyin ekonomik bağımsızlığı kavramının su yüzüne çıkması gibi koşullar gerekmiştir[1]".

"İnsan yapısı gereği çoğulcudur. Bir diğer deyişle, toplum içinde yaşadığı andan itbaren insanlar tek bir görüşün, tek bir düşünüşün peşine takılmamışlardır. Aksine çeşitlilik esas olmuştur. Bunlar içinde birinin ağır basması ise hiçbir zaman diğerlerinin mevcut olmadığı anlamını taşımamaktadır[2]".

İlk insanın, yaşadığı dönemin şartları ve doğanın ona sunduğu olanaklar dahilinde, kaya parçalarına, ağaçlara ya da toprağın üzerine yaptığı işaretlerle, duygu, düşünce ve arzularını kendi türünden olan bir başka canlıya aktarma mücadelesi içinde olduğu bilinmektedir. Tarihsel gelişim süreci incelendiğinde, bu ilkel yöntemlerle iletişim kurma çabasının pek de kısa bir zaman dilimini kapsamadığı ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle ilk insan, uzunca bir süre kendisini diğerlerine, yukarıda sözü edilen yöntemlerle ifade etmeye, diğerlerinden de bu ve benzeri yöntemlerle iletiler almaya çalışmıştır. Bir topluluğun üyesi olarak yaşadığının farkına varan insan, kendisi gibi olan diğerleriyle ortaklaşa yaratılmış anlamları paylaşabilmek, onlara da bu anlamları aktarabilmek, böylelikle sosyal bir varlık olmasının tüm özelliklerini yaşayabilmek için, kendi türünden diğer canlılarla iletişim kurmanın ve haberleşmenin kaçınılmaz olduğunun bilincine varmıştır. [3]

İnsanlık tarihine ilişkin veriler; insan yaşamının, toplum yaşamıyla birlikte süregeldiğini göstermektedir. Bu nedenle, yaşadığı toplumun bir üyesi olan insan daima çevresinde olup bitenleri öğrenmek, ancak; özellikle karşılaştığı olayları, yaşadığı deneyimleri, bunlara ilişkin edindiği düşünce

[1]KOLOĞLU, Orhan. "Kamuoyu,Tanzimat, 21.Yüzyıl", **Marmara'nın Sesi**, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, İstanbul, 1990, s. 31.

[2]A.g.m.

[3]İNUĞUR, M. Nuri. **Basın ve Yayın Tarihi**, İkinci Basım, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1982, s. 25.

ve duygularını diğerlerine de duyurmak ihtiyacına beslenme ve korunma ihtiyacından hemen sonra yer vermiştir. İşte bu ihtiyaç, bir başka deyişle insanı diğer yaratıklardan farklı kılan iletmek ihtiyacı, **"haberleşme"** eylemini yaratmıştır. Böylelikle biri alıcı diğeri verici rolünü üstlenen iki insan, haberleşme eylemini gerçekleştirmiştir. Ancak gerek mekan, gerekse zaman bakımından sınırlı olan insanın düşüncelerini diğer insanlara aktarmak için mevcut olanakların o günün koşullarında yeterince elvermediği bilinmektedir. [4]

> "İlkel toplumlarda önceleri kaya, tabaka ve toprak üzerine yapılan işaretler ve yüksek tepeler üzerinde yakılan ateşler, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını ve haberdar olmalarını sağlamaktaydı. Geçen zaman içinde, doğrudan doğruya yapılan bu haberleşmelerin yanında, farklılaşan mekanlar ve araya giren uzaklıklarla da haberleşmenin, sosyal bağın devamlılığı açısından zorunluluğu anlaşılmış, haberleşebilmek için yeni buluşlar peşine düşülmüştür[5]".

Tarih boyunca hemen hemen bütün uygarlıkların, haberleşmede görülen kimi aksamaları ortadan kaldırabilmek, sağlıklı iletişim kurabilmek için birbirinden farklı yollar deneyerek sırasıyla yazı, kağıt ve matbaanın icadını gerçekleştirdikleri bilinmektedir.

İnsanlığın yazılı kültürünün temeli olan yazı, "duygu, düşünce ve arzuların başkalarına iletilmesi ve kalıcılığının sağlanması için kullanılan ve ortak anlamları olan işaretler sistemi" olarak tanımlanmaktadır. Tarihin başlangıcı olarak kabul edilen yazının icadı ile, insanoğlunun düşünceleri somut anlamlara aktarılma özelliği kazanmış ve kişiler arasında birinden diğerine ya da diğerlerine ulaştırılma olanağına kavuşmuştur. Başlangıçta insanlar başlangıçta yazıyı tanrısal bir kehanet olarak düşünseler de, sonraları yazının olayları, resimlerle ve şekillerle anlatmak, diğer bir

[4]A.g.k., s. 26.
[5]A.g.k., s. 27.

deyişle, haberin başkalarına iletilmesi ve paylaşılması amacı ile geliştirildiği fikrini benimsemişlerdir. [6]

Doğa ile iç içe yaşayan insan, icat ettiği yazıyı ilk olarak ağaç kabuklarından yapılan maddeler üzerinde kullanmıştır. İnsanoğlu yaşadığı çağın ona sunduğu olanakları zorlayarak ilk kağıt olan "papirüs"ü icat etmiş ve artık düşüncelerinin sözlü olarak aktarılabilmesinin yanısıra, farklı mekan ve uzaklıklara, zaman sınırlaması olmadan ulaşmasını da sağlamıştır. Bunun sonucunda da, düşünülenleri aktarmak ihtiyacından doğan haberleşme eylemini yazılı olarak da gerçekleştirebilmiştir.

Milyarlarca yaşam ve yüzlerce uygarlığa rağmen, insanoğlunun doğasında değişmeyen ender olgulardan biri de **"haberleşme ve iletişim ihtiyacı"**dır. Yaşam biçimleri değişirken, kültürler başkalaşırken, insanın bu ihtiyacının tükenmediği görülmektedir. Bu nedenle insanoğlu, iletişim ihtiyacını daha fazla oranda, daha rahat ve geniş bir ağ içinde gidermek için, beyin gücünün yardımıyla iletişim teknolojisini geliştirme yoluna gitmiştir.

1450'li yıllarda John Gutenberg'in matbaayı (baskı makinasını) icadı ile uygarlık tarihine yeni bir sayfa eklenmiştir. Bu sayede insanlığın ürettiği her yeniliğin ve gelişmenin istenilen hedefe, istenildiği kadar çoğaltılarak ulaştırılması olanağına ve kolaylığına sahip olunmuştur. Uygarlığa ve insan yaşamına yön veren üç icadın (yazı, kağıt, matbaa) sonrasında daha birçok yeniliğin birbirini izlemesi ile 20. yüzyılın modernliğine ve üstün günümüz teknolojilerine ulaşılmıştır.

21. yüzyılın eşiğinde, ilkel insanın iletişim kurma arzusu, çabası ve başarısı, bugünün uygar insanının çok üstündedir. İlkel insanın, gerek kendi türünden gerekse diğer canlı türleriyle iletişim kurmak için verdiği doğaüstü çaba, bugünün insanına göre çok daha insan doğasına uygun bir

[6]Daha geniş bilgi için bkz. İNUĞUR, a.g.k., s. 28-35.

davranış ve mücadele olarak görünmektedir. Bugünün modern insanı, elindeki tüm gelişmiş olanaklara rağmen diğer insanlarla iletişim kurmada beceriksiz kalabilmekte, iletişim kurmayı istemiyebilmektedir. Başka deyişle; modern insan duyarsız, ilgisiz, kaygısız, en önemlisi de sessiz kalmayı, medyatik bir toplumda yaşamasına rağmen tercih edebilmektedir.

İnsanlığın tarihsel gelişimine bakıldığında, insanoğlunun iletişim sürecini öncelikle yaşadığı çevre düzeyi ile sınırlı bir oranda gerçekleştirdiği görülmektedir. Diğer bir deyişle, insanoğlunun birbiri ile iletişim kurma sürecini, sahip olduğu iletişim araçlarının olanakları çerçevesinde, ilk kez lokal, diğer bir adlandırılışı ile yerel düzeyde başlattığıdır. Bu gerçeğin ortaya koyduğu sonuç ise, iletişim biçim ve ortamları açısından en eski olma özelliğini, **yerel iletişim** olgusunun taşıdığıdır. İletişimin grupsal ya da kitlesel boyutta ilk oluşum biçimi özelliği de taşıyan yerel iletişim ve bu türlü bir iletişim biçiminin ilk yansımaları olan **kamuoyu** kavramı ve oluşumu, aslında ayrı yerlerde yaşasalar da tüm insan topluluklarının gelişimiyle eş değerde, bu gelişim düzeyine paralel bir ilerleme izlemiştir.

Yerel iletişim ve yerel kamuoyu, farklı insan topluluklarında farklı boyutlarda ve farklı gelişme, değişme ve olgunlaşma süreçleri ile yaşanmıştır. Örneğin Batı toplumları ile Doğu toplumları arasında; yerel iletişim sürecinin, hem araçların gelişimi ve kullanımı, hem de bu araçların bu toplumlar üzerindeki etkileri farklı olabilmiştir.

Tarihsel sürecin "toplulukların iletişimi" boyutundaki en eski biçimi olan yerel iletişimin; tarihin ilk dönemlerindeki toplumlardan, bugünün farklı kültür, dil, inanç, yaşam biçimi içindeki, sınırları belli ülke toplumlarına kadar her düzeyde sahip olduğu gücün boyutlarının araştırılması, toplumların gelişmesindeki ya da gelişememesindeki unsurları görmek açısından önemlidir. Basın kurumu bir bütün olarak ele

alındığında, yerel gazetelerin de bu bütünün organlarından yalnızca biri olduğu görülmektedir. Basın, yukarıda insanlık tarihinin gelişim sürecinde de ortaya koyulduğu gibi, özünde yerel nitelikte doğup, özellikle Avrupa'da 1800'lü yılların ortalarına doğru teknolojinin de gelişmesiyle birlikte ulusal ve uluslararası bir boyut kazanmıştır. 1900'lü yılların başından bugüne kadar gelen basının gelişim sürecinde, özellikle yerel basın, toplumsal yapı içinde, insanlar arasındaki bağlantıyı sağlayarak toplumu ve değerlerini ayakta tutmaya, bireye toplumsal bir varlık olduğunu hatırlatmaya çabalamaktadır. [7]

Yerel iletişimin gelişme süreci içinde ortaya çıkan araçlar, bu araçların farklı toplumlarda farklı etkileme ve yaşam gücü bulması hattı aynı ülkenin farklı bölge ve alt kültürlerinde bile farklı hareket ortamlarına sahip olması konuyu araştırma açısından çekici kılmaktadır. Konunun taşıdığı bu önem ve özellik nedeniyle bu çalışmanın yapılması düşünülmüştür.

Yerel iletişimin hem toplumlararası farklılıklar, hem işlevsel ve hem de araçlar düzeyinde gösterdiği gelişme, bugün için son derece geniş bir çalışma alanını kapsamaktadır. Bu amaçla, bu çalışmada yerel kamuoyunun bir iletişim kurumu olan yerel kitle iletişim araçlarından yalnızca biri olan "**yerel gazeteler**" üzerinde durulmuştur. Çalışmada, kamuoyunun oluşumundaki "etkiler ve güçler" faktörleri günümüzdeki yansımaları ile değerlendirilerek, bireylere ve topluluklara çeşitli mesajlar gönderme yoluyla, onları etkileyen araçlardan biri olan yerel gazeteler, Eskişehir örneğinde irdelenmeye çalışılmıştır. Bir başka deyişle, insanoğlunun sosyal bir varlık olması nedeniyle, içinde bulunduğu ortamla kurmaya çalıştığı iletişim sürecinde, aldığı mesajlardan etkilenme düzeyi, Eskişehir kent ölçeğinde yerel bir kapsam içinde incelenmektedir.

[7]ÖZTÜRK, Yaşar. "Yerel Anadolu Basını", **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992, s. 152.

1- SORUN

Ülke geneline yönelik bir kamuoyu olabileceği gibi yalnızca yerel ortamlarla sınırlı, yöre insanlarını yakından ilgilendiren daha yerel konu ve alanlarla çerçevelenmiş "kamuoyu" da olabilir. Toplumsal yapıyı oluşturan ve besleyen, aynı zamanda toplumsal yapının bir uzantısı olan "**kamuoyu**"nu, etkileyen diğer çeşitli kurumlar vardır. Yerel kamuoyunun oluşması ve böylelikle amaçlanan hedeflere ulaşılmasında, ulusal düzeydeki kitlenin olduğu gibi, yerel düzeydeki kitlenin de ihtiyaç duyduğu araçlar vardır. Bunların başında da basın ve onun organlarından biri olan gazeteler gelmektedir.

Kavram ve kurum olarak basın konusuna daha sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak yer verilecektir. Ancak burada bir giriş olarak, **genel ya da yerel düzeyde değişmeyen özelliğiyle basının, toplumsal bir iletişim kurumu** olduğu söylenebilir. Gerek ülke düzeyinde, gerekse yerel düzeyde toplum, basın yoluyla bir biçimde bilgi ve kanaat sahibi olmakta, eğlenmekte ve dinlenmektedir. Bunlar aynı zamanda, ileriki bölümlerde ayrıntılı bir biçimde değinilecek olan basının önemli işlev ve görevleridir.

Kamuoyu, tartışmalı bir kamu sorunu hakkında görüşlerini duyuran, ifade eden bireylerin ve grupların kanaatleridir[8], biçiminde özetle tanımlanabilirse de toplum ve birey, bu kanaat oluşturma sürecine basının yardımıyla girer ve yine onun yardımıyla duygu, düşünce, arzu ve tercihlerini belirler. Bir bakıma; basının **kamuoyunun oluşumunda en ciddi etkisi, gücü ve belirleyiciliği olan bir kurum** olduğu söylenebilir.

Türkiye'de basının son yıllarda içinde bulunduğu durum itibariyle, başta ekonomik olmak üzere, satış rakamları, önü alınamayan lotarya ve

[8]SEZER, Duygu. **Kamu Oyu Ve Dış Politika**, Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayınları, Yayın No: 339, Ankara, 1972, s. 24-25.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

promosyon uygulamaları, saygınlık kaybı gibi büyük boyutlarda krizler yaşadığı ve bunun sonucunda da gerek ulusal, gerekse yerel yayıncılıkta derin yaraların alındığı bilinmektedir. Bu mali kriz sonucunda ayakta kalma mücadelesi vermek için lotarya ve promosyon kampanyalarına ağırlık veren basın, bu kez iyiden iyiye içerik zafiyetine uğramış ve böylelikle bedenindeki en büyük yarayı kendi kendine açmıştır. Kimi sermaye gruplarının elinde bulunan görsel ve yazılı basın, amaçlarından öylesine saptırılmıştır ki, kamusal görevlerini yerine getiremez duruma gelmiştir. Konuya ilişkin olarak Korkmaz Alemdar endişelerini;

> "Türk toplumunda gazete, öylesine haber vermekten uzak bir nitelikte, zaman içinde kendi niteliğini kazanmıştır ki, artık gazetenin, haberin birinci planda değil, haberin yanısıra, haberi satmak için başka malların, daha ön planda sunulması zorunluluğunun kaçınılmaz bir gerçek haline dönüşmesi yaşanmaya başlanmıştır Bu, gazeteciliğin klasik gelişimi ve kamusal görevleri açısından oldukça zedeleyici ve utanç verici boyutlardadır[9]" biçiminde dile getirmiştir.

Şüphesiz hata salt basında aranmamalıdır; gazetenin hedef kitlesini oluşturan okur da değerlendirmeye alınmalıdır. Çünkü basın ister görsel, isterse yazılı olsun kamusal görevleri olan ve bu amaçla hizmet veren bir kurum niteliği taşımalıdır.

Öte yandan okurun, kendisine bu basın yoluyla elde etmesi beklenen kamusal hizmetler sağlanamazken, böylesi sessiz ve edilgen bir yapı içerisindeki tepkisizlikle durumunu daha da güçleştirdiği ve çöküşü daha da çabuklaştırdığı da düşünülebilir. Tarihsel kayıtlar, binlerce yıl önce, ilkel insanların biraraya gelerek oluşturdukları kamuoyunu, (tarihin kaydettiği verilere göre ilkel insan, toplu halde nasıl yaşanacağını, nasıl barınılacağını ve nasıl haberleşip iletişim kurulacağını belirleyerek, yüzyıllar sonra modern insanın "kamuoyu" olarak adlandırdığı olguyu özümseyip

[9]ALEMDAR, Korkmaz. **Devlet ve Basın**, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Yayın No: 6, Ankara, Ekim 1993, s. 88-89.

sosyalleşme sürecinde ilk adımları atmıştı) bugün basının, trilyonlarca liralık sermayeye, uzmanlaşmış iş ve insan gücüne ve teknolojiye rağmen, yeterince gerçekleştirdiğini söylemek oldukça güçtür ve konuyu ciddi bir şekilde tartışmayı gerektirmektedir.

Basın sektörünün (5 büyük gazetenin) yıllık cirosu ortalama 80 trilyona ulaşmışken, kamusal görevler bir yana itilmiş, **haberin "mal", okurun "müşteri", gazetenin "süper market"** diye tanımlandığı bir döneme gelinmiştir [10]. Gazeteci Ümit Otan içinde bulunulan durumu;

> "Bugün Türkiye'de devlet tekelinin kalkmasından sonra, sermaye tekeli basını ele geçirmiş ve kazanca giden her yol mübah olarak görülmeye başlanmıştır; kazanca giden yolda ise basın ve patronları, her türlü kamusal görevden kendilerini soyutlamış ve daha da kötüsü, artık bireylerin beyinlerini de kendi çıkarlarına endekslemişlerdir (lotarya ve çeşitli kampanyalarla)[11]" diyerek eleştirmiştir.

Aslında tüm bunlarla bir anlamda tepkisiz ve duyarsız bir toplumun oluşma süreci de hızlandırılmıştır. Halihazırda kentlere yerleşen bireylerin maddi ve manevi rahatsızlıklarına, bir de yaşama ve diğer bireylere karşı tepkisiz ve duyarsız olma durumu eklendiğinde, küreselleşme sürecinin özümsetilmeye çalışıldığı günümüz Türkiye'sinde toplumsal, kültürel ve etik değerlerin giderek çözülmeye, paralize olmaya başladığı görülmektedir.

Teknolojinin sunduğu sonsuz olanaklarla küçülen, küreselleşen dünyada birey kendisini daha yalnız hissedebilmekte ve bu yalnızlığı aşmak için de çeşitli yolları deneme eğilimine girebilmektedir. İşte bu noktada ortaya yerel basın ve sahip olduğu ya da olması gereken misyonu çıkmaktadır. Küreselleşme süreci içinde kendisi ve çevresine yabancılaşabilen insan, teknolojinin ona sunduğu olanaklarla çok kısa bir süre içinde dünyanın diğer yarısında gerçekleşen bir olay ya da gelişmeye ilişkin anında bilgi sahibi olabilmekte; ya da birkaç tuşa basarak dünyanın

[10]OTAN, Ümit. **Babıtelli**, İzmir Kitaplığı, 1995, s. 31.
[11]A.g.k., s. 10.

diğer yarısındaki kültürden ve gelişmeden haber alabilmektedir. Ancak tüm bunlar olup biterken de, uzun soluklu düşünüldüğünde, birey yakın çevresinden soyutlanma ve yabancılaşmayı yaşarken, bunun bir sonucu olarak da yerel kültüre ve yerel çevreye daha fazla ihtiyaç duyabilmektedir.

Toplumda habercilikten eğlenceye, kamuoyu oluşturmadan kültürel değerleri etkileme ve eğitime kadar uzanan yelpaze içinde birçok işlevi yerine getiren basın, günümüzde **kamusal göreve sahip** toplumsal bir kurum olarak hizmet vermektedir. Kamusal görev veren basın, hedef kitleleri itibariyle ulusal ve yerel olarak ikiye ayrılmaktadır. Ulusal düzeyde kamuoyu ülke geneline yayım ve yayın yapan basın kuruluşları aracılığı ile gerçekleşirken, yerel düzeyde bir kamuoyunun oluşması, özellikle yerel basın kuruluşlarının işlev ve amaçlarına yönelik bir etkinlik alanı içine girmektedir. Bu ayrım Aldoğan ve Tokgöz'ün çalışmalarında;

> "Anadolu'da çıkan gazetelerin* en önemli özelliği kısmen veya tümden yalnız abonelerine dağıtılmasıdır. Tirajları hakkında kesin bilgi sahibi olmak ise çok güçtür. Bu gazeteleri, yayımlandıkları kent ve kasabalarda satılırken görmek, bulmak gerçekten zordur. Hatta bu kent ve kasabalarda yaşayan pekçok kimsenin, bu tür gazetelerin çıktığından haberi bulunmadığını söylemek, pek yanlış bir yorum da değildir. Türkiye'de çıkan gazeteler üzerinde yapısal özellikleri bakımından yapılmış görgül araştırmalar pek yoktur. Gazeteler hakkında bulunan çözümlemeler ise,[12] Anadolu'da çıkan gazeteler yönünden genellemeye gidilmesine olanak sağlamamaktadır[13]" biçiminde ifade edilmektedir.

Tokgöz, ülke düzeyinde günlük gazete sayısının fazlalığının iyimser bir yorumla, Türkiye'deki toplumsal değişmenin etkisiyle görülen çeşitli fikir farklılıklarını yansıtan bir gösterge olarak alınabileceğini

---

* Gerek kamuoyunda, gerekse gazetecilik, siyasi ve konuya ilişkin bilimsel eğitim, öğretim ve araştırmaların yapıldığı çevrelerde "**Anadolu Basını**" nitelendirmesi ile Türkiye 'deki **yerel basın** kastedilmektedir. Zira, Türkiye'de yerel basın geçmişten gelen bir gelenek ile söz konusu çevrelerde "Anadolu Basını" olarak anılmakta ve adlandırılmaktadır. Buna karşılık olarak yine aynı çevrelerce ulusal ya da genel basın "**İstanbul Basını**" olarak anılmakta ve adlandırılmaktadır.

[12]ALDOĞAN, Yazgülü. "Günümüz Türk Basını", **Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1977-78**, Ankara, 1979; Daha geniş bilgi için bkz. Oğuz Arı, **İzmir'de Kitle Haberleşmesi**, Ankara, Ayyıldız Matbaası, 1972'den aktaran: Oya Tokgöz, "Türkiye'de Yazılı Basının Yerel Olarak Gösterdiği Özellikler", **A.Ü. SBF BYYO Yıllığı**, Ankara, 1981, s. 283-284

[13]TOKGÖZ, Oya. A.g.m., s. 284.

belirtmektedir. Tokgöz'ün 15-20 yıl öncesi için belirttiği koşullar ve yerel basın ortamı halen geçerliliğini korumaktadır. Gerçekten de hali hazırda yayın hayatını sürdürmekte olan gazete sayısının yüksek rakamlarda gezmesine rağmen, birkaç ildeki yerel gazeteler dışında, tirajın çok düşük olması, bu gazetelerin kent halkı üzerindeki ya da çalışmanın amacına uygun söylem biçimiyle kamuoyu üzerindeki etkinliğinden kuşku duyulmasına neden olmaktadır. Bilinmektedir ki söz konusu yerel gazetelerin büyük bir yüzdesi küçük matbaacılık kuruluşlarıdır ve bugünün işletmecilik, basın organı ve kamuoyu açısından uygun bir gazetecilik örgütlenmesi noktasında değillerdir. Tokgöz, "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi" adlı makalesinde, büyük oranda bugün de geçerliliğini koruyan konuya ilişkin olarak;

> "Bu da, bir noktada toplumsal gelişme ile ekonomik büyümenin birbiri ile orantılı bir şekilde yürüyemediğinden ileri gelmektedir. Ayrıca Basın İlan Kurumundan, koşulların yerine getirilmesine göre devlet ilanı ve kağıt tahsisi alabilme gibi hükümet sübvansiyonu yolunun bulunması, çok sayıda küçük işletmenin gazete çıkarmasına, neden olmaktadır. Anadolu'da küçük işletmelerce çıkarılan çok sayıda gazete ise, yerel ve ulusal politikada etkinlik sağlamak bakımından yayımlanmaktadır[14]" biçiminde görüşlerini belirtmektedir.

Yine aynı çalışmada Tokgöz, konuya ilişkin olarak aşağıda belirtilen soruları da gündeme getirmektedir:

> "Bütün bu sayılan özellikler dikkate alındığında, Türkiye'de çıkan gazeteler bakımından şu soruları sormak anlamlı olmaktadır. Bu gazeteler topluma ne ölçüde inmektedirler? Toplumun görüşlerini ne ölçüde yansıtmaktadırlar? Topluma neler kazandırmaktadırlar? Bu sorular genelde gazetelerin haber verme işlevi ile ilişkilidir. Türkiye düzeyine yayılmış bulunan bu kadar kabarık sayıdaki gazete gündem koyma ve saptama işlevini ne ölçüde yerine getirmektedirler? Gündem

[14]TOKGÖZ, Oya. "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi", **A.Ü. SBF BYYO Yıllığı 1979-1980**, Ankara, 1981, s. 275.

koyma ve saptama yaklaşım olarak, fikir oluşturmaktan çok, kamusal alandaki sorunlar hakkında belirli kavramların geliştirilmesinde gazetelerin rolünü belirlemeyi amaçlamaktadır[15]."

Tokgöz Anadolu basınına ilişkin saptamasında da;

"Gündem koyma ve saptama işlevi, belki en dar anlamda bir özetlemeyle dünyayı tanımlamadır. Bu özetlemeye dikkat edilince, sayısı çok kabarık olan gazetelerin gündem koyma ve saptama işlevini Türkiye'de genelde pek yerine getiremedikleri, ancak belirli fikirlerin bayraktarlığını yaptıkları gözlenebilmektedir. Ulusal düzeyde egemen olan gazeteler, belirli bir gelişmişlik düzeyine erişmiş bulunan gazeteler ve Anadolu Basını bu yargıdan pek soyutlanamazlar. Bu yargı özele indirgendiğinde ise, ekonomik ve kültürel birikimi bir arada kullanan bazı gazetelerinn gündem koyma ve saptama işlevini kendi amaçları doğrultusunda çoğu kez yapay ölçüde yerine getirmeye çalıştıkları söylenebilir[16]" demektedir.

Tokgöz, bu görüşlerine ek olarak, Anadolu Basınının, haber işlevleri yönünden topluma katkılarının hemen hemen hiç olmadığını belirtmektedir. Haber malzemesi yönünden de farklı bir yapıya sahip olmaları nedeniyle, buralarda çıkan gazetelerin ulusal düzeyde egemen olan gazeteleri yerel yönden önemli haberlerle tamamladıkları gibi bir saptama yapılmasının da olanaklı olmadığına değinen Tokgöz, Anadolu basınını kimlerin izlediği, içeriğinin ne olduğu hakkında elde envanter yapıcı bilgilerin bulunmadığını söylemektedir ki bu görüşlerin doğruluğu ve geçerliliği ile bu çalışma sırasında da karşılaşılmıştır. Tokgöz bu bakımdan, Anadolu basını için görgül araştırmalar yapılmadan kesin bir genellemeye gitmenin pek sağlıklı olmayacağını, Anadolu Basınının kendine özgü özellikler taşıdığını belirtmektedir. [17]

Buraya kadar tartışılan görüşlerde de olduğu gibi, gerek basın gerekse

[15]A.g.m.
[16]A.g.m., s. 276.
[17]A.g.m., s. 289.

konuyla ilgili uzmanlık çevrelerinde hakim olan genel kanı, Türkiye'de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz, bu nedenle de yerel gündemi ve kamuoyunu oluşturmada etkili olamayan bir yerel basının varolduğudur. Bir diğer deyişle, sahip olduğu misyonu, işlev ve önemi yerine getiremeyen, getirmesi durumunda ise ülke demokrasisi, ülke kamuoyu ve basını için son derece olumlu gelişmelerin kaydedileceği bir yerel basının varlığının söz konusu olduğudur.

Tokgöz'ün de değindiği gibi, Türkiye'de çıkan gazeteler üzerinde, yapısal özelliklerine ek olarak işlevsel ve önemleri açısından yapılmış yeterli görgül araştırmalar yoktur. Bu nedenle gazeteler hakkında yapılmış çözümlemelere dayanarak, yerel gazeteler açısından genellemeye gidilmesine olanak bulunmamaktadır. Anadolu'daki gazetelerin varolan çok düşük tirajlarına rağmen etkinlik boyutları gerçekten kuşkuludur. Bu gazetelerin temel işlevleri olan gündem oluşturmayı ne ölçüde yerine getirdiklerine ilişkin olarak hamen hemen elde hiçbir bilgi yoktur. Haber verme ve bilgilendirme işlevleri yönünden yerel kitleye ciddi düzeyde katkılarının olup olmadığı, varsa bu katkının ne düzeyde bir katkı olduğu bilinememektedir.

Yine yukarıda belirtildiği gibi, bu gazetelerin kimler tarafından izlendiği ve içeriğinin ne olduğu hakında elde sağlıklı veriler bulunmamaktadır. Bu gazeteler topluma ne ölçüde inmekte, toplumun görüşlerini ne ölçüde yansıtmakta ve topluma neler kazandırmaktadırlar? Bu tür soruların yanıtları bilinememektedir. Tüm bu sorular yerel basının bir bütün içindeki sorunudur ve araştırma yapılmadan cevaplanması da mümkün görülmemektedir.

Özetle, Tokgöz'ün özellikle vurguladığı gibi, Anadolu basını için

görgül araştırmalar yapılmadan kesin genellemelerde bulunmak sağlıklı ve bilimsellikle örtüşen bir yöntem değildir. Bu bağlamda, araştırmanın sorunu da; konuya ilişkin alınacak örneklem çerçevesinde yapılacak görgül araştırmalara duyulan ihtiyaç ve bu kapsam dahilinde yukarıda belirtilmiş cevap bekleyen sorular oluşturmaktadır. Doğal olarak bu araştırma ile yukarıdaki soruların cevabı Eskişehir yerel gazeteleri örnekleminde irdelenmeye çalışılacaktır. Araştırma ile somut ve bilimsel verilere dayanılarak bir kent örneğinde yerel basın üzerine bir somut çalışma gerçekleştirilmiş olacaktır.

Sonuç olarak çalışmanın sorunu; Eskişehir'deki yerel gazetelerin, kent ve kamuoyu oluşması sürecinde ne düzeyde, nasıl bir işleve sahip oldukları, yerel basın-kamuoyu ilişkilerinin ne düzeyde olduğu, yerel basın olmanın sorumluluklarını ne oranda yerine getirdikleri ve kamuoyunda ne düzeyde bir kabullenirliğe sahip olduğudur.

2- AMAÇ

Ülke genelinde yayın yapan gazete, televizyon ve radyoların çeşitli haber ve tartışma programlarında, Türkiye'de merkezi ekonomik, siyasi, kültürel yönetim anlayışının terkedilerek, merkezde toplanmış yetkinin, artık ülkenin, toplumun ve çağın koşullarına uyarak yerel yönetimlere kaydırılması gerekliliği düşüncesi oldukça sıklıkla tartışılmaya başlanmıştır. Bu düşünce söz konusu kitle iletişim araçlarının da sık sık gündeme getirmeleri nedeniyle, her geçen gün daha fazla ağırlık kazanarak ülke gündemine yerleşme eğilimine girmiştir. Türkiye'de artık, bölgesel yönetimlerin, meclislerin ve ekonominin ön plana çıkarılması tartışılmaya, bu konuda çeşitli tasarıların da hazırlanmasına başlanmıştır. Bunun en

büyük örneği, 1996 yılı Haziran ayı içinde İstanbul'da yapılan "Birleşmiş Milletler Konferansı, Habitat II. Kent Zirvesi" sonunda, **"Türkiye Ulusal Rapor ve Eylem Planı"** adı ile hazırlanan ve tüm kamuoyuna açıklanan rapordur. Rapor'daki şu bölüm yukarıdaki düşünceleri desteklemesi açısından oldukça dikkat çekicidir:

> "Tüm ülke mekanı hiç bir 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 alanının genişletilmesinin demokrasiyi geliştirici bir etki yapabilmesi için, saydam ve etkili bir denetim ve halka hesap verme mekanizmasının kurulması, katılımcı süreçlerin geliştirilmesi ve bu konuda kurumsal kanalların açılması gerekir[18]".

Burada da görüldüğü gibi, yerel yönetimler yeniden, daha etkili ve işlevsel anlamda bir yapılanma içindedir. Türkiye'de bu yapılanmaya büyük ihtiyaç duyulmaktadır. Yerel yönetimlerle yerel halk arasındaki en büyük köprü işlevini üstlenecek kurumlar içinde ilk akla gelen de **yerel basındır**. Yerel kamuoyu adına etkinlikte bulunan yerel basın, aynı zamanda yerel yönetimlerin en büyük denetleyicisidir. Yerel yönetimlerin etkinliklerinin doğrudan halka duyurulmasında, halktan gelen tepkilerin ya da beğenilerin yerel yönetimlere aktarılmasında en kolay, en hızlı ve en işlevsel araçlardan biri olma özelliğini yine Yerel Basının taşıdığını söylemek mümkündür.

Bunların yanısıra ve bunlara bağlı olarak, ulusal basının son zamanlarda içine düştüğü promosyon, tekelleşme, tiraj gibi çıkmazlar ve hızlı nitelik kaybı, yerel basının önemini ve sorumluluklarını gündeme

[18] **Ekonomik Forum.** "Nasıl Bir Yerel Yönetim?", TOBB Aylık Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 7, İstanbul, 15 Temmuz 1996, s. 16.

getirmektedir. Dünyada globalleşme rüzgarları eserken ve bu yönde bir bütünleşme yaşanırken diğer yandan toplumların daha lokal kurumlara, daha lokal iletişim araçlarına, daha birbirine yakın yaşam ortam ve biçimlerine ihtiyaç duyar hale geldikleri gözlenmekte, bu konu medya gündeminde de yer kaplamaktadır. Bu nedenlerle yerel yayıncılık ve yayımcılığın önümüzdeki dönemde gittikçe hızlanan bir süreçle toplumun yerel iletişim kurumu olarak daha önemli misyonlara ve işlevlere sahip olması gerekliliği kaçınılmaz görülmektedir.

Bu görüşten hareketle, çalışmanın amacı; ülke yerel basınına açılım sağlayabilecek Eskişehir örneğinde, *'sorun'* bölümünde ortaya konulan sorulara cevap aramaktır. Ayrıca, bu cevaplardan yola çıkarak, yerel basına daha nitelikli bir yapı sağlama amacıyla, kamuoyu oluşumu sürecinde yerel kitlenin isteklerine cevap verebilecek düzeyde işlevini yerine getirebilen bir basın kuruluşu olmalarına yönelik önerilerde bulunmaktır. Diğer bir deyişle, bu çalışma ile yerel basın için, Eskişehir örneğinde bilimsel bir veri tabanı oluşturmak amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda, Eskişehir örneği ele alınarak araştırma boyunca aşağıdaki şu sorulara cevap aramak, çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Bunlar:

1- Eskişehir yerel basın okuru, yerel gazetelere özellikle, ortak bir düşüncede birleşebilme (kamuoyu oluşumu) anlamında gerçekten ihtiyaç duymakta mıdır?

2- Eskişehir yerel basın okuru, başta siyasi konular olmak üzere diğer konulardaki yaklaşımları ile birlikte yerel basını kendisi için ne düzeyde geçerli bir referans olarak görmektedir?

3- Kamuoyu yerel basında yayınlanan haberlerden etkilenmekte midir? Bu ne düzeyde olmaktadır? Bu etkilenmeden sonra tercihlerinde,

kanatlerinde bir değişiklik olmakta mıdır? Bir başka deyişle, yerel gazetelerin haber verme işlevi açısından katkıları olmakta mıdır?

4- Kamuoyu yerel basın kuruluşlarından neler beklemektedir? Bu beklentilerine karşılık bulmakta mıdır?

5- Eskişehir'deki yerel gazeteleri kimler, hangi amaçla izlemekte ve nasıl bir fayda elde etmektedir?

6- Eskişehirli, yerel gazeteleri genel olarak gerekli görmekte ve ihtiyaç duymakta mıdır?

7- Eskişehir ölçeğinden hareketle, yerel gazeteler; topluma ne ölçüde inmekte, toplumun görüşlerini ne ölçüde yansıtmakta ve topluma neler kazandırmaktadırlar?

8- Yerel basın kuruluşları kamuoyunun beklentilerini hangi ölçüde karşılayabilmektedir.

3- ÖNEM

Sorun ve amaç bölümlerinde ayrıntılı bir biçimde belirtildiği üzere bu çalışma, yerel gazetelere, kamuoyu oluşumuna yönelik olmak üzere daha nitelikli bir yapı sağlama ve yerel gazete okurunun ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeyde işlevini yerine getirebilmesinde gazetelere somut önerilerin sunulması açısından önemlidir.

Önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi, bu araştırmanın en önemli yönlerinden biri Türkiye'de yerel basın üzerine yapılmış görgül araştırma eksikliğini bir ölçü de olsa giderme ve bir örnek oluşturarak bundan sonraki araştırmacılara kılavuzluk etmesidir. Böylelikle bir kapalı kutu gibi olan yerel basın, en azından bu çalışma nedeniyle, kamuoyu oluşturma gücü ve kamuoyu üzerindeki etkisi açısından bilimsel tartışma ortamına çekilmiş

olacaktır. Bilimsel araştırmaların konusu olmaya başlayan yerel basın, doğal olarak bunlardan yararlandığı ölçüde de kendi ilerleyişini, gelişmesini, yükselişini yakalamış olacaktır.

Ayrıca bu çalışma; bundan sonraki bilimsel çalışmalarda, konuyla ilgilenen araştırmacılara bir kent basını çerçevesinde bilimsel veri tabanı oluşturulması açısından da önemli görülmektedir.

Öte yandan çalışma ile bu alana ilişkin yok denecek düzeydeki literatüre küçük de olsa bir katkıda bulunulabilecektir. Ayrıca bu araştırma yeni sorun alanlarını ve araştırma konularını da ortaya çıkarabilecektir. Çalışma bu açılardan da önemlidir.

Aktarılan görüşlerde de belirtildiği gibi Türkiye'de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz bu nedenle de yerel gündem ve kamuoyu oluşturmada etkili olmadığı düşünülen yerel basının misyon, işlev ve önemini kısaca, işlevselliğini yerine getirmesi durumunda ülke demokrasisi, kamuoyu ve basını için son derece olumlu gelişmelere öncülük edebilir. Çalışma, yerel basının söz konusu misyon, önem ve işlevine ilişkin açılımının saptanması açısından önemli görülmelidir. Çalışmanın yerel basın için sağlayabileceği çıkış kapıları bu tür bilimsel tarafsızlık içinde yapılmış objektif araştırmalarda bulunmaktadır. Bu çalışma bu amaca da yöneldiği için önemlidir. Ayrıca çalışma, İletişim Fakülteleri Gazetecilik Bölümü öğrencilerine ve öğretim elemanlarına bu konuda yazılı bir kaynak sağlama açısından da önemlidir.

Çalışma sonunda elde edilecek bilgi ve saptamalar, misyon, önem ve işlevinin gün geçtikçe daha çok arttığı yerel basın kuruluşlarına bir ışık tutabilecektir. Böylelikle yapılan saptamalar ve ileri sürülen önerilerden yararlanabilecek yerel basın kuruluşlarının değişebilecek yapısı sayesinde,

yerel basının ulaştığı okur kitlesi ve bu kitlenin etkileşimde bulunduğu kesimler kısaca kamu, daha iyi bilgilendirilmiş ve daha iyi bir iletişim kurumuna sahip olabilecektir. Bu durumda da kurum, kuruluş, yöneticiler ve halk, kendini daha iyi ifade edebileceği iletişim organı ile kendi sesini en sağlıklı ve işlevsel anlamda duyurabilecektir.

Çalışmanın bir diğer önemi ise, yerel basın kuruluşlarının elde edilecek bulgulardan yararlanarak yerel ortamda daha saygın bir sosyal statü, beğeni, takdir, etki gücü ve buna bağlı olarak da ekonomik açıdan güçlenmesini sağlayacak daha fazla reklam-ilan girdisi ile daha yüksek satış rakamı elde edebilme olasılığının bulunmasıdır.

4- VARSAYIMLAR

Çalışmada aşağıdaki noktalar birer varsayım olarak kabul edilmiştir.

1- Eskişehir'de yayımlanan gazeteler kamuoyu ve gündem oluşturma anlamında işlevlerini yerine getirmektedir.

2- Eskişehir'de yayımlanan gazetelerin okuyucuları gazetelerinden etkin bir şekilde yararlanmakta ve gazetelerine ihtiyaç duymaktadır.

3- Eskişehir'de yayımlanan yerel gazeteler kamuoyu ve gündem oluşturma bağlamında işlevlerini yerine getirmekle birlikte, Eskişehir'deki gazete okuyucuları, kamuoyunun oluşmasını sağlama işlevine yönelik, daha etkin ve daha nitelikli bir yerel gazeteye ihtiyaç duymaktadır.

4- Eskişehir'deki gazete okuyucusu, yerel gazetelerde yayınlanan haberlerden etkilenmekte, bunun sonucunda da tercihlerinde ve kanatlerinde değişiklik olabilmektedir.

5- SINIRLILIKLAR

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışma da bir dizi sınırlılıklar içermektedir. Bu sınırlılıklar şunlardır:

1- Bu çalışma yerel basına bir örneklem oluşturması açısından Eskişehir il merkezi ve bu merkezde yayımlanan yerel gazeteler ile sınırlı tutulmuştur.

2- Anket çalışması, hedef kitle olarak Eskişehir kent merkezinde yaşayanlarla sınırlıdır.

3- Çalışma 25-30 Temmuz 1996 tarihinde uygulanan ankete alınan cevaplar ve bu cevapların doğruluğuna güvenle sınırlıdır.

4- Sosyal Bilimler alanında yapılan kuramsal veya ampirik çalışmaların odağında insan veya toplum öğesinin bulunmasından kaynaklanan sınırlılıklar bu çalışma için de geçerlidir.

5- Basın konusunda değişik ve kapsamlı kaynaklara ulaşılmasına rağmen, özellikle çalışmanın ana teması olan **"Yerel Basın"** ile ilgili kaynaklar diğer konularda olduğu kadar geniş ve yeterli değildir.

6- YÖNTEM

Bu çalışmanın diğer çalışmalara oranla özgün olan bir diğer yönü de araştırmacının konuya ilişkin gözlem ve sonuçlara ulaşılması açısından bizzat uygulamanın (bir diğer deyişle pratiğin) içinde, sorumlu düzeyde yer almasıdır. Araştırmacı, bölgede ve kentteki en büyük yerel basın kuruluşu olan **Sakarya Gazetesi'nde** gerçekleştirdiği çalışmalarında üst düzey sorumluluk almıştır.

Çalışmanın hedef kitlesi Eskişehir'deki yerel gazeteler aracılığı ile etkilendiği varsayılan okur kitlesi ve Eskişehir ölçeğindeki yerel

kamuoyudur. Çalışma kuramsal bir yapıya oturması açısından literatürde kaynak tarama modeli ve uygulamayı içeren gözlem ve ampirik yöntemle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın en önemli ve somut dayanaklarından birini oluşturan unsurlarından biri de alan çalışması sırasında gerçekleştirilen ve kotalama yöntemi ile yapılan anket uygulamasıdır.

Anket, Eskişehir kent merkezinde 25-30 Temmuz 1996 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anketin uygulanacağı kişilerin belirlenmesinde, kent merkezinde bulunan hane sayılarından yola çıkılarak planlama yapılmıştır. Bu planlamada da öncelikle tüm mahalleler 1994 yılı Maliye Bakanlığı Arsa Metrekare Fiyatları listesine göre, alt/orta/üst değerlerde olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Daha sonra, 200 kişi olarak belirlenen denek sayısı bu gruplara ait alt ekonomik düzey grubunda 116 kişi, orta ekonomik düzey grubunda 50 kişi, yüksek ekonomik düzey grubunda 34 kişi olarak dağıtılmıştır. Her sosyo-ekonomik düzey grubuna giren mahallelerden, rastlantısal yöntemlerle seçilen sokaklarda, 1990 Nüfus Sayımı sonuçlarına göre belirlenen yaş ve cinsiyet kotalarına ulaşılmıştır.

Araştırma; 2 araştırma kontrolörü denetiminde ve sekiz anketörden oluşan bir grupla 6 gün süresince ve 10.30 ile 17.30 saatleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması belirlenmiş sınırlar içinde son kişiye ulaşıncaya kadar sürdürülmüş ve özellikle konutlar ve işyerlerine gidilmiştir. Anket deneklerle yüzyüze görüşülerek ve onlara soruların sesli olarak sorulmasından sonra, cevapların anketör tarafından, ankete işlenmesi biçiminde yapılmıştır.

6-1- Evren ve Örneklem

Evren: Bu araştırmada, Eskişehir kent merkezinde yaşayan okuryazar nüfus evren olarak düşünülmüştür. Aynı zamanda söz konusu edilen bölgede yerel gazeteler aracılığı ile etkilendiği varsayılan okur kitlesi hedef kitle özelliğini de taşımaktadır.

Örneklem: Araştırmanın örneklemine alınan mahalleler, görüşme sayıları ve cinsiyet ile yaş kotaları aşağıda belirtildiği gibidir:

Yüksek Ekonomik Düzey Grubu

Mahalleler	Toplam Sokak Sayısı	Görüşme Sayısı
Arifiye	57	10
Cumhuriye	21	5
Hoşnudiye	29	6
İstiklal	32	8
M. Kemal Paşa	27	5
TOPLAM:	**166**	**34**

Orta Ekonomik Düzey Grubu

Mahalleler	Toplam Sokak Sayısı	Görüşme Sayısı
Cunudiye	22	2
Emek	196	10
Eskibağlar	42	4
Işıklar	19	2
İhsaniye	13	1
Kırmızı Toprak	59	5
Kurtuluş	76	6
Paşa	27	2
Şarkiye	20	2
Şeker	26	2

Vişnelik	45	4
Yenimahalle	27	2
Yenibağlar	39	3
Yenidoğan	53	5
TOPLAM:	**664**	**50**

Alt Ekonomik Düzey Grubu

Mahalleler	**Toplam Sokak Sayısı**	**Görüşme Sayısı**
Bahçelievler	27	3
Büyükdere	104	7
Dede	35	4
Erenköy	126	8
Esentepe	111	7
Ertuğrulgazi	78	5
Fatih	32	4
Fevzi Çakmak	124	7
Göztepe	17	2
Huzur	48	6
Kumlubel	35	4
Orhangazi	105	7
Ömerağa	37	4
Şarhöyük	89	7
Şirintepe	223	15
Tunalı	38	4
Uluönder	83	5
Yıldıztepe	54	5
Yenikent	21	3
71 Evler	40	4
Zincirlikuyu	52	5
TOPLAM:	**1464**	**116**

Çalışmada örnekleme giren deneklerin cinsiyet ve yaş açısından dağılımı ise şöyledir:

	Yaş ve Cinsiyet Grupları			
	18-24	25-39	40-54	55 ve üstü
Erkek:	20	40	20	20
Kadın:	20	40	20	20

Bu evren ve örneklem çerçevesinde yapılan anket uygulamasında en sağlıklı bilginin, olabildiğince en doğru kişi ve ortamdan toplanması yönünde çaba gösterilmiştir. Mahalleler ve sokaklar arasında olduğu kadar deneklerin yaş ve cinsiyetinde de belirli bir dengenin sağlanmasına çalışılmıştır. İzleyen bölümde de görüleceği üzere, çalışmaya sağlıklı bir veri tabanı oluşturulması için özellikle dikkat edilmiştir.

6-2- Verilerin Toplanması ve İşlenmesi

Araştırmada kitle iletişim aracı olarak basın, kamuoyu, basının işlevleri, yerel basın gibi kavramlara ilişkin bilgiler ilgili literatürün taranması ile elde edilmiş, ayrıca ilgili kuram, kavram ve çalışmaların anket yapılarının incelenmesiyle, çalışmada uygulanacak 62 soruyu içeren anket oluşturulmuştur. Ankete ek olarak yerel basın hakkındaki diğer bir dizi ayrıntı bilgilerin ise, yerel gazetelerle yapılan görüşmeler ve uygulamadan elde edilen gözlemlerle toplanması uygun görülmüştür.

62 sorunun tamamı kapalı uçlu sorular olup, 7 sorunun seçenek sayısı çok olmakla birlikte, bu sorularda deneklerin birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Anketin yapısını şöyle açıklamak mümkündür (Bkz. Ek-1):

1) Genel Bilgiler

2) Bilgi edinmede tercih edilen iletişim kanallarına ilişkin bilgiler

3) Ulusal ve yerel gazetelerin okunmasına ilişkin bilgiler

4) Yerel gazetelerden elde edilen yarar ve tatminler

5) Yerel gazetelerin etkilerine ilişkin bilgiler

6) Yerel gazetelerden beklentiler ve güvene ilişkin bilgiler

7) Yerel gazetelerle kurulan iletişime ilişkin bilgiler olarak 7 tema ile biçimlendirilebilir. Bu temalarda yerel okuyucunun yerel basınla olan etkileşim süreci, oranı ve kanalları bulunmaya, kamuoyunun yerel basından beklentisi ortaya konulmaya çalışılmış ve amaçlanmıştır. Buna göre bu temaların yer aldığı sorular da şunlardır:

1) Genel Bilgiler

Bkz. Ek-1; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21.

2) Bilgi edinmede tercih edilen iletişim kanallarına ilişkin bilgiler

Bkz. Ek-1; 27, 28.

3) Ulusal ve yerel gazetelerin okunmasına ilişkin bilgiler

Bkz. Ek-1; 22, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39.

4) Yerel gazetelerden elde edilen yarar ve tatminler

Bkz. Ek-1; 40, 41, 42, 43.

5) Yerel gazetelerin etkilerine ilişkin bilgiler

Bkz. Ek-1; 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 62.

6) Yerel gazetelerden beklentiler ve güvene ilişkin bilgiler

Bkz. Ek-1; 52, 53.

7) Yerel gazetelerle kurulan iletişime ilişkin bilgiler

Bkz. Ek-1; 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61.

Veri toplama aracının 72 sorudan oluşan ana taslağı 1996 Haziran ayında hazırlanmış ve aynı ay içinde 10 kişilik yerel gazeteyi düzenli okuyan ve yine 10 kişilik yerel gazete okumayan iki gruba anlaşılabilirlik, öneri ve tartışmalar açısından sınanmak üzere uygulanmıştır. Yapılan değerlendirme sonunda 10 sorunun çıkartılarak ya da diğer sorular içinde eritilerek toplam 62 kapalı uçlu soru ile sınırlandırılmıştır. Kimi sorulara verilen yanıtlara göre doğrudan başka sorulardan başlamak üzere, veri aracı üzerinde yönlendirme kutularının yanısıra gruplanmış sorular öncesinde deneği aydınlatmaya yönelik bilgiler içeren kutucuklar oluşturulmuştur. (Bkz. Ek-1; 10, 22, 30, 34, 54, 58. sorular)

62 sorunun tamamının cevaplanıp cevaplanamayacağı endişesini gidermek için anketin özellikle anketörler tarafından yapılması, soruları anketörlerin sorması ve cevapları da anket üzerine yine anketörlerin işaretlemesi istenmiştir. Bu özellikle yaşlı denekler için gerçekleştirilirken, anketörlere, yaşı genç olan deneklere anketi kendilerinin okuyup işaretlemesi için teslim etmeleri ancak bu kişilerin yanında beklemeleri de hatırlatılmıştır. Bu yönteme karar verilmesi nedeniyle soru sayısında daha fazla azaltma yapılmamıştır.

Anketin girişine deneklere yönelik olarak anketin önemi ve işlevini anlatan üç paragraflık bir giriş yazısı eklenmiştir. Anketin 25-30 Temmuz 1996 tarihleri arasında uygulanması sonrasında 15 Ağustos 1996 tarihinden itibaren tüm anketler değerlendirmeye alınmıştır. Yapılan değerlendirmede yerel gazete okuyan 200 kişiden elde edilen tüm anketler analiz edilmiştir.

Değerlendirme, Sosyal Bilimler Pratik İstatistik uygulama programı olan SPSS programı ile yapılmıştır. Bu istatistik programına, değerlendirmeye alınan 200 yanıt formundaki soru ve cevaplar kodlanarak ve kodlanan soru ve cevaplar da nümerik bilgiler olarak girilerek başlanmıştır. Tüm formlar ve soru ve cevapların programa girilmesinden sonra marjinal sayı ve yüzde olarak dökümü istenmiştir. Bu testten elde edilen sonuçlara göre değerlendirme ve yorumlara gidilmiştir.

Her soruya alınan yanıtların oluşturduğu verilere yönelik olarak Microsoft Excel 5.0 programından tek tek grafik dökümü ve Write Now 4.0 Programından da tablo dökümü alınarak verilerin gerektiğinde tablolar ile gerektiğinde ise grafiksel bir dil ile anlatımı yoluna gidilmiştir.

7- TANIMLAR

Çalışma boyunca sıkça kullanılanılan kavramların tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

Basın: Toplum içinde düzenli olarak yayınlanan, dolayısıyla hedef kitlenin hizmetine verilmiş, haber veya bilgi öğelerinin, düşünce veya kanıların biçim ve koşullarının somutlaştırılmış şeklidir.

İletişim: Bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanılarla, davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındaki bir ilişkileşme yoluyla bir insandan diğerine bazı oluklar kullanılarak aktarılması sürecidir.

Kamuoyu: Belli bir toplum ya da grup içinde yaşayan insanların belli bir duygu, düşünce, arzu, inanç ve beklentiye ilişkin ortak birliktelik ve yargısıdır.

Tiraj: Gazete, kitap, dergi vb.nin bir basılışındaki baskı sayısı.

Ulusal Basın: Basında üretilen, yurt çapında dağıtımı yapılan basın ortamı.

Yayın: Radyo ve Televizyon gibi kitle iletişim araçlarının ses ve görüntü dalgalarını elektronik araçlar ile alıcı araçlara ulaştırması ve bu yolla kitleye ulaşması.

Yayım: Gazete, kitap, dergi vb'nin süreli ya da süresiz olarak dağıtılması, kamuoyuna sunulması.

Yazılı Basın: Gazete, dergi, bülten gibi kağıt ve yazıya dayalı, basılıp çoğaltılan, düzenli olarak yayınlanan, haber ve bilgi öğelerinin, düşünce veya kanıların biçim ve koşullarının somutlaştırılmış, iletişim araçlarıdır.

Yazılı İletişim: Yazılı kültür ortamında yer alan iletişim süreci.

Yerel Basın: Türkiye'nin değişik il, ilçe veya yörelerinde basılıp, buralarda dağıtımı yapılan bölge veya yerel basın ortamı.

Yerel İletişim: Yöre, bölge, kent, kasaba ya da köy ortamı ile sınırlı bir ortamda ve buralarda yaşayanların kendi aralarında gerçekleştirdikleri bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanılarla, davranış biçimlerine ilişkin karşılıklı alış-veriş süreci.

Yerel Yayıncılık: Yerel radyo ve televizyonlar kanalıyla yayıncılıkta bulunma işi

Yerel Yayımcılık: Yerel gazete ve dergiler kanalıyla yayıncılıkta bulunma işi.

BÖLÜM II

KAVRAM OLARAK BASIN VE KAMUOYU

Çalışmanın bu bölümünde, Kavram Olarak Basın ve Kamuoyu başlığı altında, Kitle İletişim Aracı Olarak Basın, Basının İşlevleri, Gündem Oluşturma Sürecinde Basın, Kamuoyu Oluşumu Sürecinde Basın alt başlıkları ile basın, kamuoyu, gündem oluşturma gibi kavramlar ayrıntısı ile irdelenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca basının işlevsel açıdan analizi, tüm hareket alanı gözönüne alınarak tanımlayıcı biçimde ortaya konulması bu bölümde amaçlanmaktadır.

Bilindiği gibi insanlar topluluk halinde yaşar. Çünkü insan - daha önce de belirtildiği gibi - yaradılışı gereği sosyal bir varlıktır. Bu sosyal varlık, doğal olarak yaşamak ve paylaşmak için birşeyler üretir. İlkel ya da çağdaş yaşamda bu temel çizgi değişmez. İletişim amacı ile kullandığı araçlar aynı zamanda diğer insanlarla ortaklık kurma, ortak duygu, düşünce ve davranışda birleşme ya da ayrılma olanaklarını da kendisine sunar. En eski kitle iletişim aracı olarak bilinen basın, böylesi bir ortaklığın kurulmasında en temel araçlardan da biridir. Kamuoyu ise örneğin, basın gibi bir aracın kullanılması sonucu ortaya çıkan bir ortaklık biçimidir. Basın ve kamuoyu'nun, kavramsal ve uygulamalı boyutları ile ele alındığında; her iki kavramın da işlevselliği ve amaçları açısından, özellikle, içinde bulunulan çağın sosyal yapı araçları olduğu görülür. Toplumdan topluma işlevsellik açısından değişen, ufak tefek farklılıklar gösterse de basın, her zaman her yerde aynı amaçları gözetmektedir.

İnsanların haber alma, okuma ve öğrenme ihtiyaçlarını tatmin eden ve bu arada onların siyasal, sosyal, ekonomik ihtiyaçlarına katkıda ve etkide bulunan bir kurumdur, Basın[19] .

[19]BARDAKÇI, İlhan. **Gazetecilik Rejimleri, Tarihi, Tekniği**, Töyko Matbaası, Ankara, 1968, s. 15.

Gevgilili, Dünya'da ve Türkiye'de Çağdaş Basının Gelişimi ve Sorunları adlı çalışmasında, basının haber verme ve kamuoyu oluşturma gibi geleneksel işlevlerinin yanısıra, Türkiye gibi hızla gelişen toplumlarda tarihsel bir görev daha yüklendiğini söylemektedir. Gevgilili'ye göre; bu, sosyal yapının değişimine katılma işlevidir.

> "Toplumlarda üretim ilişkileri ile teknoloji ve ekonomideki sıçramalar giderek kültürel ve sosyal yapıda da kendi karşılıklarını oluşturan yapısal dönüşümleri gerektirirler. Aslında, toplumlarda varolan yasalar, değerler, gelenek ve törelerle içinde bulunulan maddi yapı arasında somut ilişkiler vardır. Kalkınmak ya da ilerlemek, uygulamada, yeni teknikler ve iş biçimleri ile toplumun inanç sistemi ve kültürel değerleri arasında bir bütünlük kurmak, bunu gerçekleştirecek yeni toplumsal örgütlenişe erişmek demektir. Toplumbilimci Max F. Millikan'ın da dediği gibi, modernleşme ve kalkınma yolunda topluma yeni değer yargıları getirme görevi önemli ölçüde yığınsal iletişim araçları'na düşmektedir. Böylece hem daha dinamik bir kalkınma için gerekli kültürel ortam yaratılmış, hem de geniş halk yığınlarının bu ortama katılması gerçekleştirilmiş olacaktır. Basına yeni kültürün yaratılmasında düşen görev sanıldığından da büyüktür[20]".

Burada görüldüğü gibi, basının toplumları kalkındırma, modernleştirme gibi sorumluluklarının yanısıra, kültür yaratma gibi çok önemli bir misyonu daha vardır. Basının yönlendirme, etkileme ve özgürce oluşmasına katkıda bulunma amacında olduğu kamuoyu ise, sosyal yapının farklı renkleri ve bu renklerin farklı tonlarından başka birşey değildir. Basın bu renklilik içinde farklı kültürlerden, yeni kültürler sentezleme sorumluluğu ile yükümlüdür. Kamuoyu çeşitlilik açısından pekçok alt kültürü yapısında barındırmakla birlikte, bunları zaman zaman yenileme yoluna da gidebilir. Burada ihtiyaç duyulan araç olarak basın, sosyal yapının değişimine katılma işlevini yerine getirmektedir.

---

[20]GEVGİLİLİ, Ali. "Dünya'da ve Türkiye'de Çağdaş Basının Gelişimi ve Sorunları", **Basın Yayın Yıllığı**, Sayı: 1, No: 3, İstanbul, 1988, s. 129.

Bülent Daver iletişim araçlarıyla birlikte ele aldığı kamuoyunu açıklarken; "Basın, radyo, TV gibi kitle haberleşme araçlarıyla, konuşarak, ya da fısıltı ile açıklanan ve çok defa bazı sosyal grupların (sendika, dernek vb) ve seslerini duyuran kişilerin siyasal otoritelere (hükümete, parlamentoya vb) izhar ettikleri fikirlerin bir ortalamasıdır, kamuoyu[21]."

Gökçe kamuoyu kavramını daha çok politika bilimcileri açısından ele alarak, "kamuoyu, devletin üç organının (yasama, yürütme, yargı) davranışını belirleyen ya da kanaat önderleri tarafından belirlenen ve oluşturulan norm olarak" açıklandığını belirtmektedir. Gökçe, buna karşılık diğer sosyal bilimlerin kamuoyu anlayışının, bireyin kendisinden hareket ederek kanaatini, davranışını, ailesini, çalışma grubunu, içinde yaşadığı grup ve bütün toplumu kapsayan sosyal grubun kanaat ve davranışı ile ilişkilendirdiğini söylemektedir. [22] Qualter ise;

> "Hiçbir kuşkuya yer vermeden denilebilir ki, kamuoyu öncelikle demokrasi ile ilgili olan bir kavramdır. Nitekim ilk demokrasi teorisyenlerinden sayılan Jeremy Bentham, kamuoyunu ayrıntılı olarak inceledikten sonra, onu despotizme karşı tek güvence olarak görmüştür[23]" demektedir.

Öte yandan Arat, kamuoyunu demokrasi kavramı ile birlikte ele almış ve demokrasilerin, kamuoyları ve kamuoylarının seslerini duyuran, onları bilgilendiren yoğun iletişim ağlarını birbirine bağlayan öğeler olarak kabul edildiğini söylemektedir. Arat, demokrasi ve kamuoyu kavramlarının ikisini birarada ele alarak;

---

[21]DAVER, Bülent. **Siyaset Bilimine Giriş**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1972, s. 251.

[22]GÖKÇE, Orhan. "Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi, İ.B.F. Yayınları, Yayın No: 24, Sayı: 14, Eskişehir, Nisan 1996, s. 211.

[23]QUALTER, H. Terence. **Opinions Control In The Democracies**, London, Macmillan, 1983, s. 5'ten aktaran: M. Nazan Aslanel, "Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya, 1993, s. 5.

"Halkın halk tarafından yönetimi biçiminde tanımlanan demokrasilerin işleyiş ve sürekliliklerinde, ister özgür olarak yaratılsın, ister yapay yoldan üretilsin kamuoylarının, büyük rol oynadığı düşünülmektedir. Gücünü halktan alan hiçbir yönetimin, halkın sesine, istemlerine kulak vermekten vazgeçemediğini kabul eden ve "dünyanın gerçek kraliçesi düşüncedir" diyen Pascal'dan yola çıkılırsa, demokratik toplumların işleyiş biçimleri düşünüldüğünde, 'kamuoylarının düşüncesi, demokratik toplumların kraliçesidir' biçimindeki söylem de yanlış olmayacaktır. Kabile toplumundan çağdaş sanayi sonrası demokrasilerine kadar uzanan tüm tarihsel süreçlerde kamuoyu olgusu vardır. Başka bir deyişle, yöneten ve yönetilen ilişkisinin varoluşuyla, kamuoyunun ve gücünün doğuşu eş zamanlıdır. Farklılık gösteren, kamuoyu-siyasal karar alma sürecindeki etkileşimin ve etkinliliğin derecesidir. Ancak kamuoyu olgusu 18. yüzyılda biçimlenmiş, 19. yüzyılda bilimsel inceleme alanına kavuşmuştur[24]" şeklinde değerlendirmektedir.

Buraya kadar tartışılan görüşlerden, kamuoyunun ancak özgürlükçü demokratik sistemlerde oluşabildiği ve bir güç olarak kendini hissettirebileceği, demokrasinin işleyişinde önemli bir işleve sahip olduğu görüntüsü ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, güçlü bir kamuoyunun oluşabilmesi için de özgür bir iletişim ortamına ve bu bağlamda da toplumsal bir iletişim kurumu olan basına gereksinim duyulduğu, kabul gören bir diğer gerçektir.

Özgürlükçü sistemlerde kitlelerin en önemli yaşamsal araçlarından biri iletişim araçlarıdır. Hemen hemen tüm insanlığın yaşamında oldukça büyük yer kaplayan, birey ve toplumların yaşamlarını düzenleyen ve onları yönlendiren bu araçların önemli işlevleri ve sorumlulukları bulunmaktadır. Kitlelere yönelik mesajlar gönderen, yayım ve yayıncılık etkinliği içinde bulunan ve günlük yaşamın içinde haber, bilgi ve kanaat edinmek için her an kullanıma hazır bu araçlar, kısaca kitle iletişim araçları olarak anılmaktadır. İzleyen bölümde bu araçlar ve kitle iletişimi kavramsal ve kuramsal boyutlarıyla incelenmeye çalışılacaktır.

[24]ARAT, Ümit. "Demokrasilerde Kamuoyunun Oluşumu İçin Gerekli Koşullar", Marmara'nın Sesi, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, İstanbul, 1990, s. 41-44.

1- KİTLE İLETİŞİMİ VE ARAÇLARI

Bu bölümde, kitle iletişiminin kavramsal olarak tanımı ile birlikte süreçleri ve bu süreçleri oluşturan, bir diğer deyişle kitleye dönük iletişimi sağlayan araçlar irdelenmektedir. Kitle iletişim süreçlerinin lokal iletişim süreçleriden ayrılamaz yönleri bulunmaktadır. Bu süreçler bir anlamda genelden ayrılamaz yönleriyle lokal kitleleri ve lokal kitle iletişim araçlarını da etkilemektedir. Kitle iletişim süreci lokal ya da genel anlamda tüm bireyleri kapsama alanı içine almaktadır.

Kitle iletişiminin temelinde iletişim kavramının olduğu daha önce belirtilmişti. İletişimin tanımlanması konusunda Kaya ve Turan'ın yaptığı açılımlar çerçevesinde kitle iletişimi kavramı ve araçlarını incelemeye geçmek mümkündür. Kaya, "bireysel varlığı ve toplumsal ilişkilerini iletişim yoluyla sürdüren insanı başka yaratıklardan ayıran özelliklerden birisi de bu iletişimde bulunabilme yeteneğidir[25]" derken, Turan da; "toplumsallaşmanın en önemli öğelerinden biri iletişimdir[26]" demektedir. Bu yaklaşımlar bir anlamda bugünün toplumsal bunalımının gerçeğini biraz daha aydınlatabilmektedir. Kaya, kitle iletişimi;

> "Daha geniş kitlelere, çevrelere seslenebilmek, onlarla iletişim kurmak için sürekli çaba gösteren insan çağımıza ulaşıncaya kadar bu olanağı pek bulamamamıştır. Yüzyılımızda gerçekleştirilen teknoloji, elektromanyetik dalgaların ve bunların alıcılarının kullanımı ile tüm kitleye seslenebilme olanağını vermektedir. Mcluhan'ın "Evrensel Köy'ü" artık, en azından nicel olarak bir dayanağa kavuşmuştur. Çünkü, günümüz toplumlarında toplumsal iletişimin önemli bir kesiti, yani haberin, bilginin en genel anlamıyla kültürün topluma yayımı, dağıtımı özel olarak bu amaç için geliştirilen araçlar yoluyla gerçekleşmektedir. Bu

[25]KAYA, A Raşit. **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Birinci Baskı, Ankara, Ekim 1985, s. 2.

[26]TURAN, İlter. **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, Der Yayınları, Üçüncü Baskı, İstanbul, 1986, s. 48.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

araçlar ve işleyişleri hemen tüm toplumlarda gerçek bir kurum haline gelmiştir. Böyle kurumlar içerisinde gerçekleşen iletişim olgusuna kısaca kitle iletişimi denmektedir[27]" biçiminde tanımlamaktadır.

Wright da, kitle iletişimini tanımlarken konuyu bir bütün içinde, "iletişimin geniş heterojen ve bilinmeyen izleyiciye doğru yöneltilen şeklidir" biçiminde tanımlamaktadır. Wright, kitle iletişiminin genişlik, heterojenlik ve bilinmeyenlik özelliklerini vurgularken, "genişliğin ölçüsü, iletişimcinin/göndericinin izleyicilerle yüzyüze bir şekilde ilişki kurma olanaksızlığıdır. Heterojen olması kesinlikle saptanmış belli bir grup, elit gibi kamuya açık olmayanın ötesinde olmasıdır. Bilinmeyenin anlamı, göndericiye izleyicilerin genellikle yabancı, bilinmeyen kişiler olmasıdır" biçiminde açıklamaktadır. Wright, "kitle iletişimi hızlı, kamusal ve geçici olarak tanımlanabilir" diyerek bunun nedenlerini ise şöyle açıklamaktadır: "Kamusaldır, çünkü ileti halkın izlemesine açıktır. Hızlıdır, çünkü ileti izleyicilere kısa sürede ya da aynı zamanda yetişmesi için hazırlanmıştır, devamlı kayıtlara geçmesi için değil. Bunun istisnası film, radyo ve video kütüphaneleridir"[28].

Büyükerşen, kalkınma ve çağdaş uygarlığa ulaşabilme çabalarının, özellikle gelişmekte olan ülkelerde iletişimin önemini daha da artırdığını, devlet - toplum ve çeşitli sektörler arasında kurulması gereken etkili bir diyaloğun, iletişimin yoğunlaştırılmasını gerektirdiğini söylemektedir. Büyükerşen konuya ilişkin olarak;

"İleri teknolojisi olan ülkelerin kalkınma tarihi incelendiğinde iletişim biliminin kalkınma ve çağdaşlaşmada önce itici sonra da sürükleyici bir rol oynadığı ve bu arada kendi sektörünü baş döndürücü bir hızla yarattığı görülmektedir. Bu ülkelerde, kalkınmanın

[27]KAYA, A Raşit. A.g.k., 1985, s. 2.

[28]WRIGHT, C.R. **Mass Communication: A sociological perspective.** NY: Random House. 1959, USA, s. 27'den aktaran: ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan, **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Birinci Basım, Ankara, Mayıs 1990, s. 54.

başlangıcında geniş kitleleri kalkınmaya güdülemede, gelişmeye ilişkin kararların alınmasına katılımda, iletişim olgusu ve bu olguyu sağlayan gerek kitle ve gerek özel iletişim kanallarının ve tekniklerinin kullanımı, daima önemli roller oynamıştır. Nitekim, geleneksel yaşama gömülmüş olan köyler, şehir yaşamından, şehirdekiler de köyün durumundan ve ihtiyaçlarından böyle haberdar olmuşlardır. Gerek ülke içi ve gerekse ülke dışından bile haber ve bilgi gereksinimi iletişim araçlarıyla uyandırılmıştır[29]" demektedir.

Gerçekten de artık bugün iletişimsiz bir ortam ve yaşam düşünülememektedir. Modern toplumu, gazeteler, dergiler, kitaplar, radyo, televizyon ve film gibi kitlesel medya olmadan düşünmek hemen hemen olanaksızdır. Medya pekçok kimse için, pek çok anlam ifade eder ve içinde çalıştığı ekonomik ve politik sistemlere, toplumun gelişmişlik düzeyine, kişilerin ilgi ve gereksinimlerine bağlı olarak pekçok işlevler yüklenir. [30]

Breton, iletişim araçlarının, bir diğer deyişle ve geniş anlamıyla insanlar arasında bilgi iletimini ve alışverişini sağlayan "**olanaklar**"ın oldukça eski bir tarihi olduğunu belirtmekte ve tarihsel süreç içindeki üç ilgi alanının kesişme noktasından söz etmektedirler. Bunları;

" 'Haberleşme isteği', 'teknik gelişme' ve 'tarihi olayların yolaçtığı durumlar'dır. İletişim araçlarının etkisi ve gelişmesinin dinamiği, bazı dönemlerde kazandıkları önem ve bunun yanısıra diğer çağlarda kaydettikleri gerilemeler bu üç boyutun, haberleşme isteği, haberleşme teknikleri ve içinde yer aldıkları tarihin tam olarak kesiştiği noktada yeralır[31]" biçiminde açıklayan Breton, söz konusu

[29]BÜYÜKERŞEN, Yılmaz. "Ekonomik Kalkınmada İletişimin Önemi", **İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları**, Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Ortak Semineri 1983, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1984, s. 57-58.

[30]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**, (Çeviren: Ali Atıf Bir, Serdar Sever) Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir, 1994, s. 501.

[31]BRETON, Philippe. "İletişim İdeolojisi ve İletişim Araçlarının Gücü", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. (Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar. İrfan Erdoğan), İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992, s. 179-180.

iletişim araçlarının da bu kesişme noktalarının yarattığı uygun ortam ve koşullara göre geliştiklerini belirtmektedir.

Sosyal bilimcilerin ortaya koymuş olduğu birçok yaklaşımın ortak noktası, iletişimin, insanlar arasında enformasyonun, fikirlerin veya davranışların paylaşılması olduğudur. İletişime dayanan sosyal ilişkiler sayesinde insanlar çevrelerindeki dünyayı oluşturacak anlamlar yaratmışlar ve bu anlamlara göre davranış biçimleri geliştirmişlerdir.

İnsanlararası iletişimin başlangıcından bugüne değin kullanılan iletişim araçlarının büyük bir gelişim kaydettiği gözlenmektedir. Eski çağlarda ilkel yöntemlerle, insanlar arasında gerçekleştirilmeye çalışılan enformasyon alış verişi, bugün büyük kitlelere ulaşabilen ve teknolojinin sağladığı imkanlarla modernleşen, kullanımı kolay, görsel, işitsel ve diğer elektronik araçlara yerini bırakmıştır. Bireyin gelişen olaylara düşünsel anlamda katılabilmesi, görüş bildiriminde bulunabilmesi ve bunu başkalarına da iletebilmesi çok daha zahmetsiz bir hale gelmiştir.

Turam, "toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı konumunda olduğu, bir başka deyişle kitlelere yönelik iletişime kitle iletişimi; bunu sağlayan araçlara ise kitle iletişim araçları adı verilmektedir" demektedir. Bu araçların işlevlerine ilişkin olarak da;.

> "Kitle iletişim araçları, haberlerle ve bunun yanında içerdikleri çeşitli konulardaki enformasyonla dünyanın her yanındaki insanların gündelik yaşamlarında yer edinmişlerdir. Çok sayıda insanın gerek bilgi edinmek, gerekse boş vakitlerini değerlendirmek amacıyla kitle iletişim araçlarına yönelmeleri ve bunların çoğunun sosyal ve siyasal olaylar hakkında bilgi edinebilecekleri alternatif kaynakların olmayışı, gerek yazılı, gerekse görsel ve işitsel basının insanlar üzerinde etkili olmasına yol açmaktadır" [32] biçiminde bir yargıda bulunmaktadır.

Dökmen de yine bu konuda yaptığı tanımlamada;

---

[32]TURAM, Emir. **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, İrfan Yayımcılık, İstanbul, 1994, s. 46.

"...bilgilerin, sembollerin, birtakım hedefler tarafından üretilmesi, geniş insan topluluklarına iletilmesi ve bu insanlar tarafından yorumlanması sürecine 'kitle iletişimi'; kitle iletişiminde, kaynak ile hedef arasındaki kanallara ise 'kitle iletişim araçları' adı verilir[33]". demektedir.

Alemdar ve Kaya, "kitle iletişim araçlarının içerik ve yapılarıyla seçilmiş faaliyet doğrultuları, toplumsal yaşamın pekçok alanında derin etkilerde bulunabilirler" demektedirler. Alemdar ve Kaya'ya göre, kitle iletişim araçları toplumdaki kendilerine özgün yerleriyle, belirli amaçlarıyla, kendi güç ve kurumsal dinamikleriyle kendi başlarına ayrı birer kurumdur ve bu araçların sadece yansız 'ileti taşıyan' şebekeler olmadığı da kabul edilen bir görüştür.[34]

Kitle iletişim araçları bugün dünyanın hemen her yerinde cereyan eden olayları en kısa sürede kitlelere ileten çağdaş ve etkin bir organizasyondur.[35] Teknolojinin hızlı devinimiyle kitle iletişim araçlarının bireyler, kurumlar, toplum ve kültür üzerindeki etkilerinin de önemli ölçüde artış kaydettiği, bir başka deyişle kitle iletişim araçlarının günümüz toplum ve birey yaşamında vazgeçilmez bir konuma gelmiş bulunduğu ve gündelik yaşam içerisinde belirleyici bir güce sahip olduğu kabul edilmektedir.

Kitle iletişim araçları geniş kitlelerin ilgisinin çekilmesi ya da kitlelerin görüş ve davranışının etkilenmesinde etkin bir güce sahiptir. Bir başka deyişle birey, grup, kurum, bütün toplum ya da kültür herhangi bir yolla kitle iletişim araçlarından ve onların vermiş olduğu enformasyondan etkilenebilir. [36]

---

[33]DÖKMEN, Üstün. **Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çatışmaları ve Empati,** İstanbul, Sistem Yayıncılık, 1995, s. 39.

[34]ALEMDAR, Korkmaz. Raşit Kaya. **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar,** Ankara, Savaş Yayınları, 1983, s. 57.

[35]TOPÇUOĞLU, M. Nuri. **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu,** Ankara, Vadi Yayınları, 1996, s. 135.

[36]ALEMDAR , Korkmaz. Raşit Kaya. 1983, a.g.k., s. 46.

Gökçe de kitle iletişim sürecine ilişkin olarak, "kitle iletişim sürecinde, amaçlanan mesajların algılanması ve anlaşılması, seyirci veya dinleyicinin psikolojik yapısı, beklentisi ve ihtiyaçlarına göre değişebilir" saptamasında bulunmaktadır. Gökçe;

> "Kitle iletişim sürecine doğruda etki etmek imkansızdır; ancak amaçlanan anlamın istenilen şekilde algılanması ve anlaşılması ümit edilir. Kitle İletişimini tek yönlü bir süreç olarak nitelendiren Maletzke kitle iletişimini "mesajların kamusal, dolaylı, tek yönlü teknik bir araç sayesinde dağınık bir seyirci dinleyici kitlesine iletildiği bir süreç" olarak tanımlamaktadır[37]" demektedir.

Tokgöz, bugün kitle haberleşme araçlarının bireyin, etrafındaki dış siyasal çevresini görmesine, algılamasına yarayan bir pencere olarak kabul edildiğini söylemektedir. Tokgöz'e göre, siyasal dünya hakkındaki bilgiler, kitle haberleşme araçları yoluyla ikinci el gerçekler olarak bireye ulaştırılmaktadır. Tokgöz, bu araçların siyasal dünya hakkında bireye bilgi vererek böylelikle bir anlamda tanımlama işlevi gördüklerini ve buna bağlı olarak da kişilerin, bu araçlardan toplumdaki yaygınlık ölçüsünde ve kişisel alışkanlıklarına göre yararlandıklarını vurgulamaktadır. [38]

Gökçe de kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajlardan bireylerin az ya da çok mutlaka etkilendiğini, ancak mesajın etkili olabilmesi için bireylerin sahip oldukları görüşler ve ilgileri doğrultusunda mesajların gönderilmesi gerektiğini söylemektedir. Gökçeye göre, kitle iletişim araçları seçerek algılama engelini aşabildikleri müddetçe her zaman etkili olabilirler. [39]

Blumler ve Wright iletişim araçlarının hedefi olan izleyici kitlesi

---

[37]GÖKÇE, Orhan. **İletişim ve Kitle İletişim Bilimlerine Giriş, İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi,** Selçuk Üniversitesi, Konya, 1993 a, s. 74-75.

[38]TOKGÖZ, Oya. "Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi", **Ankara Üniversitesi S.B.F. Dergisi,** Eylül-Aralık 1978, Ankara, s. 79.

[39]GÖKÇE, Orhan. "Kitle Haberleşme Araçlarının Etkileri ve Teori Sorunu", **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,** Cilt: 6, Sayı: 1-2, Aralık 1989, s. 169.

üzerinde durarak, izleyici kitlesinin;

> "a) farklı sınıf, pozisyon, kültür, servete sahiptirler ve toplumun her düzeyi ve yanından gelirler;
> b) bilinmeyen kişilerden oluşur,
> c) izleyiciler arasında çok az ilişki ve deney alışverişi vardır; yerel ve fiziksel bakımdan birbirinden ayrılmışlardır;
> ç) çok gevşek bir şekilde örgütlenmişlerdir. Kalabalık gibi birleşerek veya toplu şekilde hareket etme gücüne sahip değildirler[40]"

diye ifade edilebilecek özelliklere sahip olduklarını ileri sürmüşlerdir.

Alemdar ve Erdoğan'a göre, kitle iletişim araçları tarihsel, politik ve ekonomik güç peşinde koşanlar için denetimi değerli bir mülktür.

> "Kitle iletişim araçları üzerinde denetim, çeşitli olanaklar sağlar. Birincisi, kitle iletişim araçları dikkatleri belirli sorunlara, çözümlere ya da insanlara çekip yönlendirerek güç sahibi olanları kayırıp buna bağlı olarak da rakip birey ya da gruplara yönelmesini önlerler. İkinci olarak kitle iletişim araçları statü sağlar, meşruiyeti güçlendirir. Üçüncü olarak, kitle iletişim araçları belli koşullarda inandırma ve seferber etmenin bir kanalı olabilir. Dördüncüsü, kitle iletişim araçları belirli toplulukların oluşmasına ve varlıklarını sürdürmesine yardımcı olabilir. Beşincisi, iletişim araçları psişik ödül ve doyumların sunulmasında araç olabilir. Rahatlatır, eğlendirir ve gururları okşayabilir. Genelde kitle iletişim araçları toplumda bir iletişim aracı olarak aldıklarını geri vermektedirler. Aynı zamanda hızlı, esnek, planlanmaları ve kontrolleri kolaydır[41]".

Alemdar ve Erdoğan'ın kitle iletişim araçlarına ilişkin bu saptamaları aynı zamanda bu araçların işlevselliğini de ortaya koymaktadır.

Breton, "hayal gücünün -ancak aynı zamanda da davranışların yasallaşması davasının- kaynağı olarak propagandanın mitik dayanakları ve "iç sinemaların" sonu, dünyada yön bulmak için pusula işlevini görecek şekilde işleyen dış etkilerin çoğalmasını her zamankinden çok gerekli

---

[40] ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan, **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Birinci Basım, Ankara, Mayıs 1990, s. 54.

[41] A.g.k., 1990, s. 96.

kılmıştır" derken bir anlamda iletişim araçlarının bireyler ve toplumlar üzerindeki etkisinin kaçınılmazlığını anlatmaya çalışmaktadır. Breton, kitle iletişim araçlarının vazgeçilmez hale geldiklerini, bugün artık başka yerlerde geçenleri bilmemenin imkansız olduğunu, özel ilgi alanında kişinin giderek daha "içine kapanması"nın bunu gerekli kıldığını söylemektedir. Breton'a göre, bu noktada toplumun "önde gelen kişileri" önemli bir rol üstlenmişlerdir: yaşamlarının en özel yanlarını göstermek için gösterdikleri büyük çaba sayesinde, izleyicinin "diğerlerinin nasıl yaptığı" konusundaki merakını körüklemektedirler. [42] Breton;

> "Kitle iletişim araçlarının aracılığıyla yaygın olarak yapılan röntgencilik bugün artık bir ahlaksızlık olarak kabul edilmemekte, tersine sosyal yaşam için gerekli sayılmaktadır. Buna karşılık kitle iletişim araçları, bir değer olarak bilginin yayılması için tartışmasız gerekli araçlardır: örneğin televizyonda mümkün olan her seviyede buna yer verildiği farkedilmektedir. "Dizi" kahramanları nasıl haberleşildiğini ve özellikle de nasıl haberleşmek gerektiğini gösterirler. Bugün artık tartışmasız, kitlenin katılımı olmayan yayınlar çok azalmıştır ve değişik oyunlara duyulan ilgi de özel haberleşme durumları yarattıkları içindir. Bu anlamda, kitle iletişim araçlarının yaydığı ana-belki de gerçek olan tek-mesajı toplumun etrafında oluştuğu merkez değer olarak haberleşmeye verilen önemdir. Bu mesaj giderek daha da edimsel bir şekil almaktadır: içeriği ne olursa olsun haberleşmek gerekir. Böylece seçiciliği giderek artan meraklı bir olay ortaya çıkar, çünkü kitle iletişim araçları, iyi haberleşene önem verme eğilimindedirler[43]".

diyerek bu araçların yaydığı mesajların boyutlarına dikkat çekmektedir.

Kitle iletişim araçları yüzyılın en hızlı gelişen araçları olmuşlardır. Buna bağlı olarak teknoloji ve bu iş kolu da gelişmiştir. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeye paralel olarak bu araçları kullanabilme düzeylerine göre toplumlarda değişmiştir. Toplumlardaki gelişmenin itici gücü olan

[42]BRETON, Philippe. A.g.k., s. 182.
[43]A.g.k.

kitle iletişim araçları, kitlesel mesajlar üreten araçlar olarak bireyin yaşamının her boyutuna girmiş ve vazgeçilmez hale gelmiştir.

Kitle İletişim Aracı Olarak Basın başlığı altında ise kitle iletişim aracı olarak basının bireyler ve kitleler üzerindeki etkisi ile modern toplumların günlük yaşamlarındaki vazgeçilmezliği irdelenmeye çalışılmaktadır.

2- KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK BASIN

Basın bir kitle iletişim aracı olmanın da ötesinde, toplumsal bir kurum olma özelliği taşımaktadır. Kitlelerin en temel haber kaynağı olarak basın haberin birey yaşamında kapladığı yer ile doğru orantılı bir kapsam ve etki alanına sahiptir. Bu bölümde, toplumsal iletişim kurumu olarak basının kavramsal boyutları ile hedef kitlesi açısından ulusal ve yerel olmak üzere iki temel hareket alanı yine kavramsal çerçevede irdelenmektedir.

Basını, sözlüksel anlamı ile şöyle tanımlamak mümkündür: Süreli olarak yayımlanan, haber verme, bilgilendirme, eğlendirme ya da propaganda amacı güden ve sanayi üretimi yöntemlerinden yararlanan yayınlara topluca verilen isimdir Diğer bir deyişle de düzenli olarak çıkan gazete ve dergilerin tümüdür.

Basın kavramının tanımlanmasına ilişkin diğer yaklaşımlara çeşitli kaynaklarda yer verilmiştir.

Basın, insanların öğrenmek ve bilmek haklarını gerçekleştiren, bu konudaki gereksinimlerini karşılayan araçlar bütündür[44] .

Basın, toplum içinde düzenli olarak yayınlanan dolayısıyla hedef kitlenin hizmetine verilmiş, haber veya bilgi öğelerinin, düşünce veya kanıların biçim ve koşullarının somutlaştırılmış şeklidir [45].

---

[44]AZİZ, Aysel. **Toplumsallaşma Ve Kitlesel İletişim,** Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 1982, s. 17.

[45]YÜKSEL A. Haluk, Uğur Demiray. **Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri,** Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi Ve Yaygın Eğitim Vakfı, Eğitim Araştırma Ve Bilimsel Yayınlar Dizisi, No: 002, Eskişehir, Mart 1988, s. 32.

Basın, kamu hayatı ve işleri hakkında bilgi veren, günlük yaşantının rutinini kolaylaştıran; kişilere daha geniş bir ortamda değişik insan, kurum ve düşüncelerle temas imkanı veren bir kitle iletişim aracıdır[46] .

Daha önce Giriş bölümünde de yer verilen Bardakçı'nın basının tanımı konusundaki yaklaşımı ise; insanların haber alma, okuma, öğrenme ihtiyaçlarını tatmin eden ve bu arada onların siyasal, sosyal, ekonomik inançlarına katkıda ve etkide bulunan bir yayın organı[47] şeklindedir. Bir kurum olarak da tanımlanan basının vazgeçilmezliği, basının toplumsal işlevlerinden kaynaklanmaktadır.

Büyükerşen, genel çerçevede basının kurum olarak temel özelliğini belirtmek için "toplumun aynası" benzetmesinden yararlanıldığını, gerçekten de basının toplumun "karşısında" bir "aynı" gibi durduğunu söylemektedir. Basın tarihinin bir toplumun geçmişteki yaşamını yansıtmada ne kadar önemli bir rol aynadığına değinen Büyükerşen, basının kurum olarak işlevselliğine ilişkin olarak şunları söylemektedir:

> "Onun (toplumun) iyi, kötü yanlarını kendisine yansıtmaya çalışır. Ancak basının aynada bulunmayan bir üstünlüğü daha vardır ki; o da aynada görünenler kalıcı olmayıp, geçici olduğu halde, basında gazete "kolleksiyonları" toplumun zaman içinde nereden nereye geldiğini gösteren bir "toplum belleği" görevini de yerine getirir. Dolayısıyla basın, tarihçilerin de en büyük bilgi kaynağıdır. Bu üstünlüğü ile sadece yaşanan günlerin değil, geçmiş zamanların toplumsal yaşamına da ışık tutar[48]".

Büyükerşen, eğer Türkiye'de ekonomik kalkınmanın paraleline bir de "kültürel kalkınma" gerçeğinin konulması durumunda -ki bunun tersinin düşünülemeyeceğini- birçok konuda olduğu gibi, bunda da yine basına ve

---

[46]BERELSON, Bernard. "What Missing The Newspaper's Means", s. 71'den aktaran: Ünsal Oskay. **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Üçüncü Basım, Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları No: 7, Ankara, 1985, s. 139-156.

[47]BARDAKÇI, İlhan. A.g.k., s. 15.

[48]BARAZ, Turhan. **"Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını 1908-1986"**, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 1988. (Yılmaz Büyükerşen'in "Sunuş" yazısından aktarılmıştır.)

onun tarihine başvurularak doğru bilgilerin elde edilebileceğini de vurgulamaktadır.

Büyükerşen'in ortaya koyduğu bu gerçeklerden de anlaşıldığı gibi basın, sosyalbilim araştırmacılarının aslında en büyük başvuru kaynaklarından biri olmasının yanısıra, doğru bilgilere ve yargılara ulaşmada da en sağlıklı araçlardan biri olma özelliği taşıdığını söylemek mümkündür.

Bununla birlikte basın bugünün sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullarını anlamada ve bugüne hakim olmada en büyük araçlardan biridir denilebilir. Sorunların temelinin kavranamadan kalıcı çözümlerin uzun vadede bulunamayacağı gerçeğinden hareket edilmesi durumunda, basın için, sorunların temeline ışık tutan bir toplumsal yansıma ve iletişim kurumudur ifadesinde de bulunulabilir.

Baraz, kitle iletişim araçlarıyla toplumlar arasındaki haberlerin, düşüncelerin, bilgilerin, duyguların, kuşaklararası kültürün iletiminin ve kamuoyunda ortak bir anlayışın oluşumunun sağlandığını söylemektedir. Başlangıçta yalnızca gazete ve dergi gibi yayın araçlarının üstlendikleri bu görevin, teknolojik gelişmeye koşut diğer araçlarca da paylaşılmasına rağmen, bu gelişmeyle gazete ve dergilerin işlevselliklerinin gölgelenmediğini belirten Baraz, özellikle gazetelerin halktan bir parça durumuna geldiklerini vurgulamaktadır. Baraz'a göre; "gelişen dünyamızın en büyük iletişim aracı basın, gücünü yüzyıllara, ülkelerin toplum ve yönetim biçimlerinin çeşitliliğine karşın korumayı sürdürmektedir[49]". İletişim çağının yaşandığı şu dönemde basın, sınır tanımayan olanakları ile anlatım özgürlüğünün de en kuvvetli aracıdır. Öte

[49]A.g.k., s.1.

yandan bu araç, demokrasiyi benimseyen toplumlarda yasama, yürütme ve yargı güçlerinden sonra dördüncü sırada yer alan bir güç, toplumsal bir kurum özelliği taşımaktadır. Demokrasiyi yönetim ve yaşam biçimi olarak kabul eden toplumlarda basın, gözardı edilemiyecek bir yönlendiriciliğe sahiptir. Basının hız, yaygınlık, kolay ve ucuz ulaşılabilme olanaklarının gelişen teknoloji ile birlikte artması, basının toplumlar üzerindeki etkisinin de o ölçüde artmasına neden olmuştur. *

Basın kuramcılarından Siebert, Peterson ve Schramm, dünya basınını dört kategoriye ayırmışlardır: otoriter, özgürlükçü, sosyal sorumluluk ve Sovyet-totaliter. Bunlar, hipotez testinden ve sosyal bilim yöntemlerini kullanan tekrarlardan değil gözlemlerden türetilmiş "**kuralcı kuramlar**"-dır. [50] Yine aynı şekilde Bardakçı da dünya basınının birbirinden ayrılan farklılıklarının nedeni için, "insanın bünyesinden, insanla devletin karşılıklı ilişkilerinden, o ülkelerdeki gerçekçilik ve kültür seviyeleri anlamından ve varlıklarından ortaya çıkmış bulunmaktadır" diyerek, dünya basınını üç kategoriye ayırmaktadır. Bardakçıya göre bunlar, Otoriter Rejim, Serbest Sistem ve Sovyet Sistemidir. [51]

Siebert, Peterson, Schramm ve Bardakçı'ya göre; ilk basın mantığı ya da kuramının, **Otoriter Kuram** olması, devlete hizmet eden, iktidardaki

[50]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 501.

[51]BARDAKÇI, İlhan. A.g.k., s. 16-17.

* Basının ve buna bağlı olarak da demokrasilerin gelişmesindeki itici güç unsurlarına ilişkin olarak, Ana Brittannica Genel Kültür Ansiklopedisi'nin üçüncü cildinin 376. sayfasında yer alan bir bilgide; "Basının etkili bir güç haline gelmesi, basım ve iletişimdeki teknik ilerlemelerin yanı sıra, dünyaya bakış açısındaki köklü değişikliklerin de sonucudur. Geçmişte haber almaya en çok gereksinim duyan ve bunu özel yollardan sağlayan devletler ve ticari çevreler, bu haberleri halk arasında istedikleri ölçüde ve biçimde yayarlardı. Matbaanın bulunmasıyla birlikte, halkın, olayları bağımsız kaynaklardan doğru bir biçimde izlemesini sağlayacak araçlar oluşturma düşüncesi doğmuştur. Bu doğrultudaki adımlar çeşitli baskı ve kısıtlamalarla karşılaştığından, basının gelişmesi demokrasinin gelişmesiyle iç içe olmuştur. Basın günümüzde de demokrasinin önemli bir ölçütü ve kitlelerin kamu yaşamına etkin katılımının bir aracı olma niteliğini taşımaktadır" denilmektedir. Burada da görüldüğü gibi; basının demokrasiyi geliştirici bir güce sahip olmasının yanısıra, aslında basının gelişme ve güçlenmesinde de toplumların özgürlükçü ortamlarının ve yönetim biçimlerinin de çok büyük bir etkisi olmuştur.

hükümetin politikalarını geliştiren ve destekleyen bir kuram olması süpriz değildir. Bu kurama göre, matbaacı, yayın için izin almak, bazı durumlarda da monarşiden ya da hükümetten patent almak zorunda bırakılmıştır. Siebert, Peterson ve Schramm; "otoriter sistemde basın, özel ya da kamusal olmayabilir; bununla birlikte hükümet politikasını ilerletici bir araç olarak kabul edilir" derken, Bardakçı da sistemi;

> "...bu sistem, kısaca halkı idare etmekte olan merkezlerin, siyasi kudretin aynası olmasından başka bir şey değildir. Basın bu sistemde, yukarı tabakanın düşüncesini aksettirmekten öteye geçmemiş olsa gerektir. O devrin idarecileri, basını kendi düşünce ve emellerinin aleti olmaktan başka şekilde kullanmak istememişlerdir. Basın saraydan idare edilen ve kraliyet politikasını destekleyen bir müessese olmaktan başka anlam taşımamaktaydı. Bugün dahi, bu sistem bazı memleketlerde geçerlidir. Fakat siyasi demokrasinin, din hürriyetinin, serbest ticaretin ve insanlar arasından ilişkilerin gelişmesi zamanla bu felsefeyi ister istemez eskitmiş ve yerine yenileri ikame etmeye başlamıştır[52]". biçiminde değerlendirmiştir.

Siebert, Peterson ve Schramm'ın **Özgürlükçü Kuram,** Bardakçı'nın ise **Serbest Sistem** olarak nitelendirdiği kategoride basın çoğunlukla özeldir, herkes yayın yapabilir ve basın, gerçekleri arayan bütün kuruluşlara sadece bu sistem içinde yardımcı olabilmiştir. Siebert, Peterson ve Schramm'a göre;

> "Medya iki şekilde kontrol edilir. Çok seslilik ve "düşüncelerin serbest pazarı"nda gerçeğin özdoğrulama süreci kişilerin doğru ve yalan arasındaki farklılığı bulmasına olanak sağlar. Ayrıca yasal sistem onur kırıcı yayına, müstehcenliğe, edepsizliğe ve savaş zamanı kışkırtıcılığa karşı dava açılması için olanak sağlar. Özgürlükçü kuram altında basın çoğunlukla özeldir ve medya toplumun diğer gereksinimlerini karşılamak kadar, hükümeti de kontrol aracıdır[53]".

---

[52]A.g.k., s. 17.

[53]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 502.

Bardakçı'ya göre de, serbest rejimde, basın, hükümetin bir aleti değildir. Aksine basının, hükümet kontrol ve tesirinden mutlaka uzak kalması gerekmektedir. Amerika'nın İnsan Hakları Beyennamesinde yazılı hükümler, bu sistemin meydana gelmesine yardımcı olmuştur.

Bardakçı; Siebert, Peterson ve Schramm tarafından ileri sürülen **Sosyal Sorumluluk Kuramı'nı**, Serbest Sistemin bir parçası olarak bu sistem içinde değerlendirmiştir. Bardakçı; tam iki asır Amerikan ve İngiliz basınının bu sistemin içinde yaşadığını, fakat zamanla bu geniş özgürlüklerin bir takım sakıncalar doğurduğunu, bunun sonucunda da hükümet ve siyasi iktidardan gelebilecek bir baskıdan önce, basının kendi kendini bir sosyal sorumluluk kontrölü altına aldığını söylemektedir. Bardakçı, bugün insan hak ve onurunun zirvede bulunduğu ülkelerde, basın özgürlüğünü böylesine bir Sosyal Sorumluluk rejimi ile tanımlamanın mümkün olacağını da belirtmektedir. [54]

Siebert, Peterson ve Schramm ise; **Sosyal Sorumluluk Kuramının**, 20. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri'nde, İnsan Hakları Bildirgesini korumak için tek başına kalan medya endüstrisinin, sosyal sorumluluk taşıması gerektiği düşüncesinin bir ürünü olduğunu söylemektedirler. Siebert, Peterson ve Schramm bu kurama göre, önemli birşey söyleyecek olan herkesin görüşünü söylemeye izin verilmesini ve eğer medya görevlerini yerine getiremiyorsa birilerinin medyaya bu görevleri yerine getirmesini söylemesi gerektiğini savunmaktadırlar. Kuramcılar, Sosyal Sorumluluk Kuramında medyanın; kamuoyu, tüketici eylemi ve mesleki ahlakın ilkelerince, elektronik yayımcılıkta ise kanal sayısı ve yayın zamanlarındaki teknik sınırlamalar nedeniyle, hükümetin düzenleme kurumları tarafından kontrol edildiğini belirtmektedirler. [55]

[54]BARDAKÇI, İlhan. A.g.k., s. 17.

[55]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 505.

Bir diğer basın kuramı olan **Sovyet-Totaliter Kuramı** için Siebert, Peterson ve Schramm, dünyanın pekçok yerinde otoriter kuram hakimken basında Sovyet-Totaliter kuramın oluştuğunu söylemektedirler. Kuramcılara göre, Sovyetler, medyanın asıl amacının Sovyet sisteminin devamlılığına ve başarısına katkıda bulunmak olduğu görüşündedir. Bu kuramın basın yaklaşımına göre; medya, gözetim kadar hükümetin ekonomik ve politik eylemleri ile denetlenir ve sadece partiye bağlı ve sadık parti üyeleri medyayı düzenli olarak kullanabilir. Partinin yöntemleri eleştirilebilir fakat amaçları eleştirilemez. Sovyet sistemindeki medya, devlet tarafından yönetilir ve kontrol edilir ve yalnızca devleti ileriye götürmek için devletin bir kolu olarak mevcuttur. [56]

Siebert, Peterson ve Schramm bu kuramı Sovyet Totaliter Kuramı olarak nitelerken, Bardakçı, Sovyet Sistemi olarak adlandırmaktadır. Bardakçı sistemi şöyle anlatmaktadır;

> "Sovyetler ülkesinde hakim olan inanca göre, hür olduğu söylenen Amerikan Basını, iş çevrelerinin etkisinde kalan bir zavallı gazete gruplaşmasından ibarettir. Yalnız bu kadar değil. Sovyetler 'gerçekten yazabilen tek basının kendilerine ait olduğunu' iddia ederlerken, samimiyetle inanmaktadırlar ki 'dünyada Marksist gerçekten başka bir hakikat mevcut bulunmamaktadır'. Onlar için basın, halkın saadetinden başka emeli ve hedefi olmayan partinin görüşünü benimsediği oranda namusludur. Batıda ise basın, hakikati sadece hakikat olarak benimsediği için ahlaklıdır[57]".

Tüm bunların yanısıra, bir diğer basın kuramcısı J.H. Altschull ise, dünya basın sistemlerinin işleyişini ve tarihini gözden geçirdikten sonra çoğu kendi kişisel deneyimlerine dayalı olmak üzere bugün için üç basın modeli olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar: serbest pazar (veya kapitalist) modeli; Marksist (veya sosyalist) model; ilerleme (veya daha az doğru olarak gelişmekte olan ülkeler) modelidir. [58]

---

[56]A.g.k., s. 506.

[57]BARDAKÇI, İlhan. A.g.k., s. 17.

[58]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 507.

Altschull ileri sürdüğü modellere göre şu sonuçlara ulaşmaktadır:

1-Bütün basın sistemlerinde, haber medyası politik ve ekonomik gücün sahibi insanların temsilcisidir. Gazeteler, dergiler ve elektronik yayın araçları bağımsız güce sahip olma potansiyeline rağmen bağımsız değildirler.

2-Haber medyasının içeriği daima basının masraflarını karşılayanların çıkarlarına uygundur.

3-Bütün basın sistemleri özgür ifade inancına dayalıdır, bununla birlikte özgür ifade değişik şekillerde tanımlanır.

4-Bütün basın sistemleri sosyal sorumluluk öğretisini onaylarlar, insanların istek ve çıkarlarına hizmet ettiklerini ilan ederler ve insanlara erişim olanaklarını sağlamada istekli olduklarını belirtirler.

5-Üç basın modelinde de diğer basın modelleri normalden sapmış olarak kabul edilir.

6-Gazetecilik okulları topluma ideolojiler ve değer sistemleri ihraç ederler ve kaçınılmaz olarak gücü elinde tutan insanların varolmasına ve haber araçlarını kontrol etmelerine yardım ederler.

7-Basın uygulamaları daima kuramdan farklıdır.

Siebert, Peterson ve Schramm'ın 1956 yılında ortaya koydukları dört basın kuramının, geçen zaman içinde dünya üzerinde yaşanan pekçok değişiklik nedeniyle, kimi geçerliliklerini bugün yitirdikleri gözlenmektedir. Ancak bu kuramlardan Özgürlükçü Kuram'ın ve Sosyal Sorumluluk Kuramının pek fazla değişikliğe ihtiyaç duymadan geçerliliklerini sürdürdükleri söylenebilir. Bununla birlikte söz konusu bu kuramların içeriksel özelliklerinin uygulamada pek işlemediği en gelişmiş ülkelerde dahi görülebilmektedir. Bugün basının hemen her ülkede o

ülkenin kurumlarını ve siyasi yönetimlerini aşan bir tavır sergiledikleri, bu nedenle de sık sık yanlışa düştükleri pekçok örnekle gösterilebilir.

Altschull'un ileri sürdüğü modellere göre ulaştığı sonuçlar ise çok katı yargılara sahip olmakla birlikte kimi maddelerine katılmamak mümkün değildir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki gerçekten de medya bu güce sahip olmasına rağmen yeterince bağımsız olamamaktadır. Yine Altschull'un belirttiği gibi, ifade özgürlüğü farklı yorumlanarak farklı amaç ve ortamlarda kullanılabilmekte ve en önemlisi de basın uygulamalarının gerçekten de kuramlardan farklı özellikler taşımakta olduğudur. Türkiye için Altschull'un ileri sürdüğü altıncı madde olan, "gazetecilik okulları topluma ideolojiler ve değer sistemleri ihraç ederler ve kaçınılmaz olarak gücü elinde tutan insanların varolmasına ve haber araçlarını kontrol etmelerine yardım ederler" maddesinin geçerlilik taşıdığını dahası böyle bir bilincin bulunduğunu söylemek çok zordur.

Baraz, diğer kitle iletişim araçları gibi gazetelerin de yansıtmada seçicilik, haber vermede yanlılık vb. sınırlılıkların gözönünde tutulmak koşuluyla, toplum yaşamını yansıtan belgeler olduğuna değinerek, gazete kolleksiyonlarının da toplumsal değişmenin gözlemlenebileceği "toplumsal bellek" kaynakları olma özelliği taşıdıklarını söylemektedir. [59]

Öte yandan Ozankaya ise, bir kitle iletişim aracı olarak basını;

> "Yığın (kitle) iletişimi, özellikle de basın, televizyon, radyo ve sinema çağımızın ölçeği büyümüş, karar süreçleri merkezileşmiş, bütünleşme gereksinimi çok artmış bulunan toplumların zorunlu iletişim sistemidir. Merkezileşen, ölçüleri dev boyutlarına varan bu toplum yapısı içinde yurttaşların yönetime katılması ve karar mevkilerine seçilenleri denetleyebilmesi zorunlu olarak iletişim yoluyla olacaktır. Bireylerin üretici becerilerle, bilimle, sanatla beslenebilmesi de, toplumsal

[59]BARAZ, Turhan, "Eskişehir'de Bir Yerel Basın Taramasının Düşündürdükleri", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Dergisi, Sayı: 6. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 354, AÖF Yayınları No: 144, Eskişehir, Haziran 1989, s. 126.

dayanışma gereksiniminin karşılanabilmesi de yığın iletişim araçlarıyla olanaklıdır. Jefferson'a "Hükümeti olan ama gazeteleri olmayan bir ülkede yaşamaktansa, hükümeti olmayan ama gazeteleri olan bir ülkede yaşamayı yeğlerim" dedirten de çağdaş toplumun bu özellikleridir. Basının 4. güç sayılması da çağımızın toplumunda yönetimin yeni koşulları üzerine benzer değerlendirmelerin bir anlatımıdır. Çünkü bu toplum yapısının gereklerinin bir sonucu olarak aynı bildirim (mesaj) aynı zamanda pekçok sayıda insana iletilebilmektedir. Böylece demokratik düzen için gerekli olduğu üzere kamusal iletişim en geniş ortak kullanım olanağına kuvuşmaktadır; mesajlar toplumun büyük çoğunluğuna kolayca ulaştırılabilmekte, bireyler için de çok az masrafla bunları edinmek olanağı bulunmaktadır[60]." biçiminde ifade etmektedir.

Tüm bunlarla birlikte basının sahip olduğu güç, her istediği konuyu istediği şekilde işlemesi anlamına gelmemektedir. Şüphesiz sınırı olmayan hiçbir hak ve özgürlük yoktur ve basından da bu sınırı meslek ahlak ilkeleri doğrultusunda belirlemesi ve hedef kitlesine, doğru, tarafsız ve yol gösterici bir kanaat önderi olması beklenmektedir. Zira, toplumun çok büyük bir kesimi için basın ya da son yıllardaki topluca adlandırılış biçimiyle **medya**, birincil derecede kanaat önderidir, bir başka deyişle kanaat oluşturucu ya da pekiştirici bir kurumdur.

Basının her geçen gün, bireysel ve toplumsal yaşamda, terminolojide yer alan tanımlamalarından biraz daha farklı ve kapsamlı biçimde rol oynadığı görülmektedir. Üstlendiği toplumsal rol ile basın, özellikle eğitimi, kültürü, ekonomisi ve demokrasi deneyimi az gelişmiş toplumları ya da grupları, bir anda çılgınca bir maceraya, şiddete, çoşkuya ya da hüsrana sokabilecek düzeyde bir güce ulaşmıştır ki bu da tüm demokratik anlayışların dışında tehlikeli bir gücün sahibi olması anlamına gelmektedir.

[60]OZANKAYA, Özer. "Türkiye'de Yığın İletişiminin Demokratik Siyasal Kültür Gelişimindeki Yeri ve Önemi", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Ankara, Ocak-Aralık 1980, s. 161.

Bu nedenlerle, Batı dünyasında olduğu gibi Türkiye'de de, medyanın etik ve hukuksal bir çerçeve içinde, bu çerçevenin koşul ve ilkelerine sıkı sıkıya bağlı, belli siyasal, sosyal sınıflara çıkar sağlamaktan uzak bir kitle yayıncılığı içinde olmasını gerektirmektedir. Basınının, "haber verme", "kamuyu aydınlatma" ilkelerini yerine getirmesi, toplumda ve bireyde, sağlıklı ve toplumsal faydayı en fazlaya çıkarması açısından çok önemlidir. Bunun sağlanması için de, öncelikle basının bu kavramlara inanan güçler tarafından yönetilmesi, ayrıca konusuna hakim, bilgili, ilkeli çalışanlara sahip olması gerektiği düşünülebilir.

Atatürk, insanların düşüncelerini özgürce söyleyebilmek ve yayınlamak haklarını savunmuş bir liderdir. O, basın özgürlüğü üzerinde özellikle durmuş, bu konudaki düşüncelerini kendi yazdığı "Yurttaşlık Bilgileri" adlı kitapta da yayınlayarak şunları söylemiştir:

> "Basın yayının tam ve geniş bir özgürlüğe sahip olması ve bunun doğru yolda kullanılması konusunun ne denli ince ve hassas bir konu olduğu açıktır... Basın yayın özgürlüğünden ortaya çıkabilecek olumsuzlukları ortadan kaldıracak etkin yol, kesinlikle geçmişte olduğu gibi basın yayın özgürlüğünü kısıtlama yolu değildir. Basın yayın özgürlüğünden doğacak olan sakıncaların ortadan kaldırılması yolu, yine doğrudan doğruya basın yayın özgürlüğüdür[61]".

Atatürk; her liderin ya da bir devrim sonrası oluşturulan yeni yönetimi elinde bulunduranların, kolay kolay kabullenemeyeceği bir özgürlükten sözetmektedir. Atatürk; bu gücü ve cesareti arkasındaki, neredeyse tüm bir ülkenin tek bir kamuoyu olduğu kitleden almaktadır. Atatürk'ün belirttiği basın özgürlüğü elbette ancak demokratik rejimlerde söz konusu olabilir.

---

[61]KIŞLALI, Ahmet Taner. **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, İkinci Basım, İmge Kitabevi, Ankara, 1993, s. 139.

Demokrasi kavramının ise yalnızca oy vermek, seçmek-seçilmek ve parlamentoya girmek ya da göndermekten ibaret olmadığı düşünülürse, demokrasiyi besleyen en önemli kanallardan biri olarak, toplumu bilgilendiren, haberdar eden ve bireylerin öznel düşünce ve bakış açılarını özgür bırakarak böylelikle, kamuoyunun serbest oluşmasına ortam sağlayan kurumun, özgür ancak sorumlu bir basın olduğu da kabul edilmelidir. Basın, ancak böylesi bir demokrasi anlayışı içerisinde dördüncü güç olarak konumlandırılmalıdır. Çünkü demokrasi, ancak özgür basınla birlikte gerçek demokrasi olur ve basın da, ancak gerçek demokrasilerde dördüncü güçtür. Özgür basın olmadan demokrasiden, insan haklarından, toplumsal ve bireysel özgürlükten söz etmek de çok güçtür. Basın özgürlüğü bir anlamda özgür ve demokratik bir toplumda bireylerin haber alma, doğru bilgi edinme özgürlüğüdür. Aynı zamanda bu özgürlüğün koruyucusudur.

2-1- Ulusal Basın

Toplum içinde yaşayan grupların, tüketici tipinin ve ihtiyaçların çeşitlilik olarak farklılaşmasına bağlı olarak, pekçok tüketim maddesinin yanısıra kültürel bir tüketim aracı olan yayın türlerinin de çeşitlilik ve sayısal olarak çoğalmasına yol açmıştır. Bunun bir sonucudur ki artık, dünyanın pekçok ülkesinde ülke düzeyinde basımı ve dağıtımı yapılan gazetelerin yanısıra, kentlerin ve bölgelerin haberlerinden oluşan günlük gazeteler de yayımlanmaktadır. Yerel ve ulusal basın farklılığı da buradan kaynaklanmaktadır.

Önceki bölümlerde de tanımı yapıldığı üzere, basında üretilen, Türkiye içi ve dışı dağıtımı yapılan basın ortamı[62] **"ulusal basın"** olarak nitelendirilmektedir. Kimi kaynaklar ulusal basını yerel basından ayırmak için **"yaygın basın"** ya da **"ülke basını"** olarak da adlandırmaktadır.

[62]YÜKSEL, A. Haluk, Uğur Demiray. A. g. k., s. 32.

Bu nitelendirmeleri de göz önüne alarak Türkiye'nin bugünkü var olan yerleşik koşulları çerçevesinde ulusal basın için; yüksek tirajlı, merkezi İstanbul'da bulunan ve buradan tüm ülkeye dağıtımı yapılan, ülke düzeyinde kamuoyuna seslenen ve bu nedenle hedef kitlesi tüm Türkiye olan gazete, dergi, radyo ve televizyonlara verilen isimdir biçiminde bir tanımlama getirmek mümkündür.

Bir diğer deyişle ulusal basın; kitle toplumuna dönük ve kitle toplumunu konu edinen, merkez ve ona bağlı bürolardan derlenmiş haberlerle, tek merkezden çok birime düzenli ve sürekli yayın ve yayım yapan, bu amaçla organize olmuş haber verme amacı öncelik taşıyan kuruluşların oluşturduğu bütündür denilebilir.

Bir başka yaklaşım içinde ise ulusal basını; merkezi İstanbul'da bulunan, ülke nüfusu düzeyinde yayın, yayım ve dağıtım yapan, yükseksek tiraj, izlenme ve dinlenme oranlarına sahip basın kuruluşlarıdır biçiminde nitelenebilir.

Baraz, ülke nüfusu düzeyinde yayım ve dağıtım yapan gazetelerin ulus bilincinin pekiştirilmesini de sağladıklarını söylemektedir. [63]

Ulusal anlamda Türkiye'de gazetecilik ve onun bir üst kurumu olarak basın, kendi tarihsel süreci içinde sayısız engellemelerden, mücadelelerden geçmiş ve yüklü bir deneyimin sonucunda bugüne gelmiştir. Bu inişli çıkışlı tarihsel süreç, aynı zamanda Türkiye'de basının bir iletişim kurumu olarak gelişme düzeyini de belirleyen hemen hemen en önemli unsur olmuştur denilebilir. Basının tarihsel gelişiminde yaşadığı inişli çıkışlı süreç, aslında toplumsal gelişim sürecinden ayrı düşünülmeyebilir

Türkiye'de basın, ilk kez Osmanlı İmparatorluğu döneminde, baskı makinasının kullanılmasına izin verilmesinden yaklaşık yüzyıl sonra ve

[63]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1989, s. 125.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

basının Avrupa'da ortaya çıkışının üzerinden yaklaşık 250 yıl geçtikten sonra devlet eli ile başlamıştır. *

Gazeteciliğin Türkiye'deki tarihsel süreci, ulusal kurtuluş savaşı dönemi dışında hep tek merkezli ama ulusal düzeyde etkinliği olan bir özellik göstermektedir. Ulusal basın için bu merkez hep İstanbul olmuştur. Ancak burada atlanmaması gereken önemli bir detay bulunmaktadır ki o da İstanbul'da ilk Türkçe gazetenin yayınlanmasından önce, Osmanlı toprakları içinde, çeşitli kentlerde çeşitli gazetelerin yayınlanmış olmasıdır. Koloğlu bunu şöyle anlatmaktadır:

> "19. yüzyılın ilk çeyreğinde İzmir, hızlı ticari ve ekonomik gelişmesi sonucunda birdenbire Akdeniz'in çok önemli bir limanı haline gelmiştir. Bu sebeple Osmanlı topraklarında ilk Fransızca gazetelerin İzmir'de çıkmış olması (1821) bir rastlantı değildir. Bunlar kısa bir süre siyasi ve ticari önem de taşımışlardır. Ayrıca Rumca, Bulgarca, Ermenice, Yahudice, ve Türkçe gazeteler de İzmir'de çıkmıştır, ama yerel etkiyi aşarak bütün ülkeyi etkileyecek ulusal bir nitelik kazanamamışlardır. İzmir, ekonomik gücünün karşılığı olması gereken fikir üretme merkezi rolünü yaratamamıştır[64]".

---

* Meydan Laruosse Büyük Lügat ve Gelişim Hachette Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi gibi kaynaklarda ansiklopedik bilgi olarak yer alan Türk basın tarihine ilişkin özetlerde; basının doğuşu ilk gazetenin yayınlanışı ile birlikte kabul edilmektedir. Gazetenin tarihi bir anlamda basının tarihi olmuştur. Tarihsel gelişimin ilk adımları şöyledir: Türkçe yayımlanan ilk gazete Takvim-i Vakayi, yenilikçi bir padişah olan Mahmut II'nin buyruğuyla 1 Kasım 1831' de haftalık olarak yayımlanmaya başlanmış, bu gazetede resmi haberler, dış olaylar üzerine bilgiler, ticaret ve sanayiyi ilgilendiren duyurular yayımlanmıştır. Bir kaç kez kapatılmasına karşın yayınını, İstanbul hükümetinin yıkılışına, 1922'ye kadar Takvim-i Vekayi adıyla sürdürmüş, 4608. sayısından sonra Büyük Millet Meclisi hükümeti tarafından Resmi Ceride adı ile yaşatılmıştır. Bu isim altındaki 763. sayısından sonra da Resmi Gazete adını alarak yayınına devam etmiştir ve halen de devam etmektedir. Türkçe yayımlanan ikinci gazete Ceride-i Havadis, 1840'ta, William Churchill adlı bir İngiliz tarafından çıkarılmaya başlanmış ve hükümet desteğiyle 1860'a kadar yayınlanmıştır. Şinasi ve Ahmet Vefik Paşa gibi yazarların da bulunduğu ilk özel gazete Tercüman-ı Ahval ise, Agah Efendi tarafından 1860-66 arasında yayınlanmıştır.

[64]KOLOĞLU, Orhan. "Türkiye'de Yerel Basın", **Medya**, Aylık Pazarlama İletişim Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, Nisan 1993, s. 16.

Bugüne kadar geçirilen aşamalarda basın, sürekli olarak İstanbul'u kendine merkez edinmiş, esasen de yine bu kentte izlenen ve etkili olan bir kurum olmuştur. Bir anlamda Türkiye'de **"Ulusal Basın"**, **"İstanbul Basını"** ile eş anlamlıdır. Bu anlamda ulusal kamuoyu da İstanbul Basını tarafından oluşturulmakta ya da yönlendirilmeye çalışılmaktadır.

2-2- Yerel Basın

Yerel kamuoyuna yönelik hareket alanı içindeki kitlenin iletişim araçları, bir bütün içinde Yerel Basın olarak nitelendirilmektedir. En az ulusal basındaki kadar önemli işlevlerle yüklü yerel basın araçlarının en büyük özellikleri, hedef kitleleri olan yöre insanları ile daha yakın bir iletişim ve yüzyüze bir etkileşim içinde olmalarıdır.

Yerel basın, İngilizce sözlüklerde şöyle tanımlanmaktadır: "Yalnızca belli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazete" ya da "genel olarak kasaba veya şehirde yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o şehirde yayımlanan gazete". Yüksel ve Demiray yerel basını, "Türkiye'nin değişik il, ilçe veya yörelerinde basılıp, buralarda dağıtımı yapılan bölge veya yerel basın ortamı"[65] olarak tanımlarken, Topuz, "ülke çapında dağıtımı ve satışı olmayan gazetelere bölgesel gazeteler denir"[66] demektedir. Öztürk, yerel basını farklı bir yaklaşımla değerlendirirken;

> "Basın, toplumsal tarihin ve kendi tarihinin akışı içinde ilk olarak yerel nitelikte doğmuş, daha sonra ulusal ve uluslararası boyut kazanmıştır. Yeni boyutları ile uluslararası ve ulusal basın, küçülen dünyada yerel sorunların geneli daha fazla ilgilendirmesi, yerel gazetelere olan ilginin artışı ile yerel haberciliğe yöneliş içine girmiş ve yerel basına bu anlamda dayanmak zorunda kalmıştır. Bugün, gerek

[65]YÜKSEL, A. Haluk. Uğur Demiray. A.g.k., s. 32.

[66]TOPUZ, Hıfzı. **100 Soruda Türk Basın Tarihi**, Gerçek Yayınevi, İstanbul, 1973, s. 235.

ulusal gerekse uluslararası basın, sayfalarında yerel haberlere geniş çapta yer vermeye başlamışlardır. Bunun örnekleri Türkiye'ye de yansımış ve yüksek trajlı gazeteler bölge ekleri çıkarmaya başlamışlardır[67]" demektedir.

Forrer; "Populer Günlük Basını Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?" adlı makalesinde, özellikle gelişmiş Batılı ülkeleri kastederek, bölgesel ve yerel haberler açısından günlük popüler gazetelerin, iki önemli grupta toplandıklarına değinerek sözü yerel basına getirmektedir. Forrer, bunlardan birincisinin, "ulusal-büyük-kent günlük gazetesi" modeli olduğunu ve genellikle bir milyona yakın ya da bir milyondan fazla sayıda yayınlandıklarını söylemektedir. Yerel yayınlarda sayfa sayısının az olduğunu, gazetenin öncelikle kentli nüfusun çok yoğun olduğu bölgelerde yayınlandıklarını, bu bölgelerde yerel yerleşim olgusunun çok zayıf olduğuna da değinen Forrer, coğrafi ilgi alanının geniş ve toplum olaylarınının da çeşitli bölgesel olaylar ve pratik yaşamla ilgili sorunları (ulaşım, güvenlik, konut) konu aldıklarına işaret etmektedir. Forrer'e göre, yazı-düzensel baskıların sayısı, çoğu zaman reklam yayınlarının sayısından düşüktür. Forrer, ikinci modeli de şöyle anlatmaktadır:

"Bölgesel günlük gazete modelidir. Genellikle 500 binin altında yayınlanır. Pek çok yayının aksine belli bir alana (ikincil önemde bir metropol, bir bölge) seslenir ve okuyucunun beklentisine göre konuları saptar: Dar bir sektörle ilgilidir, ama yerel yaşamla - hatta hayli ayrıntılı şekilde- (kişisel fotoğraflar, yerel spor karşılaşmaları sonuçları...) ilgili çeşitli konuları tümüyle işler[68]".

Türkiye için uzak olan bu tür bir yerel basın, gelişmiş Batılı ülkeler ve Amerika'da oldukça yaygındır ve esasen bu ülkelerde basının temelini de bu tür büyüklüklere sahip yerel basın organları oluşturmaktadır. Basın bu

[67]ÖZTÜRK, Yaşar. 1992, a.g.m., s. 149.

[68]FORRER, Cristophe Veyrin. "Populer Günlük Basını Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon, 1992, s. 166.

ülkelerde yerel anlamda doğmuş ve yerel anlamda büyümüştür. Bu ülkelerin en popüler ve etkin gazetelerini yine yerel gazeteler oluşturmaktadır.

Ganne, "Günlük Basının Karmaşa Dolu Dünyası"nı anlattığı makalesinde, Amerikan günlük basınının iki açıdan güçlü olduğunu; bunların da özgür ifade geleneği ve sinai kapasiteleri olduğunu belirterek, bu basının ilk özelliğinin, yerel günlük yayınların iyice rayına oturmasının sonucu yayın sayısında meydan gelen artış olduğuna işaret etmektedir. Yayınların yüzde 87'sinin, böylesine önemli bir ülke için çok düşük bir eşik olan 50 binin altında bir tiraja sahip olduklarını, sadece beş yayının baskısının milyon düzeyinde olduğunu belirten Ganne, bunlardan hiçbirinin de tam olarak ulusal düzlemde yaygın olmadığını, zira herbirinin bir büyük kentin gazetesi olduğunu, sadece, ilk ulusal günlük gazete olan USA Today'in bütün ülke çapında okunduğunu söylemektedir. Ganne, yerel basınına ilişkin saptamalarına şöyle devam etmektedir:

> "Yerel durum, eyaletlere göre de hayli farklılıklar göstermektedir. Colombia eyaletinde sadece iki gazete (860 bin baskı) varken, California'da 120 çeşit (6.5 milyon baskı) ve Texas'da 106 yayın(3.5 milyon nüsha) vardır. Her biri ayrı bir beğeniye, ilgi alanına hitap eden konularıyla çok sayıda eki olan pazar gazeteleri ailenin bütün fertleri tarafından okunan gazetelerdir. Fransa'da dergi rolünü de üstlenirler ve bu ülkede çok çeşitli konuların ele alındığı 840 yayın vardır (61 milyon baskı). Günlük gazeteler, düzenli bir artışın, nüfus artış hızının gerisinde kalmaktadır (okuyucu oranı, belli bir eğilime göre düşmektedir)[69]".

Amerika'da ve gelişmiş Batı'da yerel basın son derece gelişmiş ve büyük bir yapı gösterirken Türkiye'de yerel basının gelişmiş bir düzeye ulaştığını hem teknolojik yapılanmaları, hem tirajları, hem de içerik ve

[69]GANNE, Valerie. "Günlük Basının Karmaşa Dolu Dünyası", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon, 1992, s. 160.

okuyucu üzerindeki etkileri açısından söylemek olanaksızdır. Türkiye'de yerel basın denince her zaman akla küçük çaplı işletmeler gelmesine karşılık, yine de bugün üzerinde yaşanılan bu toprakların emperyalist güçlerin işgalinden kurtulmasında, bağımsızlığını kazanmasında ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasında en çok emeği geçen unsurlardan birinin yerel basın olduğu kabul edilmektedir.

Demirkent, gazeteciliğin ulusal ve yerel düzeyde de olsa aslında bir bütün olduğunu, yaygın (ulusal) basın tarafından yerel basının inkar edilemeyeceğini, Milli Mücadelenin bunun en açık örneği olduğunu hatırlatmaktadır.[70] Yine aynı konuda Ergenekon ise, yerel basının katılımcı, çağdaş demokrasinin önemli araçlarından biri olduğunu, devletle vatandaş ilişkilerinin sağlıklı yürütülmesinde etkin rol oynadığını, Milli Mücadeleden bu yana devletin ve ulusun yanında yer alan yerel basının en zor şartlarda daha milli birliğin, beraberliğin sağlanmasında sürekli ve yılmaz bir mücadele verdiğini belirtmektedir. [71]

Ünal; yerel basını, "yurdun muhtelif yerlerinde özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık veya daha fazla aralıklarla yayınlanan, yanlandıkları mahallin haber, olay ve sorunlarını dile getiren, halkın istediklerini ilgililere aksettirmeyi hedefleyen yazılı basın organlarıdır[72]" şeklinde tanımlamaktadır. Ancak Ünal bu tanımda yerel basını büyük kentlerin dışında tutmaktadır. Oysa yerel basın bir büyük kentin basını da olabilmektedir. Sadece küçük kasaba ya da kentlerin basını olarak nitelendirmek yerel basınının hareket alanını

[70]DEMİRKENT, Nezih. "Yerel Basın Yaygın Basın İlişkileri Paneli", **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 72.

[71]ERGENEKON, Gökberk. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 72. (Yerel Basın Kurultayı açılışına dönemin Basından Sorumlu Devlet Bakanı olarak gönderdiği mesaj).

[72]ÜNAL, Şinasi. "Yerel Basın ve Sorunları", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1068.

daraltmak olur ki bu da paylaşılacak bir yaklaşım olamamaktadır. Kaldı ki yerel basını Ünal'ın belirttiği gibi yalnızca haber ya da olay aktaran bir araç olarak da görmemek de yarar bulunmaktadır.

Yerel basın, tüm kavramsal, işlevsel ve kurumsal yönleriyle birlikte bir bütün olarak üçüncü bölümde irdelenmektedir. Bu nedenle bu bölümde, yerel basına ilişkin yalnızca kavramsal ve kapsamı belirleme açısından sonuç olarak bir tanım getirmek gerekirse, yerel basın; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir kent ya da bir kasaba da olabilir- o yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, aynı zamanda yöre halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan araç ya da araçlar bütünüdür biçiminde tanımlanabilir.

Yerel basın, bir diğer biçimiyle; İstanbul dışındaki kent, kasaba ve köylerde, bulundukları yöre ile sınırlı etkinlik gösteren, hedef kitlesini yanlızca yörede yaşayanların oluşturduğu ve sınırlı sayıda okura sahip basın kuruluşları olarak da tanımlanabilir.

Ulusal ya da yerel düzeyde değişmeyen işlevselliğiyle basın, kurum olarak kitlesellik ve kamuoyuna yönelik eylem özelliği içermektedir. Basın, kimi zaman kamuoyunu besler kimi zaman kamuoyundan beslenir. Sonuç olarak, teoride ve pratikte basın ve kamuoyu birbirinden ayrı değerlendirilemeyecek kavramlardır.

3- KAMUOYU ve BASIN

Basının haber verme kadar önemli bir diğer işlevi olan ve bu çalışmanın bir anlamda çatısını da oluşturan, kamuoyu oluşturma ya da kamuoyunun oluşumu üzerinde ayrıntılı olarak durulmasında, toplumsal yapılanma ve demokrasinin gelişmesi açısından özel bir yarar vardır. Bu işlev farklı amaçlarla kullanılabilmekte ve kullanıldığı amaca göre farklı sonuçlar verebilmektedir. İlk olarak belirtilmesi gereken nokta; basının kamuoyunu oluşturma işlevinin bugün farklı olarak algılandığıdır. Basın tek başına ve tek yönlü bir kamuoyu oluşturma aracı değildir. Kamuoyunun oluşumunda daha başka etkenler de vardır. Ancak basın en etkili araçlardan biri olarak bilinmektedir. Bununla birlikte, basın tek başına kamuoyunu oluşturamaz. Kamuoyunun serbest oluşmasını sağlar. Söylem biçimlerindeki bu farklılığa dikkat etmekde de yarar görünmektedir. Zira, tersi durumda 'basın bir toplumsal kurum olarak tek başına kamuoyunu oluşturur' demek, basının tek yanlı haber ve yorum akışı ile okuyucu ya da izleyiciye başka hiç bir şans tanımadan onu gütmesi anlamına gelebilir. Bu ise toplumsal yapıya uymayan, zorlanması durumunda da demokratik yapı için tehlikeli sonuçlar doğurabilecek bir yaklaşım olabilir.

Kamuoyu, toplumsal yaşantının her döneminde varlığını ve önemini hissettirmiş, hemen her yönetim biçiminde liderler tarafından dikkate alınmak zorunda kalınmış bir olgudur. Modern Türkiye'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'de kamuoyunun ya da kamuoyu gücünün önemini en iyi kavramış liderlerden biridir. Atatürk; kamuoyunu ve kamuoyunu aydınlatma ve yönlendirme aracı olan basını fazlasıyla dikkate

almış, eldeki tüm olanaksızlıklara rağmen, gerek Kurtuluş Savaşı döneminde gerekse savaş sonrası yeniden yapılanan Türkiye'de, basın araçlarını kamuoyunun sağlıklı oluşmasına yönelik kullanmak için büyük çabalar göstermiştir. Atatürk'ün şu sözleri, O'nun kamuoyuna ve basına bakışını gösterme açısından önemlidir:

> "Ulusal egemenlik temeline dayalı temsili bir hükümette kamuoyu büyük rol oynar. Basın yayın ve toplantı özgürlükleri olmadan ve kamuya ilişkin işler hakkında geniş bir eleştiri ortamı bırakılmadan kamuoyu görevini yerine getiremez. Bu ortam sürekli açık tutulmalı ve sürekli, çeşitli ve değişik düşüncelerle beslenmelidir. Bu ise basın yayının çalışması ve kamu yararının her gün yeniden yeniye tartışılması ile olur[73]".

Atatürk'ün; daha önceki bölümde de belirtildiği gibi, kendi yazdığı ve 1930'lardan başlayarak okullarda yeni yetişen kuşaklara okutulan "Yurttaşlık Bilgileri" adlı kitapta da yer alan bu düşünceleri bir kez daha göstermektedir ki, demokratik ortamın ve toplumsal ilerlemenin vazgeçilemez unsurları kamuoyu ve basındır.

Atatürk de giriştiği çok yönlü toplumsal mücadelenin; basının o dönemki en önemli aracı olan gazetesiz verilemiyeceğini anlamış, hem kendisine muhalif gazetelere karşı kendi davasının sesi olması açısından hem de giriştiği bu çok yönlü mücadelede ihtiyacı olan kamuoyu desteğini arkasına almak için Hakimiyet-i Milliye, İrade-i Milliye gibi gazeteleri kurmuştur. Atatürk bununla da yetinmemiş Ankara'dan başlattığı ulusun kurtuluş mücadelesini hem içerde hem dışarda duyurmak, böylelikle Anadolu'da bir meclisin varlığını ispat etmek ve saygınlığını sağlamak için Anadolu Ajansı ve Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi'ni kurmuştur.

---

[73]KIŞLALI, Ahmet Taner. A.g.k., 1993, s. 139.

Koloğlu Atatürk'ün bu girişimlerini ve o dönemi şöyle anlatmaktadır:

"Hakimiyet-i Milliye yazı ve haberleriyle olayları değerlendirme görevini üstlenmişti. Bunlar telgraf aracılığıyla kontrol altındaki bölgelere yayılıyordu. Ancak çabaların daha sistemli bir hale getirilmesi gereği kısa sürede anlaşıldı ve 8 Nisan 1920'de haber yayma işleriyle yükümlü Anadolu Ajansı kuruldu. Heyeti Temsiliye adına Mustafa Kemal imzasıyla yayımlanan bildiride ajansın görevi şöyle özetlenmişti: **'Ümmetimizin bireylerinin dahili ve harici en gerçek haberler ile aydınlatılması kaçınılmaz gereği nazarı dikkat ve ehemmiyete alınmış ve sonuç olarak burada en yetkili kişilerden kurulu bir özel heyet idaresinde ve Anadolu Ajansı ünvanı altında bir kurum vücuda gelmiştir. Anadolu Ajansı'nın en seri araçlarla vereceği havadis ve bilgiler esasen Heyeti Temsiliyemizin temel ve belgeli kaynaklarından çıkacağı cihetle bu ajans tebligatının oraca ve ezcümle Müdafaai Hukuk teşkilatımızca dahi kolayca okunacak yerlere asılması, basılması ve çoğaltılması ile dağıtılması ve hatta nahiye ve köylere kadar yollanması yolunda mümkün olduğu kadar fazla yayılabilmesi için acele önlem alınması ve neticeden bilgi verilmesi ehemmiyetle rica olunur'**[74]."

Görüldüğü gibi Atatürk, ulusal mücadeleye ilişkin haberlerin en ücra köşelere kadar yayılmasını ısrarla istemiştir. Atatürk bu mücadeleyi böylelikle hem meşrulaştırmış hem de davaya her konuda destek toplamayı amaçlamıştır. Bunun en iyi, etkili ve kolay yöntemlerinin başında da basının geldiğini bilmektedir.

Ulusal kurtuluş mücadelesinin verildiği günlerde, Anadolu'daki gazeteciler de basının kamuoyu oluşturmadaki işlevinin ve görevinin ne düzeyde etkili olduğunu bilmektedirler. Basının, özellikle dışarıya karşı ülke propagandasında önemli görevler alabileceğini, basının iç ve dış propaganda için kullanılması gerektiğini söylemişlerdir. Böylesi hassas ve

[74]KOLOĞLU, Orhan. **Kuvayi Milliye'den Günümüze Türk Basını**, Kültür Bakanlığı Yayınları/1563, Yayınlar Dairesi Başkanlığı Demokrasi Klasikleri Dizisi/2, Ankara, 1993, s. 30.

önemli bir dönemde basının seferberliğe geçmesi gerektiğini ileri sürmektedirler.

1921 yılının Aralık ayında, ulusal mücadeleyi ve Atatürk'ü destekleyen gazetelerden biri olan Yeni Gün Gazetesi'nde, aynı görüşteki bir başka gazete olan Vakit Gazetesi'nin editörü Ahmet Emin Bey tarafından bir yazı kaleme alınmıştır. "Türk Basının Seferberliği" başlığını taşıyan yazı, basının olağanüstü dönemlerde de kamuoyunun vazgeçilemez bir aracı olduğunu, iç ve dış propaganda amacıyla ülke çıkarları yönünde nasıl kullanılabileceğini anlatması açısından son derece tarihsel anlamlılık taşımaktadır:

> "Milliyetçilik çalışmalarımız yolunda, Anadolu basınının bir bütün halinde toplanmasında önemli adım atıldı. Bu birlik amacı, Hükümeti, Türk basınını daha geniş ölçüde ve daha etkin bir şekilde kullanmaya teşvik etmektir. Üzülerek belirtmek gerekir ki, ülkenin tüm ulusal güçlerinde mutlaka seferberlik ilan edilmesi gerekirken, cephe ve cephe gerisinde olağanüstü büyük etki yaratan basın gözden kaçırılmıştır. Basında seferberlik ilan edilmeli, ulusal amaç ve siyasi duruma göre basına gerekli talimatlar verilmelidir. Çünkü talimatsızlık ve siyasi ortamın tanınmaması nedeniyle vatana hizmete yönelik iyi niyetlerde hata yapılabilir. Belirli siyasi durumun bilinmemesi nedeniyle bu iyi niyetin zararlı sonuçlar doğurduğu bir gerçektir. Hepimiz örgütlenmiş Türk propagandasının olmamasına üzülüyoruz. Basın, devlete yük olmaksızın bu görevi yürütebilir, yeter ki Türk politikasının içinde tutulsun[75]".

Yazıya buradan sonra, İstanbul basınının durumunun anlatılması ile devam edilmektedir. İstanbul basının, o günlerde ülkedeki sağcı çevrelerce, ülkenin içinde bulunduğu duruma hakkında bilgilendirilmediğinin ve bu nedenle İstanbul basınının Anadolu'daki siyasi mücadelenin yönü

[75]YUST, K. **Kemalist Anadolu Basını**, (Yayına Hazırlayan: Orhan Koloğlu), Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Yayın No: 17. Birinci Basım, Ankara, Nisan 1995, s. 176.

hakkında bilgisi olmadığının anlatıldığı yazıda, yer alan şu satırlar gerçekten tarihsel boyutluluk özelliğiyle birlikte son derece ibret verici niteliktedir:

> "İstanbul gazeteleri hiçbir harcama gerektirmeksizin, pek çok gidere neden olan Avrupa merkezlerindeki Türk propagandasından daha verimli sonuç alıyor. Avrupa ve Amerikan basını, Türklerin New York, Londra, Paris ve Roma'da yaptıkları propaganda yerine, İstanbul basınından yararlanan muhabirlerin haberlerini tercih ediyorlar.
>
> İyi bir propagandanın yapılabilmesi için şöyle bir yol izlenebilir.
>
> 1) İstanbul basını Türk politikası doğrultusundan ve ülkenin durumundan doğru ve düzenli olarak haberdar edilmeli.
> 2) Yabancı muhabirlerle yakın ilişkiler kurarak, güvenilir olanları ülkeye davet etmeli.
> 3) İstanbul'un Avrupa yakasında yayınlanan bir veya birkaç Fransız gazetesi ile yakın ilişki kurulmalı.
>
> Basın gücünün planlı ve sistemli kullanılmasında doğru yolu gösterecek, basında seferberlik ilan ederek vatana büyük hizmette bulunacak Basın Birliği Ankara'da mutlaka kurulmalıdır[76]".

Ahmet Emin Bey'in yazısında belirttiği Amerika ve Avrupa'daki merkezlerin en sağlıklı bilgiyi ve etkilenmeyi, Türk devletinin bu merkezlerde görevlendirdiği kişilerden değil de İstanbul'daki İstanbul basınını izleyen muhabirlerden sağlaması, bugüne ilişkin mesajlar da içermektedir. Görülebildiği kadarıyla bugün de değişen bir şey yoktur ve aynı merkezler Türk Dışişleri'nin ve elçiliklerinin etkinliklerini boşa çıkartan bir tavır içindedirler. Türkiye'ye ilişkin ileri sürdükleri yargıların İstanbul basınındaki yargılarla benzeşiklik göstermesi de bu açıdan ilginçtir.

Atatürk, yukarıdaki yazıda belirtilen düşüncelerden, kendi gözlem ve çevresindeki diğer görüşlerden de yola çıkarak birşeyler yapılması gerektiğini belirtmiştir. Meclis kanalıyla ve kendi eliyle kimi organizasyonların oluşturulmasını ve çalışmalara başlanmasını düşünmüş ve hemen gerekli girişimler de hemen bulunmuştur.

---

[76] A.g.k., s. 177.

Koloğlu, bu çerçeveden hareketle Matbuat Müdürlüğünün kuruluşunu ve Atatürk'ün bu birimin kuruluş nedenlerine ilişkin yaptığı açıklamayı şöyle aktarmaktadır:

> "Anadolu Ajansı sadece iç çevreleri değil yabancıları da çok etkilemiş, böylece Ankara'nın görüşlerinin saptırılmadan yayılması sağlanmış oluyordu. Kendi yönetimi altındaki bölgelerde tam bir kontrol kurma çabalarının dördüncü aşamasında Mustafa Kemal, Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi'ni kurmuştur (7 Haziran 1920). Anadolu Ajansı'nın da kendisine bağlandığı bu kurumun kuruluş amacı yasa gerekçesinde şöyle açıklanmıştır: **'Ülkemizin uğradığı felaketlerin en etken amillerinden biri de iç ve dış kamuoyunun milletin yüksek çıkarlarına uygun bir cerayan ile sevk edilmesinde gösterilmiş olan ihmaldir. Milli çıkarlarımızın savunulması konusunda silah kadar etken olan siyaset ve fikir teşkilatının ötedenberi ihmal edilmiş olması keyfiyeti pek çok fenalıklara sebep olmuş ve hala da olmaktadır. Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesinin amacı iki büyük hedefe yöneliktir. Biri, dışa karşı milletin emellerini ve isteklerini tanıtmaya ve davamızın meşruiyetini isbata çalışmak, diğeri de içerde milletin fikirlerini aynı noktada birleştirmek üzere her araçtan yararlanarak, durmadan aydınlatma ve uyarma ile meşgul olmak. Genel Müdürlüğün programı, bir taraftan Avrupa basını arasında milli ve yasal hukukumuzu savunmaya yönelik yayında bulunmak ve cihan basınını daima tetkik ve izleyerek dünya akımlarını anlamaya çalışmak, diğer taraftan da içerde zamanın emrettiği fikri ve ruhi birliği sağlamak için her araçtan yararlanmak suretiyle yayın ve uyarıda bulunmak olmalıdır. Anadolu'nun değişik noktalarında gazeteler yayınlattırmak ve bunların şeklen mükemmel ve manen de devamlı bir dikkat altında bulunmalarını sağlamak... herkes tarafından kolayca anlaşılabilecek tarzda risaleler yazdırarak yayınlamak, her tarafta muhabirler sağlamak, hususi muhabirler dolaştırmak, uyarma heyetleri göndermek ve okullardan, öğretmenlerden bu iş için yararlanma çarelerini aramak gibi, basın işlerinde de resmi makam olmalıdır'**[77]."

[77] A.g.k., s. 32.

Burada da görüldüğü gibi Atatürk, kamuoyunun yönlendirilmesinde gösterilen ihmali, ülkenin felakete uğramasındaki nedenlerden biri olarak görmektedir. Ulusal kurtuluş savaşlarını başlatmadan önce Matbuat Umum Müdürlüğünü kurmasının nedeni de zaten kamuoyuna verdiği önemden kaynaklanmaktadır. Atatürk, kamuoyunun her biçimde aydınlatılması, yönlendirilmesi ve bu konuda gereken tüm çalışmaların en detaylı biçimiyle yapılması için yöntemler de ortaya koymuştur.

Türkiye'nin yakın tarihinde yaşadığı acı ve mücadele dolu dönemlere ilişkin deneyimlerinden ve Atatürk'ün lider ve devlet adamlığı kişiliğinde kendini bulan düşünce ve eylemlerden de anlaşıldığı gibi, basın ve kamuoyu toplumların yaşamlarını, sağlıklı yapılanmalarını, gelişme düzey ve biçimlerini son derece önemli düzeyde belirleyen öğeler olarak görülmektedir. Liderlerin başarılarında, yöneticiler ile yönetilenler arasındaki uyumda ve toplumda sağlıklı duygu, düşünce ve kanaatlerin oluşmasında basın çok önemli bir iletişim kurumu olarak işlev görebilmektedir. Basının işlevlerine uygun olarak, kullanılması, kamuoyunun oluşmasındaki süreyi ve gücünü de belirleyebilmektedir.

Sezer, "sosyal ve siyasal sistemi ne olursa olsun, hemen her toplumda yönetenler ile yönetilenler arasında az ya da çok bir temas noktası vardır" demektedir. Sezer'e göre, en demokratik toplumlardan en totaliter toplumlara kadar her sistemde, karar ve yönetimle görevli siyasal kurum, yönetilenlerin uygulanan politika ve yönetim biçimi hakkında düşündüklerini bilmek ister. Bu, halk iradesi ve çoğunluk ilkesine dayanan batı tipi demokratik toplumların bir gereği olduğu gibi, iktidarın zor yoluyla ele geçirildiği, ya da iktidar grubunun dışındaki grupların yönetime geçme, siyasal mekanizmayı yürütme olanaklarının kısıtlı olduğu

toplumlarda da bir gerçektir[78]. Konuya bu açıdan bakıldığında "hükümet politikası ve gerçekte bütün önemli tarihsel olayların, o siyasal toplumun üyelerinin kanaatleri tarafından biçimlendirilmekte olduğu" düşüncesi ortaya çıkmaktadır[79].

Baykal, kamuoyunu, "siyasal davranış bilimcilerin kısaca D-O-T formülüyle ifade ettikleri dürtüler-organizma ve tepki prosesini anlatan davranışlar yumağıdır[80]" biçiminde tanımlamaktadır.

Sears ise, "kamuoyu, tartışmalı bir kamu sorunu hakkında görüşlerini duyurmayı hedefleyen ve ifade eden birey ve demokratik kitle gruplarının kanaatleridir; bunlar genel nüfusa oranla çoğunluk da olabilir, azınlık da kalabilir" biçiminde ifade ettiği tanımsal yaklaşımın yanısıra;

> "Ancak, genellikle halkın büyük bir çoğunluğu tartışmalı bir kamu sorunu hakkında kanaat ifade etmemektedir; ya sorunun bile farkında olmadığından doğal olarak o sorun hakkında kanaat sahibi olmadığından, ya da kanaat sahibi olsa bile kanaatini duyurmak için sosyo-ekonomik ve psikolojik bir ihtiyaç duymadığı ve bu kanaatini duyurma araçlarına sahip olmadığından kanaat ifade etmekte çoğu zaman kopukluklar yaşanmaktadır[81]" demektedir.

Bu noktada toplumdaki varolan ya da oluşma sürecine girmiş kanaatlerin duyurulması işlevini yine toplumsal bir kurum olan basın üstlenmektedir. Basın bir anlamda yöneten ile yönetilenler arasında karşılıklı bir iletişim ve kanaatlerin değiştirilmesi görevini üstlenmektedir. Öte yandan, J. H. Altschull, konuya ilişkin olarak;

> "Basının tarihi, gazetelerin ve diğer çağdaş medya türlerinin patronların bencil isteklerine hizmet etmek eğilimi içindeyken, haber

[78]SEZER, Duygu, A.g.k., s. 1.

[79]SEARS, David. **Public Opinion**, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA, 1964, s. 1.

[80]BAYKAL, Deniz. **Siyasal Katılma**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Yayın No: 302, Sevinç Matbaası, 1970, Ankara, s. 130'dan aktaran: M. Kemal Öke, **Gazeteci**, ÇGD Yayınları, Yayın No: 11, Ankara, Aralık 1994, s. 148.

[81]SEARS, David. A.g.k., s. 24 -25.

gereksinimi içindeki tüketicilerin hizmetindeymiş gibi bir imajı yerleştirmeye çalıştıklarını gösterir. Haber medyasının patronlarının çıkarlarına U dönüşü ile yüz çevirmesini beklemek, ütopik fantezilerin en ileri düzeyine kapılmak demek olur"[82] şeklinde bir eleştiri getirmektedir.

Altschull'un bu keskin, ancak haklılık payı yüksek görüşüne katılmamak oldukça güçtür. Ancak bununla birlikte yine de her biçimde, kamuoyunun biçimlenmesinde kitle haberleşme araçlarının önemli bir unsur olduğu kabul edilmektedir. Haberleşme araçlarının, mevcut siyasal dünyanın resmini çizerken, bir yandan toplumdaki diğer etki merkezlerinden kanaat için ipuçları ve sahiplerinin görüşlerini iletmekte olduğu kimi çevrelerce de kabul edilmektedir. [83]

Basının kamuoyu konusundaki en iyi belge olduğu söylenebilir. Basın kamuoyunu yansıttığı kadar onu biçimlendirme eğilimi de taşır. İnsanlar gazetelerde okudukları görüşlere çoğu zaman katılmasalar da bu etkinin söz konusu olduğu düşünülmektedir. Bu durum okuyucularını hoşnut etmeyi amaç edinen ticari basın örneğin reklam gazeteleri için olduğu kadar özellikle siyasi içerikli mesajlar taşıyan basın için çok daha geçerlidir. [84] Kitle iletişim aracının yayınları hedef kitlenin görüşlerini destekler nitelikte ise yayınların etkileme gücü daha fazla artar[85]. Gazeteler, yayınladıkları haberlere ek olarak, günlük olaylar hakkında köşe yazarlarının yaptığı yorumlar, konuyla ilgili olarak çeşitli kesimlerden kişilerle yaptıkları röportajlar aracılığıyla da kamuoyunun bilinçlenmesine yardımcı olurlar[86]. Albig, haberleşme araçlarının, kamuoyu oluşturmasını değişik

[82]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 510.

[83]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 22.

[84]DUVARGER, Maurice, **Sosyal Bilimlere Giriş**, (Çeviren: Ünsal Oskay) Birinci Baskı, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1973, s. 100.

[85]YUMLU, Konca. **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları**, Nam Basım Ltd, İzmir, 1994, s. 43-50'den aktaran: Abdullah Koçak,"Sosyal Davranış ve Kamuoyu Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya, 1996, s. 57.

[86]TOSUN, Gülgün. "Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişiminin Rolü Ve Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Basının Etkisi", **Açıköğretim**, Anadolu Üniversitesi

bir yaklaşımla ortaya koymaktadır. Albig'e göre, bütün sosyal süreçlerin temelinde bireyler arasında anlam iletilmesi süreci vardır; bireyler arasında anlamlı sembollerin iletilmesine ise haberleşme denir. Diğer sosyal süreçler gibi kamuoyu da, haberleşmenin birinci derecede ve türlü yollardan etkisi altında kalmaktadır. Haberleşme araçlarından biri olan yazılı basın, büyük gruplara anlam iletme yeteneğinden dolayı, kamuoyu oluşum sürecinde birinci derece de önem taşımaktadır[87]. Öktem "Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü" adlı bildirisinde, eğitimin toplumun tercihlerindeki rolünün açık olduğunu, basının da bir eğitim mekanizması olup toplumları yönlendirerek belli tercihlere götürdüğünü söylemektedir. Öktem'e göre, bu eğitim ve onun koşullandırdığı tercihler toplumu olumlu yönde de alabilir olumsuz yönde de. Basının oluşturduğu kamuoyu kişiyi çağdaş değerlere de götürebilir, çağ dışı, ahlak dışı ve insanlık dışı tercihlere de yönlendirebilir[88].

Öktem, toplumun sağlıklı yapılanması açısından konunun hassasiyetinin büyük olduğunu söyleyerek;

> "Kamuoyu oluşturulmasında Basın'ın önem ve etkisi bugün artık bilinmektedir. İnsan bilgi ve eğitimini okullardan ortalama 25 yaşına kadar almaktadır. İş yaşamına atıldıktan sonra onun en önemli bilgi, eğitim kaynağı iletişim araçlarıdır. Çağımızın tekniğe dönük yaşamı kültür olgusunu yaratan kitap ve kaynaklardan kişiyi uzaklaştırmaktadır. Oysa kültür olgusu bireyin ve toplumun sağlıklı tercihlere yönelmesi bakımından yaşamsal bir önem taşımaktadır. Kültürsüz birey ve toplumlar gelişigüzel yollara sürüklenebilirler, çoşkulu atılımlarla tehlikeli kitle yapısı içine girebilirler ve nihayet otoriter ve totaliter sağ veya sol sapmalara çok daha yatkın hale gelebilirler. İnsan yaşamı sürecinin büyük bir bölümünde eğitim işlevini gören basına önemli görevler düşmektedir. Çağdışı değerlere dayalı; bedensel zevkleri

[87]ALBIG, William. **Modern Public Opinion.** Mc Graw Hill, New York, USA, 1956, s. 33'den aktaran: Duygu Sezer. A.g.k., s. 22.

[88]ÖKTEM, Niyazi. "Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart 1986, s. 242

tahrik edici kamuoyu oluşturmaları toplumları yanlış tercihlere götürebildiği kadar tehlikelere de itmektedir[89]. biçiminde ifade ettiği görüşleriyle dile getirmiştir"

Kamacıoğlu ise "Haber, Fotoğraf ya da Görüntünün Kamuoyu Oluşturmadaki İşlevi" adlı bildirisinde; iletişim araçları arasındaki yapısal farka dikkati çekerek, kitle iletişim araçlarının yapılarına, özelliklerine göre önce kamuoyundan etkilendiğini, sonra da bu etkilenmeyi yine kendilerine özgü yapıları içinde yansıttıklarını söylemektedir. Kamacıoğlu'na göre, etkilenmeleri de etkilemeleri de basın organlarının yapılarına, siyasi doğrultularına göre farklılıklar gösterir. Kamuoyu ve iletişim araçlarını bir bütünün iki parçası, iki hücreli bir canlı gibi göstermek mümkündür. Bu canlının yaşayabilmesi, sağlıklı gelişmesi ve büyümesi için son derece hür bir ortama ihtiyaç vardır. Bu ortam demokrasi ortamıdır. Demokrasidir[90] görüşünü savunmaktadır.

Basının özel girişimin elinde bulunması Batı demokrasilerinin temel ilkelerinden biri olduğu ve yerinde bir tutumu ifade ettiğini belirten Kamacıoğlu "böylelikle tek yönlü kamuoyu oluşturma yerine, çeşitli eğilimdeki girişimci, sendikal, mesleki örgütlerin çok yönlü sesini kamuya yansıyarak kamuoyu oluşumunda topluma geniş yelpazeli bir seçenekler ortamı verilmektedir" demektedir. Kamacıoğlu aynı bildiride görüşlerini;

"Oysa tekçi sağ ve sol siyasal sistemlerde, tek yönlü yayın yapan organlarla kişi ve toplumun tek yönlü bir şekilde beyni yıkanmaktadır. Toplum bir robot haline dönüştürülmektedir. Bu nedenle basının devlet tekelinde olmaması bireysel özgürlük açısından zorunludur. Bilindiği gibi sosyal devlet, klasik liberal devletin 20. yüzyıldaki çağdaş görünümü olup tüm Batı devletleri anayasalarında yeralmakta olan bir devlet

[89] A.g.m., s. 243.

[90] KAMACIOĞLU, Yalçın. "Haber, Fotoğraf ya da Görüntünün Kamuoyu Oluşturmadaki İşlevi", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart, 1986, s. 261.

biçimidir. Bu devlette özel mülkiyet ve özel girişim ilkeleri aynen klasik liberal devlette olduğu gibi kalmış, ancak mülkiyetin tasarrufuna ve girişim özgürlüğüne "kamu yararı" kısıtlaması getirilmiştir. Bu şu anlama geliyor; özel girişimci, hak ve özgürlüklerini kullanırken hiz bir zaman kamu aleyhi bir tutum içine giremiyecektir. İşte basın yayın alanında da haber ve fotoğraf seçiminden o organın genel politikasına kadar her yerde **"kamu yararı"** kavramı basın-yayıncıların temel ilkesi olmalıdır. Başka bir anlatımla tirajı arttırmak, daha fazla kar sağlamak tüm basın-yayıncıların hakkıdır. Ancak tirajı arttıracağım diye toplumun eğilim ve zaaflarını kullanarak, istismar eden haber, yayın ve fotoğraf seçimi kanımızca kamu aleyhine bir tutumu belirlemektedir. Örneğin dış ilişkiler kamuoyunu yakından ilgilendiren konulardır. Bu konularda yabancı düşmanlığını tahrik edici kamuoyu oluşturmaları "hain, alçak, namussuz" gibi manşetler atmak, halkı bileylemek öyle bir kamuoyu oluşturabilir ki, o ülkenin yöneticileri açısından savaşa girmek zorunlu hale gelebilir. Keza sağlıklı seks eğitiminden geçmeyen toplumlarda; bu konuyu istismar edici kamuyu oluşturmaları toplumlarda suç olgusunun yoğunlaşmasına yolaçabilir. Bu alanda da dikkatli haber ve fotoğraf seçiminin kamu yararına gözetilmesi zorunludur[91]" biçiminde, ayrıntılı olarak açıklamaktadır.

Tüm bunlarla birlikte bir diğer görüşe göre de kitle haberleşme araçlarının başta gelen özellikleri, uzaktaki olayları, kısa bir zamanda, büyük kitlelerin yanına getirebilmeleri; günlük yaşama sokabilmeleri ve bu olayları sunuş ve yorumlayış biçimleriyle, kitlelerin içindeki bireylerin kanaatlerine yön verme olanağına sahip olmalarıdır. Bu açıdan hareketle, kitle iletişim araçlarından gelen bilgilerin ve görüşlerin tamamının, araçdan yararlanan bireylerin tümünü etkilemediği ya da etkilerinin sınırlı kaldığı yönünde son yıllarda yapılan çeşitli araştırmalara dayanılarak ileri sürülmektedir.[92]

Basın sosyal sorumluluğu olan toplumsal bir iletişim kurumu olma özelliği nedeniyle, kamuoyunun oluşumu sürecinde, bu sürece doğrudan ve etkileyici bir misyonla katılmaktadır. Bir anlamda varlığının da bir gereği

[91] A.g.m., s. 245.
[92] SEZER, Duygu. A.g.k., s. 22.

olarak katıldığı bu süreçte, kamusal sorumluluğunu en doğru ve amacına uygun bir şekilde yerine getirmesi gerekmektedir.

Demirkent'e göre basının bu amaç ve hedefe yönelik çalışması içinde;

"1-Basın yönetimin her düzeydeki haberleri ile ilgilenmeli, bu arada yönetimin sözcülerine de sütunlarını açmalıdır.

2-Resmi gazetecilikten uzaklaşarak olayların ardındaki gerçeklere uzanmalı ve halka hizmet etmelidir.

3-Yerel haberler kadar ulusal ve uluslararası olaylara da eğilmeli ve bazı olay ve olguları görmezden gelmemelidir.

4-Gazete okuyucusuna olayları verirken, mesajları iletirken izanpaja (sayfa görsel tasarımına), kolay okunabilirliğe de önem vermelidir.

5-Kamuoyu oluşturmak için yazarların görüşlerine hatta okur mektuplarına yer vermelidir.

6-Okuyucunun güvenini sarsmamak için dürüst bir şekilde haber verilmeli, çıkar çatışmaları bir kenara bırakılmalıdır" gibi unsurlara özellikle dikkat etmesi gerekmektedir[93]".

Demirkent'in belirttiği ve dikkat edilmesi gereken bu unsurlar aslında bir anlamda gazeteciliğin sosyal sorumlulukları içinde yer alan temel ilkelerdir de. Son yıllarda basında yaşanılan kaos ortamının oluşmasında da bu temel ilkelerin uygulanmaması da neden olarak gösterilebilir.

3-1- Kamuoyu Kavramı ve Unsurları

Basının kamuoyu oluşturma işlevi ya da kamuoyunun oluşumu süreci incelenirken, kamuoyunun kavramsal açıdan da irdelenmesinde yarar görülmektedir. Kamuoyu kavramı kamu ve oy unsurlarını içinde barındırmaktadır. Bu unsurlar kavrama bir bütünlük kazandırırken, taşıdıkları anlamın bu kavramı uygulamaya koyanlar ve kullananlarca iyi bilinmesi gerekmektedir.

---

[93]DEMİRKENT, Nezih. **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, Altın Kitaplar Yayınevi, Altın Kitaplar Matbaası, İstanbul, 1982, s. 309.

Kamuoyu, başlangıçta yalnızca siyasi literatürde kullanılan ancak sonra bilim, yurttaşlık ve benzeri konularda tüm karşılıklarını bulan bir kavram olmuştur. [94]

Onaran; "otoritesini ilahi ya da üstün kudretlerden elde etmediğini ilan eden her sosyal düzen, vatandaşlarla temasa geçme, bir karar vermeden önce onların onayını alma durumunda ve zorundadır[95]" derken, aslında demokrasilerdeki yalnızca seçim unsuruna değil, kamuoyunun varlığına ve bu varlığın gücüne işaret etmektedir.

Arat, "demokrasiler kamuoylarının seslerini duyuran, onları bilgilendiren, yoğun iletişim ağları ile birbirine bağlayan öğeler olarak kabul edilmektedir" derken, 'halkın halk tarafından yönetimi' biçiminde tanımlanan demokrasilerin işleyiş ve sürekliliklerinde, ister özgür olarak yaratılsın, ister yapay yoldan üretilsin kamuoylarının, büyük rol oynadığının düşünülmekte olduğunu belirtmektedir. Arat, basını demokrasi ile birlikte ele aldığı düşüncesine ek olarak basının önemli işlevlerinden biri olan kamuoyu oluşturma konusunda, kamuoyu kavramını;

> "Genel olarak, günlük dilde kamuoyu terimi "halkın kanaatı" olarak tanımlanmakta ve bu anlamda kullanılmaktadır. Belli bir ülke halkı, belli bir kamu sorunu ile ilgili, onun hakkında bilgi ve kanaat sahibi varsayılmakta ve bu nedenle ancak kanaatlerinin çeşitli nitelikleri bir sorun olarak artaya konmaktadır. Bir başka deyişle, halk arasında kanaatlerin varolduğu bir veri olarak kabul edildiği için, çoğunlukla bu kanaatlerin ne oranda hangi yönde geliştiği soruşturulmakta ve türlü yöntem ve sorularla bu kanaatlerin nedenlerine inilmeye uğraşılmaktadır[96]" biçiminde açıklamaktadır.

---

[94]CONVERSE, Philip E. "Changing Conseption of Public Opinion in the Political Process", **Public Opinion Quarterly**, 51. Published By The University Of Chicago Press, USA, 1987, s. 13.

[95]ONARAN, Alim Şerif. **Kamuoyu**. Filiz Kitabevi, İstanbul, 1984, s. 10.

[96]ARAT, Ümit. A.g.k., s. 41- 44'den özetlenerek aktarılmıştır.

Bir insan grubunun kamu niteliği kazanabilmesinin koşulu, **kamuoyu** olarak adlandırılan **görüş birliğinin** oluşmasıdır. Kamuoyu, bir ölçüde, kamunun varlığının da bir göstergesi olmaktadır. Bu nedenle kamu ve kamuoyu kavramları birbirinden ayrı düşünülemeyecek kavramlardır[97].

Kamuoyu; belli bir toplum içinde yaşayan insanların belli bir olgu veya inanç üzerindeki ortak yargısıdır[98]. Hükümet dışı çevrelerden hükümete doğru yönelen ve hükümetçe gözününde bulundurulması zorunlu bulunan kanaatlerdir[99]. Ayrıca, Warner'e göre, ortak amaçlar, ülküler, özlemler ve gereksinmelerle sınırı çizilmiş olan bir gruptaki görüşlerin toplu anlatımı olarak da tanımlanabilir. Ancak Warner, "bir grubun görüşlerinin toplu anlatımı, kamuoyunu tanımlamak için yeterli görülmemektedir; kamuoyunun oluştuğu koşulları da gözönünde bulundurmak kaçınılmazdır" demektedir. Buna göre kamuoyu, "bilinen koşullar altında tanımlanarak, sözel olarak anlatılmış durumlar ve sorunlara insanların tepkileri; genel önemi olan bir konu üzerinde, insanların önemli bir bölümünün yaptığı seçimlerin (tercihlerin) bileşimi olarak tanımlanabilir[100] .

Bir diğer görüşe göre ise, kamuoyu akılcı (metafizik olmayan) kamu tartışmasına sunulmuş genel çıkar sorunları üzerinde bilinçli bir toplumun sosyal yargısıdır. Bu görüşe göre, bir toplumda aynı anda birbirine paralel ya da karşıt birden fazla kamuoyu bulunabilmektedir. Bunlardan en geniş kesimin benimsediği, topluma egemen kanaat olur. Bununla birlikte aynı

[97]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 26.

[98]ÖKTEM, Niyazi. A.g.m. s. 242.

[99]HEPER, Doğan. "Haber, Fotoğraf ya da Görüntünün Kamuoyu Oluşturmasındaki İşlevi", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart 1986, s. 254.

[100]WARNER, Lucian. "The Reliability Of Public Opinion Surveys", **The Public Opinion Quarterly**, C. III., Published by The University Of Chicago Press, USA, Temmuz 1939, s. 377.

görüş çerçevesinde kamuoyunun mutlaka açıklanmış olmasının gerekli olmadığı zira bastırılmış ya da kütlenin içinde saklanmış olabileceği de belirtilmektedir. [101]

Kapani; kamuoyu denince, akla, toplumun bütün yetişkin üyeleri tarafından paylaşılan ortak bir görüşün gelmemesi gerektiğini, toplumun tümümü kapsayan ve oybirliğini ifade eden böyle bir kanaat bloğunun sosyolojik gerçeklere aykırı düşeceğini söylemektedir. Kapani'ye göre, kamuoyu kelimesiyle, yalnızca belli bir olay, sorun vb. durumlarda oluşan ve görüş bildiren kişilerin geçici olarak oluşturdukları grup kastedilmektedir. [102]

MacBride; kamuoyunun doğal olarak değil, toplumsal ve kültürel yapılara kök salmış olarak varolabileceğini iler sürmektedir. Kamuoyunun 'halkın isteği' olarak kısaltılamayacağını, ayrıca kamu kavramına bağlı olmasına rağmen onunla aynı anlama gelmediğine değinen MacBride;

> "Öğrenilmemesi veya bir bütün olarak saygın bir otorite tarafından empoze edilmemesi bakımından ideolojiden ayrılır. Sonuç olarak kamuoyu salt bilgiden oluşan bir gövdeden ibaret değildir ama varolabilmesi de deneyimle üreyen bilgisel veriler ve fikirler sayesinde olanaklıdır. Bilgisel veriler kamunun bir konuyu onaylama veya reddetme yönünde yargılama yapacağı alanlarda kullanılır. Çünkü kamuoyu, karar merkezlerinde özel yetenek ve bilgilerinden ötürü kararlar üretmek üzere bulundurulan kişilerin dışında kalanlar tarafından belirlenen bir olgudur[103]" demektedir.

Nimmo ise, temel hak ve özgürlüklerin gerçek anlamda yaygınlık kazanmalarının, bir yandan kamuoyunun gücünü arttırırken diğer yandan siyasal iktidarı sınırlandırma ve yasaları denetleme kamunun işlevi olarak kabul edildiğini ileri sürmektedir. Kamuoyunu bilgilendiren ve yansıtan

---

[101]KOLOĞLU, Orhan. 1990, a.g.m., s. 36.

[102]KAPANİ, Münci. **Politika Bilimine Giriş**, Bilgi Yayınevi, Dördüncü Baskı, İstanbul, 1988, s. 148.

[103]MacBRİDE, Sean. **Bir Çok Ses Tek Bir Dünya**, (Editör: Ertuğrul Özkök), UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 1993, s. 218-219.

basının da, giderek farklı bir görev üstlenerek sorumluluğunu bu oranda arttırması gerekliliğinin ortaya çıktığı belirten Nimmo görüşlerini;

> "Tüm toplumsal ve siyasal sorunların, kamuoylarına ulaşabildikleri bu yapılanmada, kamuoyu mutlak değerini zaman içerisinde kazanmaktadır. Kamuoyu, demokrasinin kendi kendini düzenleyen mekanizmalarından biri olma durumuna gelmektedir. Kamuoyu gücünün kurumsallaşma, farklılaşma, toplumsal hareketlilik, iletişim tekniklerinin gelişimi, "kamuoyunun kazanılması" temelinde, adeta bir seferberliğin başlıca etmenleri durumundadırlar[104]" biçiminde ifade etmektedir .

Kamuoyuna ilişkin olarak sosyal bilimciler tarafından ortaya konulan tanımların ya da yaklaşımların içerdiği temel öğeleri incelendiğinde, kamuoyunun şu dört etkeni olduğu görülür:

"1- Üzerinde anlaşmama olasılığı olan, sorun olarak algılanabilecek bir durum ya da konunun varolması.

2- Kamunun üyelerince, durum ya da sorun üzerinde oluşturulan görüşlerin bütünlüğünü gösteren seçimlerin(tercihlerin) bileşimi.

3- Durum ya da sorun çerçevesinde toplanan türlü görüşlerin anlatılması ya da gösterilmesi.

4- Durum ya da sorunlarla ilgili olan kamunun büyüklüğü ya da kamuyu oluşturan kişilerin sayısı[105]".

Kamuoyu ile ilgili yapılan birçok araştırmalarda, kamuoyunun nasıl oluştuğu ve neleri kapsadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu araştırmalardan çıkarılan bazı sonuçlar ise şunlardır:

"1- Kamuoyunun kitlenin görüşü olması gerekmez; çoğunlukla belirli konular üzerinde, belirli kamu kesimlerinin görüşleridir.

2- Kamuoyu değişir; bazen hızlı, bazen yavaş değişir. Kamuoyunun kararlılığı ise, bireylerin belli bir durumu değerlendirip, kesin bir görüş ortaya koyabildiklerinde söz konusu olur.

---

[104]NİMMO, Dan. **Political Communication And Public Opinion In America**, Good Year Publishing Company, California, USA, 1968, s. 10.

[105]HENNESSY, Bernard. **Public Opinion**, 5. Ed., Brooks/Cole Publishing Co., 1977, California, USA, s. 8-12.

kişisel zorlamalarla unutulabilir ya da değiştirilebilir. Doğal olarak hiç değiştirilmeyen, bir yaşam boyu davranışlarla uyarlı hatta özdeş kılınan güçlü ve yoğun tutumlar da vardır. [109]

Kışlalı, tutumlardan hareketle kamuoyu kavramını kişinin kanıları ile ilişkilendirmiştir. Kışlalı; kamuoyuna temel oluşturan kanıların biçimlenmesinde başlangıçta kişinin bireysel özelliklerinin rol oynadığını, kalıtım yoluyla kazanılmış olan fiziksel ve ruhsal özelliklerin bir hareket noktası olduğunu belirterek, "sonra buna aileden başlayarak bir dizi küçük grubun etkisi katılır. Çocuklukta kazanılan temel tutumlara gittikçe başkaları eklenir. Kanı, kişisel tutumun belirli bir soruya verdiği cevaptır[110]" demektedir.

Öte yandan, kamuoyunun oluşmasında son derece önemli bir unsur daha vardır ki o da kamuoyu önderleridir. İletişim sürecinde, alıcıya gönderilmek istenen mesajların hedeflenen kitleye hızlı, güçlü, anlaşılır ve kalıcı bir etki bırakacak biçimde ulaşmasında, yüzyüze iletişim yöntemini kullanan kamuoyu önderleri, bu işlevleri ile son derece önemli bir rol oynamaktadırlar. Genellikle bu önderler karizmatik kişilikli ya da çevrelerinde sevilen, sayılan kişilerdir.

Alemdar ve Erdoğan, kamuoyu önderleri konusunda; bu kişilerin geleneksel güç sahipleri ile karıştırılmaması gerektiğini, insan toplulukları içinde hemen her tür konuda kamuoyu önderlerinin bulunduğunu, bu önderlerin her mesleki grup ve her sosyo-ekonomik düzeyde bulunabileceklerini söylemektedirler. [111] Topuz ise, kamuoyu önderlerinin, gelişmiş ülkelerde de görülmekle birlikte, daha çok geri kalmış, okuma yazma oranı düşük ülkelere özgü olduğunu, öğretmen, muhtar, imam, ağa,

[109]TOLAN, Barlas. Galip İsen. Veysel Batmaz. **Sosyal Psikoloji**, Adım Yayınları, Ankara, 1991, s. 276.

[110]KIŞLALI, Ahmet Taner. **Siyaset Bilimi**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1987, s. 339.

[111]ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan. 1990, a.g. k., s. 74.

şeyh vb. konumdaki kişiler gibi az gelişmiş ülkelerin tipik kişiliklerinin bu önderler arasında sayılabileceğini söylemektedir. Topuz, devlet memurları, ünlü yazarlar, büyük işadamları gibi içinde bulunulan topluma göre saygınlığı olan her meslek mensubu ya da kişisel nüfuz sahibi kişilerin de kamuoyu önderi olabileceğini belirtmektedir. [112] Alemdar ve Erdoğan, bu kişilerin kitle iletişim araçlarını diğerlerinden daha fazla kullandıklarını, konumları ile ilgili iletişim içeriğini, okuyup, dinlediklerini ya da seyrettiklerini vurgulamaktadırlar. [113] Onaran da kamuoyu önderlerinin, kitle haberleşme araçlarından aldıkları bilgileri, çoğunlukla kendi görüşleri doğrultusunda yorumlayarak yansıttıklarını ifade etmektedir.[114] Görüldüğü gibi, kamuoyu önderleri Türkiye gibi henüz gelişimini tam olarak tamamlamamış ülkelerde, kamuoyunun oluşumunda önemli bir tamamlayıcıdır. Bu işlevleri nedeniyle kamuoyu oluşumuna ilişkin çabalarda bu kişilerin gözardı edilmemesi gerekmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi, yapısı gereği çoğulcu olan insan, toplum içinde yaşamaya başladığı andan itibaren tek bir görüş ya da düşünüş etrafında birleşmemiş, aksine çeşitlilik esas olmuştur. Dolayısıyla da kamuoyunun hiçbir zaman tekil olduğu, bir başka deyişle yalnızca bir düşüncenin ortaklığı görüşü geçerlik kazanamamıştır.

Bastırılmış, açıklanmasına izin verilmemiş dahi olsa, kamuoyu daima birden fazladır ve bunlar birbirine karşıt olabilmektedir[115]. 20. yüzyıl başlarında modern devlet anlayışı yüzünü kitle demokrasisine dönmüş ve kendi gerçeğinin bir ilkesi olarak da halk egemenliği fikrine sırtını dayamıştır. İşte bu da zaten kamuoyundan başka birşey değildir. [116]

---

[112]TOPUZ, Hıfzı. **Seçimlerde İletişim Politikaları**, TÜSES Yayınları, İstanbul, 1991, s. 16.

[113]ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan. 1990, a.g.k., s. 74.

[114]ONARAN, Alim Şerif. 1984, a.g.k., s. 43.

[115]KOLOĞLU, Orhan. 1990, a.g.m., s. 31.

[116]A.g.m., s. 31-33.

Yapılan kamuoyu tanımlamalarının, genel olarak siyasal bilimler literatürüne daha yakın ve fonksiyonel olduğu görülmektedir. Ancak bu çalışma da esas olan, yerel düzeyde basın; yerel basının kamuoyu oluşturma ve açıklama görevinin incelenmesi olduğundan, bir başka deyişle sosyal bilimler alanındaki tanımlaması inceleneceğinden, kamuoyu kavramını oluşturan "**kamu**" ve "**oy**" unsurları üzerinde durulacaktır. Daha sonra ki bölümlerde ise, basın ve kamuoyunun ilişkisi yakından incelenecektir.

3-1-1- Kamu unsuru

Kamu kavramı genellikle siyaset ve sosyoloji bilim dallarının araştırma alanları içinde yer almıştır. Konuya ilişkin tüm tanımlamalar ve incelemeler de aynı bilim dallarının literatüründe yer almaktadır. Bu nedenle kamuoyu bir bütün olarak ele alındığında bunun unsurlarından biri olan **kamu**, literatürden yapılan tanımlarda da görüleceği gibi, mutlaka grup kavramının etrafında tanımlanmaktadır.

Bu çerçeveden bakıldığında; kamunun, belli bir sorunla karşılaşmış ve bu sorun etrafında toplanmış bireylerden oluşan bir grup olduğu görülür. Grup içindeki bireyler, sorunun çözümü hakkında çeşitli görüşlere sahip olup, soruna rasyonel bir çözüm yolu bulmak için birbirleriyle iletişime ve etkileşime girişirler. Toplum yaşantısı ile ilgili sorunlar ne kadar çeşitli ise, onlara tepki olarak oluşan kamular da o kadar çeşitlidir[117].

Kamu kavramının, sosyoloji biliminde, grup ile eşanlamlı kullanıldığını belirten Albig[118] gibi Childs da, kamu ve grup sözcüklerinin eş anlamda kullanılabileceği görüşünü desteklemiştir. [119] Young ise "kamu, tartışılabilir konularda benzer ilgileri olan insanlardan oluşan grup" biçiminde bir tanım getirmektedir. [120]

---

[117]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 3.
[118]A.g.k., s. 4.
[119]A.g.k.
[120]A.g.k., s. 5.

Unat ise, konuya ilişkin siyaset ve sosyal bilimcilerin yaptıkları tanımları bir araya şöyle toplamıştır[121]:

Stoetzel; "bir gruba mensup olduklarını hissettikleri ölçüde bu grup üyelerinin bütünü". G.Gurvitch; "belli fikir ve değerler konusundaki istikrarlı ve kollektif tutumlara veya kanaatlere sahip mesafeli grup". Caroll Clark; "aynı sorun üzerinde dikkati toplamış, mesafeli-temaslı grup".

Görüldüğü gibi kavram sosyolojik çerçevede ve grup kavramı ile eşanlamda kullanılmaktadır. Bu tanımlarda dikkat çeken bir diğer kavram da mesafeli-temaslı grup kavramıdır.

Abadan Unat, mesafeli-temaslı grup deyimi ile, belli bir toplumda yer alan ortak menfaat ya da ilgileri bulunan, bu menfaat veya ilgileri nedeniyle temas halinde bulunan" bireylerin oluşumundan söz etmiştir. Unat'a göre, bu oluşumun yaygınlıkları, dağınıklıkları, fiziki ayrılıkları sebebiyle aralarında bir mesafenin bulunduğu sosyal ve ekonomik bir işbölümü ile kitle haberleşme araçlarına sahip, kişisel özgürlüğe yüksek değer veren, laik bir toplum olabileceği belirtilmektedir. [122]

Bununla birlikte kamu, sosyolojik bir grubu ifade ettiğine göre kamunun şekillenmesinde "grup bilinci" önemli bir unsur olmaktadır. Grup bilincinden kastedilen ise, aynı çıkarlara sahip üyelerin birarada bulunmasının bilincidir[123].

Öte yandan MacBride; "eğer kamu gerçekten kendine özgü tutum ve niteliklere sahip olmasaydı, ona her inanç, önyargı ve davranış kalıpları empoze edilebilirdi" demektedir. MacBride'a göre, gerçekten kamu

---

[121] ABADAN, Nermin Unat. **Kamuoyu Ders Notları**, Ankara Üniversitesi, SBF, BYYO, (ders notları), Ankara, 1973-1974, s. 24'den aktaran: M. Nazan Aslanel, "Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya, 1993, s. 6.

[122] A.g.k., s. 24.

[123] OGLE, Marbury Bladen Jr. **Public Opinion and Political Dynamics**, Boston, Houghton Mifflin Co., USA, 1950, s: 40-42'den aktaran: M. Nazan Aslanel, a.g.ders notları, s. 7.

kendisine sunulan mesajları, gerek kalıtımsal olarak sahip olduğu gerekse sonradan benimsediği standartlara göre sınayıp değerlendirmekte ve olumlu ya da olumsuz tavrını da bu standartlar belirlemektedir. [124]

Price ise, kamu kavramına daha fazla açıklık getirerek onu özellikle güruh olmaktan ayıran özelliklerini sıralamaktadır. Price, kamu ile güruh arasındaki temel farklılıkları;

> "Kamu, dayanışma içinde olma ve bir sorunla karşılaştığında bunu tartışma özelliğine sahiptir. Bu süreçte kamu içinde düşünce farklılıklarının ortaya çıkması da doğaldır. Kitle, gevşek olarak organize olmuş, uyumlu olarak hareket edemeyen, farklı özelliklere sahip insanlardan meydana gelmiş büyük bir topluluktur. Kitle içindeki insanlar ortaklaşa hareket etme, dayanışmada bulunma gibi kaygılar göstermeden kendi gereksinimleri doğrultusunda hareket ederler.Güruh ise dayanışma içinde bulunma ve sorunlar üzerine tartışma yeteneğine sahip olmayan fiziksel olarak birarada olduklarında ve bir heyecanın yaşandığı koşullarda hisleri ile davranan büyük insan topluluğudur. Kitle, kütlesel oluşuyla; güruh, fikirlerin buluşmasıyla; kamu ise, fikir tartışması özellikleri ile birbirinden ayırdedilir[125]" biçiminde ortaya koymaktadır.

Kamu kavramı ve buna bağlı olarak eşanlamda ele alınan grup kavramında sözü edilen bilinç doğal olarak toplum içindeki üyelerde kendiliğinden oluşan bir bütünleşme değildir. Bu bilincin ve bütünleşmenin oluşabilmesi için bu kitlenin kimi mesajları alması ve bilgilenmesi gerekmektedir. Bireylerin çıkarlarını ilgilendiren mesaj akışı ve bilgi donanımını edindikten sonra, etkilendikleri konuda aynen kendileri gibi, etkilenmiş başkalarını da bulabilmeleri ve söz konusu grubu oluşturmaları gerekmektedir. Bundan da önce kendileri gibi olan diğer bireylerin varlığından haberdar olmak gerekmektedir. Burada kitle iletişim

[124]MacBRİDE, Sean. A.g.k., s. 217.

[125]PRICE, Vincent, Roberts Donald F., **"Public Opinion Process"**, in Handbook of Communication Science, (Editörs: Charles R. Berger and Steven H. Chaffee), Sage Publications, London, Second Printing, UK, 1989, s. 784.

araçları bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Kamu için, bir iletişim aracından gönderilen mesajların yaratacağı etki gücü ve süreci de bağlayıcı olmaktadır.

3-1-2- Oy unsuru

Kamuoyu deyiminin ikinci unsuru olan oy kelimesinin anlamı kanaat (opinion) dir. Diğer bir deyişle oy, "duygu veya izlenimden daha kuvvetli, kanıtlanması daha kolay fakat tam olarak kanıtlanabilen ya da pozitif olan bilgiden daha az geçerli ve kuvvetli kanaatler"dir[126]. Truman'ın tanımına göre ise, kanaat, en basit biçimde, bir sorun veya öneri hakındaki tavırların ifadesidir[127].

William Albig "Modern Kamuoyu" adlı kitabında, kesin değerlere, ilkelere ve inançlara dayanan konulara karşı gösterilecek davranışlar standartlaşmışsa, davranış normları belirmişse, bu konular hakkında oy anlamında kanaatlerden söz edilemeyeceğini söylemektedir. Albig, bunun nedeni olarak da söz konusu konularla ilgili olarak aşağı yukarı bir oydaşmanın mevcut olmasını göstererek, "kanaatler, ilgili grubun genel olarak doğru kabul ettiği değil, tartışmalı konular hakkındaki anlatımlarıdır" demektedir. [128]

Yine aynı şekilde Unat'da Albig'in düşüncelerini destekleyerek aynı kavrama ilişkin görüşlerini;

> "Oy, belli bir sorun hakkındaki davranışların açıklanması şeklinde anlaşılırsa bu sorun karşısında ilgili grup içerisinde farklı kanaatlerin ortaya çıkması da doğaldır. Başka bir deyişle, grup içinde aynı sorun hakkında birbirine muhalif kanaatlerin bulunması söz konusu olmaktadır. Ancak şu konuyu da unutmamak gerekir, kalıplaşmış değerler ve inançlarla ilgili konularda bir kanat oluşmasından bahsetmek mümkün değildir. Bunun nedeni, toplumda bu değerler ve inançlar

[126]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 5.
[127]A.g.k.
[128]A.g.k.

hakkında zaten mevcut bir kanaatin var olmasıdır. Bu istisna ile "oy"u, belli bir sorun karşısında grubun çoğunluğu tarafından desteklenen, benimsen kanaat olarak anlamak ve bu şekilde tanımlamak uygun olur[129]" biçiminde ileri sürmektedir.

Oy kavramından kişi ya da daha çok tanımlardaki kullanım biçimiyle bir gruba hakim olan eğilim ve kanaat anlaşılıyorsa bu kanaatin oluşması için de kimi ortam ve araçların olması gerekiyor. Kitle iletişim araçları bu kanaatlerin oluşmasını doğrudan etkileyen, yönlendiren ve saptayan araçlardır. Ancak bu kanaatlerin oluşmasında bu araçlar yine de tek başlarına yeterli olamamakta, özellikle muhafazakar toplumlarda bu araçların yapabilecekleri fazla bir şey bulunmamaktadır. Yukarıda aktarılan görüşlerde de olduğu gibi, her toplumda özellikle muhafazakar toplum ve ortamlarda var olan kanaatlerin yeni eğilimler kazanması oldukça güçtür. Bununla birlikte birey ya da gruplardaki kanaatlerin değişmesi ya da yeni eğilimlere girmesinde kentleşme, eğitim düzeyi, kitle iletişim araçlarını izleme ve bu araçlardan yararlanma oranı, ekonomik düzeye bağlı yaşam standartları ve içinde yaşanılan sosyal ortamın da büyük etkisi bulunduğu bir gerçektir. Kanaatlerin değişme oranı ve süresi bu değişkenlere bağlıdır.

Kamu ve oy unsurlarının yukarıda yapılan değerlendirmelerine göre, **kamuoyu** şu şekilde tanımlanabilir: Kamu yaşantısı ile ilgili olan tartışmalı bir sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubunun veya gruplarının taşıdıkları kanaatlerin anlatımlarıdır. Bu anlatımlar hem çoğunluk, hem de azınlık kanaatlerini içine almaktadır[130] .Kamuoyunun bazen çoğunluk kanaati olduğu ileri sürülmektedir. Kamuoyunun sadece çoğunluk kanaati olduğu sonucuna varmak yanlıştır. Kamuoyu, çoğunluk ve azınlık kanaatlerinin karşılıklı etkileşmesinin bir son ürünüdür[131] .

[129]ABADAN, Nermin Unat. A.g. ders notları., s. 25 .
[130]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 5.
[131]SEZER, Duygu. A.g.k., s. 7.

3-2- Kamuoyunun Toplumsal İşlevleri

Kamuoyu toplumsal bir oluşum sürecidir. Oluştuğu toplum yapısı içinde doğal olarak kimi işlevsel özelliklere sahiptir. Bu işlevselliğinin düzeyi içinde bulunduğu topluma göre değişmektedir.

Floyd Allport konuya ilişkin yaptığı tanımda;

> "Kamuoyu, kişilerin, doğrudan doğruya veya dolaylı olarak; amaca doğru eyleme geçme olasılığını yaratacak kararlılıkta, derinlikte ve nicelikte; büyük önemi olan belli bir durumu, kişiyi veya öneriyi onaylamaları ya da desteklemeleri (veya onaylamamaları ya da karşı çıkmaları) biçiminde kendilerini ifade ettikleri veya edebilecekleri ve birden fazla kişilerin varolduğu durumlarda anlam taşır[132]" demektedir.

Öktem ise, kamuoyunun belli bir tutumun düşünsel deyimi olarak ortaya çıktığını ve kişilere belli bir olay veya sorun karşısında belli yönlere yönelmesini empoze ettiğini söyleyerek;

> "Böylelikle o toplumun içinde yaşayan insanlar o düşüncenin kendi ortak düşünceleri olduğu inancına varırlar. Kamuoyu bir ortak bilinç olarak toplumdaki sorunların çözümlenmesinde adeta bir hakem görevini üstlenir. Kamuoyunun etkisiyle örneğin mahkemeler belli doğrultuda kararlar alabilir, hükümetler belli kararnameler çıkarabilir. Kamuoyu hiçbir anayasanın öngörmediği öyle ortak bir güçtür ki bir süre sonra politik bir güce dönüşerek yasa ve anayasaların değiştirilmesine yolaçabilir. Görülüyor ki, kamuoyu toplumun ortak inancı ve eğilimi olarak; bireyler üzerinde belli baskıları yaratmakta, onları belli tutumlara yöneltmekte ve işin en önemli yanı da o tutumun kendi öz inancından kaynaklandığı izlenimini vermektedir. O şahıs başka bir toplumun ortamı içinde yaşasaydı belki de başka türlü davranabilir, başka tür inançlara sahip olabilirdi[133]" gerçeğini ortaya koymaktadır.

---

[132]ALLPORT, Floyd H. "Toward A Science Of Public Opinion", **Public Opinion Quarterly**, Published by The University Of Chicago Press, USA, 1937, s. 7-23'den aktaran: Duygu Sezer. A.g.k., s. 9.

[133]ÖKTEM, Niyazi. A.g.m., s. 242.

Basın; kamuoyunun oluşmasına yardımcı olduğu kadar, kamuoyunun sesinin duyurulması işlevi ile de yükümlüdür. Ülkeyi yönetenler basının aracılığı ile kamuoyundan gelen tepkiler, talepler, eğilimler ile uyguladıkları politikalarda, aldıkları kararlarda, değişikliklere ya da yeni düzenlemelere gidebilirler. Gelişmelerin akışına göre yeni politikalar ve tavırlar belirleyebilirler. Kamuoyunun ve basının işlevselliği birbirini tamamlayan iki öğe haline tam olarak geldiğinde ise ülkede yanlış ve keyfi kararların, toplumun yapısına uymayan politikaların ortaya konulması güçleşir ve hem toplum, hem de toplumu yönetenler, doğru kararlar alır ve daha rahat bir yaşam ortamı bulurlar.

Daha önce de belirtildiği gibi kamuoyu, özünde demokrasi ile birlikte vardır ve demokrasinin sağladığı ortamdan beslenmektedir. Bu anlamda, kamuoyunun serbestçe oluşabildiği ülkeler demokrasi, her alanda kurumlaşma, örgütlenebilme ve bilinçli toplum olma açısından da ileri ülkeler olduğu söylenebilir. Her konuda serbestçe oluşabilen kamuoyuna sahip ülkelerde ve bu kamuoylarının sesi, dili olabilen, onların kanaatlerini, duygu, düşünce ve arzularını başta ülkeyi yönetenler olmak üzere diğer kitlere iletebilen basın organlarına sahip ülkelerde, demokrasinin de elbette sağlıklı ve hızlı gelişmesi beklenebilir. Çünkü ülkenin diğer kurumlarının yanısıra sesini yükseltebilen kamuoyları ile grup kanaatleri ve basın, o ülkenin hemen her açıdan ancak en başta demokrasi açısından gelişmesine katkıda bulunabilmektedirler.

3-3- Basının Görev, Sorumluluk ve İşlevleri Açısından Kamuoyu

Basının toplumsal bir kurum olma özelliği nedeniyle sosyal sorumlulukları, bu sorumluluklarla birlikte ticari kazancın ötesinde bir görevi ve toplumun iletişim kurumu olması nedeniyle de önemli işlevleri

bulunmaktadır. Bunlar bir bütün haline geldiğinde basın, doğrudan yöneldiği kitle üzerinde dolaylı ya da dolaysız, olumlu ya da olumsuz ve az ya da çok oranda bir etkileme, yönlendirme ve saptama gücüne sahiptir. Kamuoyu kavramı basın kurumunda bu derinlik içinde irdelenmelidir.

Basının, görev, sorumluluk ve işlevleri açısından kamuoyuna yönelik etkinliği Türkiye'de kimi dönemlerde öylesine önemli misyonlarla yüklenmiştir ki bu dönemler Türkiye'nin yeniden yapılanmasında, motive olmasında, sorunlarla mücadele etmesinde son derece belirleyici olmuştur. Basının kamuoyuna yönelik etkinliğine en büyük örnek dönemlerden biri ulusal Kurtuluş Savaşının verildiği dönemlerdir. Bu dönemlerde basının toplumsal gücünden sonuna kadar yararlanılmış, bir anlamda ulusal mücadele basın kanalının çok iyi kullanılarak kamuoyu desteğinin kazanılmasından sonra ivme kazanmıştır. Atatürk, her konuda olduğu gibi bu konuda da uzak görüşlü bir yaklaşım ile İstanbul'dan Anadolu'ya ulusal mücadeleyi örgütlemek ve başlatmak için geçer geçmez, topladığı kongrelerin ardından çabalarını duyurmak ve gerekli kamuoyu desteğini sağlamak için hemen bir gazetenin kurulması girişiminde bulunmuştur.

Altınal; Atatürk'ün henüz harp okulunda öğrenci olduğu yıllarda gazetenin önemini farkederek, gazetenin kamuoyu oluşturmadaki rolünün bilincine vardığını, okul içinde genç harbiyelilere dağıtılmak üzere ülkenin sorunlarının dile getirildiği gizli bir gazete kurduğunu anlatmaktadır. [134]

Ancak bu küçük girişimden sonra Atatürk'ün gerçek anlamda ve ulusal çıkarların tüm ciddiyeti çerçevesinde bir gazeteyi kurması, 1919 yılının Eylül ayında, Sivas kongresinin hemen sonrasına rastlamaktadır. Altınal, bu gazetenin kurulmasını ve o dönemi, Doktora çalışmasında şöyle anlatmaktadır:

[134]ALTINAL, Şengül. "Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevine Örnek Olarak Hakimiyet-i Milliye Gazetesi (1920-1934)", Yayımlanmamış Doktora Tezi, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul, 1992, s. 42.

"Sivas Kongresi'nde alınan kararlar, İstanbul Hükümetine ve İtilaf Devletlerine bildirilmiştir. Ancak, amaca ulaşmak için ekonomik ve askeri alandaki eksikliklerin yanında, bunlardan daha önemli bir etkene de ihtiyaç vardır: Bu, içinde bulunulan durumun ve yeni hedeflerin ayrıntılı olarak halka anlatılması, kaderciliğe ya da manda gibi geçici çözümlere sığınmak yerine, mücadele arzusunun halktan kaynaklanmasını sağlamak, kısaca "kamuoyu" oluşturulması zorunluluğuydu. Bu da o dönemde ancak bir gazete yayımlamakla mümkün olabilecekti. Delegelerin gelemedikleri bölgelere bu gazete gidecektir. Halkın gelir düzeyinin ve okuma yazma oranının çok düşük olduğu o dönemde herkesin eline ulaşması zor olmakla birlikte, en azından kamuoyunu etkileyecek kişi ve çevrelerin eline geçmesi mümkün olacaktı. Üstelik bu gazete, itilaf devletleri ve bütün dış basına, mücadelenin amacını ve haklılığını haykıran bir ses olacaktır. 11 Eylül'de kongre sona ererken, bu çok önemli silahtan mahrum olduğunu gören Mustafa Kemal, bir gazete çıkarmaya karar vermiştir[135].

Altınal, "Mustafa Kemal ve arkadaşlarının Sivas Kongresi'ne gitmek için yol parası bile bulmakta güçlük çektikleri düşünülürse, gazete yayınlama düşüncesine verdikleri önem ve bu uğurda katlandıkları maddi ve manevi sıkıntıların ölçüsü daha iyi anlaşılacaktır[136]" değerlendirmesini getirmektedir ki bu da Atatürk'ün gerçekten de basına ve basın kanalıyla oluşacak kamuoyuna ne kadar büyük bir önem verdiğinin de göstergesidir. Atatürk'ün önce 1919 yılında İrade-i Milliye adını verdiği gazeteyle Sivas'ta başlayan ve daha sonra 10 Ocak 1920'de Hakimiyet-i Milliye adını vererek Ankara'da kurduğu ikinci gazete ile devam eden gazeteciliği bu temel düşünce ve eylem planı çerçevesinde oluşmuş, yaşamının sonuna kadar da sürmüştür. İrade-i Milliye 1922 sonlarına, Hakimiyet- Milliye 27 Kasım 1934 yılına kadar yayın yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Ancak Atatürk'ün gazeteciliği, kimi zaman başyazarlığını yaptığı bu gazetelerde olduğu gibi,

[135] A. g.tez., s. 32.
[136] A.g.tez., s. 46.

çeşitli gazetelere yazdığı kamuoyunu aydınlatma ve oluşturmaya yönelik yazılarıyla yaşamının sonuna kadar devam etmiştir. [137]

Geçen zaman içinde basın kurum olarak hem büyümüş, hem güçlenmiş hem de hızlanmıştır. Değişen toplumlar ve rejimlerle birlikte büyüyüp güçlenen basın da daha yüklü misyonlarla kamuoyunun karşısına çıkmaya başlamıştır. Değişen zamanla birlikte, toplumsal beklentilerin yanısıra, yaşam biçimleri ile ülkelerin yönetim biçimlerinde de hayli farklılıklar da oluşmaya başlamıştır. Toplumların eğitim ve kültür kalitesi arttıkça, ekonomileri ve buna bağlı olarak yaşam standartları yükseldikçe, aklın ve bilginin öne alındığı toplumlar haline dönüştükçe, kurumsal yapılarında da açık değişiklikler meydana gelmektedir. Örneğin özgürlükçü demokratik rejimler bunların başında gelmektedir denilebilir.

Heper, özgürlükçü demokrasilerin, kamusal çıkarlara ilişkin bütün sorunların açıkça tartışılmasını toplumsal yarar yönünden gerekli gördüğünü söylemektedir. Heper'e göre, toplum içindeki bütün fikirler konuşulur, tartışılır, bundan en doğru sonuç bulunur ve bu arada bu fikirlerin kamuoyu üzerinde yaptığı birikim de, yöneticiler üzerinde baskı unsuru doğurmaktadır; bu, özgürlükçü demokrasinin gereği olan bir ihtiyaçtır. Mevcut siyasal fikirlerin devamlı bir kamuoyu oluşturması gerektiğinden, bu amacın gerçekleştirilmesi için de kitle iletişim araçları bu yönde kullanılmaktadır[138]. Heper düşüncelerini aşağıdaki alıntıda;

> "Özgürlükçü demokrasilerde kitle iletişim araçları, kamuoyu olarak isimlendirilen etki unsurunu yaratma bakımından yararlı olmaktadır. Otoriter rejimlerde ise kitle iletişim araçları, otoritenin siyasal ve ekonomik gücünü devam ettirmek için buna paralel yönde yönlendirilmektedir. Bu fikirde de olay, kamuoyu yaratmak ve neticede yönetimi etkilemektir[139]" biçiminde ifade etmektedir.

[137]Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bakınız: ALTINAL, Şengül. A.g.tez.
[138]HEPER, Doğan. A.g.m., s. 253.
[139]A.g.m., s. 254.

Basının kamuoyu oluşturma işlevinin ele alındığı bölümde, Kayıhan İçel tarafından tüm detayları ile ortaya konan, basının kamuoyunun oluşumunda üstlendiği görev ve işlevler burada da tamamen geçerlidir. Ancak yalnızca İçel'in belirttiği şu düşünce basının işlevselliği ve görevi açısından gerçekten önemlidir: "Basın bir taraftan kamusal iradeyi açıklarken, diğer yandan da kamusal iradeye yön veren motor durumundadır". Bu önemli işlevin yerine getirilmesinde basın içi yapılanmanın da son derece büyük etkisi olduğu düşünülmektedir.

Basının en temel işlevi haber vermek, böylelikle de bireyi, içinde yaşanılan çevre, toplum ve ülkedeki gelişen olaylara ilişkin aydınlatmak, kanaatlerini değiştirmek ya da güçlendirmek olarak kabul edilmektedir. Ancak basın bu işlevini yerine getirirken yalnızca haber unsurunu kullanmamaktadır. Haberi, bu haber ya da haberlere bağlı kanaatleri, duygu ve yönelimleri daha fazla organize etmek, onları güçlendirmek, ortak bir düşüncede, eylemde ve tavırda toplamak için çeşitli içerik ve biçimsel unsurlar kullanmaktadır denilebilir. Bunlar; fotoğraflar, makaleler, söyleşiler, röportajlar, gündemi takip eden deneyimli ve gözlemci köşe yazarlarının değerlendirmeleri, okuyucu mektupları ya da makaleleri, istatiksel grafikler, tablolar ve bunları en iyi şekilde sunmak için iyi bir görsel tasarım gibi bir dizi basın bir bütün olarak basın yapan unsurlar olarak sıralanabilir. Basının, böylelikle toplumda ortak kanaatlerin, duygu ve taleplerin oluşmasına yardımcı olduğu söylenebilir. Uzun dönemde bireyi ve dolayısıyla toplumu eğitir, yaşamın bir parçası bir ortağı kılar. Sonuç olarak bireyin edilgen bir şekilde kenarda olaylardan habersiz kalmasına izin vermeyerek dolaylı yoldan da olsa yönetime, kararlara, gelişmelere katılmasını sağlar demek mümkündür. Toplumsal uzlaşmanın üretimin ve demokrasinin gelişmesi de böylelikle hız kazanabilir.

Gazeteler zaman zaman, savundukları fikirleri, toplumun çoğunluğuna ait fikirler olarak göstermek suretiyle, bireylerde bir çoğunluk duygusu uyandırmakta, onları bu fikirlere inandırmaya ya da varolan inançlarını kuvvetlendirmeye de çalışmaktadır[140].

Buna karşılık ileri sürülen bir diğer görüşte ise, basının, kamuoyunun oluşumunda tek başına etkili olmadığı, bu gücün, bireyin önceden edindiği tecrübe ve birikimlerine dayalı olarak ortaya çıkan inanç ve tutumların, ileri sürdüğü fikirler ile çok fazla çatışmadığı oranda birey üzerinde etkili olabildiği belirtilmektedir. [141]

Kurtböke, "Yazılı Basında Habercilik" adlı çalışmasında, kamuoyunun oluşumuna ilişkin ve basının yanısıra diğer kitle iletişim araçlarının da yoğunluklu kullanımı konusundaki düşüncelerini şöyle açıklamaktadır:

> "John Hohenberg bir yazısında, "genellikle halk, der, kendisini; duymak, görmek ve okumak istediğini kabule şartlandırmıştır. Beklenmeyen, hoş olmayan ya da alışılmamış haberler, kamuoyunda önemli sayılacak şoklar yaratabilmektedirler. Bu yüzden de, bu tür haberlerin kamuoyunda yer etmesi ve kamuoyunun aktif durumda olması istenirse bıkmadan ve usanmadan defalarca tekrarlanmaları gerekmektedir. Gazete veya televizyonda sabun satmak başka, ciddi bir konuda kamuoyu yaratmak başkadır; zira kamuoyu yaratmak için, ciddi ve soluklu bir çaba gerekmektedir. Uzun sürede sağlam dayanaklara sahip değilse, kaçınılmaz bir biçimde açık verilir ki, bu da kamuoyu yaratma çabalarının sonu olur. Bu şartlar altındaki çözüm, kamuoyu yaratmak düşüncesi ve amacı içinde olan gazetelerin çok iyi koordine olmalarıdır. Ancak herşey bununla da bitmemektedir. Haber veya yorum ne kadar kuvvetle verilirse verilsin, tepki önemli ölçüde düşük kalabilmektedir. Bir başka deyişle insanlar ancak kendilerini birinci derecede ilgilendirdiğini düşündükleri sorunlara karşı ilgi göstermektedirler. Dikkat edilirse sorunun objektif önemi fazla bir anlam taşımamaktadır. Halk için önemli olan, sorunun kendisini veya çevresini yakından ilgilendirdiğini düşünmesidir[142]".

Tosun ise, kitle iletişim araçları tarafından yayılan mesajların toplum

---

[140]YALÇIN, Aydın. "Efkar-ı Umumiye", **Siyasal Bilimler Dergisi**, No: 170, Ankara, 1945, s. 68.

[141]TOSUN, Gülgün. A.g.m., s. 177.

[142]KURTBÖKE, Oktay. **Yazılı Basında Habercilik**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, Mart 1986, s. 45.

ya da birey üzerinde tutum ve kanaat değişikliklerine yol açabildiğini söylemektedir. Tosun;

> " bu mesajlar, bireylerin ya yeni kanaatler edinmelerine ya eski kanaatlerini değiştirmelerine ya da önceki kanaatlerini daha da pekiştirmelerine yol açabilmektedir. Kanaatler üzerindeki bu etkisiyle kitle iletişim araçları, kamuoyunun oluşumu ve şekillenmesi sürecinde iki yönlü bir anahtar rolü oynamaktadır. Toplumda bireyler ve çevre arasında iletişimi sağlayan bu araçlar, bir yandan önemli olgular ve olaylar hakkında kamuyu bilgilendirirken, diğer yandan da bu grupların kamuoyu niteliği taşıyan kanaatlerini yaymaktadırlar. Böylelikle hem kamuoyunun oluşumu, hem de topluma yansıtılması sürecinde etkili olmaktadırlar. Toplumda geniş katılımlı bir tartışma ortamının oluşabilmesi için, söz konusu iki yönlü akışın kesintisiz bir şekilde işlemesi gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarından gazeteler de, yorumları ve diğer araçlara göre daha ayrıntılı bilgi vermeye elverişli olmaları nedeniyle, kamuoyunun oluşumunda önemli etki odaklarından bir tanesidir[143]"demektedir.

3-4- Uluslararası Kamuoyunun Oluşumu

Kamuoyu toplum içinde oluşan bir süreç olduğuna göre, birden fazla toplum üzerinde de oluşma şansına sahip olabilir. Kamuoyunun en büyük ve en güçlü oluşma biçimi olarak Uluslararası boyutu bir diğer deyişle dünyayı kaplayan boyutu düşünülebilir.

Dünya kamuoyu denince akla gelen ya da söylenmek istenen, devletlerin sınırlarını aşan ve çeşitli ülkelerin bireylerini kimi temel konularda birleştiren bir "consensus" dür (oydaşmadır). Kaypakoğlu, kamuoyunun bu boyutuna ilişkin düşüncelerini;

> "Dünyada birbirinden çok farklı yaşantı düzeyleri, farklı 'özgürlük' anlayışları bulunmaktadır. Çağdaş uluslararası politikada savaşları kınayan, onlara karşı olan ve önlenmesini arzulayan görüş

[143]TOSUN, Gülgün. A.g.m., s. 178.

kadar yaygın başka bir görüşün olduğunu söylemek zordur. Dünyanın neresinde olursa olsun, herkes bu konuda aynı biçimde düşünmektedir. Bu yüzden de bu konuda bir dünya kamuoyunun bulunduğu düşünülebilir. Ancak insanlık, sadece felsefi düzeyde, ahlaki bir varsayım olarak savaşa karşıdır yani soyut olarak savaş düşmanıdır. Somut düzeye geçilince yani belirli bir savaş söz konusu olduğunda, insanlar "**ulusal kompartımanlara**" ayrılmakta, bölünmektedir. Türk halkının çoğunluğu belki Vietnam savaşına karşı, fakat Kıbrıs savaşından yana idi. Şu halde halklar keni "ulusal çıkarları" ya da "devlet çıkarları"nı algılamalarına göre ayırım yapmakta, sadece kimi savaşlara karşı olmaktadır ve uluslararası ilişkiler konusundaki dünya kamuoyu, aslında ulusal kurumlarca oluşturulmaktadır[144]" biçiminde ifade etmektedir.

Konuya ilişkin verilebilecek bir örnek Afrika'daki açlık konusudur. Dünya hemen tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinin basın organları bu olaya önem vermişler, haberleri bu yönde değerlendirmişlerdir. Bu haberler ve değerlendirmeler sonucunda hükümetlere yapılan kamuoyu baskısıyla aç Afrika'ya Türkiye dahil her ülkeden yardımlar yağmıştır[145].

Uluslararası kamuoyunun oluşumuna ilişkin olarak bir başka örnek de 1990 yılında Irak'ın Kuveyt'i işgali ile başlayan Körfez Savaşıdır. Bu savaş sırasında Amerikan CNN televizyon kanalı savaş bölgesinden aldığı görüntüleri tüm dünyaya aktarırken bu görüntülerden yalnızca Amerika ile müttefiki olan devletlerin ulusları değil, savaş ile ilgisi olmayan çok uzaklardaki diğer uluslar da fazlasıyla etkilenmiştir. Bu etkilenmenin bir sonucudur ki Birleşmiş Milletler yaptığı toplantılarda ortak bir tavır alarak Irak'ın bu girişimini ambargo yoluyla cezalandırılma yoluna gitmişlerdir. Yine aynı savaşta yine aynı televizyon kanalı uluslararası kamuoyunun Irak'a karşı olan tavrını güçlendirmek için çevreciliğe ilişkin duygulara

[144]KAYPAKOĞLU, Serdar. "Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Uluslararası Entegrasyona Etkileri", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3, İstanbul, Temmuz 1993, s. 93.

[145]HEPER, Doğan. A.g.m., s. 258.

doğrudan seslenmiş, kimi kuşların patlayan ve doğaya yayılan petrol akıntılarındaki ölüm anlarından görüntüler vermiştir. Bu görüntüler dünyadaki tüm çevrecileri bu savaşta taraf olmaya zorlamıştır. Aslında o kuşların dünyanın bir başka köşesinde patlayan ve etrafa saçılan petrol artıklarından öldüğü ve görüntülerin de çok önceki o olaya ait olduğu gerçeği çok sonradan ortaya çıkmışsa da basın bir yalanı dahi kullansa o sırada uluslararası kamuoyunun tüm hassasiyetini o bölgeye çekmeyi başarmış, ortak duygu ve kanaatlerin oluşmasını sağlamıştır.

Jean-Louis Donnadieu, "Dünya'da Enformasyon Özgürlüğü: Bir Demokrasi Göstergesi" adlı makalesinde özellikle 1980'li yıllarda Uluslararası Kamuoyu olgusunun doğduğuna işaret ederek, "uluslararası kamuoyu, başta düşünce ve ifade özgürlüğü olmak üzere insan haklarına artan bir ilgi göstermektedir" demektedir. Donnadieu, basın özgürlüğünün, değerlendirme karmaşık ve nazik olsa da, bir siyasal rejimin özgürlük tanıma derecesini belirlemek için, bir referans ölçütü haline, bir tür demokrasi barometresi (göstergesi) haline geldiğini söylemektedir. [146] Donnadieu'nun bu yaklaşımı uluslararası kamuoyunun oluşmasında basının ne düzeyde etkili bir araç olduğunu, bir ulusa karşı diğer ulusların sahip olduğu yargıların biçimlenmesinde ve bakış açılarında ne düzeyde belirleyici bir rol üstlendiğini de açıkça göstermektedir.

3-5- Ulusal Kamuoyunun Oluşumu

Ulusal kamuoyunun daha çok bir ülkenin genelini ilgilendiren, dış sorunlara ilişkin konularda oluştuğu gözlenmektedir. Kaypakoğlu bu konuya ilişkin olarak yaptığı değerlendirmede de, kamuoyunun dış politikada önemli olduğunu, sistemi ne olursa olsun tüm ülkelerce kabul

[146] DONNADİEU, Jean-Louis. "Dünyada Enformasyon Özgürlüğü: Bir Demokrasi Göstergesi", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon, 1992, s. 201.

edildiğini, bu nedenle de kamuoyunun istenilen yönlerde oluşturulması için, haber alma ve yayma araçlarının çeşitli biçimlerde kullanılması ve denetlenmesi yollarına gidildiğini söylemektedir. "Dış politikanın saptanmasında ya da yürütülmesinde olumlu etkiler daha çok örgütlenmiş gruplar ve kanı önderleri tarafından oluşturulur. Buna karşılık bir yığın olarak halkın dış politikadaki önemi belli bir tutum ve davranış göstermekten çok, tutum ve davranışlarının sınırlarını göstermekte ortaya çıkar" diyen Kaypakoğlu, Türkiye ve Yunanistan örneğini vererek, her iki ülkede de halkın Kıbrıs sorununa geniş bir ilgi gösterdiğini, bu nedenle de bu iki ülkede karar vericilerin yapacakları tercihlerin belli sınırları kolaylıkla aşamayacağını düşüncesini ileri sürmektedir. [147]

Gazeteci Heper ise bu konuya ilişkin görüşlerini, kendi deneyimlerinden yola çıkarak verdiği örneklerle şöyle açıklamaktadır:

> "Kanaat yaratmakta, bir toplumun kanaatini teşekkül ettirmekte bu haberler önemli bir unsur oluyor. Gazete yazı işleri tarafından haberlere verilen değerle, toplumun kanaati de yaratılmış oluyor. Bu kanaatler yönetimi etkilemiş ve kamuoyu dediğimiz şey teşekkül etmişdir ve örneği vardır. 1950 senesinde, Türkiye'de, Kıbrıs ile ilgili bir sorun var denilmiyordu herhalde; hatta günün Dışişleri Bakanı bile o düşüncedeydi. Ancak o günlerin gazeteleri durumu öyle değerlendirmediler; öyle ele aldılar ki, hükümeti etkileyen kanaatler oluştu. İşte o kanaatler, kamuoyu denilen kanaatler, hükümet bünyesini öyle etkiledi ki, en sonunda Türkiye'de basının, yani iletişim araçlarının haber değerlendirmesi sonucu bir kamuoyu yaratıldı. Kıbrıs konusu gündeme geldi ve 1950'den bu yana gelişmeler kaydederek, Kıbrıs Barış Harekatı hatta sonunda Kıbrıs Türk Devleti'nin kurulması sonucuna varıldı. Bu olay basının kamusal görevleri arasında olan kamuoyu yaratma gücüne tarihten verilebilecek iyi bir örnektir. Konu ile ilgili tarihten verilebilecek bir başka örnek de, Bulgaristan'daki Türk azınlığın mağruz kaldığı zulümler olabilir. Önceleri Türkiye yönetiminin,

[147] KAYPAKOĞLU, Serdar. A.g.m., s. 93.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ

> Bulgaristan Türkleri ile ilgili ne bir açıklaması ne de bir girişimi vardı. Bulgaristan Türklerinin sorununu, oradaki azınlığa yapılanları, basın ortaya koydu. Soydaşlarla ilgili haber, fotoğraf ve köşe yazılarına sürekli yer verildi ve sonunda hükümeti etkileyen kanaatleri, yani kamuoyunu oluşturdu; Yönetim, Bulgaristan'daki soruna eğilmek mecburiyetini hissetti. Basın burada kamuoyu oluşturma ve açıklama görevinin yanında, kamusal çıkarlar için halk adına denetim ve eleştiri görevini de yerine getirmiştir"[148].

Basın uluşal kamuoyunun oluşmasını sağlarken, ulus adına hareket eder bir tavırla olayları değerlendirir. Toplumda oluşan duyguların ve kanaatlerin tercümanlığı misyonuyla olayların üzerine giderken, olayları aktarırken, irdelerken aynı zamanda her gönderdiği haber, görüntü ve ses ile de kamuoyunun ortak bir çerçeve içinde şekillenmesini sağlar. Örneğin son yıllarda Türkiye'de sıkça meydana gelen büyük orman yangınlarının doğaya ve dolayısıyla insanlara verdiği zarara, sağlık hizmetlerindeki yetersizliğe, hastanelerdeki kötü koşullara, Aids gibi büyük ve tehlikeli salgın hastalıklara, okullarda uyuşturucu alışkanlığına sahip öğrencilerin artışına ilişkin yapılan haberler hep bu tür ulusal kamuoyunun ortak bir çerçeve içinde oluşmasına yönelik haberlerdir.

Türkiye'ye ilişkin bir diğer örnek'de Güneydoğu'da terör örgütüne yönelik verilen mücadeleye ilişkin haberlerdir. Verilen her çatışma, her şehit, her harekat görüntüsü ulusal kamuoyunun konuya ilişkin kanaatlerini, duygularını daha da keskinleştirmekte ve güçlendirmektedir. Ulusal güvenlik, ulusal bütünlük, devletin varlığı ve birliği, masum insanların ve çocukların öldürülmesi, bölgenin terör nedeniyle geri kalması, terörle mücadeleye ülke bütçesinin ve kaynaklarının büyük oranlarda ayrılması, bu nedenle enflasyonun dizginlenememesi, yeterli ilerlemenin sağlanamaması ve en önemlisi de ulusun genç nüfus

[148]HEPER, Doğan. A.g.m., s. 257.

grubundaki bireylerinin, evlatlarının sürekli bir şekilde şehit olması ve bunun yarattığı derin acı gibi temalar, basının tüm organlarınca sürekli ve etkili bir biçimde kullanılmış ve halen de kullanılmaktadır. Dolayısıyla ulusal anlamda bir kamuoyu oluşmuş ve bu kamuoyu konuya son derece duyarlı, ilgili ve süreklilik arzeder bir hale gelmiştir.

Son bir örnek de yapılan ulusal spor karşılaşmalarından verilebilir. Bu spor karşılaşmalarında örneğin bir futbol kulübünün Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupasında mücadele ediyor olması (biraz da bu tür başarılara ulusun ve onun kurumlarının duyduğu ihtiyaç ve arzu nedeniyle) basın tarafından öyle heyecan verici ve ulusal boyutlarda verilmektedir ki doğal olarak ulusal bir kamuoyu hemen ve bir bütün olarak oluşabilmektedir. Ülke içinde yapılan karşılaşmalarda o kulübü yalnızca taraftarları desteklerken ve karşı takımın taraftarları ile birbirleri ile çatışacak düzeyde karşı karşıya gelirken, aynı kulübün ülke dışındaki bir karşılaşmasında taraftar farkı ortadan kalkmakta ve tam bir bütünlük içinde ulusal heyecan, başarı ve onur ortaya çıkmaktadır.

3-6- Yerel Kamuoyunun Oluşumu

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 lokal 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.

Yerel kamuoyunun iletişim kurumu olan yerel basın, yayın etkinliği içinde bulunduğu kent ya da bölgede yerel kamuoyunun oluşmasında en etkili ve işlevsel kurumlardan biridir. Bir yerel gazete yöneticisi olan İzgi konuya ilişkin düşüncelerini;

> "Yerel basın, televizyonun bilinmediği, radyonun duyulmadığı, ulusal gazetelerin ulaşmadığı bölgelerin bulunduğu günlerde, çevrenin dünyaya açılan penceresidir. Şartların alabildiğine geliştiği günümüzde ise haber ölçüleri açısından fevkalade büyüyen dünya nedeniyle, yagın basının gerektiği şekilde ilgilenemediği çevrenin dili, gözü, kulağıdır. Dar imkansızlıklar içerisinde, sadece ülke sevgisi, gazetecilik heyacanı ile dolu olarak okuyucuya hizmet götüren, İstiklal savaşında sıkılan ilk kurşunda olduğu gibi, kamuoyunun oluşumunda da ilk halka görevini yapan yerel basını, kitle iletişim araçlarının öncüsü kabul etmek abartma sayılmamalıdır[149]" biçiminde açıklamaktadır.

Yerel kamuoyunun oluşumunda de yerel basının tarihsel bir misyona sahip olduğu ve bu anlamda işlevini etkili bir şekilde yerine getirdiği diğer yerel basın kaynaklarınca da belirtilmektedir. Yerel basının da etkisiyle yerel kamuoyu, örneğin kentte yeni istihdam olanakları ve kente yeni gelirler sağlayacak, yan işkollarının oluşmasını yaratacak bir sanayi yatırımı konusunda olabilir. Bunun bir örneği Eskişehir'den verilebilir. Büyük bir holding tarafından gerçekleştirilmesi düşünülen 6 fabrikalık bir yatırımın bu kentte yaklaşık 6 bin küsur istihdam olanağı da yaratacağı, kente büyük

[149]İZGİ, Nizamettin. "Yerel Basın Mensubuna Karşı Tutumlar", **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992, s. 81.

bir para girişinin sağlanabileceği yolunda beliren bir proje, Eskişehir basını tarafından büyük bir destek görmüş, yapılan sürekli yayınlarla kamuoyunun oluşması sağlanarak çeşitli meslek örgütleri ve odaların tabanından gelen baskı ile bu örgüt yönetimleri il valiliğine ve kamuoyuna karşı seslerini yükseltmişlerdir. Konuya ilişkin girişimler valilikçe hızlandırılmış, çeşitli kolaylıklar sağlanmış ve sonuca ulaşılarak yatırımlar gerçekleştirilmiştir. Yerel basının yerel kamuoyunu harekete geçirmesi ya da kentli adına kent için bir takım çalışmaların, yatırımların, uygulamaların, projelerin gerçekleşmesini sağlama yönündeki çaba 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 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.

Basının en temel amacı ve hedefi kamuoyudur. Ancak bu temelin ötesinde başka işlevsel özelliklere ve sorumluluklara da sahiptir, basın.

4- BASININ İŞLEVLERİ

Basın, toplumsal bir iletişim kurumudur ve içinde bulunduğu toplumun en önemli toplumsal dinamiklerinden biridir. İçinde bulunduğu toplumun gelişmesi yönünde de rol oynayabilir, geri kalmasında da. Özellikle demokratik toplumlarda basının son derece önemli olarak kabul edilen ve en çok bilinen kamusal görevleri ya da bir başka deyişle toplumsal işlevleri bulunmaktadır. Bunlar; haber verme, denetim ve eleştiri, kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma -ki bu işlev aynı zamanda kamunun gündemini oluşturma işlevini de kapsar- ile eğitme ve eğlendirme işlevleridir. Bu bölümde basının bu işlevleri her biri kendi başlığı altında ayrıntılı olarak irdelenmeye çalışılacaktır.

Atatürk, basının görev ve işlevlerini, 1 Mart 1922 tarihli meclis söylevinde şöyle anlatmaktadır:

> "Her toplumun kendi düşünce ve fikerleri vardır. Şu ya da bu milletin medeniyet derecesi basına göre değerlendirilir. Şu veya bu millet yöneticilerinin çalışmalarını tarih sayfalarında inceleyecek olan dost veya düşmanların yararlanacağı en önemli kaynak, belirli dönemin toplumsal görüşünün bileşkesini yansıtan basın olacaktır. Bu nedenle her ulus dünyaya toplumsal düşüncesini tanıtmak zorundadır. Aynı zamanda ulusun kendisi de basını ile tanışık olması gerekir. Bu sonuncusunun sağlanmasında ilk araç olarak mevcut basınımız kullanılabilir. Basın milletin ortak sesidir. Basın, ulusun ortak ödev ve amaçlara ulaşma yolunda faaliyetlerini sağlayan ve yöneten ekol, yönetici güç, propaganda ve ajitasyondur. Şüphe yok ki hükümetimiz, önem ve anlamı tüm insanlık tarafından takdir edilen basına gereken önemi verecektir[150]".

Atatürk'ün basının bir ulus için ne düzeyde etkili ve önemli bir kurum olduğunu, bir ulusun dış ülkelerde temsilindeki en önemli kurumun yine basın olduğunu vurgulayarak, konuya ilişkin bakış açısını

[150]YUST, K. A.g.k. s. 178.

tüm açıklığı ile ortaya koymuştur. Atatürk, tüm yaşamı boyunca da basınla sürekli ilgilenmiş, çeşitli gazetelerde yazılar yazmış, gerek gazetelerin gerekse basının işlevsel özelliklerininin daha etkin olması için devlet bütçesinden çeşitli yardımlarda bulunmuştur.

Atatürk'ün yukarıdaki söylevinden yola çıkan, o dönemin Atatürkçü gazetelerinden biri olan Öğüd'ün yazıişleri müdürü Nuri Tahsin, Türk basınının önündeki işlevsel ödevleri şöyle sıralamaktadır:

" 1- Vatan ve millet amaçlarına hizmet;
2- Bölgeyi dünya olaylarından haberdar etmek;
3- Halkı aydınlatmak ve eğitmek;
4- Adaleti korumak;
5- Vatan ve millet için zararlı olan olguları ortaya çıkarmak;
6- Ülkenin ilerlemesi adına bilim ve sanatı yaygınlaştırmayı amaçlamak[151]".

Söz konusu edilen bu işlevsel ödevler bugün de basın için geçerliliğini koruyor görünmektedir. Ulusal olduğu iddiasında olan her basın aracının, yukarıda samimi bir biçimde ifade edilen amaçlar çerçevesinde bir yayıncılık anlayışı içinde olması, bu basın araçlarından beklenen bir tavır olarak düşünülebilir.

Bilimadamları da çeşitli bilimsel disiplinler açısından basının işlevselliğini irdelemişlerdir.

Öke, Lazersfeld ve Merton gibi sosyologların, basının iki önemli toplumsal görevi üzerinde durduklarını söylemektedir. Bunlardan birincisi statü kazandırıcı görev, ikincisi de ahlaki görevdir. Öke'nin adı geçen sosyologlardan yaptığı aktarmaya göre, birinci görevde basın, dikkatini bazı kişisel sorunlar, örgütler ve hareketler üzerinde toplayarak veya onlardan kaçırarak prestij kazandırmakta ve otoriteyi güçlendirmektedir. İkinci

[151] A.g.k., s. 179.

görevde ise toplumsal kuralların güçlendirilmesi için, sapmaları halkın gözleri önüne sermek gibi bir misyon üstlenmiştir. [152]

Öke, Laswell'in bu görevlendirmeyi şöyle tasnif ettiğini söylemektedir:

"Birinci görev, çevrenin gözlemlenmesi; kitle haberleşme araçları böylelikle çevrede bulunan ve topluluğu etkileyen tehlike ve imkanları ortaya koyar. İkinci görev, açıklayıcılık ya da yorumculuk; haber araçlarının, haberleri okuyucu kitlesinin davranışlarını eşgüdecek bir biçimde seçmesi, değerlendirmesi ve yorumlaması. Kimi konuların dikkate sunulurken kimilerinin de dikkatten uzak tutulması. Üçüncü görev, toplumsal mirasın bir kuşaktan öbürüne iletilmesi. Schramm bu görevleri farklı ifade ederek bazı yenilerini eklemiştir. Schramm'a göre basın; a) tehlikeli ve fırsatları haber veren bekçi,

b) önemli toplumsal sorunlar konusunda uzlaşma ve karara varmayı kolaylaştırmak üzere alternatifler sunan danışman,

c) toplumun yeni üyelerine, kurulu kültürü ileten öğretmen,

d) güldüren, dinlendiren, eğlendirici,

e) ticareti hızlandıran ve genişleten işadamıdır[153]"

Öke, Bernard Berelson ve Morris Janowitz'in toplum tarafından basına verilen görevi şöyle tanımladıklarını söylemektedir:

"a) anlamlı bir çerçeve içinde günün olaylarını doğru, tam ve mantıki bir biçimde sunma,

b) kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edildiği bir forum olma,

c) toplum içindeki grupların kanaatlerini ve tavırlarını birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olma,

d) toplumun amaçlarını ve değerlerini sunma ve açıklama yöntemi olma,

e) basının yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımları ile toplumun bütün üyelerine erişebilme[154]".

Prof. Johnstone ve arkadaşlarına göre Amerikan toplumunun basına verdiği görev ya da ona biçtiği kimliği ise Öke, şöyle aktarmaktadır:

[152]ÖKE, M. Kemal. A.g.k., s. 158-159.
[153]A.g.k., s. 159.
[154]A.g.k., s. 160.

"a) Gazeteci toplumdaki örgütlü ya da örgütsüz, eğitimli ya da eğitimsiz çeşitli meslek gruplarından ve toplum katmanlarından doğal liderleri belirleyen, onları ön plana çıkaran, kamuoyuna tanıtan ve bu liderlerin kişiliği ile düşüncesi ile kendilerini topluma daha yakından tanıtmasına imkan verendir.

b) Gazeteci, toplumdaki güç odaklarını ortaya çıkaran ve onları topluma tanıtan kişidir.

c) Gerektiğinde toplumun moral bekçiliğini yapan kişidir.

d) Gazeteci, toplumsal gelişmelerin barometresidir. Muhtemel toplumsal olayları koklayan, onları önceden haber veren bir barometredir.

e) Gazeteci dış politikada baskı unsurudur.

f) Gazeteci bir sosyal dedektiftir. Usulsüzlükleri, yolsuzlukları toplum adına izleyen, açıklayan, kanıtlarını toplayan, adalet ekanizmalarının harekete geçmesini sağlayan, haksızlıkları ifşa eden bir dedektifdir.

g) Gazeteci ulusun ve toplumun inşacısıdır. Toplumun hem konomik, hem kültürel, hem siyasal platformda daha yeni, daha ileri, daha çağdaş kurumlara sahip olabilmesini sağlamak için uğraşan, mücadele eden, olması gerekeni sergileyen, mevcutla yetinmeyen yenilikçi ve inşacıdır[155]".

Görüldüğü gibi içinde bulunulan şu dönemde belirgin bir biçimde, kitle iletişim araçlarının gücü ve etkisi yadsınamayacak boyutlara ulaşmıştır. Özellikle yazılı basın, gerek ulusal gerekse yerel ortamlarda hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Gücünü ve etkinliğini hedef kitlesi olan okuyucularından alan yazılı basın, yerine getirdiği haber verme, bilgi iletme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitme, kültürün gelişmesine ve yayılmasına katkı sağlama, eğlendirme, bütünleştirme gibi bir dizi alt işlev olarak kabul edebileceğimiz işlevleriyle, günümüz çağdaş toplumlarının vazgeçilmez bir iletişim ve toplumsallaşma aracı durumuna gelmişlerdir. [156]

[155] A.g.k., s. 161.

[156] Emel SEVSAY. "Modernleşme ve Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları", Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, **Marmara İletişim Dergisi**, Yayın No: 2, İstanbul, 1993, s. 150.

Tüm bu aktarılan görüşlerde de olduğu gibi basın bir toplumsal bir iletişim kurumu olarak, toplumun günlük hayatının bir parçası, toplumsal yaşamın düzenleyicisi ve yönlendiricisi, hükümetlerin de resmi olmayan danışmanlık kurumudur demek mümkündür. Sosyologların ve iletişimcilerin ortaya koyduğu gerçeklerde basının, haber toplama, değerlendirme ve yayma, yorum yapma, denetim ve eleştiri işlevini yerine getirme gibi görevlerinin çok daha ötesinde sorumluluklara ve görevlere sahip olduğu görülmektedir. Türk basınının bu sorumluluk ve görevleri yerine getirip getiremediği ise ciddi bir tartışma konusudur ve bu konu pek çok akademik ve mesleki toplantılarda tartışılmaktadır. Yine de Türk toplumunda basının ya da mesleği icra eden kişinin adı ile tanınan gazeteciliğin pek parlak bir görüntü çizmediği düşünülmektedir. Gazeteci-yazar Hasan Cemal, "basının toplumun güven duymadığı mesleklerin başında geldiği konusunda gerçeklik payı vardır. Basına genel olarak bir güvensizlik sözkonusu. Gazetecilere çok fazla sempatik ve sevimli gözle bakılmadığı bir gerçek" demektedir. [157] Bu açıdan ele alındığında Türkiye gibi özgürlükçü demokrasiyi yönetim biçimi olarak seçmiş ve bu konuda pekçok ülkeye göre oldukça deneyim kazanmış bir ülkede, basınının da demokrasinin bir kurumu olarak çok daha etkin ve güvenilir bir yapıya sahip olması gerekirdi düşüncesi bu tür toplantılarda öne çıkabilmektedir.

Toplumsal bir kurum olarak daha önce belirtilen ve son derece önemli işlevlerle donanmış basının, özellikle özgürlükçü sistemler için ne anlama geldiğinin de bu çerçevede tartışılması gerekmektedir. Çünkü, basının kamusal görevlerini ya da işlevlerini tam anlamıyla yerine getirebilmesi için içinde bulunduğu ülkenin siyasal yapısının ve var olan iletişim ortamının, basına uygun ortamı sağlaması gerekmektedir.

[157]CEMAL, Hasan. "Basın Özgürlüğü ve Basının Sorumluluğu" **Türkiye Gazeteciler Sendikası**, Basın Paneli, İstanbul, 1983. s. 7'den aktaran M. Kemal Öke. s. 161.

Bu konuda İçel, devletin basın faaliyetine ne derecede az katılırsa basının kamusal görevlerinin o derecede önem kazandığını, basın ilişkin yatırım yapacakların toplum içinde serbestçe doğdukları takdirde, bu kamusal görevlerin gerçek değerini bulacağını söylemektedir.

Kamusal görevlerin tam anlamı ile ve gerçeğe uygun olarak yerine getirilebilmesi için, basının devletin her türlü baskısından uzak kalması gerektiğini vurgulayan İçel, basın faaliyeti kamusal bir görevdir diye, devletin kendi politik çıkarlarına uygun biçimde basına görevler yüklemesine izin de verilemeyeceğini belirtmektedir.

İçel'e göre; özgür, devlet gücü tarafından güdülmeyen ve sansüre tabi olmayan bir basın özgürlükçü devletin temel bir öğesidir; özellikle düzenli biçimde yayımlanan politik basın, modern demokrasi için zorunludur. [158]

İçel bunlarla birlikte; "özgürlükçü demokratik sistemde seçimin temel unsur niteliğinde bulunduğu kabul edilmektedir, ancak sadece seçimden ibaret olmadığı da bir gerçektir" demektedir. İçel'e göre, seçim sandığı bütün sorunların çözümüdür görüşü, modern demokratik rejimler yönünden yeterli bir görüş değildir. Hatta sadece bu görüşe bağlanıldığı takdirde zararlı sonuçlar doğurabilecek bir görüş niteliğindedir.

İçel, "çağdaş özgürlükçü demokrasilerde demokratik devlet düşüncesinin tüm önemli toplumsal ve siyasal güçlerin katkısıyla gerçekleşebileceği ve seçimlerden sonra da bu kamusal görevin devam etmesi gerektiği kabul edilmektedir" diyerek, buna bağlı olarak basının üstlendiği işlevselliğe ilişkin olarak da;

---

[158]İÇEL, Kayıhan. **Kitle Haberleşme Hukuku**, İkinci Basım, İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, Yayın No: 1, İstanbul, 1985, s. 80.

"...günümüzün özgürlükçü demokrasilerinde siyasal iktidarı elinde bulunduranların, toplumsal ve siyasal güçler tarafından sürekli olarak denetlenmesi ile sağlıklı bir demokratik düzenin gerçekleşebileceğine inanılmaktadır. İşte demokratik hukuk devletinde basının da bu tür bir fonksiyonu olduğu görüşü benimsenmekte ve bu fonksiyonun yerine getirilmesinin basın için bir hak olduğu kadar aynı zamanda bir görev olduğu da ileri sürülmektedir. Artık bugünün özgürlükçü demokrasilerinde tüm önemli toplumsal güçlerin, siyasal iradenin oluşmasında katkıları olduğu ve bu katkının kamusal görev niteliğine sahip olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenledir ki, basın faaliyeti kamusal nitelikte bir görev olduğu halde, resmi bir devlet görevi değildir. Özgürlükçü demokrasilerin anayasaları, siyasal partilerin demokratik düzenin vazgeçilmez unsurları olduğunu öngörmüşlerdir. Böylece, siyasal partiler özgür ve bağımsız kuruluşlar oldukları halde, anayasal yapının bir parçası olarak kamusal faaliyette bulunmaktadırlar. İşte özel ekonomik temele dayalı olan özgür basın da haber verme, denetleme ve kamuoyunu oluşturma fonksiyonlarını yürütürken siyasal partiler gibi, kamusal bir görev yapmaktadır. Siyasal partilerin özgür ve bağımsız nitelikleri nasıl uğraşılarının kamusal niteliğini engellemiyorsa, basının özgür ve bağımsız olması da gördüğü fonksiyonun kamusal nitelikte kabul edilmesine engel değildir[159]" biçiminde bir açıklama getirmektedir.

İçel, basının dördüncü güç olmasının nedenine ve kamusal görevleri açısından diğer toplumsal denetleme kurumlarından ayrılan yönlerine ilişkin olarak da;

"Çağdaş özgürlükçü demokrasilerde iktidardaki çoğunluk partisi veya koalisyon partileri yürütme gücünü ellerinde tuttukları gibi, parlamentoda çoğunluğa sahip olmaları nedeniyle yasama gücüne de egemen durumdadırlar. Hatta bu derecede olmasa dahi, iktidar partisinin yargılama faaliyetine de etki yapabileceği gözlenebilmektedir bazı zamanlar. İşte bu durum, çağdaş demokratik düzenlerde diğer üç kuvvetten, üç güçten, üç erkten bağımsız dördüncü bir erke ihtiyaç

[159]İÇEL, Kayıhan. "Devletle Basın Arasındaki Karşılıklı İlişkiler", **Basın ve Basının Karşılaştığı Hukuki Sorunlar**, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, Yayın No: 3, 1983 Yılı I. Seminer Tutanakları, İstanbul, 1984, s. 50-54.

duyulmasını sonuçlamıştır. Kontrol erki ya da denetleme erki adı verilen bu gücün görevinin devlet mekanizmasının işleyişini denetleme ve eleştiri yoluyla sapmaları önleme olduğu kabul edilmektedir. Muhalefetteki siyasal partiler, sendikalar, diğer meslek ve çıkar birlikleri ve batıda Hristiyan ülkelerinde kilise öngürülen denetleme kurumlarındandır. Ancak bu kurumlar içinde sahip bulunduğu bağımsızlık ve prestij özellikleri ile devlet mekanizmasını en iyi ve etkin biçimde denetleyebilecek güç, basındır. Bu nedenle basının yasama, yürütme ve yargılama erkleri karşısında onlardan bağımsız bir kontrolcu olarak, bir denetleyici olarak dördüncü erki oluşturduğu, bugün genellikle kabul edilmektedir. Yalnız ülkedeki her güç gibi, her örgüt gibi, her kuruluş gibi ve her vatandaş gibi basın da o devletin kanunlarına, o devletin hukuklarına bağımlı olmak zorundadır. Buradaki bağımsızlık devlet içinde devlet anlamına gelen bir bağımsızlık değildir[160]" demektedir.

Eren ise, demokratik toplumlarda basının en önemli görevinin, genel menfaati ilgilendiren olay ve konularda açıklamalar yapmak, haber ve bilgi vermek, eleştiri ve değer yargıları sunmak suretiyle kamuoyunu oluşturmak ve toplumu aydınlatmak olduğunu belirtmektedir. Eren'e göre, gerçekten de basının görevi, okuyucuya, toplumu ilgilendiren olayları bildirmek, onu, her türlü siyasi, ekonomik, bilimsel, edebi ve sanat olayları hakkında yönlendirmek, kamu yararıyla ilgili sorunlarda fikir alış verişini başlatmak, toplumu meşgul eden meselelerde pratik çözümlerin bulunmasına çalışmak, devlet yönetimi ve özellikle kamu parasının harcanması konusunda bilgi istemek, devlet işlerindeki her türlü suistimalleri bulmak, meydana çıkartmaktır. [161]

Aziz, basının işlevlerine ilişkin düşüncelerini basın kurumunun tanımından hareketle açıklamaktadır: "Basın, insanların öğrenmek ve bilmek haklarını gerçekleştiren, bu konudaki gereksinimlerini karşılayan

[160] A.g.m., s. 51.

[161] EREN, Fikret. "Basında Hukuki Sorumluluk", **Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**, Ankara Üniversitesi BYYO, Ankara, 26-27 Mayıs 1986, s. 36.

araçlar bütünüdür ve kişilerin öğrenme ve bilme hakları, ancak olayların kendilerine duyurulması ile gerçekleşebilir." Aziz, bu duyuru olanağını geniş ve etkin biçimde sağlayan araçlardan birinin de basın olduğunu vurgularken, "öğrenme ve bilme hakkı, yalnızca olayların ne olduğunun belirtilmesi ya da duyurulması ile gerçekleşmiş olmaz. Ayrıca olaylarla ilgili görüşlerin açıklanması, yorum, inceleme ve eleştirilerin yapılması da, o toplumda yaşayan kişilerin öğrenme ve bilme haklarının gerçekleştirilmesi yönünde zorunlu öğelerdir" demektedir. [162]

Yüksel ve Demiray, üçbuçuk yüzyılı aşkın süredir toplum yaşantısı içinde yeri olan basının, okuru ve izleyeni ile kendi yaşamı ve seyri arasında bir bağ kurarak, karşılıklı etkileşim içerisine girdiğini; böylelikle karşılıklı yaşam değerlerine etkide bulunma sürecinin de başladığına değinerek, toplumsal yapı içindeki konumuyla basını;

> "...basın, toplum yaşantısında habercilikten eğlenceye, kültürel değerleri etkilemeden eğitime kadar uzanan yelpaze içerisinde, birçok işlevi yerine getiren toplumsal bir kurum durumundadır; daha da öte, demokratik yapılı toplumlarda dördüncü kuvvet olarak kabul edilmektedir. Basının demokratik toplumlarda dördüncü kuvvet olarak anılmayı hakketmesinde kuşkusuz yazı ve baskıda ki değişebilir bilgilerin depolanması, aktarılması ve basılı malzemelerin dağıtımını kolaylaştıran gelişmelerin payı oldukça önemlidir. Bilgi, haber, belge, olay ve yorumun kamuoyuna kısa bir sürede, saklanabilir ve tekrarlanabilir nitelikte, derinlemesine veya yüzeysel olarak iletilmesi, basının toplumsal yapılanma içindeki yerini ve önemini giderek arttırmış ve bugün demokratik toplumlarda dördüncü kuvvet olarak konumlandırılmıştır[163]" biçiminde ifade etmektedirler.

Yazılı basının, özellikle de gazetelerin insanlar arası doğrudan gerçekleşemeyen iletişim aracı olduğunu söyleyen Baraz'a göre; "cemaat

[162]AZİZ, Aysel. A.g.k., s. 50.
[163]YÜKSEL, A. Haluk. Uğur Demiray. A.g.k. s. 24.

yaşamından cemiyet yaşamına geçen toplumlarda artan ve çeşitlenen nüfus, genişleyen ve dışa açılan mekan, bireyler arasında sınırlanan ve daralan ilişkiler, olup bitenden haberdar olmada basına önemli görevler yükler. Bu anlamda gazetelerin işlevi duyurmak, yaymak, öğretmek ve kamuoyu oluşturmaktır[164]".

Bardakçı da, insanların haber alma, okuma, öğrenme ihtiyaçlarını tatmin eden ve bu arada onların siyasal, sosyal, ekonomik inançlarına katkıda ve etkide bulunan bir kurum olarak tanımlanan basının vazgeçilmezliğinin, bazı kamusal görevler üstlenmesinden ileri geldiği görüşünde diğer bilim adamları ile birleşmektedir. [165]

Parlamenter demokrasilerin siyasal ve toplumsal örgüsü içinde vazgeçilmez ve son derece önemli bir yapıtaşı olan basın, artık devlet çarklarını döndüren iktidar- yasama- yargı kuvvetleri yanında dördüncü kuvvet biçiminde nitelenir olmuştur. Basının böylesi bir sorumluluğu üstlenmesi ile kuşkusuz yükümlü olduğu kamusal görevler de daha ön plana çıkmakta ve önem kazanmaktadır.

Gevgilili, basının, haber verme ve kamuoyu oluşturma gibi geleneksel işlevlerinin yanı sıra Türkiye gibi hızlı gelişen toplumlarda tarihsel bir görev daha yüklendiğini, bunun da sosyal yapının değişimine katılma işlevi olduğunu söylemektedir. Gevgilili, Toplumbilimci Max F. Millikan'ın da dediği gibi, modernleşme ve kalkınma yolunda topluma yeni değer yargıları getirme görevinin önemli ölçüde yığınsal iletişim araçlarına düştüğünü ileri sürmektedir. Yine Gevgilili'ye göre, böylece hem daha dinamik bir kalkınma için gerekli kültürel ortam yaratılmış, hem de geniş halk yığınlarının bu ortama katılması gerçekleştirilmiş olacaktır. Basın'a yeni kültürün yaratılmasında düşen görev bu nedenlerle sanıldığından da büyüktür.[166]

---

[164]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1989, s. 125.
[165]BARDAKÇI, İlhan. A.g.k., s. 15.
[166]GEVGİLİLİ, Ali. A.g.m., s. 129.

Oskay'dan yaptığı aktarmada Gevgilili; geri toplumların kuruluş ve yenileşme dönemlerinde yığınsal iletişimin gerçekleştirebileceği işlevleri, teorik ve pratik olarak;

1. Ulusal gelişimin doğrultusu ve hızı hakkında kamuoyuna bilgi vermek; bu görevi yerine getirirken kamu görevlilerini ve yöneticileri halk adına denetlemek. Halkı yenileşme ve gelişme alanlarındaki işler için özendirmek.
2. Halka ekonomik ve siyasal karar alma ve eyleme geçme süreçlerine katılma olanağı hazırlamak. İki yanlı bir iletişim sürecine girerek halktan yöneticilere ve yöneticilerden de halka bildiri akışını gerçekleştirerek, toplumsal benzeşim, işbirliği ve görüş birliğini sağlamak.
3. Halka yeni bir sosyal yapıda, topluma yük olmaksızın etken biçimde yer almasına fırsat verecek yeni becerileri öğretmek [167] biçiminde sıralamaktadır.

Gevgilili bu çalışmasında yine konu ile ilgili düşüncelerini;

> "Belirli toplumsal grupların ya da sınıfların elde ettikleri davranış kalıplarından doğan günlük yaşantıda, basın, bu işlevleri yine ancak belirli koşullar altında gerçekleştirebilir. Bütün hızlı gelişen toplumlar, yığınsal iletişim araçlarını kalkınmanın dinamosu gibi kullanabilmiş olan toplumlardır. Geri toplumlarda halktan kopuk aydın ile aydından umutsuz halk arasında rastlanan klasik çelişme ancak böyle bir dinamik karşılıklı katılma süreci içinde yok edilebilir[168]" diyerek dile getirmektedir.

Basının toplumsal yaşantıda bu denli etkisi ve önemi olan kamusal görevlerinden, bu çalışmanın amacına uygun olarak ele alınmış olanları ise; **haber verme, denetim ve eleştiri, kamuoyunu açıklama ve oluşturma, eğitme ve eğlendirme** görevleridir.

---

[167]OSKAY, Ünsal. **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1969, s. 14'den aktaran: Ali Gevgilili, a.g.m., s. 129.

[168]GEVGİLİLİ, Ali. A.g.m., s. 130.

Demokratik bir toplumun başarılı işleyişi, bireyin içinde yaşadığı toplum ve dünya hakkında aydınlık, doğru ve elden geldiğince nesnel bir görüşe sahip olmasını gerekli kılmaktadır. Bireyin, aile kurumu, kültürel ve sosyal çevre dışında yaşadığı toplum ve dünya hakkında da nesnel görüşlere sahip olabilmesi, bu kurumların dışında kitle iletişim araçlarına ve onlardan gelen iletilere de bağlıdır. Çalışmada ele alınan kitle iletişim araçlarından biri olan yazılı basın, kişi ve hizmet verdiği toplumun duygu ve düşünce dünyasında yapacağı etkilerle toplumsal ilişkinin biçimlenmesinde ve uygar düşünce sisteminin gelişip kökleşmesinde de toplumun diğer önemli kurumları gibi sorumluluk taşımaktadır.

4-1- Haber Verme İşlevi

Basının kamusal görevlerinin başında, temel işlevi olan **"haber verme"** görevi gelmektedir. Basın için bir hak da olan bu görev, kamu yararı taşıyan bir olayı topluma haber verme, bildirme hakkıdır.

Eren'e göre, haber verme hakkına olayları açıklama hakkı da denilmektedir. Basın haber verme hakkını kullanırken, olayı topluma açıklarken, hiç bir değerlendirme ve eleştiri yapmaz, olayı, somut ve gerçek oluşuyla verir. Haberde **"somut gerçeklik=doğruluk ilkesi"** geçerlidir ve bu tür basın açıklamalarında olay hakkında okuyucuya hiç bir değer yargısı ve tenkit sunulmaz. Daha genel deyimiyle habere yorum katılmaz, haberde taraf olunamaz ve okuyucu kendi yargıları ile başbaşa bırakılır. [169]

Berksoy, haber verme işlevi'nin önemine değinerek, bu önemin nedenlerine dikkat çekmeye çalışmıştır. Berksoy, kamusal ilişkiler üzerine hüküm verilirken değerlendirilen unsurun genellikle haberler olduğunu söyleyerek, gazetecilik yapan araçların 'haber verme işlevi'ni, gazetecilik

[169]EREN, Fikret. A.g.m., s. 37.

ahlakı ve gazetecilik sorumluluğuyla çok yakından ilişkilendirmiştir. Berksoy bu ilişkilendirmeyi;

> "...bazı haberlerin tam olarak yansıtılmaması veya hatalı ya da kasıtlı olarak yanlış yansıtılması sözünü ettiğimiz bu kamusal ilişkiler üzerine hükümlerimizi saptırabilir. İşte bu, doğrudan gazete okuru dışında, topluma yansıyan bir dış maliyettir, sosyal maliyettir. Özgür ve özerk olduğu savıyla hareket eden gazete, aslında ekonomik ve sosyal belli değer yargılarının temsilcisidir. Doğal olarak bu değer yargıları haberlere de yansıyacaktır. Sonuçta toplum bazı dışsallıklarla karşı karşıya kalabilecektir. Gazete haber verme işlevini sorumluluk duygusuyla yerine getirdiğinde hiç kuşkusuz bundan doğrudan yararlanan birey dışında toplum da bir dış fayda, sosyal fayda elde edecektir. Ama tersine kamuyu yanıltıcı nitelikte verilen haberler ya da niteliksiz haberler örneğin dedikodu haberciliği hem toplumsal hem de zihinsel gelişmeyi geciktirerek önemli bir sosyal maliyet oluşturacaktır[170]" biçiminde dile getirmiştir.

İçel, Özgürlükçü hukuk devletinin gücünü vatandaşların özgür iradesinden aldığını, ülke içinde ve dışında meydana gelen olaylardan sağlıklı bir biçimde haberdar edilen seçmenin seçimini de sağlıklı yapacağını söylemektedir. İçel'e göre, olaylardan yanlı, yetersiz veya yanlış şekilde haberdar edilen bireyin sağlıklı karar vermesi ve düşünce üretmesinin beklenmesi de yanlıştır ve yanlış haberdar olan bireyin, kullanacağı oy üzerinde de bu durum etkili olacaktır. [171] İçel'in de belittiği gibi yetersiz, yanlı ve doğru bilgilendirmeyen bireylerden oluşan topluluklar, daha ileri aşamalarda zararlı, onarılması güç zararların oluşmasına neden olabilmektedir. 1950'li yıllardaki Ünlü 6-7 Eylül olayları ile yakın geçmişteki Bosna-Hersek olayları sonucu İstanbul'da Taksim meydanında meydana gelen olaylar böylesi yanlış yönlendirilmenin en çarpıcı örnekleridir.

---

[170]BERKSOY, Turgay. "Sosyal Fayda ve Maliyetleri Yönünden Basın Sektörü ve Promosyonların Değerlendirilmesi", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3 İstanbul, Temmuz 1993, s. 218.

[171]İÇEL, Kayıhan. "Günümüzde Basının Kamusal Görevleri". **Gazeteciler Cemiyeti Yayınları**, İstanbul, Mart 1986, s. 18.

Toplumsal bir hareket veya toplumsal bir ortak düşünce, ancak bazı olayların, bazı durumların bilinmesi ile oluşabilir. Bu durumda, toplumsal bir hareketin oluşabilmesi için bilgi ve haber akışının da, toplumda sağlıklı ve düzenli olması gerekliliği ortaya çıkmaktadır[172].

Giritli de, basının doğru haber ve bilgiyi kapsayacak şekilde haber iletme ve bunları yorumlama işlevinin, toplumda kamuoyunun oluşumunu bir diğer deyişle toplumsal hareket veya toplumsal düşüncenin şekillenmesi üzerindeki etkilerini arttırdığını belirtmektedir. Giritli, basının bu işleviyle, kamuoyunun, ilgilendiği bir konu hakkında daha ayrıntılı bilgi sahibi olmasını sağladığını, alınan haber ve bilgilerle yorum yapabilecek ve fikir beyan edebilecek duruma gelmesinde kamuoyuna yardımcı olduğunu söylemektedir. [173]

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de, kitle iletişim araçları içinde en uzun geçmişe ve böylelikle de en geniş deneyime sahip olan gazetelerin temel görevi, en iyi, en çarpıcı, en geniş, en yeni ve etkili haberleri, en doğru biçimiyle okuyucularına sunmaktır. Gazeteciliğin en temel toplumsal işlevi de haber vermektir. Okuyucuya bir anlamda topluma sunulan haberde, var olan gerçek ile haberin içeriği arasındaki ilişki birbirini tamamlayıcı, tam ve doğru olarak kurulmalıdır. Okuyucuya dolayısıyla topluma yanlış, taraflı ya da eksik haber sunularak olduğundan ve gerçeklerden farklı yönlendirilmelerinin önüne geçilmelidir. Gerek gazetelerde gerekse televizyon ve radyo gibi günlük ve hızlı haber akışı sağlayan diğer kitle iletişim araçlarında, olaylara ilişkin haberler ve yorumlar birbirinden ayrılmış olarak ve aynı zamanda farklı bakış açıları ile sunulursa, gerçek toplumsal işlev yerine getirilmiş olacaktır.

---

[172]SAUVY, Alfred. **Kamuoyu**, (Çeviren: Süheyl Gürbaşkan), İstanbul Reklam Yayınları, No: 38, İstanbul, 1974, s. 2.

[173]GİRİTLİ, İsmet. **Çağımızda Haberleşme**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, Mart 1986, s. 16.

İletişim araçları, sahip oldukları güç ve üzerlerinde taşıdıkları toplumsal görev nedeniyle, kitlesel iletişim sürecinde haberlerin toplanması ve bunların kitlelere ulaşmasını sağlamaktadırlar. Bu nedenle, bir yandan insanın yaşadığı her yerde, kentlerde, ülkelerde meydana gelen olaylarla ilgili olarak toplumu haberdar ederken, diğer yandan da bireyin ve toplumun bilgilenmesini, kültürlenmesini bir başka deyişle ve genel anlamıyla eğitimini sağlar.

4-2- Denetim ve Eleştiri İşlevi

İçel, devletle basın arasındaki ilişkilere ilişkin yaptığı bir değerlendirmede, otoriter devlet sistemlerinde rejimin, vatandaşlardaki sürü içgüdüsüne dayandırıldığını, bunun sonucu olarak da bu tür rejimlerin görevlilerinin, vatandaşların davranışlarını her zaman kuşkuyla izleyerek, rejim paralelindeki sürü içgüdüsünden sapan davranışları ayıkladığını söyler. Özellikle Komünizim rejimi ile yönetilen ülkelerde bunun açıkca saptanabildiğini, buna karşılık, demokratik rejimlerin güvencesinin ise vatandaşların eleştirisel katkıları olduğunu belirten İçel, vatandaşın sözcüsünün ise basın olduğuna işaret eder. "Bu nedenle özgürlükçü demokrasilerde basının en önemli kamusal görevi, tüm kamusal yaşantının kontrolu, tüm toplumsal yaşantının kritiğidir" diyen İçel, basının bu kamusal görevine;

> "...en iyi yönetimlerde daha kötü davranışların kendisini göstermesi, insan tabiatının bir sonucudur. Etkili bir kontrol sistemiyle bu tür sapmaların önlenmesi ve böylece rejimin güvence altına alınması imkanı vardır. Etkili bir kontrol ise, kamusal hayatın birbirlerinden bağımsız kurumları tarafından karşılıklı olarak yapıldığı takdirde gerçekleşebilir. Özgürlükçü demokrasilerde hükümetin parlamento, yürütmenin de yargı erki tarafından denetlenmesinin nedeni budur. Fakat bütün bu kurumlar aynı devlet gücünün değişik görünüş

biçimleridir. İktidardaki siyasal partilerin bu kurumların üzerindeki değişik derecedeki etkileri sözü geçen denetim mekanizmasının belirli sınırlar içinde kalmasını sağlamıştır. Bunun için modern hukuk devletinde en önemli ve etkin denetim organının bağımsız ve özgür basın olduğu kabul edilmektedir. Basının denetime ve eleştiriye gücü yeten bir araç olması, sadece kamusal yaşantıdaki davranışları etkili biçimde sergileyebilme özelliğinden doğmamaktadır. Aynı zamanda sahip olduğu uzmanlar aracılığıyla devlet mekanizması üstünde ve ekonomik hayat alanında adeta bilirkişilik faaliyeti yapabilme niteliğinden de ileri gelmektedir. Basın denetim görevini kişi ve makam farkı gözetmeksizin yapmalıdır. Bu bakımdan modern hukuk devletinde basının tüm devlet yönetimini, devlet parasının harcanmasını ve hatta yargı erkinin yürütülmesini denetleyebileceği öngörülmektedir[174]" diyerek açıklık getirmektedir.

Öztürk de siyasi rejim olarak özgürlükçü-çoğulcu demokrasiyi benimseyen ülkelerde basının, kamuoyu adına siyasi iktidarın kullanılışını denetleme ve eleştirme gibi önemli bir fonksiyona sahip olduğunu, demokrasilerde basını dördüncü kuvvet yapan bu önemli kamusal görevin, siyasal iktidarı kullananlarla basını sık sık karşı karşıya getirdiğini söylemektedir. [175]

Demokrasinin bir gereği olarak siyasi iktidarın icraatlarını araştırıp, inceleyip, eleştiriler getirerek kamuoyunu bilgilendirmek ve aydınlatmak gibi toplumsal bir görev ile donanmış durumda olan basın, elbette ne yargısız infaza yönelmeli ne de iktidarı elinde tutanlara hoş görünmeye çabalamalıdır. Zira, Yüksel ve Demiray'ın da vurguladığı gibi, özgürlükçü demokrasilerde basın, bütün toplum yaşantısının işleyişi, denetimi ve eleştirisi ile, alternatif yorum ve değerlendirmeler yapma yolunda bir yol gösterici olarak değerlendirilmektedir. Ulusal gelişimin doğrultusu ve hızı

[174]İÇEL, Kayıhan. 1983, a.g.m., s. 51-52.

[175]ÖZTÜRK, Ahmet. "Türkiye'nin Demokratikleşme Sürecinde Yaşadığı Basın Özgürlüğü Sorunu", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 4, İstanbul, Ekim 1993, s. 115-116.

hakkında kamuoyuna bilgi vermek; bu görevi yerine getirirken kamu görevlilerini ve yöneticilerini halk adına denetlemek, basının topluma karşı yerine getirmesi gereken misyonlar olarak değerlendirilmektedir[176].

Basın, elbette politikacıların, hükümet olma gücünü, iktidarı, devleti yönetenleri ve tüm bunların uygulamalarını izleyecek, bir anlamda denetleyecek ve izlenimlerini, saptamalarını sorumlu olduğu topluma aktaracaktır. Bununla da kalmayacak toplumun taleplerini, isteklerini, eğilimlerini de yönetenlere yansıtacaktır. Toplumsal bir güce sahip olan basına bu güç yine toplum tarafından verilmektedir. Kendisine yüklenen sosyal misyon gereği, elbette kamunun çıkarlarını korumak, savunmak zorundadır ve bu nedenle de denetim ve eleştiri işlevini eksiksiz olarak yerine getirmek durumundadır.

Atılgan, basının denetim ve eleştiri görevini yaparken kamusal yaşamdaki hataları ortaya sermenin yanısıra, devlet mekanizması üzerinde adeta bilirkişilik gibi bir misyonu yüklendiğini söylemektedir. Atılgan'a göre, düşünceyi hür olarak yazıp basabilme hakkına sahip olan basın, sistem ile halk arasında kurduğu bu köprüde, kimi zaman halkı dürterek (kamuoyu oluşturarak), kimi zaman da sistemi ve yönetenleri uyararak birtakım düzenlemelere gidilmesini sağlayabilmektedir. Atılgan, "basın, halkın yönetime getirerek yetki verdiklerini, yine halk adına denetleme ve eleştirme yetkisine sahip bir mekanizma olarak değerlendirmelidir[177]" demektedir. Sonuç olarak; demokratik yaşam içinde basın, her zaman yönetilenlerin yanında yer almak durumundadır. Çünkü basının varlık nedenini yönetilenler teşkil etmektedir. Daha geniş anlamda, yönetilenlerin çıkarlarının ve haklarının koruyucusu olmak zorundadır[178].

---

[176]YÜKSEL, A Haluk. Uğur Demiray. A.g.k., s. 54.

[177]ATILGAN, Semra. "Demokratikleşmede Yerel Basının İşlevi", **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992, s. 141-148.

[178]SAYILGAN, Şevket. "Ekonomi Politikalarının Başarısında Basının Rolü", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 4, İstanbul, Ekim 1993, s. 136.

Öte yandan Eren ise, basının bu kamusal görevine ilişkin olarak; denetim ve eleştirme işlevinin, basının belirli bir olay, konu veya durum hakkında görüş bildirmesini, değer yargısını açıklamasını ifade ettiğini, burada bir olay hakkında, basının bir değerlendirmesi, bir eleştirisi olduğunu söylemektedir. Eren, hem olayın açıklanması (haber verme) hem de eleştiri yapılmasının, gerçek olgu ve olaylara dayanması gerektiğini, verilen haberin, yapılan eleştirinin gerçekleri yansıtmıyorsa, hukuka aykırılığın gerçekleşmiş olacağını hatırlatmaktadır. [179]

Bu arada basının aynı zamanda bir muhalif görevi gördüğünü; bunun iktidara ya da yönetime karşı bir muhalefet değil, halkın çıkarlarını gözetmek adına muhalefete de muhalif olabilmeyi bilen bir kurum olduğunu hatırlatmakta yarar görülmektedir.

Basının böylesi bir sorumluluğu üstlenmesi ile kuşkusuz yükümlü olduğu kamusal görevler de, daha ön plana çıkmakta ve önem kazanmaktadır.

4-3- Kamuoyunu Aydınlatma ve Oluşturma İşlevi

Mevcut siyasal fikirlerin devamlı bir kamuoyu oluşturması gerektiğinden, bu amacın gerçekleştirilmesi için de kitle iletişim araçları bu yönde kullanılmaktadır[180]. Kamuoyunda gerçek kanaatlerin oluşabilmesi için doğrudan kamuya seslenen, kitlesel düzeyde yayın yapabilen ve kurumsal sorumluluğa sahip araçların olması gerekmektedir. İşte bu bağlamda da basının kamuoyunun açıklanması ve oluşumu sürecinde en etkili araç olduğu ve kanaat oluşturma sürecindeki haber verici, dikkat

[179]EREN, Fikret. A.g.m. s. 37.
[180]HEPER, Doğan. A.g.m s. 253.

çekici ve kültürleştirici işlevleri yanında, kanaatlerin açıklanması sürecinde de etkisinin güçlü olduğu bir gerçektir. [181] Ayrıca basının aile, eğitim kuruluşları ve din kurumları gibi, yetişkin eğitiminde de önemli yer tuttuğu bilinmektedir. [182]

Sezer, kamuoyu kavramı hakkında gerek siyasal, gerekse sosyal bilimler literatüründe çok sayıda tanımın olduğunu, ancak yüzeysel anlamda, "**karar verme ve denetleme mekanizması**" olarak tanımlanabileceğini söylemektedir. Sezer, bu tanıma göre kamuoyunun gerçek değerinin, karar verme sürecine katılma ve bu süreci denetleme olarak belirmekte olduğunu vurgulamaktadır. Sezer bunun yanısıra;.

> "...kamuoyu kavramının tanımlanmasında tam anlamıyla fikirlerin birleşemediği ve anlam birliği sağlanamadığı da gözlenmektedir. Yönetim ve halk arasında her zaman ve her yerde karşılıklı bir ilişki ve etkileşme sürecinin varlığı ve kamuoyunun bu ilişki ve etkileşme sürecinde değme noktalarından biri olduğu kabul edilirse, kamuoyunun, "belli bir durum içinde bulunan kişilerle, bu durum hakkında karar veren kişiler arasındaki temas" olduğu ifade edilebilir[183]" tanımını da getirmektedir.

Albig, özgürlükçü demokrasilerde kitle iletişim araçlarının, kamuoyu olarak isimlendirilen etki unsurunu yaratması açısından yararlı olduğunu, otoriter rejimlerde ise, otoritenin siyasal ve ekonomik gücünü devam ettirmek için buna paralel yönde yönlendirildiklerini söylemektedir. Albig, "bu fikirde de olay, kamuoyu yaratmak ve neticede yönetimi etkilemektir" demektedir. [184]

---

[181] ALİCAN, Cahit. "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve Halk Eğitimi", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi BYYO Yıllığı**, Yayın No: 1, Aralık 1973, Ankara, s. 219-220'den aktaran: Gülgün Tosun. A.g.m., s. 172.

[182] ABADAN, Nermin Unat. **Halk Efkarı Mefhumu ve Tesir Sahaları**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1956, Ankara, s. 32-36'dan aktaran: Gülgün Tosun, 1994, a.g.m. s. 172.

[183] SEZER, Duygu. A.g.k., s. 2.

[184] ALBIG, William. **Modern Public Opinion**, Mc Graw Hill, 1956, New York, USA, s. 33'den aktaran: Duygu Sezer. A.g.k., s. 254.

İçel, basının kamusal görevlerini irdelerken, basının kamuoyu konusundaki görevinin iki açıdan ele alınması gerektiğini ileri sürmektedir. İçel' e göre, basın bir taraftan kamusal iradeyi açıklarken, diğer yandan da kamusal iradeye yön veren bir motor durumundadır. Bir başka deyişle, basın, kamu iradesinin ağzı olduğu kadar aynı zamanda da kulağıdır. İçel, halkın kamusal sorunlar hakkındaki görüşünü, kural olarak, belli aralıklarla tekrarlanan seçimlerde açıklayabileceğini, genellikle, anayasaların halkın önemli kamusal sorunlara ilişkin görüşünü başka bir yolla açıklamasına imkan tanımadıklarını ve işte bu nedenle de basının, tüm kamusal sorunlarda vatandaşın sesini duyurabildiği için önem kazandığını söylemektedir. İçel;

> "Bir başka deyişle, basın aracılığıyla bütün vatandaşların katılabildiği, sürekli toplantı halinde bulunan, gözle görülmeyen bir parlamento görüntüsü ortaya konur. Basının kamuoyunun sesini duyurma fonksiyonu, aynı zamanda rejim yönünden de bir emniyet süpapı durumundadır Böylelikle basın, kamuoyunun sesini duyururken son derece hayati bir işlev görür; devlet yönetiminde bulunan kadro, gelen tepkilerle, uyarılarla kendine çeki düzen verir. Devlet politikası yönünden böyle önemli bir fonksiyonun ancak özgür ve tarafsız bir basın tarafından yerine getirilebileceği açıktır. Öte yandan, basın kamuoyunun sesi olarak kalmaz ve kendisi kamuoyu oluşmasına yardım eder ve kamuoyunu yönlendirir. Ancak bu yönlendirme, kamuoyunun oluşumunda bir katkı olarak anlaşılmalıdır. Burada dikkat edilecek unsur, kamuoyu sürecinin halktan devlet organlarına doğru bir gidiş izlemesi gerektiğidir. Bir diğer deyişle siyasal iktidar, kamuoyunu oluşturmaktan ve etkilemekten çok onun kendiliğinden oluşmasını ve kendisini etkilemesini beklemelidir. Şüphesiz ki, kamuoyu oluşumunda en büyük pay vatandaşa düşmektedir. Yoksa kamuoyu, önceden hazırlanmış görüşlerin gazetelerle evlere postalanması değildir. Basın, belli öngörüşlerin propagandasını yapmadan, vatandaşın kendi başına bir görüşe varmasına yardımcı olmakla kamusal görevini yerine getirecektir[185]" demektedir.

[185]İÇEL, Kayıhan. 1986, a.g.k., s. 18-20.

İçel ayrıca, basının kamuoyu oluşturma işlevinin, toplum yapısı ile ilgili bazı değişkenlere de bağlı olduğunu; bunların başında da ülkedeki okuma ve yazma oranının geldiğini, çünkü, okuma-yazma ve kentleşme oranındaki düşüklüğün, haber ve bilgilerin ikinci, üçüncü elden alımına neden olduğunu belirtmektedir. İçel, bu durumda basında yer alan haber ve bilgilerin toplum üzerindeki etkilerinin, aracı ikinci, üçüncü el kişilerin (öğretmen, muhtar, imam, ağa gibi iletişim bilimlerindeki adlandırılış biçimiyle kanaat önderlerinin) yönelimleri ve seçimlerine bağlı olarak ortaya çıktığına işaret etmektedir. [186]

Bunlarla birlikte Sauvy, herhangi bir konuda basının kamoyu oluşturma işlevini yerine getirebilmesi için, haber veren ile haber alan arasında karşılıklı kabulün doğması gerektiğini vurgulamaktadır. Sauvy;

> "Birey toplumun bir üyesi olarak, toplumla ilgili haber almak isterken bu haberlerin kendisi için tatmin edici olmasını da beklemektedir. Öte yandan gazeteler, verdikleri haberlerin okunmasını, duyulmasını, yayılmasını isterler ve bu amaçla "okuyucu denen kralı" okşayan haber ve yorumlar vermeyi tercih ederler. Bu karşılıklı ilişki çerçevesinde her iki kesim arasındaki uzlaşmanın sağlandığı ölçüde, basın, kamusal görevlerinden olan, kanaatleri yayma ve kamuoyu oluşturmada başarılı olabilmektedir[187]" yaklaşımında bulunmaktadır.

Blumer'e göre ise, basında yer alan haberler, sadece okuyucuları bilgilendirip, dikkatlerini çekmekle kalmayıp, tartışma konusu hakkında ne istediğini bilen bir kamuoyu bilincinin de oluşumuna zemin hazırlamalıdır. Blumer, çeşitli menfaat grupları arasında meydana gelen ve basın aracılığıyla topluma yansıyan tartışmaların, tarafsız ve bilgisiz kitleleri aydınlatarak kamuoyunun oluşumunda etkili olduğunu söylemektedir. Blumer, "Gazetelerde, yayınlanan haberlere ek olarak, günlük olaylar

[186] A.g.k., s. 39.
[187] SAUVY, Alfred. A.g.k., s. 2.

hakkında köşe yazarları tarafından yapılan yorumlar da, konuyla ilgili olarak çeşitli kesimlerden kişilerle yapılan röportajlar aracılığıyla, kamuoyunun bilinçlenmesine de büyük ve önemli ölçüde katkıda bulunurlar[188]" demektedir. Severin ve Tankard'ın konuya ilişkin değerlendirmeleri ise şöyledir:

> "...medyanın bir konuya dikkat çekmesinin, halk tarafından o konunun önemli olarak değerlendirilmesine neden olduğu bilinmektedir. Medya bu yolla kendisine bir kamuoyu yaratabilir ve görüşlerini bu yarattığı kamuoyuna benimsetebilir. Zaman zaman medya, dikkati belirli konulara zorla çeker. Politik ve önemli kişilerin kamu imajlarını yaratır. Gazeteler, sürekli kitle içerisindeki bireylerin ne hakkında düşünmeleri, bilmeleri ve hissetmeleri gerektiğini öneren nesneleri de sunar[189]"

Severin ve Tankard'ın bu yaklaşımı, aşağıda daha ayrıntılı olarak irdelenmeye çalışılan, basının gündem oluşturma sürecinde üstlendiği işlevsel sorumluluğu çağrıştırmaktadır.

4-3-1- Kamuoyunun gündemini oluşturma süreci

Bu başlık altında, genel bir bakış açısı ile gündem oluşturma süreci ile birlikte iki ayrı alt başlıkta, 'Basının Gündem Oluşturması" ve "Basın Gündeminin Oluşması" teorik olarak incelenecektir. Basının kamusal görevlerinin yanısıra, hareket alanı içindeki kitleye yönelik gündem oluşturması sahip olduğu işlevsel yapının bir gereğidir. Bir anlamda kamusal görevlerin açılımı da basının gündem oluşturma işlevinden geçebilmektedir. Bu çalışmada, gündem oluşturma basının, kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma işlevinin bir parçası olarak görülmüştür. Bu nedenle gündem oluşturma süreci kendi içindeki alt başlıkları ile birlikte bu işlev altında irdelenmektedir.

---

[188]BLUMER, Herbert. **The Free Press**, (Derleyen: Bernard Berelson), Morris Janowitz, Illinois, USA, 1950, s. 48.

[189]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 366-367.

"Gündem oluşturma" ya da "gündem belirleme"yi konu ile ilgili kimi bilim adamları basının bir işlevi ve günlük eylem alanı olarak görürken, kimileri ise, yalnızca bir kuram olarak kabul etmektedirler. Buna göre kavrama ve sürece ilişkin temel yaklaşımlardan kimileri şöyledir:

Gökçe, gündem koyma ve saptama biçiminde ifade ettiği yaklaşımın özünü; "zaman kısıtlı olduğu için, farklılaşmış sistemler kendilerini ilgilendiren konuları algılama ve işleme için, belli yol ve yöntemler geliştirmektedirler. Kendilerini ilgilendiren konular mümkün olan nesneler toplamından seçilmekte ve işlenmektedir[190]" biçiminde bir nitelendirmeye gitmektedir. Gökçe, günümüz toplumlarında kitle iletişim araçlarının üstlendiği işlevleri gözönüne alarak ileri sürdüğü yaklaşımında; kitle iletişim araçlarının etkilerinin kanaat ve tutumları güçlendirme veya değiştirme olarak değil, özellikle konu tesbiti ya da kısaca kamuoyu gündemini oluşturma ile ilgili olduğunu söylemektedir. [191]

Benzeri bir diğer yaklaşıma göre de gündem oluşturma; kitle iletişim araçlarının halk üzerinde etkili olabileceğinin yollarından biridir. Gündem oluşturma, medyanın haberleri sunuş yoluyla, halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanmaktadır[192].

Tokgöz; gündem koyma ve saptama yaklaşımının odak noktasını, fikir oluşturmaktan çok, kamusal alandaki sorunlar hakkında belirli kavramların geliştirilmesinde kitle haberleşme araçlarının rolünü belirleme olarak göstermektedir. Tokgöz; gündem koyma ve saptamayı bir varsayım olarak ele almaktadır. Bu süreci, kitle haberleşme araçlarının kamuoyunu meşgul eden sorunları ortaya koyma işlevi olarak ya da bu araçların, söz konusu sorunları sunduğu toplumun tartışması ve eyleme

[190]GÖKÇE, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1993 b, s. 112.
[191]A.g.k., s. 112-113.
[192]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 364.

geçmesi için bir faaliyeti ve bu faaliyeti işaret eden bir yaklaşımı olarak görmektedir. Bununla birlikte kitle haberleşme araçlarının sunacakları mesajları önce kendilerinin değerlendirdiğini, daha sonra seçip hazırladıklarını ve sunduklarını belirtmektedir. Tokgöz'e göre, gündem koyma ve saptama yaklaşımının siyasal bilişim yönünden getireceklerini, kitle haberleşme araçlarında sorunun seçimi sırasındaki çeşitli toplumsal denetim mekanizmaları olduğunu dikkate alarak değerlendirmek yerinde olacaktır. [193]

Yumlu, kitle iletişim araçlarının bazı haber konularını seçip, bu konulara yer verirken, izleyicilerin bu konuları ne derece önemseyeceklerini de belirlediklerini söylemektedir. Yumlu, kitle iletişim araçlarınca konulara verilen önem derecesi ile aynı konulara halkın verdiği önem derecesi arasında nedensel bir bağ olduğunun varsayıldığını belirterek, kitle iletişim araçlarının bazı konuları önemseyip, bazılarını önemsemeyerek, halkın tartışacağı konuları böylelikle gündeme getirmiş olduğunu vurgulamaktadır. Yumlu, gündem koyma ve saptama kuramının savını da; "kitle iletişim araçlarında en çok ilgiyi gören konu, kamu tarafından da en önemli konu olarak algılanacaktır. Bu nedenle farklı kitle iletişim araçları ilgisine bağlı olarak konular hakkında kamuda oluşan algılamalar da farklı olacaktır" biçiminde açıklamaktadır. [194]

Gökçe, aynı yaklaşımı, "bu açıdan enformasyon hazırlayıcıları ve sunucuları yani kitle iletişim araçları mensupları, tutum değişimine yol açan kimseler olarak değil, fakat yalnızca gündemi belirleyen ve bu çerçevede geçerli olan görüşleri tesbit eden kimseler olarak görülmektedir" diyerek konuyu daha da netleştirmektedir.[195] Bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarına hakim olanların kamuoyuna da bütünüyle hakim olacakları yolundaki genel kanıyı birkez daha tartışma gündemine getirmektedir.

[193]TOKGÖZ, Oya. 1978, a.g.m., s. 88-90.
[194]YUMLU, Konca. A.g.k., s. 93.
[195]GÖKÇE, Orhan. 1993 a, a.g.k., s. 113.

Yüksel, gündem belirlemeyi medyanın bir işlevi olarak kabul etmektedir. Yüksel'e göre; kamu gündemi diğer deyişle insanların neleri tartışıp, neleri düşündükleri ve neler için üzüldükleri, haber medyasının üzerinde durduğu konularla şekillenip yönetilmektedir. Yüksel konuya ilişkin olarak, medyadaki şiddet öğesinin sıklıkla işlenmiş olmasının da bir çeşit gündem belirleme olduğuna işaret ederek şöyle demektedir:

> "Medyanın kamu gündemine şiddet rolünü soktuğundan beri TV'deki şiddet oranının arttığı iddia edilmektedir. Bunun tam olarak gündem belirlemeye bir ilgisi olmadığı belirtilse de bu kadar çok şiddet gösteriminin insanları şiddet hakkında düşünmeye ve konuşmaya ittiği de kabul edilmesi gereken büyük bir gerçektir[196].

McQuail ve Windahl ise; gündem belirleme araştırmalarının neredeyse tamamının seçim kampanyalarına dayandıklarını, seçim kampanyalarında adayın imajının oluşturulması aşamasında ortaya atılan konulara kamuoyunun vereceği desteğe göre aday ya da partinin başarılı olacağı düşüncesinden hareketle gündem belirlemenin ortaya çıktığını ileri sürmektedirler. Bir diğer deyişle gündem belirlemeyi yalnızca politik kullanımın bir hipotezi olarak görmektedirler. Mc Quail ve Windahl: "temel düşünce, medya tarafından en çok ilgi gösterilen olayın kamuoyu tarafından da en çok izlenen olay olması ya da tam tersinin söz konusu olmasıdır" demekle birlikte gündem belirlemeye ilişkin yorumlarında ise; zaman zaman, gündem belirlemenin yönlendirilen az çok bilinçli ve sistemli bir süreç olarak ele alındığını, kimi zamanlar ise gündem belirleme kuramının işlevsel yaklaşımla ilintili olduğunu söylemektedirler. Mc Quail ve Windahl'e göre sonuçta; gündem belirlemenin, medya tarafından mı

[196]YÜKSEL, A Haluk. **İkna Edici İletişim**, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Yayın No: 94., İkinci Basım, Eskişehir, 1994, s.109.

yoksa toplumun bireyleri ve onların gereksinmeleri tarafından mı, ya da medyanın kaynağı olarak hareket eden kurum içindeki seçkinler tarafından mı yönlendirildiğinin çok net bir şekilde belli olmadığıdır. [197]

Gündem oluşturmaya ilişkin yukarıda ortaya konulan temel yaklaşımlardan hareketle, bu kapsam içinde daha ayrıntılı olarak incelenmesi gereken ve alt başlıklarda ele alınan iki konuyu daha irdeleme gereği ortaya çıkmaktadır. Bunlar, Basının Gündem Oluşturması ve Basın Gündeminin Oluşması'na ilişkin süreçlerdir.

A- Basının gündem oluşturması

Kitle iletişim araçlarının gündem hazırlama görevi yaptığını savunan görüş, Amerikalı Siyasal Bilimci Bernard Cohen'in çalışmasından yola çıkılarak, McCombe, Shaw ve başkaları tarafından geliştirilmiştir. Geliştirilen bu görüşe göre;

> "Kitle iletişim araçları halka **"ne düşüneceklerini söylemede"** çoğu kez başarılı olmayabilir, fakat izleyicilerine **"ne hakkında düşüneceklerini"** anlatmada çok başarılıdır. Başka bir deyişle, kitle iletişim araçları dünyayı bizim için inşa etme yeteneğine sahiptir ve bu yönde çalışırlar. Bunu yaparken de belli bir fikrin alacağı yönü belirlemeksizin kamuoyu için gündem hazırlarlar. Gündem hazırlama tezi, kitle iletişim araçlarının siyasal enformasyon için kullanılışı ile araçların üzerinde durduğu konuların grup içindeki önemi (ya da görüntüsü) arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve kişinin siyasal konulara yönelme düzeyinin kitle iletişim aracının siyasal enformasyon için kullanılmasıyla pozitif olarak ilişkili olduğunu öne sürer. Gündem hazırlama zaman içinde uzanan bir öğrenme sürecidir. Bazı konular kitle iletişim araçlarının gündeminden halkın gündemine geçebilir, fakat geçişte zaman aralığı iki ile dört ay kadardır[198]. Bununla birlikte, gündem oluşturma bir gecede olmaz ancak yıllarca da sürmez[199].

---

[197] McQUAİL, Denis., Sven Wındahl, **Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri**, (Yayına Hazırlayanlar: Banu Dağtaş. Uğur Demiray) Anadolu Üniversitesi, ESBAV Yayınları, Yayın No: 92. Eskişehir, Ocak 1994, s. 97.

[198] ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan. A.g.k., s. 146.

[199] SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 389.

Gündem oluşturma kuramına göre, belirli bir kitle iletişim aracının gündemine maruz kalan bir izleyici, siyasal sorunların önemi üzerine algıladıklarını, söz konusu sorunları kitle iletişim aracından izlerken harcadığı dikkatin miktarıyla uyumlu bir yönde düzenleyecektir[200].

Roshco; herhangi bir zamanda basını, bazı durumlar ve sorunlar üzerinde diğerlerinde olduğundan daha etkili hale getiren unsurların varlığından söz etmektedir. Roshco'ya göre bu unsurların ilki, basının gündem oluşturmaya yönelik etkisinin olayların kendinde varolan nitelikleri, ikincisi de toplumsal grupların, toplumun ilgisini çekebilme uğraşlarında ortaya koydukları eylemlerin yapısıdır. [201] Roshco, basının gündem oluşturuculuğuna duyulan ihtiyacın, bütün toplumsal tabakalardan gelen sorun yönelimli eylemler tarafından değerlendirildiğini ve kullanıldığı belirtmektedir. Roshco;

> "Aslında sorun, 'göze görünmeyen' bir toplumsal durumu görünür bir toplumsal soruna dönüştürmekten ibarettir. Basının gündem oluşturuculuğu, haber olarak sunulması güç olan bir bilgiyi, haber ortamları tarafından anında yansıtılan bir tanışıklığa dönüştürme ve simgesel eylemler kullanma yoluyla gerçekleştirmeye çalışmasıdır. Spor, eğlence ve politika gibi büyük ölçüde göze çarpıcı alanlarda, toplumsal bir amaç uğruna rekabet eden aktörler, sınırları çizilmiş bir arenada eylemde bulunurlar. Hedeflenen, yalnızca pasif desteğinin arandığı toplumun genel kesimi değil, aynı zamanda potansiyel katılımcılar ve aktif destekleyicilerdir[202]" diyerek rutin olmanın dışına çıkan bu

eylemlerin göze görünür nitelikte olmaları nedeniyle toplumsal haberdarlığı hızlandırdığını vurgulamaktadır.

Alemdar ve Erdoğan da kitle iletişiminin gündem oluşturma düşüncesinin temelinde, bu konular hakkında halkın görüşlerinin kitle

---

[200]BLUMLER, J.G., M. Gurevitch, "The Political Effects of Mass Communications", **Culture, Society and the Media**, Methuen, London, UK, 1984, s. 250.

[201]ROSHCO, B. **Newsmaking**, University of Chicago Press, Chicago, USA, 1975, s. 98.

[202]A.g.k., s. 99-100.

iletişiminin verdikleriyle anlamlı bir şekilde etkilendiği varsayımının bulunduğunu söylemektedirler. Bunun en önemli nedenlerinden biri olarak da, kitle iletişim araçlarının kamuyu ilgilendiren konularda halkın en önde gelen enformasyon kaynağı olmasını göstermektedirler:

> "Fakat kitle iletişim araçları bütün gerçekleri sadaketle yansıtmazlar: Günün haberini vermede seçme yapmak doğaldır. Böyle olunca, kitle iletişim araçlarında ön plana çıkarılan ve sık sık üzerinde durulan konuların izleyiciler tarafından önemli olarak kabul edileceği düşünülür. Daha açık bir deyişle, kitle iletişim araçlarının konulara verdiği öncelikler, izleyiciler tarafından "öğrenilir". Bu basit anlamda "farkında olmadan" ötedir: Kitle iletişim araçlarının öncelikleri halkın öncelikleri olur[203]. Her televizyon, gazete ve derginin "gündemi" her birinin izleyicilerinin sunmak için seçtikleri enformasyondan oluşur. Her araç konuya verdiği öneme göre kendi önceliklerini belirler .En önemli konular ilk sayfaları, başlıkları, yorumları, tartışmaları, makaleleri, mülakatları kaplar. Konular öneme göre sıralanır ve ön sayfadan arka sayfaya, büyük başlıktan küçük başlığa, otuz tümceden üç tümceye, otuz dakikadan otuz saniyeye, ya da hiç yer verilmemeye doğru azalan bir şekilde yer alır, önemine göre de daha sonra tekrarlanır ya da tekrarlanmaz[204].

Gündem hazırlama araştırmalarında televizyon ve gazete egemen enformasyon kanalları olduğu için en sık kullanılan araçlardır. Yapılan ilk gündem hazırlama incelemelerinde, gazete ile televizyonun rolü ve etkisi birlikte, sonraki çalışmalarda ise ayrı ayrı ele alındığı görülmektedir.

Korkmaz ve Alemdar'a göre, farklı şekilde çalışan gazete ve televizyon farklı zamanlarda etkide bulunur ve gündem hazırlamada birbiriyle rekabet etme ya da birbirini destekleme yerine ayrı roller oynarlar. Bunun için halk gündemini göz önüne alma ve ölçmede çeşitli yollar vardır:

> Birincisi, kişininin ne tür konularla ilgilendiği soruşturulur. Kamuoyu araştırmalarının yaptığı budur. Bu incelemelerde, kamuoyu bireysel inanç ve görüşlerin toplamı olarak tanımlanır. İkinci yol,

[203] ALEMDAR, Korkmaz. İrfan Erdoğan. A.g.k., s. 146.
[204] A.g.k., s. 147.

arkadaşlar ve tanıdıklar arasında hangi konuların tartışıldığının incelenmesidir. Kişilerin önemli gördükleri konular öteki kişilerle konuştuklarıyla ilişkilidir, fakat özdeş değildir. Bazı bulgulara göre, konuşma gündemi haftadan haftaya hızla değişir ve kamu konularının gündemi zaman içinde daha istikrarlı kalır. Üçüncü yol, toplumdaki kişilerin kamuoyunu algılaması ile uğraşır[205].

Gökçe ise konuya ilişkin olarak, evrenin karmaşıklığından söz ederek, bunun algılanmasının kitle iletişim araçları ile mümkün olabileceğini, bu araçların kompleks olan evreni en aza ve algılanabilecek bir boyuta indirgediklerini söylemektedir. Gökçe; en aza indirgemenin ise, seçme sürecinin neticesi olduğunu, zira kitle iletişim araçlarının evrende tüm olup bitenleri yansıtmalarının ne zaman ne de kapasite açısından mümkün olamayacağını, dolayısıyla bu araçların kendilerince önemli gördükleri konuları seçip incelediklerini dile getirmektedir. [206]

Öte yandan McQuail ve Windahl; insanların, konuların ne olduğunu ve hangi önem sırasında düzenlendiklerini kitle iletişim araçlarından öğrendiklerini belirterek, bu hipotezin savunucularından olan, McCombs ve Shaw'dan şu alıntıyı aktarmaktadırlar:

> "İzleyiciler, sadece kamuoyunu ilgilendiren konuları ve diğer alanları, iletişim araçları yoluyla öğrenmekten öte, aynı zamanda medyanın bunlara yüklediği önemin boyutlarını da öğrenmek isterler. Örneğin; kampanya sırasında adayların söyledikleri yansıtılırken, kitle iletişim araçları önemli konuları belirlerler. Bir başka deyişle, medya kampanyanın gündemini belirler. Bireyler arasındaki bilişsel değişimleri etkileyen bu yetenek, kitle iletişim gücünün önemli bir yönüdür[207]."

Medyanın, gündemi belirlerken sadece kamuoyunu etkilemekle kalmadığı, kamuoyunun yanısıra hükümetin resmi gündemini ve kanaatlerini de etkilediği belirtilmektedir. Bu konuda verilen bir örnek de; Amerika'nın Chicago kentinde yapılan ev sağlığına yönelik bir televizyon

---

[205] A.g.k.

[206] GÖKÇE, Orhan. 1993 a, a.g.k., s. 113.

[207] McQUAİL, Denis., Sven Wındahl. A.g.k., s. 95.

programının, hem kamuoyu hem de hükümetin siyasi gündemi üzerinde önemli etkiler yaptığı, yapılan bu yayınlar sonucu hükümetin belirtilen konudaki politikasını değiştirdiği ifade edilmektedir. [208]

Bununla birlikte, Gladys Engel Lang ve Kurt Lang adlı araştırmacılar, Watergate krizi sırasında kamuoyu ve basın arasındaki ilişkiyi incelemişler ve Amerikan tarihinin bu karışık bölümünü açıklamak için özgün gündem oluşturma düşüncesinin genişletilmesi gerektiğini bulmuşlardır. Gündem oluşturma kavramını, bölümledikleri altı gündem yapılandırma kavramına genişletilmesini ise şöyle önermişlerdir:

1-Basın bazı olayları ya da faaliyetleri aydınlatır ve onları ayakta tutar.

2-Değişik türdeki sorunlar dikkat çekmek için değişik tür ve miktarda haberin işlenmesini gerektirir. Watergate bir yüksek eşik sorunuydu ve bundan ötürü halkın dikkatine sunmak için çok uygun bir medya kapsamı gerektirdi.

3-Dikkatin odaklaştığı olaylar ya da faaliyetlerin "sınırları çizilmiş" olmalıdır veya anlaşılabilecek kavramlar içerisinde verilmelidir. Watergate'in sınırları özgün olarak bir seçim kampanyasında partizan bir konu olarak çerçevelenmiş ve bu da Watergate'in değişik bir çerçeve içerisinde-çok yaygın politik bir yozlaşma belirtisi olma gibi-algılanmasını zorlaştırmıştır.

4-Medyanın kullandığı dil, bir konunun öneminin algılanmasını etkileyebilir. Watergate krizinden ilk başlarda "hırsızlık" olarak söz etmek aylarca olayın küçümsenmesine yol açtı. Daha sonra sözcügün "skandal" sözüne dönüştürülmesi daha fazla önem kazandırdı.

5-Medya, politik görünümdeki yeri kolayca tanınan ikincil sembollere karşı dikkat odağı olmaya başlayan faaliyet ve olayları birbirine bağlar. İnsanlar konuyla ilgili taraf olmak için bir temele gereksinim duyarlar. Watergate olayında insanlar bu temeli oluşturmak için "gerçekleri otaya çıkarma gereksinimi" ve "hükümete güven" gibi ikincil sembollere bağlanmaya başladığında yardım gördüler.

[208]COOK, F. "Media and Agenda Setting", **Public Opinion Quarterly**, 47. Published by The University Of Chicago Press, USA, 1983, s. 30.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

6-Gündem yapılandırma, iyi tanınan ve güvenilir kişiler bu konu hakkında konuşmaya başladığında hızlandırılır. Örneğin yargıç John Sirica Watergater hakkındaki doğruların halka söylenmediğini söylediğinde bu, o zaman daha fazla konuşmaya gönüllü olan bazı Cumhuriyetçileri de kapsayan diğer önemli kişiler üzerinde etkili olduğu gibi halk üzerinde de dramatik bir etki yarattı[209].

Severin ve Tankard, Lang'ların gündem yapılandırma kavramının asıl gündem oluşturma hipotezinden daha karmaşık olduğunu, gündem yapılandırmada bir konunun halkın gündeminde yer almasının zaman alacağını ve bir dizi aşamadan geçtiğini öne sürdüklerini söylemektedir. İleri sürülen bu düşünceye göre Lang'lar, medyanın bir konunun sınırlarını çizme (çerçeveleme) yolunun ve sorunu tanımlamada kullandıkları sözcüklerin etkili olabileceğini, bu nedenle bir konuda yorum yapılırken bu yorumu iyi tanınan kişilerin, eş deyişle kanaat önderlerinin yapmasının, kabullenirlik açısından önemli bir etken olabileceğini savunarak;

"Gündem oluşturma bütün bireyler için aynı kapsamda ve aynı şekilde gerçekleşmeyebilir. McCombs ve Weaver bireylerin uyum sürecine olan gereksinimleri ölçüsünde farklılışabileceklerini, hatta bunun gündem oluşturumunun olup olmayacağını da belirleyebileceğini söylemişlerdir Araştırmacıların gördükleri haliyle uyum sürecine olan gereksinim iki etkene bağlıdır: bilginin kişiyle olan ilgisi ve iletinin konusuna ilişkin belirsizliğinin derecesi. Bilginin kişiyle olan ilgisi ve iletinin konusuna ilişkin belirsizliğin artması, uyum sürecine olan gereksinimi de aynı oranda arttırır. Araştırmacılar bu durumu, uyum sürecine olan gereksinimin artmasıyla, bireyin medyanın gündem oluşturma etkisine daha fazla açık kaldığı şeklinde hipotez olarak belirlediler. Araştırmacılar bir çalışmada hipotezin doğruluğuna ilişkin kanıtlar buldular ancak, bu kanıtlar gazete için televizyondan daha güçlü olarak ortaya çıkmıştır[210]" demektedirler.

---

[209]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 389.
[210]A.g.k., s. 391.

Gökçe, bu konudaki bir başka yaklaşımı ise;

> "kitle iletişim araçları gündemi tesbit ederecek bireylerin evreni algılamalarını şekillendirmekte ve yönlendirmektedir. Bunun sonucu olarak, bireylerin sosyal gerçek hakkındaki tasavvurları inşa edilmektedir. Dolayısıyla, kitle iletişim araçlarının etki gücü, uzun vadede bireylerin çevresi hakkındaki tasavvurlarının şekillendirilmesinden kaynaklanmaktadır[211]" biçiminde ifade etmektedir.

Öte yandan Manheim ise, gündem oluşturma sürecinin anlaşılmasına yardım edecek, gündemleri kavramsal hale getiren çalışmalar yaparak, gündem oluşturmanın üç gündemin; medya, kamu ve politika gündeminin karşılıklı etkileşimini içerdiğini ileri sürer. Bunların herbiri;

> "1-Medya gündemi için, bu boyutlar **görünürlük** (konuya verilen kapsamın büyüklüğü), **izleyici önemliliği** (haber kapsamının izleyici gereksinimleriyle olan ilgisi) ve **değerlik** (konu lehine veya aleyhine ayrılan medya kapsamı).
>
> 2-Kamu gündemi için, bu boyutlar: **bilinirlik** (konudan kamunun haberdar olma düzeyi), **kişisel önemlilik** (kişinin kendisinde gördüğü konuya ilişkin ilgi), **lehtelik** (konu üzerinde lehte ve aleyhte yargılar).
>
> 3-Politika gündemi için bu boyutlar: **destek** (konuya verilen az ya da çok lehinde eylem), **eylemin olma olasılığı** (bir resmi kuruluşun konu için eyleme geçme olasılığı), ve **eylem özgürlüğü** (olası hükümet eyleminin boyutu)[212]" gibi üç önemli boyutu içerecek biçimde kavramlaştırılmışlardır..

Sonuç olarak; Gölcüklü, "halkın bilgi ve kanılarını düzenlemeden bugünün büyük toplumlarının siyasal, sosyal ve ekonomik uğraşılarının başarılı biçimde örgütlenmesi olanaksız olduğundan, kamuoyunun bu alanlarda istenilen biçimde oluşması ya da düzenlenmesi zorunludur[213]"

---

[211]GÖKÇE, Orhan. 1993 a, a.g.k., s. 114.

[212]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 397-398.

[213]GÖLCÜKLÜ, Feyyaz. **Haberleşme Hukuku**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1970, s. 13.

diyerek, tüm yaklaşımları bütünleştirici bir tavır içine girmektedir. Bu temel yaklaşım noktasında da toplumsal bir iletişim kurumu olarak basının vazgeçilmezliği ve kamuoyunu aydınlatma ve oluşturmadaki işlevselliğinin önemi netleşmektedir. Toplumun, Gölcüklü'nün vurguladığı anlamda örgütlenebilmesi, demokratik bir yaklaşım içinde ve sorunlarının üstesinden gelebilecek bir biçimde yapılanmasında, basının bir iletişim kurumu olarak düzenleyicilik rolü, buraya kadarki yaklaşımların ifade edilmemiş biçimiyle odak noktayı oluşturmaktadır. Basının; hem toplumsal sorunların demokratik bir yapı içinde iyileşmesi hem de bu yapının gelişmesini sağlayıcı önlemler almasında çözüm olarak; gündemi ve kamuoyunun dikkatini gerçek sorunlar üzerine yoğunlaştırması görülmektedir.

B- Basın gündeminin oluşması

Basın bir yandan gündem oluştururken ya da kamu gündeminin oluşmasına katkıda bulunurken, öte yandan kendi gündemini de oluşturmaktadır. Bir başka bakış açısıyla, basın kamu gündemini yönlendirirken kendi gündemi de yönlendirilebilmektedir. Çünkü basının gündem oluşturabilmesi için önce kendisinin bir gündem oluşturması gerekmektedir ve çoğu zaman bunu günlük yaşamın içinde gelişen olaylardan yola çıkarak yapar. Ancak demokratik toplumlarda sivil örgütlerin ya da baskı gruplarının da basın üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir ve bu etki gücü nedeniyle basının gündemini oluşturabilme ve yönlendirebilme işlevleri bulunmaktadır. Severin ve Tankard; Westley'den yaptıkları konuya ilişkin alıntıda, bazı durumlarda Örneğin öğrenci komiteleri ya da kadın örgütleri gibi baskı ya da özel çıkar gruplarının, bir konuyu medyanın gündemine sokabileceklerine işaret ederken, yine aynı kaynakta, Funkhouser'ın, gerçek olayların akışının yanısıra, bir konunun alabileceği medya dikkatinin miktarını etkileyen beş mekanizmalık listesini de şöyle aktarmaktadırlar:

"1-Medyayı olayların akışına uydurmak. Aynı olay kalıpları devam ettikçe "aynı şeyin devamı" olarak algılanıp, haberin yayını durdurulabilir.

2-Genelde görülmeyen, fakat önemli olayları çok fazla haber konusu yapmak. Petrol sızıntısı gibi olaylar önemli olmamakla birlikte, az rastlanmaları ve sansasyonel olmaları nedeniyle abartılı olarak haber kapsamı içerisinde alınabilirler.

3-Haber değeri taşımayan olayların haber değeri taşıyan açılarının haber konusu yapılmaları.

4-Yaratma olaylar ya da haber değeri taşıyan haberlerin üretilmesi. Protesto yürüyüşleri, gösteriler, oturma eylemleri ve kamunun ilgisini çekebilecek diğer yaratma olaylar, konuların basının gündeminde yer almasını sağlayabilirler.

5-Olay özetleri ya da haber değeri olmayan olayların haber değerleri varmış gibi gösterilmesine olanak veren durumlar[214]".

Araştırmacılar Severin ve Tankard, medyanın gündemini kimin belirlediği hakkındaki sorunun, medyanın kapsamına nelerin etki ettiğiyle ilgili daha geniş bir soruya dönüştüğünü, medyanın kapsamını bir çok şeyin etkilediğini, son zamanlarda yapılan bir araştırmaya göre de medyanın gündemi üzerinde etkili olan güçlerden önemli bir unsurun da diğer medyanın içeriği olduğunu söylemektedirler. Severin ve Tankard, New York Times örneğini vererek, özellikle bu gazete gibi seçkin bir yayının diğer kitle iletişim araçlarının da gündemini etkilemesinin olası olduğunu ileri sürmektedirler. Araştırmacılar;

"Danielan ve Reese bu sürece "medyalararası gündem oluşturumu" adını vermişlerdir. Araştırmacılar, 1985 ve 1986 yıllarında uyuşturucu kullanımı konusunun medyada baskın olarak yer almasına, toplumda bu sorunun öneminin artmasının değil, medyalararası gündem oluşturma sürecinin neden olduğunu saptadılar. Gerçekte 1985, 1986 yılları arasında uyuşturucu kullanımının bir artış göstermemesine karşın, konunun medya kapsamında yer alma oranı artış göstermiştir. Araştırmacılar "genel bir medyalararası gündem oluşturma etkisinin,

[214]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k , s. 392-393.

New York Times'tan diğer medyalara doğru olduğunu" saptamışlardır. Genel olarak araştırmacılar basılı medyanın televizyon kanallarının önünde gittiğini bulmuşlardır[215]" diyerek konuya açıklık getirmeye çalışmaktadırlar.

Shoemaker ve Reese ise medyanın içeriğini etkileyen unsurları;

"1-Medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler: Bu etkiler arasında iletişim alanında çalışanların özellikleri, kişisel ve mesleki birikimleri, kişisel tutumları ve mesleki rolleri sayılabilir.

2-Medyanın tekdüzeliğinden kaynaklanan etkiler: Medyanın kapsamına giren ne varsa, iletişimcinin günlük çalışmasından etkilenir, bunlara zaman kısıtları, yayındaki yer gereklilikleri, haber yazımının basamaksal yapısı, haber değerleri, tarafsızlık standardı ve muhabirlerin resmi kaynaklara olan bağlılıkları dahildir.

3-İçerik üzerindeki örgütsel etkiler: Medya örgütlerinin amaçları vardır. Bunlardan en yaygın olanı, para kazanmaktır. Medya örgütlerinin bu amaçları içerik üzerinde sayısız şekilde etkiye sahip olabilirler.

4-İçeriğe medya örgütlerinin dışından gelen etkiler: Bu etkiler, çıkar gruplarının belli bir içerik için (ya da karşı) lobi yapmalarını, medyanın kapsamına girebilmek için olaylar yaratmalarını, iftira ya da müstehcenlikle ilgili yasalarla doğrudan içeriği düzenleyen hükümeti içerir.

5-İdeolojinin yarattığı etki: İdeloloji toplum seviyesinde bir olguyu tanımlar. ABD'de ideolojinin temel taşları "kapitalist ekonomik sistemin, özel mülkiyetin, kişisel girişimcilik yoluyla kar etme amacının ve serbest pazarların değerine inanmak" olarak tanımlanabilirler. Bu ideolojinin medyanın kapsamını çeşitli yönlerle etkilemesi mümkündür" gibi beş ana kategoride öne sürmektedirler[216].

Sonuç olarak; gündem oluşturma hipotezi, 1970'lerin başlarından beri iletişim kuramının ana konularından birisi olmuştur. Bu hipotez tutum değişikliğine bir alternatif olarak kitle iletişim araçlarının toplum

[215] A.g.k., s. 393.

[216] A.g.k., s. 394-395.

üzerindeki bir etkisinin olduğunu öne sürmesi nedeniyle önemlidir. Dahası, etkinin anlamlı olabileceğine ilişkin göstergeler vardır. Medyanın, toplumun yüzyüze kaldığı ana sorunlarla ilgili olarak bireylerin ve toplumun bakış açılarını şekillendirdiğine ve medya da vurgulanan bu sorunların gerçekte baskın olan sorunlar olmadığına ilişkin kanıtlar da bulunmaktadır. Severin ve Tankard bu konuya ilişkin olarak;

> "Medyanın çok küçük tutum değişikliği yaratırken hala önemsetme kavramı aracılığıyla örneğin Amerika'da başkanlık seçimlerini etkilemeye çabaladığını gösteren kanıtlar da mevcuttur. Gündem oluşturmayla ilgili kanıtlar sonuçlayıcı olmayabilir ancak kavramın ciddiye alınmasının gerekliliğini gösteren yeterli sayıda destekleyici kanıt bulunmaktadır. Gazetecilik uygulamalarında, gündem oluşturma kavramı sorumlulukla ilgili önemli soruları gündeme getirir. Gazetecilerin olayları anlatırken kullandıkları etiketlerin, olayla ilişkili konulara kamunun dikkat edip etmeyeceği üzerinde önemli bir etkisi olabilir. Bir seçim kampanyasında, medyanın işlediği konular, önemsetme işlevi aracılığıyla bir adaya göre diğer adayın lehinde etki yaratabilir. Medya ayrıca bazı kişisel özellikleri üzerinde durup diğerlerini görmezden gelerek bir adayla ilgili belirli bir imajın yaratılmasına yardımcı olabilir. Eğer basın genel olarak önemli olayları önem oranına göre işlemiyorsa, bu belki de hala kapsanmayı bekleyen oldukça ilginç haberlerin olabileceği anlamına gelir. Gündem oluşturma konusunda pekçok araştırma, basının toplumdaki gerçekleri olduğu gibi yansıtan bir ayna olmadığını savunur Lipmann'ın yıllarca önce öne sürdüğü gibi gündem oluşturma daha çok bir kılavuz ışığa benzer ve kılavuz ışığın parladığı yer, bir konu ile özel çıkar gruplarınca dikkat çekmek için yaratılmış sahte olaylarca ve bazı gazetecilik alışkanlık ve adetlerince etkilenebilir[217] diyerek, konunun önemine dikkat çekmeye çalışmaktadırlar.

Yumlu'ya göre ise, kitle iletişim araçlarının izleyenler üzerinde güçlü etkilere sahip olduğu görüşü, gündem koyma ve saptama yaklaşımı ile tekrar kabul edilmiş ve uzun yıllar kitle iletişim araştırmalarında hakim bir görüş olan kitle iletişim araçlarının sınırlı etkileri olduğu yolundaki inancı

[217] A.g.k., s. 399-400.

ortadan kaldırılmıştır. Yumlu'ya göre, yine de kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri olduğu görüşü tam anlamıyla kabul edilmemektedir. Zira gündem koyma va saptama sürecinde bazı ara değişkenlerin durumu değiştirebilecekleri bilinmektedir. Yumlu, "bu değişkenler kitle iletişim araçlarının gündem koyma ve saptama sürecini etkilemektedir. Örnek verilecek olursa, izleyicilerin toplumsal kökenleri, nitelikleri, kitle iletişim aracını izleme alışkanlıkları, bu araçların aktardığı mesajlara duyulan ilgi ve istek düzeyleri gibi faktörler sayılabilir[218]" demektedir.

Buraya kadar; konuya ilişkin olarak yapılan araştırmalardan ve ileri sürülen kuramlardan ortaya çıkan görüş o dur ki *"Basının doğrudan gündem oluşturması"* ya da *"gündemin basının da yardımıyla oluşması"* aslında birbirinden farklı iki süreçtir. Gündemin oluşması, oluşma süresi, etkisi, sonuçları her toplumda farklılıklar göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının yapısı, bu araçlardaki örgüt kültürü, yayınların içerik ve teknik kalitesi ile bu araçlarda görev yapan gazetecinin eğitim düzeyi, yetiştiği manevi değerler , ekonomik gelir ortamı ve en sonunda da gazetecinin kişiliği, topluma yönelik bir gündem oluşturma sürecini tamamen etkileyebilmektedir. Aynı şekilde toplumun genel eğitim, kültür, ekonomik, siyasi ve örgütsel yapılanma düzeyleri de kitle iletişim araçlarından gönderilen iletiler ışığındaki gündem etrafında birleşmelerinde, gündemin konusunu anlama ve kabullenme ölçülerinde son derece önemlidir. Bir ülkenin kitle iletişim araçlarının yarattıkları ya da yaratamadıkları gerçek anlamdaki çok seslilik, toplumdaki gerçek konularda gerçek gündemin sağlıklı ve hızlı oluşmasında en büyük etkendir. Kısacası gündem oluşturma her toplumda farklı özellikler, süreçler ve etkiler

[218]YUMLU, Konca. A.g.k., s. 92.

taşıyabilmektedir. Çalışmanın önceki ve takip eden bölümlerinde de kuramsal olarak belirtildiği üzere, her toplumun kendi basın araçlarından etkilenme ve yararlanma oranı farklılıklar gösterebilmektedir. Her toplumun basın araçlarının içeriğinden beklentisi de farklı olabilir.

Severin ve Tankard; "İnsanlar medyayı birçok farklı amaçlarla kullanırlar. Kitle iletişimi kullanıcısının denetimindedir. 108 kanallı kablolu TV ile ya da zaman değiştirmeye, arşivlemeye ve tekrarlanan TV içeriği izlemeye olanak sağlayan video ile yüzyüze olan medya kullanıcısının, birkaç yıl önceki geleneksel medya tüketicisinden çok daha aktif bir hedef kitle üyesi olduğu açıktır[219]" demektedirler. Görüldüğü gibi iletişimin süreci ve araçları değiştiği gibi toplumlar ve onların beklentileri de hızla değişmektedir. Bir anlamda kuramsal konularda her toplumun farklı bir oluşum, yansıma ve tepki içine girebileceği de düşünülmelidir.

Bununla birlikte, McQuail ve Windahl'in tüm gündem belirleme sürecine ilişkin olarak ortaya koydukları yaklaşım da son derece önemlidir. Bu yaklaşımlarında Mc Quail ve Windahl;

> "Gündem belirlemeyi bir kuram ve araştırma rehberi olarak görmek istiyorsak, onu toplumsallaşma ve öğrenme kuramlarının bir bileşimi olarak görmek yerinde olacaktır. Böylece neyin güvenilir olduğu ve uzmanlaşmış enformasyon kaynakları (en başta kitle iletişim araçları olmak üzere) konusunda beklentiler geliştirebiliriz. Böylelikle kamuoyunun bizden bilgi ve değerlendirme beklediği durumlarda deneyimimiz artar. Bu beklentileri kitle iletişim araçlarından öğrenerek onları karşılayacak araçları elde edebiliriz[220]" demektedirler.

Gerçektende toplumsallaşma ve öğrenme, diğer kuramları belirleyen son derece önemli süreçlerdir. Bu süreçlerin de her toplum için kendi koşulları içinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira toplumsallaşma ve öğrenme bireysel anlamda farklılıklar gösterebildiği gibi toplumsal düzeyde

[219]SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. A.g.k., s. 493.
[220]McQUAİL, Denis. Sven Wındahl. A.g.k., s. 98.

de farklılıklar gösterebilir. Bu açıdan bakıldığında, "gündem belirleme" her toplumda, bu toplumların sahip olduğu kitle iletişim araçlarının içeriksel gücüne ve sağladıkları tatmine göre değişmektedir. Türkiye de basın, her dönemde ülkedeki diğer kurumların ve toplumun önünde koşmuştur. Bu nedenle Türkiye'nin kendine özgü koşulları ve bu koşulların yarattığı sonuçların kuramsallaştırılmış bilgiler haline dönüşmesi ile, Amerika'nın toplumsal koşulları ve bilgi kuramlarının da farklı olması elbette kaçınılmazdır. Örneğin, iletişim kuramcılarından Mc Quail ve Windahl daha önceki bölümde de aktarıldığı gibi, gündem belirleme kuramını yalnızca seçim kampanyaları ve bu kampanyalar sürecinin yalnızca bir politika aracı olarak görmüşlerdir. Oysa Türkiye için aynı yaklaşım geçerlilik taşımayabilmektedir. Türkiye'de son yıllarda medya, kamuoyuna karşı bir bilgi ve haber bombardımanı içinde ve hızla değişen bir gündem yoğunluğu ile yönelebilmektedir. Türkiye'de medyanın gündemi de yalnızca politikacılar tarafından ve onların mesajları ile değil, ekonomistler, asker-polis gibi güvenlik mensupları, din adamları, sanatçılar, sporcular gibi çok geniş bir spekturum içinden gelenlerce de yoğunlaşabilmekte ya da yönlenebilmektedir. Ancak hergeçen gün daha da belirgenleşen; globalleşen dünyada kitle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkisinin son derece açık olduğu ve gündemi büyük çapta bu araçların oluşturduklarıdır.

4-4- Eğitme ve Eğlendirme İşlevi

Basının diğer bir kamusal görevi de eğitme ve eğlendirmedir. Basın bireyin kültürel yaşamını zenginleştirici ve kültürün yayılmasını sağlayıcı bir görev üstlenmektedir. Önceki bölümlerde de değinildiği üzere, bir kitle iletişim aracı olarak yazılı basın, sahip olduğu iletişim gücü ile farklı

düşünce ve kültür yapılarını kaynaştırma, birbirlerinden haberdar etme ve kültürel alış-veriş ortamını sağlama, böylelikle kültürel açıdan toplumu zenginleştirme ve çeşitlendirme yönünde aracı olmaktadır. Gazeteler bu amaçla, sanatsal ve kültürel alandaki kişilere ve portrelere, tarihte bugün köşesi adı altında ki genellikle bu isimle anılır, önemli tarihsel olaylara, farklı toplumların kültürel ortamlarını tanıtıcı dizi yazılara, toplumların tarihsel geçmişlerinde yer alan kimi önemli dönemlere ve bu dönemlere ilişkin değerlendirmelere, bilimsel yazı dizilerine, farklı meslek gruplarına ilişkin varsa yeni gelişmelere, gündelik yaşamda faydalı olabilecek, pratik bilgileri içeren sağlık köşelerine- ilk yardım, acil telefonlar, ambulans servisleri gibi-, kadınlar için dikiş, örgü ve yemek tarifleri gibi, boş zamanları değerlendirebilecekleri köşelere yer verirler. Bunlarla birlikte gazeteler, toplumdaki olaylardan bireyleri haberdar ederek, farklı görüş açılarının ve kanaatlerin oluşmasına ve bilgi düzeyinin artmasına da yardımcı olmaktadırlar. Bireyleri gündelik yaşamın tekdüzeliğinden ve yorgunluğundan uzaklaştırmak, bir başka deyişle eğlendirmek ve dinlendirmek amacıyla gazeteler, siyaset, ekonomi vb gibi konulardan başka, magazin içeriği olan haberlere, film, tiyatro ve kitap yorumlarına, şiir ve hatıra köşelerine, farklı konulardaki yazı dizilerine, toplumun gözü önünde bulunan sanatçıların değişik konulardaki görüşlerine ilişkin röportajlara, ayrıca karikatürlere, fıkra, bilmece, fal ve bulmacalara yer vermektedirler. Yazılı basının Türkiye'de, eğlendirme görevini diğer görevlerine oranla başarıyla yerine getirdiği söylenebilir. Baskı kalitesinin artmasıyla daha çekici hale gelen sayfalarda magazin, sanat ve toplumun ilgisini çeken gerçekliği kanıtlanmış (dedikodu) haber yayıncılığı, diğerlerine göre daha fazla ilgi uyandırmaktadır. Basının diğer kamusal görevleri ya da bir diğer deyişle işlevleri de vardır. Okuyucu kitlesinin eğitimi işlevi bunlardan biridir.

İçel, teknik ve ekonomik gelişmeye uygun olarak vatandaşın eğitimi fonksiyonunun basına adeta yetişkinlerin okulu niteliğini kazandırdığını, bundan başka, basının halkla parlamento ve hükümet arasında bağlantı kurulması, diyalog sağlanması görevini de yerine getirdiğini söylemektedir. İçel'e göre basın, zaman zaman azınlığın görüşlerini ve sorunlarını da yansıtarak yöneticilerin bu sorunlara eğilmelerine de olanak sağlar. [221]

Günümüzde, Türk basınının, kendi içinde yoğun çatışmalar yaşarken ve üstelik bunların kamuoyunun gözüönünde cerayan etmesine izin verirken, eğitici misyonunu ne derece yerine getirebildiği şüphe taşımaktadır. Basın, kamuoyuna yansıttığı çatışmalarda ahlaki ilkeleri gözardı etmekte, toplumu eğitme işlevi açısından ne yazık ki, kendinden bekleneni yeterince yerine getirememektedir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, çalışmanın ana teması olması ve çalışmayı bütünleyici bir özellik kazandırması amacıyla, yerel kamuoyunun iletişim aracı olan yerel basına, yerel basının işlevsel boyutlarına ve yerel basını etkileyen iç ve dış faktörlere yer verilmesi düşünülmüştür.

[221] İÇEL, Kayıhan. 1983, a.g.m., s. 53.

BÖLÜM III

YEREL KAMUOYUNUN OLUŞUMUNDA KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK YEREL BASIN

Yerel kamuoyu, ulusal kamuoyuna göre daha dar bir kapsamda oluştuğu düşünülen bir birlikteliktir. Yerel halkın kendilerini yakından ilgilendiren konularda biraraya 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.

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 basının etkileyen ve bir anlamda hazırlanan iletilerin içeriğine de katkıda bulunun topluluklardır. Bu grupların ya da toplulukların herbirinin kendi içindeki dinamizmin yanısıra biraraya 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.

Çalışmanın bu bölümünde yerel basın hem bir kavram hem de bir kurum olarak irdelenmektedir. Yerel basının yerel halk üzerindeki önemi, etkisi, sosyal sorumlulukları ve bir kurum olarak işlevlerinin incelenmesinin yanısıra, yerel basını etkileyen kurum içi ve dışı faktörler de irdelenmesi gereken özellikler taşımaktadır. Zira, yerel basın bir iletişim aracı olarak işlevlerini yerine getirip yerel kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunurken aynı zamanda kendisi de pek çok kanaldan pek çok nedenle etkilenme sürecini yaşamaktadır. Bu nedenle, hem işlevselliği hem de kendi etkilenme süreçleri, çalışmanın bütünlüğü açısından bu bölüm altında incelenmeye çalışılacaktır.

Yerel basın; daha önce de belirtildiği gibi, 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. Dolayısıyla konuya ilişkin litaratürde de kimi zaman Anadolu, Mahalli ya da Taşra basını olarak anılmaktadır. Yerel basın konusunu kaleme aldığı bir makalesinde Ulus, kavramı incelerken;

"Türk basınının kuruluş ve gelişme dönemi için haklı bir anlam taşıyan "**Taşra Basını**" deyimi, günümüz Türk basınının nitelikleri gözönüne alındığında pek doğru bir kavram olarak görünmemektedir. Çünkü İstanbul dışında yayınlandığı halde "**Ulusal Basın**" içinde yer alan gazetelerimiz vardır. Yine İstanbul ve Ankara'da yayınlandığı halde Türkiye ölçüsünde dağıtılıp okunmayan gazetelerimiz de mevcuttur. Anadolu basını deyimi de benzer sebeplerle ve Anadolu dışını yani Edirne, Kırklareli, Tekirdağ gibi Trakya bölgesi gazetelerini de kapsadığından terim, konuyu açık seçik ortaya koymak bakımından yeterli değildir ve bazı karışıklıklara yol açabilir. Sonuçta önemli olan gazetelerin basıldığı yer değil, yüklendikleri görevdir. Her türlü tasnifin "fonksiyonel bakımdan" yapılması yerinde olur. Bu nedenlerle konuyu Anadolu basını ya da taşra basını olarak değil yerel basın adı altında incelemeyi uygun buluyoruz[222]" diyerek kavramı netleştirmeye çalışmaktadır.

Ulus'un bu görüşlerine karşılık Turan'ın yaklaşımı ise tamamen farklılık göstermektedir. Turan, "Anadolu Basını, yerel basın; Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunda harcı olan bir basındır. Bir anlamda Anadolu Basını Ulusal Kurtuluş Savaşı'nın gazi basınıdır. İrade-i Milliye'nin, Hakimiyet-i Milliye'nin günümüzdeki temsilcisi basındır" diyerek kavramın Türkiye'ye özgü yaklaşım biçimiyle "Anadolu Basını" olarak adlandırılmasına şu açıklığı getirmektedir:

"Yerel basın yerine bizim bilerek Anadolu Basını dememizin temel felsefesi Anadolu sözcüğünde somutlaşan birleştiricilik, bütünleştiricilik, bir başka deyişle ulusal birlik, ulusal bütünlük idealidir. Anadolu Basını milli mücadelede Edirne'den Kars'a, İzmir'den Van'a, Samsun'dan Sivas'a, Erzurum'dan Kastamonu'ya, Antalya'dan Adana'ya yurdumuzun dört bir yanında yeniden diriliş ve ulusal kurtuluş için kamu vicdanında bir uzlaşmayı, milli dayanışmayı sağlama erdemini gösterebilmiş bir basındır[223]."

---

[222]ULUS, Selma. "Yerel Basınımız", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3, İstanbul, Temmuz 1993, s. 77.

[223]TURAN, Yusuf. "Demokratikleşmede Yerel Basının İşlevi", **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 92.

Turan'ın son derece kabuledilebilir bu görüşlerini paylaşmakla birlikte akademik bir çalışmada evrensel kavramların yeralmasının daha uygun olacağı gerekçesiyle bu çalışmada, Anadolu ya da Taşra basını yerine kavramın **Yerel basın** olarak nitelendirilmesi uygun görülmüştür.

Daha önceki bölümde de tanımlandığı gibi, yerel basın kavramsal olarak; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir kent ya da bir kasaba da olabilir- o yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, aynı zamanda yöre halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan araç ya da araçlar bütünüdür biçiminde tanımlanabilir.

Yerel basın, bir diğer biçimiyle; İstanbul dışındaki kent, kasaba ve köylerde, bulundukları yöre ile sınırlı etkinlik gösteren, hedef kitlesini yanlızca yörede yaşayanların oluşturduğu ve sınırlı sayıda okura sahip basın kuruluşları olarak da tanımlanabilir.

Basın, kurum olarak uluslararası bir boyut kazanırken, ulusal ve yerel basın da, bu uluslararası kurumlaşmanın bir parçası olarak etkinliklerini olanca güçleri ile sürdürmektedir. 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. Tutar, bu düşünceyi destekleyen bir bakış açısı ile; Türkiye'de özellikle yerel yönetimler anlamında yapısal değişikliğin ileriye dönük olarak birkaç yıl içinde daha fazla gündeme geleceğini, bu yapısal

değişikliğin kaçınılmaz olacağını, dolayısıyla da insanların kendileriyle ilgili kararları yerel gazetelerden öğrenmek zorunda hissedeceklerini söylemektedir. [224] Bununla birlikte, Denis McOuail ve Sven Windahl'da; "merkezileşmiş yayın ya da yayım kurumları tarafından, geniş ve durağan bir kitleye gönderilen aynı tür ileti, artık fazla bir önem taşımamaktadır" demektedirler. McQuail ve Windahl; "yeni gelişen teknolojik ve örgütsel olanakların ne zaman ve nasıl harekete geçirileceğinin çok açık olmamakla birlikte, yeni iletişim işlevleri ve beklentileri ile bütün bir iletişim akışı "haritasının" değişiminden de söz edilebilir" diyerek, iletişim araçlarından beklentilerin ve bu araçların işlevlerinde ciddi değişikliklerin olduğunun altını çizmektedirler. [225]

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.

Turan, çoğulcu basının demokrasi felsefesinin ve kültürünün topluma sindirilmesinde ve benimsetilmesinde etkin bir rol oynadığını belirterek, özgür ve çoğulcu basının kamuoyunu ne kadar doğru bilgilerle aydınlatırsa

[224]TUTAR, Hilmi. **21. Yüzyıl'da Türk Basını**, Ankara, 1993, s. 115.
[225]McQUAİL, Denis. Sven Wındahl. A.g.k., s. 14.

ulusal iradenin sağlıklı ve isabetli oluşum sürecine de o ölçüde katkı sağlayacağını söylemektedir. [226]

Kavaklı, Turan'ın düşüncelerine yaptığı göndermede konuyu biraz daha açarak, yerel basının demokrasi terbiyesinin yerleşip kökleşmesinde, çok partili parlamenter rejimin ve katılımcı, çoğulcu demokrasinin tabana yayılıp kökleşmesinde önemli bir görev yaptığını söylemektedir. Kavaklı ayrıca; yerel basının devletle vatandaş arasında diyaloğu ve uyumu sağlamak ve çift yönlü-dünüşümlü bir etkileşim sürecini oluşturmak suretiyle, bir anlamda demokratik mekanizmanın sağlıklı işleyişine ciddi bir katkı getirdiğini de sözlerine eklemektedir. [227]

Alemdar da eş değer bir yaklaşım ile sözü yerel basına getirerek, demokratik bir toplumun çok sesli, çoğulcu bir toplum olması durumunda yerel basının bütün sınırlılıklara, olanaksızlıklara rağmen, çoğulculuğu sağlamada önemli bir araç olduğunun altını çizmektedir. Alemdar, yerel basının gerçekten rolünü yerine getirebilmesi için bir ülkenin demokratik olması gerektiğini de vurgulamaktadır. [228]

İnönü yerel basının çok önemli görevlerinden birinin de eğitim olduğunu, basın mesleğine atılmak isteyen gençler için henüz işin başlangıcında iken en iyi eğitim ortamını yerel basının sağladığını belirtmektedir. Teknolojik imkanların az olduğu, teknik güçlüklerin olduğu yerde insanın kendi malzemesi ön plana çıkar, toplumun isteklerini yine toplumun kabul edeceği şekilde söylemenin yolunu bulup çıkartmak becerisi öne çıkar diyen İnönü, Teknolojinin de bazen buna yetemediğini, ulusal basında söz konusu insan katkısının teknoloji nedeni ile ihmal

---

[226]TURAN, Yusuf. A.g.k., s. 91.

[227]KAVAKLI, Oğuzhan. "Yerel Basın", **İzmir Gazeteciler Cemiyeti Yerel Basın Paneli**'ne sunulan bildiri, 1. Tüyap İzmir Kitap Fuarı, İzmir, 15 Mart 1996 a, s. 2.

[228]ALEMDAR, Korkmaz. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 88.

edildiğini söylemektedir. İnönü, yerel basında bu ihmalin olamayacağını, çünkü yerel basının en büyük değerinin insan varlığı olduğunu, insan varlığı ve değerinin yerel basında öne çıkması nedeniyle bu ortamda gazeteci olanların ulusal basında da çok başarılı olduklarını ifade etmektedir.[229]

Yerel basının evrensel düzeyde değişmeyen bu özellikleri, kimi toplumlarda farklı yoğunluklarla ortaya çıkabilmekte, kimi zaman daha yoğun sorumluluk ve görevlerle yüklenmiş olabilmektedir. Bunun en büyük örneği Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde görülmüştür. 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.

Ergenekon, yerel basının katılımcı, çağdaş demokrasinin önemli araçlarından biri olduğuna, devlet-vatandaş ilişkilerinin sağlıklı yürütülmesinde etkin rol oynadığına değinerek, yerel basının ulusal mücadeleden bu yana devamlı devletin ve ulusun yanında yer aldığını, en zor şartlarda dahi ulusal birliğin, beraberliğin sağlanmasında ve devamında yılmadan mücadele ettiğini vurgulamaktadır. [230]

Ünal da, Atatürk'ün işaret ettiği muassır medeniyet düzeyine ulaşılabilmesi için yerel basın ve mensuplarının devletle millet arasından toplumsal bir uzlaşma ve barış köprüsü olma görevini üstlendiklerini ve bu görevini de Kurtuluş Savaşı'nda da başarı ile yerine getirdiğini söylemektedir. [231]

---

[229] İNÖNÜ, Erdal. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 27.

[230] ERGENEKON, Görberk. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, a.g.k., s. 49.

[231] ÜNAL, Şinasi. "Yerel Basın ve Sorunları", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1068.

Akcan, yerel basını aynı zamanda Kurtuluş Savaşı Basını olarak değerlendirmek gerektiğini belirterek, 1919 yılında Büyük kurtarıcı Mustafa Kemal'in başlattığı Kurtuluş Savaşında O'nun düşüncelerini Türk kamuoyuna yerel olarak yayınlanan Anadolu basınının ilettiğini söylemektedir. Akcan, Mustafa Kemal'in emir ve direktifleriyle yayın hayatına giren İrade-i Milliye gazetesinin bu kutsal görevi yerine getiren Anadolu Basınının bir örneği olduğunu vurgulamaktadır.[232] Milli Mücadele döneminde İstanbul'un işgal altında olması ve basının da buna bağlı olarak ağır bir sansür dönemi yaşaması, bu dönemde Anadolu Basınının önemini çok arttırmıştır. Anadolu Basını Milli Mücadelenin sesini bütün yurda duyurmaya çalışmıştır[233].

Kavaklı da aynı yaklaşımla; yerel basının, daha geniş kitlelerce söyleniş biçimiyle "Anadolu Basını"nın, gazetecilik işlevi dışında, Türkiye açısından çok ayrı ve özel bir anlamının olduğunu söylemektedir. Kavaklı; Kurtuluş Savaşı'nda "Milli İrade"nin sesi ve Türk Yurdunun savunucusu olan yerel basının birleştirici ve bütünleştirici niteliğiyle ve milli mücadeleye sağladığı dinamik güçle, bugün ulaşılan Cumhuriyet Türkiyesi'nin temelinde harcı olduğunu belirtmektedir. [234]

Gerçekten de Ulusal Kurtuluş Savaşı döneminde, İstanbul Basını susarken, Anadolu'nun yerel gazeteleri, dünyada eşine rastlanmamış bir gazetecilik örneği vermişlerdir. Ülkenin emperyalist güçlerce işgalinden sonra, toplumun örgütlenme ve haberleşmesinde, toplumsal moralin yükselmesinde kıyasıya bir mücadele vererek ulusal kurtuluş mücadelesine destek sağlayan yerel basın, işlevi ve tirajı açısından da en zengin ve onurlu dönemini yaşamıştır. [235]

---

[232]AKCAN, Lütfi. "Anadolu Basını Yerel Basın", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1073.

[233]ALTINAL, Şengül. A.g.tez., s. 33.

[234]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.bildiri., s. 2.

[235]AHMET, E. "Yerel Basının İşlevi ve Sorunları", **Bilim ve Sanat**, İstanbul, Aralık 1981, s. 28.

TBMM'nin 20 Eylül 1920 tarihli oturumunda geçen bir tartışma üzerine Atatürk'ün, yerel basın konusunda yapılan çalışmalara ilişkin olarak yaptığı şu aydınlatıcı konuşma, o dönemin koşullarına ve yerel basınına ilişkin bilgi verici niteliktedir:

> "Memlekette basın var mı? denilmiş. Yani memlekette basın olmadığından söz edilmiş. Gerçekten efendiler, Anadolu'da bir yıl evvel, altı ay evvel, sekiz ay evvel basın denecek bir şeyler yoktu. Bunu hepimiz biliriz. Fakat bugün hakikaten Anadolu'da basın vardır ve bu basın, yine Anadolu'da yapılan çalışmanın ürünüdür. Hemen hemen önemli bir merkezimiz yoktur ki orada bir gazete çıkmamış olsun...Demek ki Anadolu'da basın vardır. Dolayısıyla basın savsaklanmamıştır. Efendiler bu basının oluşması için ilk girişimler yapılmış ve oluşmuştur. Hayatlarını sürdürmek için maddi yardım; fakat olasıdır ki söz konusu edilmesi gereken en önemli ve gerçek yardım, düşünce yardımı olacaktır ki bu da yapılmıştır. Bütün gazetelere ne yolda kalem kullanacaklarına ilişkin tarafımızdan yönerge verilmiştir ve izlenmiştir. Ve bütün basınımız bu dairede görev yapmaktadır. Buna yalnız uymayan bir gazete olmuştur. İsmi Yeni Dünya'dır[236]."

Atatürk'ün bu sözlerinden hareket eden Koloğlu'nun da belirttiği gibi, 1920 yılı içinde Kemalist bir basın oluşturma yolunda gerekli bütün girişimler yapılmış ve 1921 yılına zaten Kemalist olan Anadolu, Kurtuluş Savaşı'nın gereklerine uygun olarak tek ses veren bir basınla girmiştir. [237]

Bununla birlikte, 1920-22 yılları arasında Anodulu'daki basını gözlemleyen, çeşitli saptamalarda bulunan ve bu saptamalarını daha sonra bir kitapta toplayan Rus araştırmacısı Yust'un o döneme ilişkin olarak yaptığı şu saptama son derece önemlidir: "Anadolu'da basın özgürlüğü resmen vardır. Ön sansür yoktur, ancak sorumlu redaktörler (müdürler) sistemi geçerlidir[238]".

---

[236]KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 36.
[237]A.g.k.
[238]YUST, K. A.g.k., s. 134.

Söz konusu dönemde, ulusal mücadeleyi destekleyen yerel gazeteciler koşulların da etkisiyle oldukça keskinleşmişlerdir. Sansüre çoğu zaman gerek bile kalmamasının nedeni bu gazeteciler ulusal mücadelenin yanında son derece aktif ve yaptırımdan yana bir tavırla yer almalarıdır. Öğüd gazetesi yazıişleri müdürü Nuri Tahsin'in kaleme aldığı bir yazıda dile getirdiği şu düşünceleri bu açıdan iyi bir örnek oluşturmaktadır:

> "Gazeteciler yetenekli, bilgili ve fikirlerini açıklayabilen kişiler olmalıdır. Vatanseverlik ve milliyetçilik idealleri olmalıdır. Gazetecilerden herhangi biri İttihat ve Terakki ile Hürriyet ve İtilaf'a ilişkin alay etmekten ve Ankara Hükümeti'ni kutlamaktan başka bir şey yazarsa kalemi kırılmalı ve iğrenç fikirlerle dolu kafası kesilmelidir. Çünkü hoşgörü en kötü sonuçları doğurur[239]".

Diğer yandan, Altınal Doktora tezi için yaptığı araştırmada; Milli Mücadele döneminde Anadolu'da maddi ve teknik imkansızlıklar içinde direniş hareketini destekleyen, Anadolu'nun sesini duyurmaya ve direniş için kamuoyu oluşturmaya çalışan basının yanısıra, İstanbul'da Milli Mücadeleye karşı olan muhalif grubun da varlığından sözetmektedir. [240] Altınal, o dönemde İstanbul Basınının, birkaç gazete dışında adeta Anadolu'da bir direniş hareketi yokmuş gibi davrandığını, Milli Mücadaleden hiç söz etmeden, genellikle, magazin ağırlıklı konular işlediğini söylemektedir. Altınal, bu durumun, Ankara Hükümetinin cephede ciddi başarılar elde etmesi ve yabancı bir ülkenin bu hükümetle anlaşma imzalaması aşamasına (İnönü zaferlerinden sonra, 1921'de Fransa ile imzalanan Ankara Antlaşmasına) gelinceye kadar sürdüğünü de vurgulamaktadır. [241]

İstanbul Basınındaki bazı gazatelerin, Ulusal Mücadeleye karşı takındıkları ilgisiz tavrın yanısıra genel ahlaka aykırı yayında

---

[239] A.g.k., s. 179.

[240] ALTINAL, Şengül. A.g.tez., s. 38.

[241] A.g.tez., s. 34.

bulunmalarını protesto eden bir grup Anadolu kadınının çektikleri telgraf gerçektende çok büyük bir anlam taşımaktadır. Tarihi bir nitelik taşıyan bu belge 2 Şubat 1920 tarihli Hakimiyet-i Milliye gazetesinde de yayımlanmıştır. Telgrafın metni şöyledir:

> "İsimleri, meslekleri, maksatları, sahib-i imtiyazlarının, mes'ul müdürlerinin şahsiyetleri herkesçe malum olan, iki üç gazetenin, hayat memat mücadelesinde bulunduğumuz şu mühim anda, bütün milleti harekete davetle memleketi kurtarmak için vatanperverlik yapacak yerde, sükunu ihlal, umumi ahlakı bozacak neşriyatta bulunduklarını görüyor ve işitiyoruz. Memleketimizi düşmanlardan taksime çalışırken, onlara manen maddeten yardım eden memleketin bu hayırsız evlatlarını kadın kalbiyle lanetliyoruz. Tarihten korksunlar. Avrupalılar, "bir memlekette neşredilen gazete, o memleket ahalisinin efkar-ı umumiyesini temsil eder" derler. İşte bağırarak söylüyoruz ki, bu efendilerin neşriyatı Anadolu efkar-u umumiyesine kat'iyen temas bile edemez...[242]".

Bugünkü koşulların ve yaşananların gözönüne getirilmesi durumunda bugüne de seslenen bu belge, bugün bile taşıdığı anlamı ve önemi yitirmemiştir.

Koloğlu, 1919 Mayıs'ı ile 1938 sonu arasında Türkiye'de 582 gazete çıktığını, bunun 176'sının İstanbul'da, gerisinin (406) taşrada çıktığının hesaplandığını söylemektedir. Koloğlu'na göre;

> "Bunun, 54'ü İzmir, 27'si Adana, 25'i Ankara, 24'ü Bursa, 18'i Trabzon, 16'sı Samsun, 13'ü Eskişehir, 12'si Adana, 12'si Kastamonu, 11'i Gaziantep, onarı Konya, Balıkesir, Urfa'da çıkmıştır. On ilde hiç gazete yoktur, 11 ilde ise sadece birer gazete vardır. Dikkati çeken İstanbul'da gazetelerin yüzde 60'ı siyasi iken, taşrada yüzde 83'ünün siyasi olmasıdır.[243]"

1919 yılında İrade-i Milliye adı ile Sivas'ta daha sonra da 1920 yılında Hakimiyet-i Milliye adı ile Ankara'da kurduğu gazetelerden de anlaşıldığı

---

[242]A.g.tez., s. 49.

[243]KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 132.

gibi, Atatürk; gazetecilik girişim ve etkinliğine yerel basından başlamış ve yerel ortamlarda da sürdürmüştür. Atatürk'ün; önce Sivas ve sonra Ankara'da sürdürdüğü gazetecilik etkinliği, daha sonraları gerek Kurtuluş Savaşı süresince ve gerekse savaştan sonraki ülkenin yeniden yapılanması döneminde yerel basının ne büyük bir güce sahip olduğuna inandığının açık göstergesidir. Gerçekten de Türkiye'de yerel basın; Anadolu'yu nasıl bir bütün olarak ulusal kurtuluş savaşı için motive edebileceğini, nasıl yılmış bir halkın tekrar mücadele içine çekilebileceğini ve devrimlerin ulusa nasıl maledilebileceğini, teknik, ekonomik, kağıt ve eleman konularındaki yetersizliklerine rağmen başarıyla kanıtlamış bir basındır.

Kavaklı, Kurtuluş Savaşı sırasında yayınlanan kimi gazeteleri şöyle sıralamaktadır: "Konya'da "Babalık", Erzurum'da "Albayrak", Afyon'da Öğüt, Kastamonu'da Açıksöz, Sivas'ta "İrade-i Milliye", Ankara'da "Hakimiyet-i Milliye", Balıkesir'de "İzmir'e Doğru", Adana'da "Yeni Adana" ve Trabzon'da "İstikbal" gazeteleri[244]". Kavaklı ayrıca, bu gazetelerin genç Türkiye Cumhuriyeti'nin istikbalini hazırladığını, demokrasinin yeşerip, çoğulcu ve katılımcı özelliğiyle yerel yönetim teşkilatlarında yaygınlaşmasında yerel gazetelerin katkısının inkar edilemeyeceğini de söylemektedir. [245]

Ulusal kurtuluş mücadesinin verildiği dönemde yerel basın kendi içinde özeleştiri mekanizmasını da başlatmış, kendi içlerinde doğabilecek handikaplara ilişkin uyarılarda da bulunmuşlardır. Dönemin "Babalık Gazetesi"nde yer alan şu eleştiri, öneri ve uyarı sonraki dönemlere de ışık tutması açısından önemlidir:

> "Her gazete çıkarmak isteyene bu hak yasaklanmalıdır. Tabii bir demokratik ülke hükümeti buna karışmaz. Fakat resmi olmayan Türk Basın Birliği, gerekli koşulları yerine getirmeyen basın organlarına yayın

[244]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.bildiri., s. 2.
[245]A.g.bildiri., s. 2.

hakkı vermeyebilir. Milli Mücadele'nin doğduğu anda varlığını şekillendiren Anadolu basınının tarihi yenidir. Şimdiye dek halkımız basınla pek ilgilenmedi. Şimdi yeni yeni alışıyor. Milletimizde basına karşı olumsuz bir tutum yerleşmiştir. Gazetelerin hiçbir zaman gerçekleri yansıtmadığına, yayınların yanlış ve aldatıcı olduğuna inanılıyor. Milletimizde hakim olan bu görüşü kökünden silmek gerekir[246]".

O dönemlerde başlayan uyarı ve eleştirilerdeki haklılık payı daha sonraki yıllarda kendini iyice göstermektedir. Gerçekten de o dönemlerde gözardı edilen, üzerinde durulmayan ve geleceği görülemeyerek ileri sürülen eleştiri ve uyarıların dikkate alınmaması sonucu, yerel basın daha sonraki yıllara, geçmişten aldığı yanlış kazanımlarla gelmiş ve yokolma tehlikesiyle yüzyüze kalmıştır.

Bununla birlikte İnönü, Türkiye Cumhuriyeti'nde demokrasiye geçildikten sonra yerel basının ayrı bir anlam kazandığını, bütün demokratik hareketlerde yerel basının öncülük yaptığını belirterek, yeni çıkan muhalefet partilerini candan desteklediğini, partili yaşamın yerleşmesiyle birlikte de her partinin yerel basın temsilcisinin kendini gösterdiğini söylemektedir. [247]

İnönü'nün sözünü ettiği partili yaşamın yerleşmesiyle birlikte yerel basın henüz olgunlaşma dönemini tamamlamamış bulunmaktadır. Zira bu partili yaşamla birlikte yerel basında da olumsuz gelişmeler baş göstermiştir. Ulusal mücadele döneminin son derece güçlü, etkili, saygın ve onurlu olan yerel basını, sonraki yıllarda İstanbul basınına karşı sahip olduğu bu üstünlükleri yitirmeye başlamış, gittikçe halsizleşen, önemsizleşen ve itibar kaybına uğramış bir yapıya bürünmüştür. Özellikle Türkiye'nin, 1946-60 arası çok partili siyasi hayatla tanıştığı dönemde -ki bu dönemde yalnızca gazetelerin varlığı söz konusuydu- sayısal anlamda tam bir patlama

[246]YUST, K. A.g.k., s. 179.
[247]İNÖNÜ, Erdal. A.g.k., s. 26.

gösteren yerel basın, aynı zamanda gittikçe sorunlarının kronikleştiği ve iyice işlevsizleştiği bir anlamda yardıma muhtaç hale dönüşen bir yapıya sahip olmuştur. Aslında söz konusu dönemin başdöndürücü ortamında yerel basın kendi sonunu da hazırlamıştır. Dönemin siyasi ortamından ve bu ortamın yarattığı ekonomik, siyasi ve sosyal çıkarlara kolaylıkla ulaşabilme olanaklarından yararlanma telaşına düşen yerel gazetelere, bu dönemde gazetecilik kültürüne sahip olmayanların yayınlamaya başladığı gazeteler de eklenince yerel basın sonraki yıllarda bir daha onarılamayacak nitelik kaybına uğramıştır. Çok partili hayatla birlikte birdenbire başlayan keskin ve acımasız cepheleşme ve muhalefetin de etkisiyle de sorunlar kronikleşmiştir.

Koloğlu, söz konusu döneme ve yerel basının çöküşüne ilişkin olarak şunları söylemektedir:

> "2. Dünya Savaşı yıllarında kağıt sıkıntısı ve gittikçe yaygınlaşan radyonun hızlı haber hizmetiyle yarışmanın olanaksızlığı karşısında yerel basın büsbütün gerilemiştir. 1945 sonunda çok partili döneme giriş yerel gazeteciliğe tekrar bir ivme verdi. İlgi yine sadece politikadaydı. Önce CHP ile karşıtı DP'nin organları belirdi, arkasından DP içindeki bölünmeden doğan partilerin gazeteleri. 1950'de iktidarın el değiştirmesinin ardından Halkevleri'nin kapatılmasıyla dergicilik de sona erdi ve yerel basın politik ilişkilerin çıkar aracı haline geldi. En şiddetli siyasi polemikler sütunlarında yer aldı. Ne eğitici, ne öğretici, ne de kültür verici bir rol oynadılar. "Besleme Basın" deyimi bu dönemde çok yaygınlaştı ve yerel basının büyük kısmı bu sınıfa girdi.
>
> Savaş sonrası ekonomik açılmada İstanbul büyük basınının ülkeye yeni teknolojileri ve dinamik bir gazetecilik anlayışı getirişi, sadece yerel basının kavrulması sonucunu yaratmadı, Ankara gazeteciliği de taşra niteliğine döndü. Uçakla, özel kamyonla gönderme, matris gönderip Ankara'da basmı ve nihayet İzmir, Ankara, Adana, Erzurum ve son olarak Antalya'da basımevleri kurup faksla sayfa geçme uygulamaları ve nihayet bölge ilaveleri yayını, yerel basının gelişmesini frenledi[248]".

[248]KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 132.

Ahmet'in de söz konusu döneme ilişkin olarak yaptığı şu saptama ve değerlendirmeleri yine konuya açıklık getirici niteliktedir:

> "Kurtuluş Savaşının sonuçlanmasıyla, İstanbul Basını yine ön plana geçmiş, yerel basın ise bir duraklama sürecine girmiştir. Bu duraklama, 1946 yılına, çok partili döneme geçişe dek sürmüştür. 1946-1957 yılları arasında, yerel basında, Meşrutiyet dönemine benzeyen, fakat oldukça kısa süren bir canlanma görülmektedir. Demokrat Parti'nin kurulması ve yurt düzeyinde örgütlenmesine koşut olarak, bu partiyi ve programını destekleyen gazeteler, yurdun her il ve ilçesinde yayınlanmaya başladı. Bu canlanma dönemi oldukça kısa sürdü. Demokrat Parti iktidarının oturmaya başlamasıyla birlikte devlet kesesinden, kendisini destekleyen gazetelere, basına yardım adı altında, parasal çıkar sağlanması, gazetecilikle ilgisi olmayan ve çoğunlukla matbaa sahibi veya parti örgütlerinde görevli kişilerin gazete çıkarmaya başlamalarına yol açtı. Bu durumda amaç, salt dağıtılan bu maddi çıkarlardan yararlanmak olduğundan, bu gazeteler içerik ve işlev bakımından okuyucuya bir şeyler verme ve kamu yararına çalışma endişesinden uzaklaştılar. Bunun sonucu olarak da 1950 yılından sonra giderek, yerel basının basın olarak işlevinden sözetmek olanaksız duruma geldi[249]."

Kurtuluş Savaşı'nın yokluklar içinde var olan mücadeleci yerel basını, görüldüğü gibi, sonraki yılların gelişmelerinden olumsuz etkilenmiş, güç ve saygınlık kaybına uğramıştır. Yerel basın yerel ortamın bir iletişim, eğitim ve kültür kurumu olması gerekirken nedense sadece siyasetin kurumu olmuş, bulundukları kentlerdeki siyasi kişiliklerin propaganda aracı haline gelmiştir. Bunun yanısıra teknolojik olarak kendini yenileyemeyen yerel basın içine düştüğü tüm bu olumsuz durumlardan ve hakkındaki olumsuz yargılardan sonra, bir daha istenen ilerlemeyi de gösterememiştir. öte yandan ülkenin büyüme ve kentleşme süreci ile birlikte artan ve ivedi çözümler bekleyen diğer sorunları, yerel basının içine düştüğü durumu unutturarak bu konuda alınması gereken önlemleri de ertelettirmiştir

[249]AHMET, E. A.g.m., s. 28.

Yerel basının söz konusu dönem ile sonrasındaki yapılanma sürecine ilişkin yaptığı bir çalışmada ise Varol, araştırma alanı olarak seçtiği Bandırma'da 1950'lerden bugüne değin rekabetçi siyasal sisteme koşut olarak ve onunla birlikte yaşayan bir yerel basının varlığından sözetmektedir. Varol'un Bandırma örneğindeki saptamaları konu açısından oldukça dikkat çekicidir. Varol, Bandırma'da gazete sahipliği-yazarlığı yapan ve yapmakta olan 8 kişinin; üçünün çiftçi, dördünün esnaf-tüccar kesiminden, birinin'de serbest meslek mensubu olduğunu, dolayısıyla görece küçük yerleşim alanlarında "gerçek anlamıyla gezetecilik" diye bir mesleğin bir diğer deyişle asıl geçim kaynağının böyle bir etkinlik olmadığının söylenebileceğini vurgulayarak, aslında küçük yerleşim alanlarında bu mesleğin ikincil hatta ikincilden de sonra gelen bir etkinlik olduğunu belirtmektedir. Varol'a göre, söz konusu yerleşim alanlarında bu iş gelir sağlayıcı bir etkinlik olmaktan çok, asıl etkinliklerden sağlanan gelirden tüketen bir iştir ve bu nedenle buralardaki gazeteciliğe amatör bir etkinlik olarak bakmak gerekmektedir. Varol, bu amatörce ve genellikle gelir tüketen işi yapanların buna rağmen neden bu işi yaptıklarına ilişkin soruyu da Bandırma'daki gazete sahiplerinin siyasi partilerle olan ilişkilerine hatta bu partilerdeki görevlerine ilişkin yaptığı saptamalardan yola çıkarak şu şekilde cevaplamaktadır:

> "...Elde edilen bilgiler, yerel gazetecilik yapanların, siyasal yelpazenin ayrı kanatlarında yeralmış olarak siyaset ile içiçe olduklarını gösterir niteliktedir. Daha doğrusu, içiçe olmaktan da öte, hemen hepsinin, başlıca siyasal partilerden biri veya diğerinin en aktif, dahası sorumlu roller üstlenmiş elamanları olduğu görülmektedir. Bu olgu yerel gazeteciliğin, yerel siyasetin bir aracı olup, yerel düzeydeki siyasal aktörlerin siyasal etkinliklerine yardımcı bir etkinlik olduğunun bir diğer kanıtı olarak görülebilir[250]."

[250]VAROL, Muharrem. "Yerel Basın ve Yerel Düzeyde Siyaset", **Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı VIII**, 1983-1985, s. 265-266.

Varol, küçük yerleşim alanlarında yerel basının daha çok siyasetin bir aracı olduğunu ancak bu özelliğine rağmen tek sesli olmayan bir yerel basının bu niteliğiyle siyasetin demokratikleşmesine gözardı edilemez bir katkı sağlayabileceğini de kişisel bir yargısı olarak belirtmektedir. [251]

Aynı şekilde Kavaklı da yerel basın tarafından izlenen yerel yönetimlerin, hizmetin aksatılmadan yürütülmesinde azami özeni gösterdiklerini, basının desteğini alan yönetimlerin geleceğe daha emin adımlarla ilerlediğini söylemektedir. [252]

Yerel yönetimler açısından son derece önemli işlevselliğe sahip bir kurum olan yerel basın, aynı zamanda pekçok açıdan şimşekleri üstüne çeken bir kurum olma özelliğini de taşımaktadır. Yerel basının kimi zaman politikacılar tarafından kullanılması, kimi zaman ise yerel basının doğrudan yerel politikaya müdahale etmesi tartışmaların bir yönünü oluşturmuştur. Ancak bunların yanısıra kimi yerel gazetelerin yalnızca politik çıkarlar nedeniyle kimi hükümet dönemlerinde devlet eliyle ve taraflı olarak kalkındırılması, ayrıca gazetecilik ile ilişkili olmayan kişilerin kendilerine çeşitli çıkarlar sağlamak için gazeteciliğe ucuz ve basit yoldan yerel basında başlama çabaları, tartışmaların bir diğer yönünü oluşturmuştur. Bu tartışmaların büyük bir çoğunluğu da devlet eliyle verildiği için resmi ilan dağıtımı konusunda yoğunlaşmıştır.

Koloğlu, 1960 öncesi resmi ilan dağıtımındaki tarafgir davranışları önlemek amacıyla kurulan Basın-İlan Kurumu'nun ilanların tüm ülke çapındaki dağıtımını kalite ölçülerine bağlayarak, yerel basını daha nitelikli hale gelmeye teşvik ettiğini, bu dönemde yerel basında gerçekten gazetecilik yapmaya özenenlerin belirdiğini söylemektedir. Bu girişimin yan etkisi

[251] A.g.m., s. 269.

[252] KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.m., s. 2.

olarak sadece bölgelere ayrılan ilan kontenjanından pay almak için gazete çıkaranların ortaya çıktığını belirten Koloğlu, "**Naylon gazete**" denilen ve akraba tallükatının "Sarı kart" almasına hizmetten başka bir yararı görülmeyen bu uygulamanın sonucunda, yerel gazete sayısının 1970'lerin ortasında 1100'e ulaştığını vurgulamaktadır. Koloğlu bunların büyük kısmının gerekli vasıflara sahip olamadıkları için ilan alamadıklarını, buna karşılık siyasi ilişkileri kullanarak çıkar sağlama yollarını aradıklarını da eklemektedir. [253] Akyol da Türkiye'deki sayıları çok yüksek düzeyde bulunan yerel gazetelerin, bir demokratik görevi yerine getirmek için çıkmadığını, bu gazetelerin demokrasiye katkısının olmadığını ileri sürmektedir. Akyol, bu gazetelerin sadece bir tür geçim kaynağı, kazanç aracı olarak çıktıklarını, bunun bir eleştiri değil saptama olduğunu vurgulayarak, yayınlanan 800'den fazla gazete olmasının sevinilecek bir yanının olmadını, bunun çoğulculuk anlamına gelmediğini, tersine dağınıklık ve organize olamamanın bir göstergesi olduğunu söylemektedir. [254]

Yine bu konuda, buraya kadar aktarılan görüşleri doğrulayan bir başka yaklaşım da 21 yıl önce hazırlanmış bir raporda dile getirilmiştir. Doğrudan yerel basın temsilcilerinin, 1975 yılında yapılan 2. Türk Basın Kurultayı'na sundukları bu rapor'da da sorun tüm çıplaklığı ile dile getirilmektedir. Söz konusu raporda kentlerde artan gazete sayılarının yerel basının gelirlerine ve saygınlığına gölge düşürdüğü belirtilmekte ve şöyle denilmektedir:

> "Gazete sayısının artmış olması bölge toplantılarında yapılan açıklamalardan da anlaşılacağı gibi başlıca iki nedene dayanmaktadır. Bunlardan birincisi, gerçek mesleği gazeteci olsun olmasın ilan gelirinin yüksek olduğunu sanan bazı kimselerin bu gelirden kolayca pay almak istekleridir. Son yıllar içerisinde bu isteğe kapılan şahıslar arasında mesleği gazetecilik olmayanların da çok sayıda bulunduğu görülmektedir. Gazete sayısının artışında ikinci temel neden ise, il veya

[253] KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 133.

[254] AKYOL, Taha. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 97.

ilçelerde gazeteciler arasında ortaya çıkan siyasal görüş ayrılıklarıdır. Gazetecilerin bir kısmının siyasi partilerin il teşkilatlarında resmen ve fiilen görev dahi aldıkları düşünülürse, bu siyasal görüş ayrılıklarının gazetelere yansımasının tabii olduğu takdir edilir. Ne var ki, böyle bir nedenle yayınlanmakta olan gazetelerin sayısa hızlı bir artış göstermesi, gerçekte o gazetelerin siyasi amaçlarına da aykırı düşmektedir. Kendi siyasal görüşü ya da mensubu olduğu siyasi parti adına propaganda yapabilmek amacıyla gazete çıkaran kişi, parasal kaynağı daha da parçalamış olduğundan, Anadolu Basınının mevcut maddi güçsüzlüğünü artırmaktadır. Böyle olunca, ayda eline geçen 1-2 bin liralık ilan geliriyle gazetesini güzel ve çok sayıda basabilme ve dağıtabilme imkanından mahrum kalmaktadır. Hatta birçok yerde, gazetelerin ancak ilan sahiplerine ve birkaç esnafa dağıtılacak sayıda basıldığı, yani, 100-150 adet basılabildiği gerçek bir durumdur. Bu sayıyla ve bu kalitede bir gazete ile değil siyasal görüş, hiçbir görüş açısından etkili bir işlev kazanmak mümkün değildir. Daha açık bir deyimle, siyasal propaganda için gazete çıkaran kişi, ilde o güne dek mevcut imkanı dahi bilerek ve de bilmeyerek yok etmiş olmaktadır[255]".

Görüldüğü gibi ileri sürülen görüşler birbiriyle benzeşik yaklaşımlar içermektedir. Yerel basın adına hep aynı handikap ortaya konulmaktadır. Yerel basının devlete dayalı bir gelir elde etme çabası ve yerel basından siyasi çıkar elde etme amacıyla yararlanılması. Yaklaşımların temelini ve esasen yerel basının en göze batan sorununu da bu iki unsur oluşturmaktadır.Yerel basının resmi ilan geliri ve siyasi güç amacıyla kullanılması elbette yerel basının gücünü olumsuz etkilemiştir.

Ancak, yerel basın adına olumsuz bir görüntüye neden olan resmi ilan konusunda, yerel basın mensuplarının haklı olduğu bir yön de bulunmaktadır. Buraya kadar ileri sürülen düşüncelerden ayrılan bir yaklaşım, 2. Türk Basın Kurultayına sunulan ve daha önce adı anılan söz konusu raporda ortaya konulmaktadır. Raporda özetle şunlar dile getirilmektedir:

[255] **2. Türk Basın Kurultayı**, Basın Yayın Genel Müdürlüğü Yayınları, (Düzenleyen: Erdoğan Tamer), Başbakanlık Basımevi, Ankara, Kasım 1976, s. 103.

"Komisyonumuz resmi ilanların fiyat tarifesinin 195 sayılı kanuna göre (Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun), çıkarılmakta olan fiyat tarifelerini bugüne kadar Türk Basını olarak uygulanmayıp 3 şehir ve yerel basın olarak ayrıldığını ve bunun Anayasa'daki eşitlik ilkesine uymadığını tesbit etmiştir. Bunun örneği şimdiki uygulamada, İstanbul, Ankara, İzmir şehrinde çıkan gazetelerin ilan ücretleri 50 lira, Anadolu basını için ise 30 liradır (14 Kasım 1975 yılının fiyatlarına göre)[256]".

Raporda daha sonra, yürürlükteki kanunlarla 3 kentte bulunan gazetelerin gelişmesi için, Cumhuriyet kurulduğundan buyana koruma önlemlerinin alındığını, bu nedenle bu büyük kentlerde basında tröstleşme doğduğunu, ancak, Anadolu basını için Cumhuriyet kurulduğundan buyana hiçbir koruma önleminin alınmadığını, getirilen önlemlerin teşvik edici değil, gelişmeyi önleyici olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca, 3 kente karşı Anadolu basınına, çeşitli ortamlarda temsil edilmesinden kredilendirilmesine kadar her konuda büyük adaletsizlikler yapıldığı, gazete kağıdı alımlarında bile devletin 3 büyük kentteki gazetelere kolaylıklar sağlarken Anadolu basınına bu kolaylıkları sağlamadığı belirtilmektedir.

Bu görüşlerin de haklılık payı bulunmaktadır. Gerçekten de geçmişte ve bugün yerel basın konusunda ikili bir standart uygulanmış ve hep ulusal basın desteklenmiştir. Bir başka deyişle, devlet desteği gibi bir unsurun sürekli olarak özellikle İstanbul'daki ulusal basın için sağlanmış olması, yerel basını da ister istemez devlet desteği beklentisine sokmuştur. Bu boyutuyla büyük sıkıntıların doğmasına neden olan devlet desteğinin, en azından resmi ilanlar, çeşitli ortamlarda temsilcilik ve kağıt temini gibi konularda yerel ve ulusal ayrımı yapılmaksızın tüm ülke basın kuruluşlarına sağlanmamış olması, yerel basına adaletsizlik yapıldığına ilişkin düşünceleri de haklı çıkarmaktadır.

[256] A.g.k., s. 106-107.

Elbette yerel basının karşılaştığı haksızlıklar ve içine düştüğü sorunlar bunlarla da kalmamaktadır. Yerel basın, ülkede özellikle son otuz yılda meydana gelen gelişmeler sonucu başka zorluklarla da karşılaşmıştır. Koloğlu, yerel basının Türkiye'deki gelişmelerle birlikte içine düştüğü bu zorlukları kısaca şöyle anlatmaktadır:

> "İstanbul kökenli büyük basının gittikçe daha çok büyük sermayenin kontrolüne girmesi 1970'li yıllarda yerel basından da yararlanma düşüncesini yarattı. Günaydın; İzmit, Eskişehir, Bursa'da tutunmuş birer gazeteyle teknik işbirliğine girerek, bunların daha kaliteli ve yüksek tirajlı olmasını, böyleci hem resmi hem de giderek artan yerel reklamdan daha fazla pay almalarını sağlamaya çalıştı. Okuyucu ve reklam kaybetme olasılığına karşı diğer büyük İstanbul gazeteleri Anadolu'da matbaa kurup baskı yapma ve yerel ilaveler verme yolunu seçtiler. Uygulamanın yaygınlaşmasını önlediler. Diğer yandan yerel basın, 1970'li yıllarda doruğa ulaşan sağ-sol çatışmasından da payını aldı. Anadolu'daki birçok gazete ve gazeteci de silahlı saldırıya uğradı.
>
> 12 Eylül 1980 darbesi yerel basında da depolitazasyonu gündeme getirdi. 24 Ocak 1980 kararlarıyla girilen liberalizm dönemi, sermayenin desteğine sahip olmayan gazetelerin tasfiyesine yol açtı, tabiiki en çok etkilenen Sosyal Demokrat kökenliler oldu. Diğer yandan, Anadolu'daki ekonomik gelişmenin doğal sonucu olarak, önemli ticaret ve sanayi merkezi şehirlerde yerel sermaye, kendi ekonomik çıkarlarını korumak amacıyla gazetele yayınlama yoluna girdi. Bu konudaki en önemli girişim, İzmir'in Yeni Asır'ı tarafından yapılmıştır[257]".

Bunun yanısıra, Tokgöz, İstanbul'daki büyük gazetelerin yerel basına yaşama hakkı tanımadıklarından sözederek, bu gazetelerin yerel basını iyice köşeye sıkıştırdıklarını belirtmektedir. Tökgöz, modern gazetenin herşeyi içinde bulunduran ve bir haber kılavuzu olan kent gazetesi olduğunu, yerel konuları işleyen ve kentte oturanlara yardımcı olan bir aracı olduğunu belirterek aslında büyük ulusal gazetelerin İstanbul kaynaklı kent gazeteleri

[257]KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 133.

olmakla beraber, yayın politikaları gereği olarak İstanbul dışına da taşdıklarını, ulusal egemenliğe ulaştıklarını söylemektedir. Tokgöz şöyle devam etmektedir:

> "Bu bakımdan son yıllarda bölge sayfaları, kent sayfaları, yıldırım servis ve diğer pek çok hizmet ile hizmet götürdükleri pek çok kentlere de yönelmek istemektedirler. Daha başka deyişle, İstanbul gazetesi olmak yanında "yöreselleşmektedirler". Bu durum, ulusal düzeyde egemen olamayan fakat belirli gelişmişlik düzeyine erişmiş bulunan gazetelere, Anadolu Basınının gelişmesini iyiden iyiye kösteklemektedir. Yerel basın olarak kurulan ve gelişen büyük sermayeli İstanbul gazeteleri kurdukları basın zincirleri ve tekeller ile, ulusal düzeyde egemenliğini sürdürmekte, diğer gazetelere ise pek yaşam hakkı tanımamaktadırlar[258]".

Tokgöz'ün 1979 yılında yaptığı bu saptama doğruluk payını geçen 18 yıl süresince kanıtlayarak bugün de geçerliliğini sürdürmektedir. Gerçektenden de büyük çapta Ankara ve İstanbul gazeteleri olmak özelliği taşıyan ve bu özellikleriyle birer kent gazetesi görünümünde olan ulusal çaptaki gazeteler, yayılma politikaları ile de yerel basının önündeki en büyük engellerden birini oluşturduklarını söylemek mümkündür.

Demirkent de, yıllardır Türkiye'ye kış'ın İstanbul'a kağ yağdığı zaman geldiğini, Güneydoğu'da 13 insan öldürüldüğü gün gazetelerde haberlerin tek sütun, İstanbul'da üç kişi öldürüldüğü zaman ise bir sayfa verildiğini, bu çarpıklıkların düzeltilmediği ve yerel basının güç koymadığı sürece bu sıkıntının devam edeceğini söylemektedir. [259]

Selçuk, yerel basının yanında yer alan bir tavırla, ulusal basını temsil ettiği iddiasında bulunan İstanbul basınını eleştirmektedir. Selçuk'a göre; Anadolu'da herhangi bir gazetecinin kılına dokunulduğu zaman eğer İstanbul'daki basın bunu örtbas ediyorsa o zaman İstanbul'daki basını öyle yaygın basın, büyük basın, memleketin basını diye gözde büyütmeye gerek yoktur. Selçuk ayrıca, İstanbul'daki basının bir yandan eğlence endüstrisiyle,

[258]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.k., s. 282.
[259]DEMİRKENT, Nezih. 1992, a.g.k., s. 75.

bir yandan da holdinglerle içiçe olduğunu ve holdinglerin pazarlama organları durumuna girdiklerini de söylemektedir. [260]

Topuz'un düşünceleri de yukarıda aktarılan düşünceleri destekler bir içerik taşımaktadır. Topuz, Türkiye'de yazılı basının İstanbul merkezli olduğunu ve bunların taşra gazetelerini ezdiğini, taşra gazetelerinin de gerek kadro, gerek teknik donanım bakımından İstanbul gazeteleri ile mücadele edemedeğini söylemektedir. Yayımlanan gazetelerin 100-200 gibi düşük tirajlara sahip olduğunu, ilan ve prestij için yayımlandıklarını, bunları yerel basın olarak adlandırmadağını belirten Topuz, Türkiye'de böyle olan durumun dünyada böyle olmadığını vurgulayarak; "Fransa'da 2. Dünya Savaşı'na kadar Paris basını vardı ve savaştan sonra 200 gazete ve 14 milyon tiraja sahipti. Bugün gazete sayısı 75, tiraj 8 milyondur. Bu dönemde küçük gazeteler elendi, büyük gazeteler kaldı. Tirajlar azaldı ama taşra basını güçlendi[261]" demektedir.

Topuz'un bu düşüncelerin destekleyen bir başka yaklaşıma da Dünya Gazetesi'nin Medya köşesinde "Salı Yazıları" adıyla imzasız olarak kaleme alınan bir yazıda yer verilmektedir. Yazıda şöyle denilmektedir.

> "Dünyada farklı bir yapı var. Medya birkaç kişinin veya birkaç şehrin tekelinde değil. Her şehirde birden fazla yayın kuruluşu var, bunların çoğu da bağımsız. Yanlı olanları yöre halkı tanıyor. Güçlü olanlar bölge gazetesi haline gelmiş ama sağ ve sol düşünceleri savunan iki gazete daima var olmuş. Bunlar ulusal gazetelerle boy ölçüşüyor. Ya oralarda bu gazeteler satılmıyor veya alanların sayısı az oluyor. İnsanlar kendi yörelerinden haber almayı tercih ediyorlar. Amerika yerel gazeteciliğin en güçlü olduğu ülke. Belki de Amerikan demokrasisi bundan güçleniyor. Batı da çıkan gazete doğu eyaletlerine gelmiyor, gelse de müşteri bulmuyor. Bir eyaletten diğerine geçtiğimiz zaman bir başka gazete ile karşılaşıyorsunuz. Kıta Avrupa'sında Fransa bu alanda çok

[260]SELÇUK, İlhan. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 119.

[261]TOPUZ, Hıfzı. "Yerel Kültürleri Ortaya Çıkartmaya Çalışıyoruz", **Medya**, Aylık Pazarlama Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, İstanbul, Nisan 1993, s. 11.

güçlü. Ülkenin en güçlü yayın grubunun merkezi Paris değil, Lyon. Almanya'da gazeteler mahalleleri bölüşmüş, bazıları ücretsiz dağıtılıyor. Eyalet ayrımı orada da hayli fazla. Güneyde Bavyera'da yaşayanlar başka gazete okurken Frankfurt'ta olanlar başka gazetenin okuru. Gazete isimlerinden de bunu farkediyorsunuz. Çünkü bu gazetelerin çoğu şehirlerinin veya bölgelerinin adını taşıyor. Herkes kendi dünyasıyla meşgul. Kendi milletvekillerini izliyor, kendi belediyesinin hizmetleriyle meşgul, eğitim ve sağlık kuruluşlarında olanlar onlar için daha önemli. Ülke genelindeki gelişmeleri ulusal televizyonlardan izleme şansları var ama yine de bölgesel televizyonlar çok daha etkin[262]".

Yukarıda aktarılan görüşlerden de anlaşılacağı üzere, dünya artık basını gerçek anlamda yerelleştirmektedir. Yerel basın ülke basınının önünde ve daha etkin bir rol ile ortaya çıkmaktadır. Yerel basının hakim olduğu ülkelerde demokrasi ve yaşam kalitesindeki yükselme hızının da arttığı gözlemlenebilmektedir.

Tüm koşulların aleyhte bir görüntü çizdiği Türkiye'de ise; yerel basına ilişkin olarak, işlevsel anlamda yeterince gelişmemişliğinden söz edilebilirse de sayısal anlamda mutlak bir çokluktan söz etmek mümkün görünmektedir. Türkiye'de azımsanmayacak ölçüde bir yerel basın kuruluşu tüm güçlüklere, yetersizliklere ve engellere rağmen varlığını sürdürmeye çalışmaktadır.

Kavaklı; Ankara, İstanbul ve İzmir dışındaki gazetelerin toplam sayısının 697 olduğunu, bu gazetelerin 297'sinin haftalık, 33'ünün aylık, 40'ının 15 günlük, 327'sinin ise düzensiz periyotlarla yayınlandığını söylemektedir. Kavaklıya göre, tüm yerel gazetelerin fiili satış toplamı 400-500 bin civarında ve bunlardan Bursa, Eskişehir, Kocaeli, Sakarya, Konya, Adana ve Trabzon'da yayınlanan 13 ofset gazete 100 bin civarında bir fiili satışa ulaşırken, geri kalan 689 gazete 300-400 bin tirajı paylaşmaktadır.

[262]Dünya Gazetesi, "Demokrasinin Kökünde Güçlü Yerel Basın Olduğu Unutulmamalı" Medya Köşesi, Salı Yazıları, İstanbul, 19 Aralık 1995, s. 7.

Kavaklı, 500 kişinin belirtilen 13 gazetede olmak üzere yerel gazetelerin toplamında 2 bin 500 kişinin çalışmakta olduğunu ve bunlardan yalnızca 30 kişinin yüksek öğrenim görmüş olduğunu da verdiği bilgilere eklemektedir. [263]

Koloğlu'ya göre ise, 1992'de Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün yayınladığı rakamlara göre Türkiye'de, İstanbul, Ankara ve İzmir dışında yerel olarak nitelenen 827 yayının bulunduğundan, bunların 317'sinin günlük ve toplam tirajlarının da kendi iddialarına göre 360 bin kadar olduğundan söz etmektedir. Geri kalan 510 yayının haftada bir kaç kere, haftalık, onbeşgünlük ya da aylık olarak çıktığını, bunların tirajlarının da gündelik olarak olarak 60 bin baskıları olduğunun düşünülebileceğini belirten Koloğlu, böylece yerel basının 420 binlik bir tirajının olduğunun ileri sürülebileceğini, ancak bu 420 binden gerçek anlamda okunan ve kamuoyunu etkileyenin 60-70 bin kadar olduğunu ileri sürmektedir.

Koloğlu, bir çok kentte günlük gazete sayısının abartmalı çokluğuna da değinerek, 1992 rakamlarıyla bazı kentlerdeki toplam tirajları ve gazete sayılarını şöyle belirtmektedir:

Bursa 38.000 (6 Gazete)	Antalya 18.600 (6 Gazete)
Trabzon 15.200 (4 Gazete)	Adana 14.600 (5 Gazete)
Konya 14.500 (4 Gazete)	Adapazarı 13.000 (7 Gazete)
Eskişehir 11.900 (5 Gazete)	Gaziantep 11.500 (10 Gazete)
İzmit 7.750 (3 Gazete)	Samsun 7.400 (10 Gazete)
İskenderun 7.000 (14 Gazete)	Mersin 5.500 (9 Gazete)
Erzurum 3.700 (5 Gazete)	Antakya 3.200 (11 Gazete)
Yozgat 2.800 (7 Gazete)	Hakkari 1.600 (5 Gazete)

Turan ise, kentlerdeki sermayenin gelişmesiyle birlikte yerel basında da bir ilerlemenin gözlendiğini, 1996 yılı itibarıyla Türkiye'de yaklaşık 40 kadar ofset baskı teknolojisi ile hazırlanıp basılan yerel gazete

[263]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.bildiri., s. 2.

bulunduğunu, bunların genel tirajdaki paylarının da yüzde 40 olduğunu söylemektedir. Bursa'da yerel gazetelerin tirajının toplam 50.000'e ulaştığını, Kocaeli, Sakarya, Eskişehir, Trabzon ve Adana'dan oluşan 5 ildeki yerel gazetelerin toplam tirajlarının da yaklaşık 70.000'i bulduğunu belirten Turan, Türkiye'deki yaklaşık 600 yerel gazetenin toplam tirajının yine yaklaşık olarak 135-140 bin arasında bulunduğunu ve bunun üstündeki rakamların tamamen yanlış, gerçeği yansıtmayan ve kasıtlı olarak şişirilmiş rakamlar olduğunu vurgulamaktadır. Turan, esasen bugün itibarıyla yerel basının da yukarıda belirtilen 6 ilde gelişmiş ve gelişmekte olduğunun da altını çizmektedir. [264]

Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün yayınladığı 1995 verilerine göre de Türkiye'de halen;

Günlük olarak: 458	Haftalık olarak: 686	Aylık olarak: 1393
Haftada 2 kez : 32	Haftada 3 kez: 2	10 Günlük : 2
15 Günlük: 250	2 Aylık olarak:178	3 Aylık olarak: 232
4 Aylık olarak: 26	6 Aylık olarak: 35	Yılda 2 kez: 1
Yıllık olarak: 19	Dini bayramlarda: 2	Belirsiz olarak: 151

olmak üzere toplam 3467 süreli yayın çıkmaktadır. Dergilerin toplamı 1436 olup ulusal düzeyde dağıtımı yapılan günlük gazetelerin sayısı da 34'dür. [265] Bununla birlikte yine Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Anadolu Basını Şefliği'nden alınan bilgiye göre de 1996 yılı sonu itibariyle; günlük: 377, haftalık: 322, haftada 2 gün: 60, 15 günde bir: 64, aylık: 72, gazete yayın hayatını sürdürmektedir. Ayrıca Amasya, Artvin, Gümüşhane, Bayburt, Sinop, Şırnak illerinde günlük olarak gazete yayımlanmamakla birlikte, buralarda haftalık yayımlanan gazeteler bulunmaktadır. [266]

[264]TURAN, Yusuf, (Başbakanlık Basın Danışmanı), Aktarılan bilgiler, 28 Ağustos 1996 Çarşamba günü, saat 10.30-11.30 saatleri arasında kendisiyle yapılan görüşmeden elde edilmiştir., Ankara, Ağustos 1996.

[265]**Türkiye'de Süreli Yayınlar 1995**, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, Ocak 1996.

[266]BALKAYA, Nilüfer. (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Anadolu Basını Şefi) Aktarılan bilgiler, 10 Ocak 1997 Cuma günü, saat 14-15 saatleri arasında kendisiyle yapılan görüşmeden elde edilmiştir., Ankara, Ocak 1997.

1- İŞLEVSEL BOYUTLARI İLE YEREL BASIN

Yerel basının Türkiye'deki işlevselliğinin tarihsel süreç içinden gelen yanında hep devlet öğesi bulunmaktadır. Türkiye'de gerek ulusal ve gerekse yerel düzeyde basının varolmasını sağlayan ve etkinliğini başlatan devlet olmuştur. İlk Türk gazetesi olan Takvim-i Vekayi'nin 1831 Kasımında İstanbul'da devlet eliyle yayımlanmaya başlamasından tam 34 yıl sonra ilk yerel gazete olan Tuna Gazetesi, bugünkü Bulgaristan hudutları içinde yeni kurulmuş bulunan Tuna vilayetinin resmi yayın organı olarak yayınlanmaya başlamıştır. Daha sonra bu yayılarak Osmanlının 26 eyalet merkezinde Vilayet gazeteleri çıkmaya başlamıştır. [267]

Ahmet, gerek Takvim-i Vekayi'nin ve gerekse Osmanlı döneminde yayınlanan diğer gazetelerin devlet tarafından çıkarılmalarına karşın, bugünkü "Resmi Gazete" anlayışından uzak, basının işlevine uygun bir biçimde, yıkılmak üzere olan bir ideolojinin savunuması ve yeniden oluşturulması amacıyla yayınlandıklarını belirtmektedir. Ahmet, devletin; Osmanlı sınırları içindeki yabancı unsurların bağımsızlık hareketlerine katılmalarını engellemek, iktidarın güçlü olduğu yönündeki imajı içeriye ve dışarıya göstermek ve dışarıda basılarak içeride dağıtılan yayınlara karşılık devletin egemen bir güç olarak varlığını hissettirmek için, aracısız olarak bu gazeteleri yayınladığını vurgulamaktadır. Ahmet bu çerçeveden hareketle dönemin yerel gazetelerinin işlevselliğine şöyle değinmektedir:

> "Üstelik bu gazeteler işlevleri bakımından olduğu kadar, içerikleri açısından da zamanın gazetecilik koşullarını yerine getirmişlerdir. Bu gazeteler, yalnızca resmi nitelikli duyurularla yetinmemiş, zamanın aydın kesimini oluşturan bürokratları muhabir ve yazar olarak kullanmış, yerel sorunlar ve gelişmelerle ilgili yayınlar yapmış ve hatta

[267] AHMET, E. A.g. m., s. 28.

yabancı gazetelerden alıntılarda bulunmuşlardır. Siyasi iktidarın mutlak niteliğinin geçirdiği ilk sarsıntıda, 1908 Meşrutiyetiyle birlikte, çeşitli siyasi görüşleri yansıtan özel gazetelerin, İstanbul gibi taşrayı da kapladığı görülmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasıyla, Türk Basını, Devlet tarafından çıkarılan ya da güdümlü özel gazetelerin tekdüzeliğinden kurtulmuş bir basın olmuş ve siyasi mücadelelerin yapıldığı bir fikir platformu haline gelmiştir[268]."

Altınal, basının kamuoyu oluşturma işlevinin gerçekleşmesi için gerekli olan ortama değinerek, tarihsel süreçde son derece önemli bir yeri olan Hakimiyet-i Milliye gazetesine sözü getirmektedir. Altınal'ın verdiği Hakimiyet-i Milliye örneğinde, bir yerel gazetenin işlevlerine ilişkin saptanmış son derece önemli mesajlar bulunmaktadır. Altınal; basının kamuoyu oluşturma etkisinin tek başına katıksız, bir güç olmadığını, bir kitlenin aldığı mesajların, davranış ve düşünce değişikliğine yol açabilmesi için, mevcut tutum ve görüşlerinde zayıflıkların olması, kitlenin değişime hazır olması ve bu değişimden yarar ummasının gerekli olduğunun altını çizmektedir. Altınal, Hakimiyet-i Milliye Gazetesi'nin, işte bu zemini yaratmaya ve yapılacak değişimlere bir ihtiyaç oluşturmaya çalıştığını, halkı yeni bir hayat ve düşünce biçimine hazırladığını belirterek, "Hakimiyet-i Milliye, Türkiye'nin pekçok sorununun temelinde yatan, kader ve tevekkül anlayışından, akıl ve bilim çağına geçişin sembolü olmuştur[269]" demektedir. Altınal'ın verdiği bu örnek ile, sosyal değişimin ve gelişmenin sağlanmasında, yerel basının aslında göründüğünden büyük sorumluluk ve görevlere sahip olduğunun altını bir kez daha çizmek gerekmektedir.

Pekçok sosyal bilimci, küreselleşen ancak öte yandan da teknolojinin sunduğu olanaklarla küçülen dünyada bireyin gittikçe yalnızlaştığını ve

[268] A.g.m., s. 28.
[269] ALTINAL, Şengül. A.g.tez., s. 280.

içine kapandığına, bu yalnızlığını aşmak için çeşitli yöntem ve araçlara ihtiyaç duyduğuna ilişkin düşünceler ileri sürmektedir. Gerçekten de bugün evrenselleşme sürecinin, toplumsal değişimin ve teknolojinin de etkisiyle kendisi ve çevresine yabancılaşabilen insan, öte yandan teknolojinin ona sunduğu olanaklarla çok kısa bir süre içinde dünyanın diğer yarısında gerçekleşen bir olay ya da gelişmeye ilişkin anında bilgi sahibi olabilmekte; ya da birkaç tuşa basarak dünyanın diğer yarısındaki kültürden ve gelişmeden haber alabilmektedir. Ancak, evrenselleşme sürecine girmiş birey, kısa vadede yakın çevresinden soyutlanma ya da yabancılaşmayı yaşasa da bunun bir sonucu olarak yerel kültüre ve çevreye daha fazla ihtiyaç da duyabilmektedir. Yerel kültürün ve çevrenin en büyük sosyalleşme aracının ise yerel basın olarak kabul edildiği de bir gerçektir. [270]

Yerel basın, yayınladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin ihtiyaçları, kentteki 24 saat kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle, bireye *'yaşanan yer'* duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır. Bu nedenlerle hemen hemen tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kitle iletişim araçları iki yönlü bir ilerleme süreci içine girmişlerdir. Bir yönüyle sınırları aşan bir bütünleşme süreci yaşanmakta, öte yandan da hemen her kasaba hatta her semt ve mahalle bir lokal gazeteye, radyoya sahip olmaya başlamaktadır[271].

Keçeli, Amerika'da ulusal düzeyde satılan gazetelerin sayısının bir kaçı geçmediğini, buna karşılık yerel haberlere ağırlık veren yerel basının hayli geliştiğini belirtmektedir. Keçeli, yerel basının gelişmiş olmasının ve güçlenmesinin yerel iletişimi artırdığını, bu iletişimin yerel yönetimi etkilediğini, bunun da yerel demokrasinin, yerel demokratik yönetimin

[270]VURAL, A. Murat. "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1063.

[271]A.g.m.

güçlenmesine ve halk tarafından benimsenmesine yardımcı olduğunu söylemektedir. Keçeli, kitle iletişiminin en son etkinliğini ve yararını yerel basın yoluyla görmenin mümkün olduğunu da vurgulamaktadır. [272]

Çalışmanın "Amaç" bölümünde de belirtildiği gibi, 1996 yılında gerçekleştirilen "Habitat II. Kent Zirvesi" sonunda, **"Türkiye Ulusal Rapor ve Eylem Planı"** adı ile kamuoyuna sunulan rapor da Keçeli'yi doğrular ve destekler niteliktedir. Söz konusu raporda; yerel yönetimlerin yetkilerinin geliştirilmesi gerektiği ancak, yerel yönetimlerin yetkilerinin geliştirilmesinin demokrasinin kalitesinin gelişmesini otomatik olarak sağlamayacağı, yerel yönetimlerin yetki alanının genişletilmesinin demokrasiyi geliştirici bir etki yapabilmesi için, saydam ve etkili bir denetim ile halka hesap verme mekanizmasının da kurulması, katılımcı süreçlerin geliştirilmesi ve bu konuda kurumsal kanalların açılması gerektiği vurgulunmaktadır. [273] Baştarafta da belirtildiği gibi, 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. Aynı raporun bir diğer 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 alışverişini geliştirmek

[272] KEÇELİ, Nail. **İletişim Olayları İçinde Yazılı Basının Durumu**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1984, s. 91.

[273] **Ekonomik Forum.** "Nasıl Bir Yerel Yönetim?" TOBB Aylık Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 7, İstanbul, 15 Temmuz 1996, s. 16.

amacıyla "mahalle", bir ilk basamak yerel yönetim birimi olarak, yeni bir işlevsel yapıya kavuşturulmalıdır[274]" denmektedir.

Burada da yerel basının işlevselliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Mahallenin yerel yönetime en kolay ulaşabileceği, yönetimin de mahalleye en kolay ulaşılabileceği bir iletişim aracıdır, yerel basın. Aynı zamanda, yerel yönetim ile oradaki halkı birbirine yakınlaştırabilecek, halkın yönetime bir günlük sohpet toplantılarıyla değil, sürekli bir biçimde katılmasını ve böylelikle yerel yönetime dayanak olmasını sağlayabilecek toplumsal bir kurumdur da. Elbette, yerel yönetimlerin bu yeniden yapılanma sürecinde, işlevsel sorumluluklarının bir gereği olarak yerel basının da kendi yapılanmasını gözden geçirmesi gerekmektedir.

Daha önce yine bu konuya ilişkin yapılan bir çalışmada da vurgulandığı gibi; 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 herşeyi 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. [275]

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 kamuoyu oluşturma özelliklerine de

[274] A.g.m., s. 16-17.

[275] VURAL, A Murat. "Yerel Gazetelerimizin Genel Görünümü", **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992, s. 191-193.

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 . [276]

Yine biraz önce yukarıda sözü edilen çalışmada belirtildiği gibi; 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 yanısıra, 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. [277]

---

[276] A.g.m., s. 192-193.
[277] A.g.m., s. 209-210.

Usman da; toplum hayatında, yerel gazetelerin önemli rolleri olduğunu, bu gazetelerin, yayınlandıkları şehirlerin ve hatta ilçelerin insanları ile içiçe ve onlardan bir parça olduğunu söylemektedir. Usman, yerel gazetelerin bulundukları kentin tüm sorunları ile yoğrulmakta ve okur-gazete ilişkisinin de çoğu kez, aile yakınlığı ve münasebeti boyutlarına kadar varmakta olduğunu belirterek, ulusal gazetelerin bir türlü ulaşamadıkları noktaların da bunlar olduğunu vurgulamaktadır. [278]

Kayacan, yerel basının bölgelerine yapılan yatırımları günü gününe izleyen, bölgenin sorunlarını sürekli gündemde tutan vazgeçilmez bir kurum olduğunu, halka hizmet veren kurum ve kuruluşlar arasında dengeyi izleyen, kurum ve kuruluşların taraflılığını tesbit ettiğinde belgeleyip kamuoyuna duyurarak kamu görevi yapan kuruluşlar olduğunu vurgulamaktadır.[279] Kayacan ayrıca, yerel basının, yerel bir iletişim ağı içinde çalıştığı için tiraj kaygısı taşımadığını, çünkü yerel gazetelerin satışlarının büyük ölçüde abone sistemine bağlı olduğunu söyleyerek, yerel gazetelerin işlevsel özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

> "Çalışmaları küçük çaplı olduğu için ve çevre ile olan ilişkileri nedeniyle adil, objektif ve dengeli olmak zorundadırlar. Gerek politik, gerek sosyal ve gerekse ekonomik konularda en ince detaylara kadar girmeleri nedeniyle bulundukları yörelerde büyük bir etkiye sahiptirler. Tirajlarının küçük olmasına rağmen, yerel gazeteleri basıldığı sayıdan çok daha fazla insan okur, yazılanları o yöredeki herkes konuşur. Büyük gazete işletmelerinde olduğu gibi tiraj + kar hesaplarından uzak bulundukları için daha fazla güvenirlik taşırlar. Tüm bu özellikleriyle, yerel basın kuruluşları politik alanda hertür seçim döneminde kamuoyunun aydınlatılmasında büyük bir görev üstlenirler. Sosyal ve kültürel alanda bir iletişim aracı görevi görürler. Ekonomik konularda yörelerinin sesini, sorunlarını yansıtırlar[280]".

---

[278]USMAN, Erkin. "Ege'de Yerel Basın ve Toplumdaki Yeri", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1080.

[279]KAYACAN, İsa. **Basınımızın Anadolu Cephesi**, Ece Yayınları, Yayın No: 101, Ankara, 1996, s. 395.

[280]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 82.

Kayacan'ın yerel basın adına son derece olumlu bir tablo çizdiği bu düşüncelerinde haklılık payı oldukça yüksektir. Ancak söz konusu özellikleri ve işlevselliği bugün için tüm yerel basının taşıdığını söylemek oldukça güçtür. Elbette yerel basın tüm olumlu ya da olumsuz koşullarına rağmen ülkede önemli bir misyonu yerine getirme gayretini de göstermektedir. Tutar, yerel basının tiraj yetersizliği, teknik imkansızlıklar ve yetersiz gazeteci kadrolarıyla çalışmak zorunda olduğundan sözederek yine de genel basının tabanını oluşturduğunu, bulunduğu yöreler için ayrı bir önem arzettiğini söylemektedir. Tutar'a göre, İstanbul basınının hemen hemen bütün temsilcileri de yerel gazetelerin muhabirlerinden oluşmaktadır ve İstanbul basınını besleyen en önemli kaynak, yerel basın ve onun muhabirleridir. Tutar, bölgelerin sorunlarının çözümünde önemli görevler yapan bu gazetelerin mutlaka güçlendirilmesi gerektiğini de vurgulamaktadır. [281]

Sezgin, "yerel basın deyince, aslında çok fazla söz etmeye gerek bile yok. Sadece demokraside katılımcılığın yayılması açısından yüklendiği işlev bile yeteri kadar saygın ve gerekli yapıyor yerel basını[282]" demektedir. Sezgin'e göre yerel basın, Anadolu'da yaşayan insanın yerel bazda gözü kulağı olmasının yanısıra, konuşan ağzı, söyleyen dilidir. Ulusal gazetelerin ülke geneli adına basmaya yaymaya lüzum görmedikleri, oysa yöre halkı için onca önemli haberleri, yerel basın duyurmaktadır hemşehrilerine. Sezgin ayrıca, hiçbir ulusal basın organının tembel belediye başkanını, üç kağıtçı il müdürünü ikaz etmeyi yerel basın kadar görev edinemeyeceğini, ilçenin aylardır akmayan suyunun, geçilemeyen yolunun hesabını vatandaşın yerel basın kanalıyla sorduğunu da belirtmektedir. [283]

---

[281]TUTAR, Hilmi. A.g.k., s. 112.

[282]SEZGİN, Ümit. "Taa Oradakilere Veda", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1076.

[283]A.g.k., s. 1076.

Bunun yanısıra 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[284].

Varol'a göre yerel basın, yerel siyasal sürece iki biçimde katılmaktadır ve her iki katılma biçimi birbiriyle yakından ilişkili, hatta içiçedirler:

> "a) Doğal işlevi olan haber verme işlevi yoluyla.
>
> Genel olarak tartışma ve çatışmalardan yerel sakinleri olabildiğince haberdar etme yoluyla, onların yerel sorunlara ilişkin tavır ve davranışlarının belirlenmesine katkıda bulunmak...
>
> b) Yerel gazetecilerin yerel siyaset ile çok yakından ilişkili olabilmeleri yanısıra, yönetim veya yönetime karşı olanların, karar alma ve uygulama sürecinde basın yoluyla kamuoyunun istedikleri doğrultuda oluşmasını sağlamaya çalışmaları yoluyla.
>
> İster belediye yönetimindekiler ve bu yönetimi elinde bulunduranlara karşı olanlar olsun, isterse bir partinin, bir derneğin vb. yönetiminde bulunanlar ve onlara karşı olanlar olsun, basını amaçları doğrultusunda kamuoyu oluşturmak, desteklerini artırmak için kullanmaktadırlar[285]."

Varol yerel basının, tarafların çatışma nedenlerini duyurma, destek sağlama veya rakipleri yıpratma aracı olma yoluyla da olsa, kentlilerin büyük kısmının yerel siyasal süreçte olup bitenlerden haberdar olmalarını sağladığını, bu siyasal süreci azçok dolaylı biçimde etkilemelerine ve denetleyebilmelerine katkı sağladığını belirtmektedir. "Bu çıkarım, bir yandan yerel siyasal süreçte olup bitenlerden daha çok haberdar olan kentlilerin bu sürece daha çok katılacakları beklentisine dayanmaktadır" diyen Varol, siyasal aktörlerin de, siyasal süreçte olup bitenler konusunda kentlilerin haberdar edildiği veya edileceğini düşünerek, işlem ve

[284]VAROL, Muharrem. A.g.m., s. 267.

[285]A.g.m., s. 268.

eylemlerinde daha dikkatli davranacakları beklentisinin de söz konusu olabileceğini söylemektedir. Varol'a göre;

> "Yerel basının yerel siyasetin demokratikleşmesine katkısı bu beklentiler gerçekleştiği ölçüde sözkonusu edilebilir. Yerel basının söz konusu katkısı daha çok dolaylı bir katkı olarak görülebilir ve öyle irdelenebilir. Bununla birlikte, demokratik, rekabetçi siyasal sistemde sözkonusu beklentilerin gerçekleşmesi zor değildir. Ayrıca, yerel basının yerel siyasete yukarıda belirtilen katılma biçimleri, bu beklentilerin gerçekleşmesini kolaylaştırır veya kolaylaştırıcı etki yapar. Dolayısıyla, 'tek sesli' olmayan bir yerel basının kentlilerin siyasal süreci etkileme ve denetleyebilmelerinde katkısı bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Basının böyle bir katkıda bulunma konusunda ne kadar etkili olabildiği ise, her zaman, ulusal düzeyde de yerel düzeyde de tartışma konusudur[286]".

Yine Dünya Gazetesi'nin yukarıda da sözü edilen "Salı Yazıları" adıyla belirtilen köşe yazısında, oldukça ilginç ve doğruluk payı yüksek şu saptamalarda bulunulmaktadır:

> "Şehirlerin simgeleri vardır. Örneğin spor kulüpleri onların heyecan kaynağıdır. Herkes kendi takımının başarısını ister. Bu sebeple yerel basın spordan güç alırken spor kulüpleri de arkalarında güçlü bir medya bulurlar. Bizim futbolumuzun üç büyük kulüp hegemonyasından kurtulamayışında yerel basının güçsüzlüğü yatmaktadır. İstanbul basını için hala üç büyük kulüp okur artışı sağlamaktadır. Şehir takımlarının başarısı daima sürprizdir. Aynı şekilde her şehrin başarılı insanları vardır. Artık Anadolu'da başarılı doktor hayli fazladır. Her çeşit ameliyatın yapıldığı hastaneler çoğalmıştır. Buna rağmen hastalar İstanbul'a taşınıyorsa bunda bilgisizliğin önemli rolü bulunmaktadır. Şehirlerimizde sosyal aktivetelerin azlığı bilgisizlikten kaynaklanmaktadır. Bunların yaygınlaşması için yerel medyaya desteğine ihtiyaç vardır. Anadolu'daki ticaret yeterince gelişmiyorsa bunda yerel medyanın yokluğu da rol oynamaktadır. Basındaki tekelleşmenin kırılması için tek alternatif yerel basının güçlenmesi, sermayenin

[286] A.g.m., s. 269.

yaygınlaşması ve doğru bilgilendirmenin doğmasıdır. Yerel basın demokrasinin köküdür. Bugün medyada yaşanan sorun basının köksüzlüğünden kaynaklanmaktadır. Köksüz ağaç haline dönüşen kuponlu yayıncılığı önleyecek olan yerel basındır[287]".

Yerel basının var olan işlevlerini yerine getiremediğinin bir kez daha tüm açıklığı ile dile getirildiği yukarıdaki yazıdan da anlaşılacağı üzere, Türkiye'de yerel basın kendi kent kimliğini ortaya koymak durumundadır denilebilir. Yayımlandıkları kentlere, kentlilere, kentin kurumlarına, kuruluşlarına, kültürüne sahip çıkan bir yerel basının, ülkenin gelişme hızına da katkıda bulunacağı düşüncesi artık genel kabul görmektedir.

Ahmet "Kurtuluş Savaşı sırasında dünyada eşine rastlanmayacak bir mücadele örneği veren yerel Türk Basını, bugün de yine dünyada eşine rastlanmayacak bir yayın politikasının sahibidir" demektedir. Ahmet, okuyucusu olmayan bir gazetenin yıllarca yayınını sürdürmesinin tüm akıl ve mantık kurallarına ters gelen bir durum olduğunu, Türkiye'de yüzlerce gazetenin, okuyucusu olmaması bir yana okuyucuya ulaşmamak amacıyla yayınlandığını da belirtmektedir. Bu gazetelerin çok küçük bir kısmının 1958 yılından sonra belirginleşen işlev doğrultusunda az da olsa bir okuyucu kitlesine sahip olarak yayınını sürdürdüğüne değinen Ahmet, büyük çoğunluğunun okuyucusuz olarak ve yalnızca devletin sağladığı maddi olanaklardan yararlanmak amacıyla yayınlanmakta olduklarını vurgulamaktadır. Ahmet, gazete sayısının böylesine yapay ve sağlıksız bir kabarıklığa sahip olmasının, devletin basına sağladığı desteklerin çok parçaya bölünerek, az sayıda da olsa nitelikli yerel gazetelerin gelişip güçlenmesine, yenilerinin de ortaya çıkmasına engel olduğunu ileri sürmektedir. [288]

Kayacan da yine aynı düşünceyi destekleyen bir yaklaşımla, Anadolu Basını içerisinde en önemli sorunun, korsan gazetecilerin varlığı olduğunu

[287]**Dünya Gazetesi.** A.g.yazı. s. 7.
[288]AHMET, E. A.g. m., s. 29.

belirterek, seviyesiz, dalkavuk ve çıkarcı gazeteci tiplerinin Anadolu Basınının giderilemeyen başağrıları olduğunu söylemektedir. [289]

Yerel basının ekonomik ve teknolojik olanaksızlıkları olduğu kadar yazı işleri ile teknik servislerde görevlendirilecek fikir işçisi ve teknik eleman anlamında da olanaksızlıkları bulunmaktadır. Ayrıca yönetim ve organizasyon açısından da son derece karmaşık yapılanmalar içindedirler. Hatta bu anlamda büyük bir çoğunluğunda herhangi bir yönetim ve organizasyon yapılanmasından bile söz edilemez.

Tüm bunlarla birlikte Türkiye'de yerel basın bir biçimde varlığını sürdürmektedir. Sayısal anlamda oldukça çok görünen yerel gazetelerin işlevsel anlamda ne düzeyde başarılı olduklarını ortaya gerçek ölçülerle koymak olanaksızdır. Bulundukları kentin yaşamını bir ucundan tutmaya ve kentte yaşayanları etkilemeye çalıştıkları ise tartışmasız kabul edilebilir.

2- YEREL BASINI ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER

Yapılan bilimsel toplantılar ve çalışmalardan, ayrıca gerek mesleğin içinden gelen kişilerce ifade edilen ve gerekse akedemik çevrelerce ileri sürülen düşüncelerden anlaşıldığı gibi, yerel basının dünden gelen ve bugünden yarına taşınan 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, tiraj unsuru, yıllardır ekonomik sıkıntılar içinde bulunan yerel ve ulusal basın için önemli bir sorun olarak kabul

[289]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 6.

edilmektedir. Ulusal gazeteler yaptıkları tüm lotarya ve promosyon çabalarına karşılık, trajlarında birkaç yüzbinlik bir artış yapabiliyorken, yerel basının öteden beri içinde bulunduğu mali yetersizlikler böylesi bir kazanca da olanak tanımamaktadır. Bununla birlikte resmi ilanların haricinde devletten ayrıcalıklı bir mali yardım görmeyen ve bunun yanısıra kalifiye eleman istihdamında da bazı güçlükler içerisinde olan yerel basına ilişkin genel bir değerlendirme yapılması gerekirse, yerel basının kendi olanaklarıyla birşeyler yapmaya çalıştığı gerçeğinden söz etmek 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 iç yapılarından gerekse dış çevrelerden kaynaklanan pekçok "etki faktörü", diğer bir yaklaşımla da 'sorun' bulunmaktadır. Bu durum elbette karşılıklı beklenti, sorumluluk, görev, etki ve hakimiyet alanından kaynaklanmaktadır. Yerel basın kuruluşlarının, gerek kendi iç yapılarına 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.

Çalışmanın bu bölümünde yerel kamuoyunu ya da yerel ortamlardaki çeşitli çevreleri etkileyen yerel basının, bu kez kendini etkileyen faktörler incelenmeye çalışılacaktır. Bir yerel basın kuruluşunun gelişmesinde, büyümesinde, etkin ve başarılı bir basın kuruluşu olmasında, saygınlığa ve kamuoyu oluşturabilme gücüne sahip olmasında, aşağıda belirtilen faktörlerün oldukça etkileyici ya da belirleyici olduğu düşünülmektedir. Bu çerçeveden hareketle, yerel basını etkileyen faktörler, iç ve dış faktörler olmak üzere iki ana grupta ele alınmıştır.

2-1-Yerel Basını Etkileyen İç Faktörler

Yerel basını etkileyen iç faktörler ile, bir yerel basın kuruluşunun kendi iç yapısında taşıdığı ve onu etkileyen faktörlerden söz edilmektedir. Bu faktörlerin bir basın kuruluşunu etkileme oranı aynı zamanda o basın kuruluşunun yerel kamuoyu önündeki başarısını, etki gücünü, dinamizmini ve saygınlığını belirleyen faktörler de olabilmektedir. Buna göre bir yerel basın kuruluşunu; sahip olduğu yazı işleri ve teknik kadrosunun, teknolojisinin, yönetim ve organizasyon yapısının, sahip olduğu çalışma koşullarının, ilke ve politikalarının, sunduğu haber, yorum, fotoğraf içeriğinin ve ekonomik gücünün, iç yapıdan kaynaklanan birer faktör olarak etkilediği düşünülmektedir. Bu çerçeveden hareketle bu bölümde; Kadro, Teknoloji, Yönetim ve Organizasyon, Çalışma Koşulları, İlke ve Politikalar, İçerik, Ekonomik Güç alt başlıklarında konu irdelenmeye çalışılacaktır.

2-1-1- Kadro

Yerel basının en temel başarı faktörlerinden biri olan sahip oldukları kadroları, yerel basını aynı zamanda yörenin en etkin ya da etkisiz iletişim

kurumu haline getirmede, başarıya taşımada ve yerel basına nitelik kazandırmada önemli bir etken olarak kabul edilebilir. Kadronun niteliği bir anlamda yerel basın organının niteliği anlamına da gelmektedir. Bu konuda Kayacan; gazetede çalışan personelin eğitim düzeyinin, gazetenin niteliğini de etkilediğini, eğitim düzeyi düşük elemanlar çalıştıran gazetelerin dizgi, baskı ve başlık hataları ile dolu olarak yayınlandığını ve bunun da hemen dikkat çektiğini vurgulamaktadır. Kayacan, eğitim düzeyi düşük elemanlarca veya gazetecilik alanında yetişmiş elemanlarca düzenlenip yayınlanan gazetelerin, çevrelerinde daha aranır ve yararlı görüldüklerini de belirtmektedir. Kayacan'a göre, bugün çok az gazete kalifiye eleman çalıştırıyor. Gazetecilik mesleği ile ilgisi olmayan kişilerin gazetecilik yaptığı ve gazete çıkardığı bir ortamda personelin eğitim düzeyini aramak da mümkün olamamaktadır.

2. Türk Basın Kurultayına sunulan raporda da; Anadolu basınının (yerel basının) her yönden güçlenme bilincine sahip olduğu ve bu konuda olabildiğince çaba gösterdiği, yerel kamuoyunu daha dikkatli ve etkili bir şekilde izlemenin artık bir zorunluluk olduğu bir döneme girildiği, bu nedenle yerel basın mensuplarının programlı olarak hizmet içi eğitimden geçirilmeleri gerektiği ifade edilmektedir. Bu konuda Anadolu Basın Birliği'nin, Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün, üç büyük kentte bulunan basın kuruluşları ve ajansların işbirliğinden sözedilerek, hiç değilse Anadolu'daki tüm gazetelerin birer mensubunun eğitimden geçirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Çağdaş haber ve bilgi toplama yöntemlerinin ve haber yazma tekniğinin bugün artık belli kuralları olduğunun, bu işin uzmanlık gerektirdiğinin vurgulandığı raporda, yerel basının bu tekniklerden yararlanmaksızın görev yaptığı ve bu nedenle de okuyucu

üzerinde de çok fazla etkili olunamadığı dile getirilmektedir. Aynı şekilde yerel gazetelerin haber değerlendirme ve sayfa düzenlemesi konusunda da teknik sekreterlik eğitimine ihtiyaç duydukları, gazetelerin bölge için son derece önemli bir haberi okutmaktan ve gerekli önemi verecek şekilde kullanmaktan aciz oldukları da raporda belirtilen konular arasında yer almaktadır. [290]

Yine aynı raporda, yerel basının sahip olduğu kadrolara ilişkin ileri sürülen bir düşünceye göre; yerel basının parasal güçsüzlüğü nedeniyle fikir işçileri kadrosu da güçsüzdür, pek çok gazetede gazete sahibi ve aile üyeleri fikir işçisi olarak çalışmaktadır ve çalışan çalıştıran ayrımı kalmaması nedeniyle de haber toplama ve değerlendirmede yeterli düzeye gelinememiştir. [291]

Öte yandan raporda, elle çalıştırılan baskı makinalarının, karışık gibi görünen rotatiflerin yerini çok daha karışık sistemlerin aldığı bir basın etkinliğinde artık yalnızca puntoyu, kadratı bilmenin yeterli olamayacağına değinilerek, tasarlanan türde gazeteciliğin çok daha komplike bilgilerle donanmış kişilere ihtiyaç gösterdiği ve bu konuda Basın-Yayın Yüksekokulları mezunlarından da yararlanılabileceği vurgulanmaktadır.

1990 yılında Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde yerel basının durumunu inceleme amacıyla yapılan bir araştırmayı konu alan "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede, söz konusu bölgelerdeki yerel gazetelerin kalifiye eleman bulmada ve bulunan elemanı ellerinde tumada karşılaştıkları güçlüklere değinilerek, konuya ilişkin durum irdelenmiştir. Makalede; araştırma çerçevesinde bölgelerdeki gazete sahipleri yapılan görüşmelerde, gazete sahiplerinin, çok zor bulup yetiştirdikleri elemanları ulusal basının kaptırdıklarını, bir anlamda ulusal

[290] **2. Türk Basın Kurultayı.** A.g.k., s. 112.
[291] A.g.k., s. 113.

basına eleman yetiştirir duruma düştüklerini, geri kalmış bir teknoloji kullandıkları için özellikle yetişmiş teknik elaman bulmada büyük sorunlar yaşadıklarını söyledikleri belirtilmiştir. Makalede ayrıca, teknik elemanlarının çalışmalarının karşılığını alamadıklarından, maddi imkanların düzeltilmesinin mesleğe talebi artırabileceğinden, kalifiye ya da yetişmiş elemanların yerel basını hafife aldıkları için ulusal basında çalışmak istediklerinden ve zaten yerel basında yetiştikten sonra da pekçoğunun ulusal basına geçtiklerinden de söz edilmektedir. Ayrıca gerek teknik gerekse yazıişlerinde yetişmiş eleman bulunmaması nedeniyle gazetelerin gerek haber gerek teknik kalitesinin düştüğü de vurgulanmaktadır. [292]

Tokgöz ise, yerel basını oldukça fazla etkileyen unsurlardan biri olarak görünen kadro konusunda, yerel basın kuruluşlarının kağıt üstünde gösterdikleri çalışan kadrosunun çoğu kez gerçeğe uymadığını söylemektedir. Basın İlan Kurumundan ilan alabilmek için bu kuruluşların haber kadrolarında belli sayıda sarı kartlı muhabir çalıştırmak zorunda olduklarını, bu koşulu yerine getirmek için bu karta sahip kişileri kadrolarında çalıştırmamakla beraber dışarıdan prim ödeyerek bu kişileri çalıştırıyor görünerek kartlarından yararlandıklarını ileri süren Tokgöz, böylelikle yerel gazetelerin resmi ilanlardan yararlanabildiklerini belirtmektedir. Tokgöz bu konuda şunları dile getirmektedir:

> "Aslında bu kümede yer alan gazetelerin kağıt üzerinde geniş bir muhabir kadrosu görünmekle beraber, habercilik yönleri çok zayıf kalmaktadır. Bu gazetelerin haber malzemesi, Anadolu Ajansının teksir edilmiş haber bültenlerine veya teleks haberlerine abone olunarak temin

[292]VURAL, Ali Murat. "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 465, Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 211, Sayı: 8, Eskişehir, Haziran, 1990, s. 248.

edilmektedir. Ayrıca, bazıları, çok düşük ücretle stajyer muhabir çalıştırmaktadırlar. Bu şekilde günlük kullanımda çok sık rastlanılan naylon gazeteciliğin gelişmesine ön ayak olunmaktadır. Haber işlevleri yönünden topluma katkıları hemen hemen hiç yoktur. Kimler tarafından izlenildikleri hakkında elde toplanmış hiçbir veri bulunmamaktadır[293]".

Köse de bu konuya değinerek, yerel basındaki pekçok kişinin gazeteciliği babadan kalma bir meslek olarak yürüttüklerini söylemektedir. Köse, yerel gazetecilerin çoğunun gereken bilgiye sahip olmadıklarını, Türk Ceza Kanunu'ndan, Medeni Kanun'dan haberi olmayan, özel hayatın, insan onurunun, çevre sorunlarının neler olduğunu bilmeyen ya da eksik bilen kadrolara sahip olduğuna değinerek bu kadroların halka birşey veremeyeceklerini belirtmektedir. [294]

Kayacan da aynı biçimde, geleneksel olarak babadan oğula veya eşe geçen ve matbaa gelirine ilan gelirini katarak hayatını sürdürmeye çalışan gazetelerin büyük çoğunluğunun haftalık veya haftada 2 gün yayınlandıkların söylemektedir. Günlük olmayan bu gazetelerin genellikle fazla bir etkinliğinin olmadığını ve gazetelerin çoğunun sahiplerince tek başına yayımlandıklarını belirten Kayacan, çoğu zaman da çocukların çalıştırıldığını, gazete sahiplerinin de ekonomik anlamda genellikle orta tabakayı oluşturduğunu, geleneklerine bağlı kişiler olduklarını söylemektedir. Kayacan ayrıca, yerel basında, eldeki makinaların sürekli çalıştırılması için teknik personel sıkıntısının çekildiğini, bu nedenle gazetelerin zaman zaman yayınlanamadıklarının görüldüğünü de belirtmektedir. [295] Yine Kayacan'a göre; gazete sahipliğini ek bir meslek olarak, özellikle çevrede prestij sağlamak amacıyla yapanların sayısı fazla

[293]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.k., s. 283.

[294]KÖSE, A.Vasi. (Panel'in soru-cevap bölümünde yapılan tartışmalardan alınmıştır.), **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 57.

[295]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 81.

olduğu için, yerel gazetelerin pek azı profesyonel yazı işleri müdürleri ve muhabirler tarafından yayınlanmaktadır. Gazete sahiplerinin tümü öncelikle basım ve hatta başka işler yapmakta, yazı işleri müdürleri de ya emeklilerden ya da avukat, eczacı, mühendis gibi mesleklerde bulunanlarca yerine getirilmekte ve böylelikle sadece hukuki sorumluluk yerine getirilmektedir. [296]

Kavaklı ise, gazeteciliğin özel bir eğitimi gerektirdiği halde eline kalem alıp boynuna fotoğraf makinası asan herkesin gazeteci olarak ortaya çıktığına, kamuoyuna hizmet vermek yerine derin yaralar açıp mesleğe de zarar verdiklerine değinerek, üniversitelerden mezun olanların eğitimleri ile ilgili işyeri bulamazken, basının yetişmiş eleman sıkıntısı çektiğinden söz etmektedir. [297] Kavaklı; Türkiye'de 5 büyük kentte eğitim veren 8 İletişim Fakültesi'nden her yıl 1200'ün üstünde mezun verildiği ve mezunların bir kısmının başka istihdam alanlarına kaydığı halde yerel basını pek cazip görmediklerini, [298] bu nedenle üniversitelerin ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün gerek genç gazetecilerin yetiştirilmesi gerekse meslek içi eğitimin sağlanması amacıyla düzenlemeler yapması gerektiğini de söylemektedir. Kavaklı, bunun yanısıra baskı, fotoğraf, bilgisayar gibi teknik elemanların yetiştirilmesi için de yerel basına olanaklar sağlanabileceğini de sözlerine eklemektedir. [299]

Kavaklı ayrıca, yerel basında gerek teknik personel, gerekse fikir işçisi açısından büyük bir yetişmiş eleman sıkıntısının yaşandığını dile getirmektedir. Kavaklıya göre, kullanılan makinaların oldukça eski olması ve sık sık bakım-onarıma ihtiyaç duyulması, bu onarımı gerçekleştirecek

---

[296] A.g.k., s. 86.

[297] KAVAKLI, Oğuzhan. "Yerel Basının Sorunları", **Balıkesir Gazeteciler Cemiyeti'nce** düzenlenen **Türkiye'de Yerel Basının Sorunları Paneli'ne** sunulan bildiri, Balıkesir Gazeteciler Cemiyeti, Balıkesir, 9 Mayıs 1996 b, s. 3.

[298] KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.bildiri., s. 4.

[299] KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 b, a.g.bildiri., s. 3.

hatta makinayı kullanacak eleman konusunda yerel gazeteleri sıkıntıya sokmaktadır. Bu sıkıntı büyük kentlerden yüksek ücretler ödenerek getirilen elemanlarla giderilmeye çalışılmaktadır.

2-1-2- Teknoloji

Yerel basını etkileyen iç faktörlerden biri de teknoloji konusudur. Sahip olduğu teknoloji kadar sahip olamadığı teknoloji de yerel basını olumlu ya da olumsuz biçimiyle etkileyen unsurlardan biridir. Yerel basın artık sahip olduğu teknoloji kadar yayılabilme, etkileyebilme, okunabilme, kamuoyunun aracı olabilme olanağına sahiptir. Bir diğer deyişle teknolojiye hakim olabilme ve onu kullanabilme gücü, yerel basının da gücü anlamına gelmektedir. Değişen dünya ve Türkiye'de doğal olarak toplumlar ve kamuoyu da temiz, nitelikli, okunabilen, güzel tasarımlanmış, kaliteli fotoğraf görüntüsünün yer aldığı gazeteler arzulamakta, bu gazeteleri tercih etmektedir. Bu gazetelerin etki gücü de böylelikle artmakta, verilmek istenilen mesajlar da gelişmiş teknolojinin yardımıyla, iyi hazırlanmış, çekici ve güzel paketler içinde sunulmaktadır.

Gelişen teknolojinin yerel basını öncelikle olumsuz yönde etkilemiştir. Bu yönde bir etkinin ilk belirtileri de 1970'li yılların başında kendini göstermiştir. Teknolojik etki faktörünün yerel basın için ne anlama geldiğini dile getiren ilk düşüncelerden biri de Ankara'da 1975 yılında düzenlenen 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan bir rapordur. "İller Basınının Sorunları Komisyonu Raporu" adı ile anılan raporda, yerel basının teknolojik açıdan İstanbul basınının gerisinde kaldığına, ulusal düzeyde yayın yapan İstanbul basınının teknoloji avantajını kullanarak yerel basının da hareket alanını etkilemeye başladığına dikkat çekilmektedir. Raporda, yerel basının teknoloji açısından nasıl bir etkilenme içinde olduğu şöyle dile getirilmektedir:

"Bilindiği gibi özellikle 1960 yılından başlayarak Türk Basını teknoloji alanında hızlı bir değişiklik ve gelişme dönemine girmiştir. Ankara ve İstanbul gazeteleri baskı tekniğindeki gelişmelerden, ulaşım imkanlarından ve zaman unsurundan yararlanarak merkezleri dışındaki bölgelerde gününde hatta sabahın erken saatlerinde çıkmaya başlamıştır. Bununla da kalmayarak çeşitli illerde kurulan basın tesisleriyle hem erken yayınlanma, hem de çevre haberlerini yayımlama yoluna gitmişlerdir. Tabiatıyla, sermayeye teknolojik gelişmeye bağlı olarak gerçekleştirilen bu girişimler sonucu İstanbul ve Ankara gazetelerinin tirajları artmış, ilçe ve köylere kadar yayılan yeni bir pazar meydana getirilmiştir. Bu durum esasen dar bir teknik imkan ve güçsüz bir sermaye ile yayınını sürdürmeye çalışan Anadolu gazetelerinin o döneme kadar mevcut pazarlarının da daralması sonucunu doğurmuştur. Kaldı ki yaygın basındaki yenileşme ve son teknik imkanlardan yararlanma girişimleri durmamış ve bu kez de Rotatif tekniği yerine ofset baskı tekniği uygulanmaya başlanmıştır. Bu tekniğin yarattığı renkli baskı imkanı özellikle İstanbul gazetelerinin pazarlarını daha da genişletmeleri sonucunu vermiştir. Bu yıllar içinde kurulan dağıtım teşkilatları İstanbul gazetelerinin bütün Türkiye'de köylere kadar satılabilmesi imkanını arttırmıştır. ...Gelişmenin takdire değer bulunduğu açıktır. Ancak ofset tekniği ile başlayan uygulamanın mevcut Anadolu gazetelerinin etki alanını büsbütün daralttığı da bir gerçektir[300]".

Bu raporda da görüldüğü gibi, yerel basının teknolojik açıdan köşeye iyice sıkışması, İstanbul basınının teknolojiye yaptığı yatırımları da arkasına alarak Anadolu'daki atılımları ile gerçekleşmiştir. Ancak aynı atılımları yerel basın değerlendirememiş, 1990'lı yıllara kadar bir kaç kent dışında teknolojik yenilenmeye dönük yatırımlara girmemiştir. Renkli ve daha kaliteli bir baskı tekniği olan Ofset baskı, Anadolu'ya daha çok ikinci el olarak ve İstanbul basınına ezilmek istemeyen, gazetecilik terbiyesi ve geleneği içindeki bir kaç yerel girişimci sayesinde olmuştur. Genellikle

[300]2. Türk Basın Kurultayı. A.g.k., s. 100-101.

İstanbul gazetelerinin terkettiği ve elden çıkarmak istediği makinaları ucuza satın alan yerel basın, böylelikle aslında tam bir teknoloji çöplüğüne, daha doğru deyimiyle İstanbul basınının makina ve ekipman çöplüğüne dönüşmüştür.

Yine bu konu ile ilgili olarak Tutar; yerel basındaki matbaaların, Avrupa'nın 1950, 1960'lı yıllarının eski makinalarıyla dolu olduğunu, ofsete geçişin ise son yıllarda arttığını, Anadolu'da günlük, haftalık ve aylık olmak üzere 73 gazetenin ofset çıktığını söylemektedir. Anadolu'daki mevcut matbaaların büyük bir kısmının küçük işletmeler niteliğinde olduğunu vurgulayan Tutar, bunların yüzde 34.1'inin düşük kapasite, yüzde 57.2'sinin de teknolojik yönden yetersiz makina parkına sahip olduğunu belirtmektedir. [301]

Koloğlu ise, yerel basında en çok dikkati çeken noktanın dizgi ve baskı açısından en modern teknolojilerin yaygınlaşması olduğunu, 1989'da sadece 77 yayının yani yüzde 10'unun bilgisayar dizgi ve ofset baskıya sahipken, 1992'de 189'unun yani yüzde 22.8'inin bu teknolojiye sahip olduğunu söylemektedir. Koloğlu, bilgisayarlı olmayan dizginin 347'sinin makina ile ama 280'inin halen elle dizildiğini, baskıda çoğunluğun hala tipo'da olduğunu, pedal ile baskı yapan sadece 30 yayının kaldığını belirtmektedir. Koloğlu, baskıdaki kalite artışının naylon basının tamamen ortadan kalkması anlamına gelmediğini, ancak önemli bir adım olduğunu, özellikle Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü ve Gazeteciler Cemiyetleri'nin düzenledikleri yarışmalarla haber, yorum ve mizanpaj açısından ileri adımların atılmasının teşvik edildiğini vurgulamaktadır. Koloğlu bu açıdan bakınca yerel basının daha da ileri gitmesinin yayın adedinin azalmasıyla mümkün olacağını da bir öneri olarak sözlerine eklemektedir. [302]

---

[301] DPT 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesi Rapor'dan aktaran: Hilmi Tutar, a.g.k., s. 111.

[302] KOLOĞLU, Orhan. 1993, a.g.k., s. 135.

"Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede de, söz konusu bölgelerdeki yerel gazetelerin çağın oldukça gerisinde kalmış yöntemlerle gazete yayımlamaya çalıştıkları, çağdaş teknolojik gelişmelerden hiç yararlanamayan bu gazetelerin halen ilkel bir teknoloji olarak kabul edilen el ile dizgi yöntemiyle hazırlanıp ilkel sayılabilecek araçlarla basıldıkları, ancak istisna sayılabilecek oldukça iyi durumda gazetelerin de bulundukları belirtilmiştir. Gaziantep Ekspres Gazetesi Genel Yayın Yönetmeninin "Avrupa'nın çöplüğü Türkiye, Türkiye'nin İstanbul, İstanbul'un da Doğu illeridir. Eskimiş, bozulmuş, tarihe karışmış matbaa makinaları bu yolla bize geliyor" biçiminde dile getirdiği görüşlerine de yer verilen makelede, bir çoğu aile malı olan matbaalar ve gazetelerin sürekli olarak babadan oğula kalmakta olduğu, ekonomik güçlükler ve teknolojiye açık olmayan düşünce yapıları nedeniyle de gerekli olan teknolojik gelişmeyi sağlayamadıkları vurgulanmıştır. Makalede ayrıca, son zamanlarda bölgede el ile dizgiden yine çağın gerisinde olmakla birlikte Entertip-Linotip makinalarda kurşun dizgiye geçişin başladığı, bunun bile bölge gazetelerinde canlanma ve heyecana neden olduğuna dikkat çekilmiştir. [303] Kayacan da basında teknolojinin öneminin büyük olduğu, yerel basının teknolojik gelişmelerden yoksun olduğu, ilkel yöntemlerle çalışıldığı için de dizgi ve baskı olanaklarının yeterli olamadığı görüşündedir. Kayacan, ofset ve bilgisayar tekniği birleşince hem daha çabuk, hem daha güzel bir gazeteni hazırlanır hale geldiğini, yerel basın içinde teknolojinin gelişimiyle ilgili önemli mesafeleri alanların yanısıra yerinde sayanların da çok sayıda olduğunu söylemektedir. Kayacan, bir çok ilin ofset teknolojiye geçtiğini, gazetecilikteki başdöndürücü gelişmenin Anadolu'da görülmeye başladığını da sözlerine eklemektedir. [304]

[303]VURAL, Ali Murat. A.g.m., 1990, s. 245.
[304]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 296.

Kavaklı ise; yerel basınını başdöndürücü bir hızla gelişen teknolojiye yetişebilmesi, sağladığı olanaklardan yararlanabilmesi için devlet desteğinin kaçınılmaz olduğunu, ulusal basın kuruluşlarının devletin sağladığı büyük olanaklarla çağa ayak uydurabildiklerini belirtmektedir. Kavaklı, yerel basının halen ilkel koşullarda çalıştığını, müzelik makinalarla yayın hayatanı sürdürdüğünü, ofset teknolojiye geçmiş gazetelerdeki teknolojinin bile eskimiş olduğunu bu nedenle yerel basının da devletin desteğini bir şekilde arkasında hissetmeye muhtaç olduğunu söylemektedir. Kavaklı, Basın Yasası ve Ceza Kanunları karşısında ulusal basınla doğal olarak aynı yükümlülüklere sahip yerel basının sıra devlet desteğine gelince aynı eşitliği bulumayarak "üvey evlat" durumuna düşdüğünü de sözlerine eklemektedir. [305]

2-1-3- Yönetim ve organizasyon

Yerel basının en önemli handikaplarından biri olarak da ciddi bir yönetim ve organizasyon yapısına sahip olmamaları gösterilebilir. Bursa, Adana, Eskişehir, Konya gibi illerdeki bir kaç oldukça gelişmiş ve istisna olarak kabul edilebilecek yerel gazeteler dışında, yerel basın organlarının tanımlanmış bir yetki ve görev ayrımına, yönetim kadrosuna ve işleyişe ilişkin organizasyona sahip olmamaları, bu organların başarı ve etkinliğini önemli ölçüde etkileyen faktörlerden biri olarak kabul edilebilir. Herkesin her işi yaptığı bir yerel basın işleyişinden, görev ve uzmanlık alanlarının ayrıldığı ve iş akış organizasyonunun sağlıklı işletildiği bir yapıya geçemeyen büyük bir çoğunluktaki yerel basın organları, bu yönleri ile de yörelerinde, yalnızca bir iki kişinin meslek edindiği kazanç kapısı olarak algılanmaya neden olmaktadır. Basın gibi, toplumsal bir iletişim kurumu olma özelliği taşıyan bir yapının yönetim ve organizasyona sahip olmaması,

[305]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 b, a.g. bildiri, s. 1.

elbette bu yapının günü kurtarmaya yönelik ve rutine bindirilmiş bir etkinlik olmaktan öteye geçememesi anlamına gelmektedir. Bu da yerel ortamlarda dahi olsa kamuoyu yaratma gücünden, saygınlık ve ekonomik gelir kapısı olan reklam ve ilan akışından yoksun olması sonucunu yaratmaktadır. Yönetici kadronun genel kapsamla da olsa bir yayın politikası ve hedefleri belirlemesi, yayına ilişkin yapılacak periyodik toplantılarla, yayının niteliğinin ve kamuoyu yaratma gücünün artırılması çabalarına girilmesi, basın etkinliği ile matbaacılık etkinliğinin birbirinden ayrı tutulması ve en önemlisi de yönetim ve organizasyon yapısının temel taşlarından birini oluşturan "toplantı" kültürünün yerleşmemesi, yerel basını, yerel ortamlarda devre dışı bırakan birer iç etken olarak görmek mümkündür. Yerel gazeteler, genel olarak bugünkü halleriyle sadece, yayınlarını sürdürebilme amacıyla hiçbir işlevsel yapıya sahip olmasa da yasal prosedürün gereği olarak sözde sahip oldukları sorumlu kadroları, gazete künyelerinde göstermekten öteye geçememektedirler. Kaldı ki künye de ya da yapıda var olarak gösterilen sorumlu ve diğer kadroların da tam olarak işlevsel bir yönetim ayrımına ve gazete içi organizasyondaki görev dağılımına sahip oldukları söylenemez.

Yerel basının sahip olduğu yönetim ve organizasyon yapısına ilişkin olarak Bodur, yerel basında yönetim kadrosunun bazen yönetim kurulu başkanı ve sorumlu yazı işleri müdürü ile sınırlı olabildiğini, çalışan sayısının azlığı ve gazetecilik mesleğindeki gelişmemişliğin, yönetim ve örgüt yapılarının da tam oluşamamasına neden olduğunu söylemektedir.[306] Bodur, yerel gazetelerde genellikle biçimsel olmayan ilişkilerinin ağırlıkta olduğunu, ast üst arasında hem yetki basamakları hem de yerleşim

[306]BODUR, Feyyaz. "Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı-Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Bir Model Önerisi-", Yayımlanmamış Doktora Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir, 1996, s. 151.

üniteleri bakımından bir uzaklığın bulunmadığını belirterek, bu nedenle de ilişkilerin zamanla biçimsellikten çıktığını, bunun da zamanla otorite boşluğunu ve gazetenin işlevlerini tam olarak yerine getirememe sonucunu doğurduğunu vurgulamaktadır. Bodur, matbaa öncelikli çalışan yerel basın işletmelerinde gazete çalışanları ile matbaa çalışanlarının içiçe olduğunu da eklemektedir. [307]

Buradan da görüldüğü gibi yerel basın kuruluşlarının gazetecilik işlevleri, sahip oldukları yönetim organizasyon yapısından oldukça fazla etkilenmekte, kuruluş içinde kendini ve konumunu tanımlayamayan gazeteci, işlevini de tam olarak yerine getirememektedir. Daha da önemlisi kimden neyin bekleneceğine ilişkin bir görev dağılımı ya da planlama yapılamamaktadır. Bu aynı zamanda yerel bir basın kuruluşunun toplumla ve diğer kuruluşlarla olan iletişimini etkilemekle birlikte, bu basın kuruluşunun itibarını da zedeleyici bir görüntü olarak ortaya çıkmaktadır.

2-1-4- Çalışma koşulları

Yerel gazetelerin içinde bulunduğu çalışma koşulları, yine gazetenin niteliğini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Çalışma koşulları özellikle, gazete çalışanlarının morali, çalışma heyecanı, kendilerini geliştirme istekleri, nitelikli çalışmalar yapmaları ve gazetecilik ilkelerine bağlı kalmaları gibi konularda etkili olmaktadır.

"Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede, söz konusu bölgelerdeki yerel gazetelerin fiziki koşullarına dikkat çekilerek, gazetelerde kullanılan ilkel gazete hazırlama ve baskı tekniklerinin, son derece sağlıksız, ilkel mekanlarda kullanıldığı, kullanılan araçların ve ortamın sağlıksız olması nedeni ile çalışanlar üzerinde oldukça olumsuz bir etkinin oluştuğundan söz edilmiştir. Çalışanların sürekli bir biçimde

[307] A.g.tez. s, 152-153.

kurşun zehirlenmesi tehlikesi ile ya da sağlıksız işyerinin oluşturduğu hastalık ortamı ile karşı karşıya kaldıkları belirtilmiştir. [308]

Kavaklı ise konunun bir başka yönüne ele alarak, yerel gazetecilerin içinde bulunduğu dış çevreye ilişkin çalışma koşullarından söz etmiştir. Kavaklı; basın özgürlüğü'nün vücut bulması için gerekli olan, toplumdaki 'eleştirilere hoşgörü' sınırının, dar olduğu ortamlarda görev yapan ve haber kaynaklarıyla her an içiçe olan gazetecilerin, sürekli olarak baskı ve tehditlerle karşı karşıya kalma riski taşıdıklarını söylemektedir. Kavaklı, bunun yanısıra resmi kurum ve kuruluşlarca her türlü bilginin "beyanat" olarak değerlendirilmesinin, haber kaynağına ulaşmada, ulusal düzeyde olduğu gibi yerel düzeyde de gazetecilerin sorunlarla karşılaşmasına neden olduğunu söylemektedir. [309]

2-1-5- İlke ve politikalar

2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan ve "İller Basınının Sorunları Komisyonu Raporu" adı ile anılan raporda, gazetelerin gelişme gösterebilmeleri için sahip oldukları ve genellikle yakın aile ve akrabalardan oluşan kadro anlayışını terk etmeleri gerektiğinden söz edilmektedir. Raporda, gelecek yıllarda gerek büyük bölge gazetelerinin yaratacağı rekabet ortamının gerekse toplumun göstereceği hızlı gelişmenin dikkate alınarak yerel gazetelerin yeni bir istihdam politikası gerçekleştirme zorunluluğunun ortaya çıktığı, bu politikanın ana ilkesi olarak da gazeteciliğe belli bir eğitim döneminden sonra başlanma gereği belirtilmektedir. [310]

---

[308]VURAL, Ali Murat. A.g.m., 1990, s. 245.
[309]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.m., s. 3.
[310]2. Türk Basın Kurultayı. A.g.k., s. 113.

Bir istihdam politikasına sahip olmanın da ötesinde, gazetenin nasıl bir siyasi yapıya, nasıl bir işleve, ne tür amaçlara yönelik bir araç olduğunu ortaya koyan ilke ve politikalara dahi rastlamanın pek olanağı bulunmamaktadır. İlkesi ve politikası olmayan, yalnızca belirli dönemlerde sadece belirli siyasi kişiliklerin güdümüne girerek, kayıtsız şartsız bu kişiliklerin propaganda aracı olmaktan öteye geçemeyen yerel basın, teknolojik, sermayeye bağlı ve eğitilmiş kadrolardan oluşan bir yönetim ve organizasyon yapısına sahip olmadığı sürece ortaya net ve güçlü ilke ve politikalar da koyamamaktadır.

İlke ve politikaları olan yerel basın organlarına, daha önce sözü edilen kentlerdeki gelişmiş yerel gazetelerde rastlanılmaktadır. Kentin ekonomik ve sosyal kalkınması ile birlikte gelişen yerel basın organlarında, sahip olunan gerçek anlamdaki gazetecilik etkinliği ve kaygusunun, doğal olarak belirli ilke ve politikalara da sahip olmayı zorlaması nedeniyle, bu yerel basın organlarında varolan belirli ilke ve politikalardan söz etmeyi de olağan kılmaktadır.

İlke ve politikalar sahip olmak ya da günlük rüzgarlarla yaşamak, yerel basının dışarıya karşı etkinliğini, iç yapıdan gelen bir faktör olarak etkilemektedir.

2-1-6- İçerik

Yeterli sayıda, belirli bir eğitime ve uzmanlaşmış kadroya sahip olmayan, teknolojik açıdan yetersiz, bünyesinde belirli bir yönetim ve organizasyon yapısının varlığından söz edilemeyen, çalışma koşullarınının olumsuzluklarla dolu olduğu, ilke ve politikaları olmayan bir yerel basın organının doğal olarak içerik açısından da güçlü ve nitelikli bir yapıya sahip olması beklenemez.

2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan raporda dile getirilen konular arasında, yerel gazetelerin içerik zayıflığı da yer almaktadır. Rapor da yerel basının içerik açısından ciddi zayıflıkları olduğundan sözedilerek şunlar vurgulanmaktadır:

> "Biliyoruz ki, bazılarının dışında Anadolu gazeteleri içerik yönünden çok zayıftır. Zayıf bir yazı işleri kadrosu ile çalışılmaktadırlar. Bu nedenle gazeteler, illerde ya da ilçelerde çıktığı halde, çoğunlukla o yörenin haberlerine, olaylarına bile yer verememektedir. Çoğunda günlük olayları fotoğraflarla belirleme olanağı yoktur. Fotoğraf temin edilse bile bunların klişelerini yaptırma imkanı hiç yoktur. Bunun sonucu olarak gazete içeriği, hazır kalıp adı verilen birkaç tefrika ile yer doldurmak için konduğu belli olan tren saatleri, nöbetçi eczane listeleri ve büyük oranda da ilandan oluşmaktadır. Böyle bir içerik ile satışın artırılamayacağı, okuyucunun ilgisinin çekilemiyeceği ve hele hele ofset tekniğinde basılan herhangi bir gazete ile rekabet edilemiyeceği açıktır[311]".

Aynı raporda; Anadolu'da uzun yıllardır kamuoyunu oluşturma görevini büyük bir titizlikle yürüten yerel basının, kendi içeriğini olumlu yönde etkileyecek biçimde ihtiyaçlarını karşılamak olanağından yoksun kaldığı, gelişmiş teknolojiye de sahip olmamanın da bundan etkili olduğu dile getirilmektedir. [312]

Tokgöz de benzer bir yaklaşımla yerel basının, haber malzemesi bulma açısından büyük zorluklar içinde olduğunu, bulsa bile bunu değerlendirecek elemanının bulunmadığını vurgulamaktadır. Haber ajanslarının yeterli ölçüde Türkiye düzeyinde haber alış verişini gerçekleştirememelerinden yerel basının da etkilendiğini belirten Tokgöz, yerel gazetelerin haber dağarcığının daha dar olduğunu söylemektedir. [313]

---

[311] A.g.k., s. 101-102.
[312] A.g.k., s. 111.
[313] TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.k., s. 288.

Tokgöz'ün 1979 yılında ileri sürdüğü yargı bugün geçerliliğini tamamen yitirmemekle birlikte kimi kayda değer değişikliklerin de olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bugün Anadolu Ajansı dileyen tüm yerel gazetelere oldukça ucuz fiyatlarla haber sağlayabilir düzeye gelmiştir. Teknolojinin de gelişmesiyle birlikte hızlı ve kolay haber akışından artık dileyen yerel gazeteler yararlanabilmektedir. Önemli olan gazetelerin daha fazla ve nitelikli haber yayınlama kaygısına sahip olmaları ve bütçelerinden belirli bir miktarı bu amaçla ayırabilmeleridir.

Köse de ülke gündemini etkileyen konularda bilgilendirilme eksikliği taşıdıklarını ve habere ulaşmakta güçlük çektiklerinden söz etmektedir. [314]

"Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede de yerel gazetelerin içerik faktörüne, 'nitelik açısından' alt başlığında değinilmiş ve söz konusu bölgelerde yayımlanan yerel gazetelerin bülten havasında yayımlarını sürdürdükleri için eleştirildiklerinden söz edilmiştir. Makalede; söz konusu bölgelerde yapılan araştırma çerçevesinde yöre halkı ile yapılan görüşmelerde, halkın bu gazeteler için, 'gazete mi haber bülteni mi oldukları belli değil, dolayısıyla habercilikten de oldukça uzaklar' biçiminde bir eleştiri getirdikleri belirtilmiştir. Bölgelerde yayımlarını sürdüren gazetecilerin de halkın bu görüşlerine katıldığının vurgulandığı makalede; gazetecilerin, 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, haber bültenlerini kullanmaktan başka kendilerine yapacak bir şeyin kalmadığını söyledikleri, ifade edilmektedir. [315]

---

[314]KÖSE, A. Vasi. A.g.k., s. 57.

[315]VURAL, Ali Murat. A.g.m., 1990, s. 247.

Tüm aktarılan görüşlerden de anlaşılacağı gibi, yerel basını etkileyen faktörlerden biri olarak 'içerik', diğer etki faktörlerinden daha az önemli ya da daha farklı değerlendirilebilecek bir faktör değildir. Etki faktörlerindeki zincirin önemli halkalarından bir olarak görülen 'içerik', yerel basına ilişkin diğer etki faktörleri ile birlikte ele alınarak değerlendirilecek ve diğerleri ile birlikte aynı zamanda çözüme kavuşturulacak bir konu olarak, tüm ağırlığı ile ortada durmaktadır.

2-1-7- Ekonomik güç

Yerel basın organı olarak gazetelerin bugünkü ekonomik koşullarda yalnızca gazetecilik yaparak varlıklarını sürdürmeleri olanaksız görülmektedir. Zaten bu gazeteler de gazetecilik dışında özellikle sahip oldukları matbaayı kullanarak çeşitli basıma dönük ürünlerin basımından elde ettikleri gelirle varlıklarını korumaya çalışmaktadırlar. Bu gazeteler matbaaları kanalıyla, kartvizit, davetiye, tebrik kartı, broşür, katalog, kitap, dergi, afiş, fatura, gider makbuzu, parakende satış fişi, serbest meslek makbuzu, senet, reklam kartları, yolcu listeleri, çeşitli biletler, sevk ve taşıma irsaliyeleri, müşteri listeleri, adisyon fişi, doktor reçeteleri, bülten, duyuru gibi ürünler basmaktadırlar. Kimi gazeteler, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 257. maddesine göre deftardarlıklarla anlaşma imzalayarak, resmi ürünlerin basımı için izin almaktadırlar. Resmi ilanlar ile ihale ilanları da bu gazetelerin önemli gelir kaynaklarından yalnızca biridir. Ancak resmi ilanların tek başına bir gazeteyi ayakta tutması olanaksızdır. Burada önemli olan nokta matbaadan elde edilen gelirlerin gazete için harcanmadığına ilişkin izlenimdir. Bu nedenle de yerel gazeteler beklenen atılımı, gelişmeyi ve ekonomik güçlenmeyi sağlayamamaktadırlar.

Kayacan, bu konuya işaret ederek, genelde ofset tesise sahip olmayanların ya da bölge gazetesi durumuna gelmeyenlerin, satışlar yoluyla ayakta kalmalarının olanaksız olduğunu, mutlaka matbaalarında ek iş olarak baskı işlerini gerçekleştirmelerinin zorunlu olduğunu söylemektedir. [316]

Tokgöz ise, yerel gazetelerin ekonomik açıdan zayıflıklarına değinerek bu gazetelerin ekonomik anlamdaki yetersizliklerini başka yollardan kapadıklarını, böylelikle de gazeteciliğe zarar verdiklerini anlatmaktadır. Tokgöz, yerel gazetelerin Basın İlan Kurumunun belirlediği fiili satış koşulunu yerine getirir göründüklerini, günlük fiili belirtikleri satışın çok altında gazete bastıkları halde (ortalama olarak 200-250) gazete bayilerine açıktan para ödeyerek, Kurumun belirlediği ve zorunlu oldukları tabanın üzerinde satış gösterdiklerini, böylelikle bu koşulu da yerine getirmiş göründüklerini söylemektedir. Tokgöz, bu gazetelerin her yıl belirli bir resmi ilan ve kağıt alarak, gazetecilik yapar göründüklerini, aslında aldıkları kağıt tahsisini kullanmayıp sattıklarını, ilan ve kağıttan kazanç temin ettiklerini, ticaret yaptıklarını belirtmektedir. [317]

Kavaklı ise, **24 Ocak Kararları** ile SEKA'nın gazete kağıdından sübvansiyonu kaldırmasının, kağıt temininde güçlük çeken yerel basını daha da güç duruma soktuğunu, daha sonraları aylık olarak otomatiğe bağlanan kağıt zamlarının da maddi gücü zaten zayıf olan yerel basını daha da güç durumda bıraktığını söylemektedir. Kavaklı; yerel gazetelerin yüzde 99'unun SEKA'dan kamyonlarla toptan kağıt alma imkanına sahip olmadığını, her defasında kağıdı piyasadan zamlı olarak almak zorunda kaldıklarını, her yerleşim biriminde zamlı olarak dahi kağıt alabilme

[316]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 86.
[317]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.k., s. 288.

olanağının bulunmadığını ve bu olumsuzlukların diğer malzemeler için geçerli olduğunu da belirtmektedir. [318] Kavaklı ayrıca, yerel gazetelerin farklı ölçüde kağıt kullandıkları için "kesim bedeli" adı altında SEKA'ya ayrıca ücret ödeyerek ikinci kez mağdur bırakıldıklarını vurgulayarak, kendi deyimiyle, promosyon yapmayan, tencere-tava dağıtmayan, aldığı kağıdı sadece gazetecilik görevini yerine getirmekte kullanan yerel basına mutlaka subvansiyon uygulanması gerektiği iddiasını taşımaktadır. [319]

Yerel basının gelişmesi ve çağdaş teknolojiyi yakalayabilmesi için finansal kaynaklara ihtiyaç vardır. Bu kaynaklardan biri de banka kredisidir ancak bu kredi yerel basın kuruluşları için oldukça pahalı bir kredi olmaktadır. Sahip oldukları ekonomik güç genellikle bu krediyi almaya olanak tanımamaktadır. Ancak son zamanlarda yerel basın için destek kredileri açılmıştır. Bu krediler konusunda da rahatsızlıklar bulunmaktadır.

Yine bu konuda da Kavaklı, bugüne kadar vaadden öte kredi alamayan, bu vaadlerle de çağın teknolojisini yakalayamayan yerel basının, yapılan eleştiriler sonucu, devletten bir kaç küçük teşvik kredisi olmasının söz konusu olabildiğini söylemektedir. Kavaklı, kimi şaibeleri de beraberinde taşıyan bu kredilerin ne yazıkki devede kulak bile olamıyacağını, dağıtım şeklinin büyük tartışmalara yol açtığını da belirtmektedir. [320] Kavaklı; önce 300 milyon lira olarak verilen ve daha sonra oranı artırılan bu destek kredilerinin, yerel basın için ferahlatıcı etki yaratmasına rağmen, tahsis edilen oranın ve kullanabilme koşullarının, söz konusu krediden tüm yerel basının yararlanmasını olanaksız kıldığını ileri sürmektedir. Kavaklı, 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamında Yüksek Planlama Kurulu tarafından ve Bakanlar Kurulu'nca onaylanıp yürürlüğe

[318]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.b., s. 3.
[319]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 b, a.g.b., s. 3.
[320]A.g.b., s. 2.

konan "Destek Kredisi"nden 1995 yılında Amasya, Adana, Erzurum ve Zonguldak illerinde 10 basın kuruluşunun 10 milyar lira olarak yararlandığını ve bu kredinin sadece makina alımında, proforma karşılığında kullandırıldığını da söylemektedir. Kavaklı, yerel basının ekonomik güçlüklerini şöyle anlatmaktadır:

> "Devlet Bakanlığı, kredilendirme ile, yerel basının teknolojik geriliğini ortadan kaldırmak ve yerel basının daha iyi koşullarda yayın faaliyeti ile kamuoyu oluşturmada daha etkin duruma gelmesini amaçlamasına rağmen, malesef bu amaca her ilde ulaşılması mümkün olmamaktadır. Yeterli mali güce sahip olmayan yerel basın kuruluşları büyük kentlerden miadını doldurmuş eski makinaları alarak yayınını sürdürmekte, aldığı makinaları elinden çıkarma imkanı bulunmadığı için de bu gazeteler, büyük illerin makina mezarlığı haline gelmektedir.
>
> Yerel gazetelerin tek gelir kaynağı olan ilanlardan da tatmin edici gelirin sağlandığı söylenemez. Basın İlan Kurumu'nun 19 Aralık 1995 tarihinden itibaren uyguladığı tarifeye göre fiili satışı 10 binin altında olan gazeteler için sütun/cm ücreti 50 bin, 10-50 bin arasında fiili satışı olanlar için 70 bin, 50-100 bin arasındakiler için 100 bin lira, bunun üzerindekiler için 200 bin liradır. Ancak tirajları yeterli olmayan yerel basın için daima tarifenin en alt kademesi uygulanmaktadır[321]. Aynı kredilerde olduğu gibi devlet eliyle dağıtılan resmi ilanlarda da yaygın (ulusal) ile yerel basın ayrı tutulmuş, ayrım yerel basın aleyhine olmuştur. Kamu kuruluşlarının verdiği reklamlar, şirketlerin bilançoları, mahkeme ilanları ve halka arz gibi ilanlar hep yaygın basına kaydırılmıştır[322]".

Kavaklı'nın bu sorunların yanısıra yerel basın açısından dile getirdiği bir diğer güçlük de abonelere gönderilen gazetelerin posta ücretlerinin yüksekliğidir. Kavaklı'ya göre, bugün bir gazetenin kent içindeki abonelerine ulaşması oldukça pahalıya mal olmakta, gazete, ticari kar amacı güden reklam broşürü ile eş tutulmaktadır. Ayrıca kent dışına gönderilen

[321]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 a, a.g.b., s. 4.
[322]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 b, a.g.b., s. 3.

gazetenin posta ücreti ile gazetenin kendi ücreti neredeyse aynı düzeydedir. Bu konuda da devlet devreye girmeli ve gazeteler için indirimli tarife uygulamalıdır. [323]

"Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede, söz konusu bölgelerde yer alan yerel gazetelerin tam bir ekonomik çıkmaz içinde oldukları, bu çıkmaz nedeniyle bölgelerde bulunan pekçok gazetenin kapandığı, var olanların da aynı tehlikeyle içiçe yaşamakta oldukları belirtilmiştir. Makalede; durumu iyi gibi gözüken bir çok gazetede sadece iki muhabir, iki teknik eleman, bir müdür ve bir dağıtım personelinin yer aldığı, ancak maaşlar, vergiler, kağıt, mürekkep gibi masraf kalemlerinin bile gazeteye oldukça yüklü bir maliyet getirdiği, tiraj ve reklam-ilan gelirlerinin çok düşük olması nedeniyle, gerekli olan teknolojik gereksinimlere, kağıt, malzeme ve personel giderlerine yeterli paranın ayrılamadığı dile getirilmiştir. Gazetelerin gelirlerinin, genel olarak giderlerini karşılamadığı, pekçoğunun maliye ya da sigorta borçlarının oldukça yüklü olduğu, gazete sahiplerinin vergi ve sigorta oranlarını yüksek buldukları gibi ekonomik sorunlara dikkat çekilen makalede, bölgelerde resmi yatırımlar olmaması nedeniyle resmi ilandan da gelir elde edilemediği belirtilmiştir. Makalede, bölgelerde özel ilan ve reklam verme kültürünün bulunmadığına, bu nedenle böylesi bir girdinin de gazetelerce sağlanamadığına dikkat çekilmiştir. [324]

Öte yandan sanayileşmiş, büyüme hızını artırmış kimi kentlerde yayınlanan ve ofset teknolojiye sahip yerel gazeteler ekonomik açıdan çok daha rahat bir pozisyondadırlar. Resmi ilana bağımlılıkları olmayan bu gazetelerin gerçek anlamda gazetecilik yaptıklarını, gazete satışından kazanç elde ettiklerini ve özel reklam ve ilanlardan çok büyük gelirleri olduğunu

[323] A.g,b., s. 4.

[324] VURAL, Ali Murat. A.g.m., 1990, s. 244.

söylemek mümkündür. Bu ve diğer yerel gazetelerin ilan-reklam gelirleri üç kaynaktan gelmektedir. Bunlardan birincisi, Basın İlan Kurumu aracılığıyla verilen resmi, özel ilan ve reklamlar. İkincisi, kamu kurum ve kuruluşlarının duyuru ve tanıtım amacı taşıyan ilan ve reklamları. Üçüncüsü de özel reklam firmaları veya özel kuruluşlar tarafından verilen ilan ve reklamlar. Tüm ilanlar ve reklamlar gazetelerin gerçek gelir kaynağıdır ve gazetelerin hatta diğer basın organlarının ayakta kalabilmeleri bu ilan ve reklam gelirlerine bağlıdır. Bu ilan ve reklam gelirleri içinde en az gelir resmi ilan ve reklamlardan sağlanmaktadır. Buna rağmen bu ilanlara bağımlılık ve bu konudaki tartışma hiç eksik olmamaktadır. Ancak özel ilan gelirlerini arkasına almış, gazetesini temiz hazırlayıp, sunan ve okutan gazetelerin resmi ilanlara bağımlılığının olmadığı da görülmektedir.

Kayacan bu düşünceleri destekleyen bir yaklaşım ile, ticaretin ve sanayinin geliştiği yerleşim birimlerinde yayınlanan gazetelerin ilan ve reklam yönünden sıkıntılarının olmadığını, bu gazetelerin gazeteciliği ön plana aldıklarını ve "ilan ve reklam okunan gazeteye verilir" sloganını benimsediklerini belirtmektedir. Kayacan, 1991 Nisanında Eskişehir'deki ofset bir gazetenin ayda ortalama 1,5 milyon liralık resmi ilan alırken ortalama 50 milyon liralık özel ilan aldığını ve bunun çok sevindirici bir sonuç olduğunu da eklemektedir. [325]

2-2- Yerel Basını Etkileyen Dış Faktörler

Yerel basını olumlu ya da olumsuz ancak bir biçimde mutlaka etkileyen iç faktörlerin yanına; Okur, Yerel Yönetim, Ekonomideki Gelişmeler, Reklam Verenler, Rekabette Olduğu Diğer Yayın Kuruluşları,

[325] A.g.m., s. 292.

Bulunduğu Coğrafi Bölge, Kentin Yapısal ve Kültürel Özellikleri gibi bir dizi yerel basın dışı faktörden de söz etmek mümkündür. Bu bölümde yukarıda anılan alt başlıklar altında, dış faktörlerin Türkiye'deki yerel basını ne düzeyde şekillendirdiği, yönlendirdiği ve etkilediği irdelenmeye çalışılacaktır.

2-2-1- Okur

Yerel basın organlarından gazete ve dergiler için varlık nedeni ve yaşamsal kaynak olan 'okur', yerel bir gazeteyi, gazete etkinliği içinde tutan, güçlü kılan ve yaşatan bir etki faktörüdür. Yerel basının okuru ile ilişkileri, okuru ile bütünleşmesi, okurunun beklentilerine cevap verebilmesi, okunu tatmin etmesi ve okurunu sahip çıktığı bir kurum olması, yerel basını etkileyen, güçlü ve başarılı kılan en önemli dış faktörlerden biri olarak kabul edilebilir. Bunun yanısıra, sahip olunan okur sayısı bir gazetenin sahip olduğu saygınlık anlamına da gelmektedir. Okurun sayısal çokluğu, satışlar açısından da önemli bir gelir kapısı olmakla birlikte, aynı zamanda bu sayının çokluğu ya da azlığı, reklam ve ilan gelirlerinin gazeteye yönelmesinde de etkin olduğu bilinen bir gerçektir.

"Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede, adı geçen bölgelerdeki gazetelerin okur sayılarını yükseltmek arzusunda olmalarına karşın hiçbir girişimde bulunmadıkları, örneğin reklam yapabilecek ekonomik güçlerinin bile olmadığı, bu konuda ne ekonomik ve ne de düşünce anlamında kendilerini zorlamadıkları anlatılarak, bunun nedeninin ise, söz konusu bölgede bulunan yerel gazetelerin sahip oldukları diğer sorunların bu konunun önüne geçmesi olarak belirtilmiştir. Makalede, söz konusu bölgelerde dağıtımın ciddi bir sorun olması nedeniyle de yerel basının okurla ilişkilerinde sıkıntılar yaşandığı, gazetelerin elden ya da postayla abonelere ya da sokaktaki vatandaşa

ulaştırılmaya çalışıldığı, yöre insanının bayiden yerel gazete alma alışkanlığının olmadığı da belirtilmektedir. Bayilere gazete verilmesi durumunda iade oranının çok yüksek olduğunun vurgulandığı makalede, yerel gazetelerin abone olan okurlardan para almada da ciddi sorunlar yaşadıkları yolunda şikayetleri oldukları ifade edilmiştir.

2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan raporda da, yerel gazetelerin okurları ile ilişkileri açısından önemli bir soruna temas edilerek, yerel gazetecinin yazdığı haber ve yazıların her zaman kişilerin ya da kuruluşların seveceği cinsten olmadığı belirtilmektedir. Toplumsal olayların ve yapılan işlerin toplumun yararına yönelik olması için zaman zaman ağır eleştirilerin yapılmasının zorunlu olduğu, ancak gazeteciliğin yapıldığı yerin dar bir çevre olması nedeniyle, gazeteciyle, hakkında olumsuz yazılar yazılan kişinin sık sık karşı karşıya geldiğine ve bunun da ulusal gazetecilik yapan kişiye göre yerel gazetecinin can güvenliği için, daha fazla tehdit unsuru olduğuna dikkat çekilmektedir. [326]

Genel olarak bu konuda, gazetelerin okurları ile ilişkilerinde sağlıklı bir yapıya sahip olmadıkları ve özellikle ofset olmayan gazetelerin ciddi bir okur kitlesinin bulunmadığı söylenebilir. Ayrıca, okurların yerel gazeteleri nitelikli ve ciddi yayınlar olarak görmemeleri nedeniyle sahiplenemediklerini ve yerel gazetelerin de okuru tatmin edecek, beklentilere cevap verecek, okura farklı bir bakış açısı kazandıracak bir yayınla ortaya çıkmamaları nedeniyle, yerel basın-okur ilişkisinde, yerel basın aleyhine ciddi bir sorun olduğunu söylemek de mümkündür.

---

[326] 2. Türk Basın Kurultayı. A.g.k., s. 114.

2-2-2- Yerel yönetim

Yerel basının temel hedef kitlelerinden ve haber kaynaklarından biri olan yerel yönetim, aynı zamanda yerel basını, çalışma koşulları, içeriğin niteliği ve kısmen de olsa sahip olacağı ekonomik güç açılarından etkileyen önemli bir dış faktördür. Yerel basın organlarının yerel yönetim ile kurdukları ya da kuramadıkları sağlıklı iletişim, bu organların iç yapılarından olduğu kadar, yerel yönetimin yaklaşımından da kaynaklanmaktadır. Yerel yönetimin aşırı merkez yönetime ve bürokrasiye bağlı statüleri, katı yaklaşımları, yörelerin de hemen her açıdan halen güçsüz bir yapıya sahip olmaları nedenleriyle, yerel basının güç koşullar altında bir yayımcılık çabası içinde oldukları sonucunu doğurmaktadır. Ancak aynı zamanda yerel basının yerel yönetimler üzerinde zaman zaman da olsa oldukça etkin oldukları da gözlenmektedir.

Kayacan, Anadolu'daki yerel gazete sahiplerinin, yerel yöneticilerle içiçe olduklarını, bir ölçüde siyasi partilerin tabanlarının oluşumunda, il veya ilçe yönetimi düzeyinde etkin rol oynadıkları iddiasını ileri sürmektedir. [327] Ancak siyasi partilerin kentlerdeki temsilcilerinin siyasi çıkarları gerektirdiği için yakın durdukları yerel basının, çoğu zaman aynı ilgiyi yerel yöneticilerden göremediği de bir gerçektir. Örneğin bu konuda Tutar, bugün yerel basının valilerin, resmi olmayan baskısı altında olduğunu, gazetelerin valilerle iyi geçinmek zorunda olduklarını, zira valilerle iyi geçinmeyen gazetelerin hem haber hem de ekonomik yönden zor duruma gireceklerini söylemektedir. Tutar göre, bu durumu bilen gazeteler de valilikle ilişkilerine özel bir önem vermekte ve kolay kolay valileri karşılarına almak istememektedirler. Valileri karşılarına aldıkları zaman, emniyet başta olmak üzere diğer kamu kuruluşlarından ne haber ne

[327]KAYACAN, İsa. A.g.k., s. 81.

de reklam alamayacaklarını belirten Tutar, "bu uygulamalar gazetelerin gelişmemelerini ve büyümelerini engellemektedir. Ekonomik sansürler mahalli basını en büyük etkileyen etkenlerden biridir" demektedir. [328]

Yurdagül de yerel gazetelerin haklı bildiği konuları yazıp, halkın tercümanı oldukları için bazı kişilerce adeta çeşitli baskılara maruz bırakıldıklarını ileri sürmektedir. Yurdagül, "o kadar ki resim ilanı elinde bir koz olarak kullanan makam sahipleri gazete ve gazeteciyi kendi emellerine alet etmek istemektedirler, bunun gayretini göstermektedirler" demektedir. [329]

Alyanak da konuya, yukarıda aktarılan düşünceleri destekler bir yaklaşım içindedir. Alyanak, Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunmayan yerlerde yerel gazetelerin, valilerin ve politikacıların baskısı altında olduğunu, resmi ilan ve ihale duyurularının mülki amirlerin yetkisi dahilinde gerçekleştirildiğini bunun da yerel gazeteleri yerel yönetimlerle ilişkilerde baskı altına aldığını söylemektedir. [330] Öte yandan Ünal, yerel basının yerel yönetimlerle ilişkisinde ortaya çıkan bir başka sorununu da;

> "Örneğin, bir belediye başkanı, bakarsınız ki resmi ilanı keser. Neden? Zira 1580 sayılı yasada eksiklik vardır. Yine devlet ihale yasasındaki emanet üsulü ihaleyi yapanın takdirine bırakmıştır ilanın şeklini. Gazeteye ya da gazeteciye kızmışsa işi emanete çevirir ve yerel basına adeta aklınca ekonomik abargo uygular. Bunun ne demokrasiyle ne de yöneticilik anlayışıyla bağdaşan yanı yoktur[331]" biçiminde belirtmektedir.

2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan yerel basına ilişkin raporda da benzer sorun dile getirilmiştir. Yerel basının başlıca iki haber kaynağı

---

[328]TUTAR, Hilmi. A.g.k., s. 116.

[329]YURDAGÜL, Hikmet. "Basın Elbetteki Milletin Müşterek Sesi ve Hissidir", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996, s. 1078.

[330]ALYANAK, Kemal. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 145.

[331]ÜNAL, Şinasi. A.g.k., s. 1070.

olduğu, bunlardan birisinin doğrudan doğruya toplum, ikincisinin de başta Valilik ve Kaymakamlık olmak üzere bölgedeki kamu kurum ve kuruluşları olduğu hatırlatılan raporda, kamu kuruluşlarının çoğunlukla gazeteler için bir açık haber kaynağı olmaktan kaçındıkları belirtilmiştir. [332]

Selçuk da; yerel yönetim organlarının yerel basın üzerindeki etki faktörüne değinerek, Anadolu'da herhangi bir ilçe ya da ilde gazetecinin valiyi, kaymakamı, belediye başkanını eleştirdikten sonra ya da bir takım yolsuzlukları ortaya döktükten sonra ertesi gün çarşıya çıkmasının zor olduğunu belirtmektedir. Böylesi koşullar altında görev yapan gazetecilerin varlığına dikkat çeken Selçuk, bu gazetecilerin çok yüksek gazetecilik duygusuyla bir takım ağır baskılara göğüs gerdiğini bilinmesi gerektiğini, İstanbul'da gazetecilik yapmanın daha kolay olduğunu, İstanbul'da gazeteciler herşeyi eleştirdiklerini ama doğrudan doğruya devlet görevlileriyle karşı karşıya gelmediklerini söylemektedir. Selçuk, yerel basında durumun böyle olmadığını, orada gazetecilerin hergün eleştirdikleri kişilerle yüzyüze baktıklarını, özellikle nüfusun az olduğu yerlerde gazetecilerin teminatının düşünülmesi gerektiğini de ifade etmektedir. [333]

Bununla birlikte daha önce de belirtilen "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makalede söz konusu bölgelerdeki yerel basının yerel yönetimle ilişkilerine geniş yer verilerek, bölgelerde yer alan gazetelerin çalışan ve idarecilerinin yerel yöneticilerle aralarında hemen hemen hiçbir sağlıklı ilişkinin olmadığı vurgulanmıştır. Makalede, bu konu şöyle anlatılmıştır:

> "Yerel gazeteciler kendi il yöneticilerine en küçük bir meteoroloji haberi için bile gitmek zorunda kalmalarına rağmen hiçbir bilgiyi alamamaları, onlarda yöneticilere karşı olumsuz bir kanının oluşmasına

[332] **2. Türk Basın Kurultayı.** A.g.k., s. 105.

[333] SELÇUK, İlhan. **Yerel Basın Kurultayı Paneller,** a.g.k., s. 119.

ve yerel yönetim kurumlarıyla ilişkilerin kopmasına neden olurken, yerel yöneticilerin bu durumdan pek de rahatsız oldukları söylenemez. Yerel yöneticilerin kendi illerindeki gazetecileri ciddiye almamaları ve muhatap kabul etmemeleri, gerçekte asıl sorunun kaynağını oluşturduğu söylenebilir. Bu durumda tamamen karşılıklı bir sevgisizlik, uyumsuzluk, hatta zaman zaman bir nefret ortamı ortaya çıkmaktadır. Bu konuda bazı illerdeki gazeteciler, yerel yönetim organının başındaki yöneticinin o ilden gitmesi durumunda şehirde büyük bir şölen düzenleyeceklerini söyleyebilecek kadar ileri giderken, dönemin Diyarbakır Belediyesi Basın Danışmanı Bedrettin Gündeş ise, 'burada basın yok. Daha doğrusu etkili bir yerel basın yok. Böyle olunca ilişkilerimiz belli noktalardan öteye gitmiyor' demektedir. Diyarbakır Devlet Tiyatrosu Müdürü Zafer Kayaokay da 'bizim her kurum ile ilişkimiz çok iyi ama maalesef yerel basın ile hayır. Diyarbakır basını işlevsiz. Bizim ile ilgili haberlere hiç bir zaman yer vermek istemiyorlar. Örneğin 20 basın bülteni göndersem, ancak bir tanesini belki tek sütunda veriyorlar. Ulusal basının da yerel basına güveni yok. Bu nedenle basın aracılığı ile sesimizi duyurmamız imkansız gibi" demektedir. Malatya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı ise bu konuda, basının zaman zaman şehir sorunlarına parmak bastığını, ama en ufak bir araştırmayı yapmaya bile olanaklarının olmadığını söylerken, Gaziantep Sanayi Odası Başkanı ise basınla ilişkilerini sıcak tutmaya çalıştıklarını, fakat halen şehirlerine yakışacak düzeyde bir kalitesi gazeteyle karşılaşamadıklarını, zaman zaman güzel çalışmalar yapsalar da bunların çok yetersiz olduğunu[334]" belirtmiştir.

Aynı makalede konuya ilişkin yapılan yorumda; yerel basınla yerel yöneticiler ve kurumlar arasında oldukça belirgin bir iletişimsizlik ve soğukluğun yaşandığı ve bu sorunun giderilmesi için de hiçbir çabanın gösterilmediği, dolayısıyla ortaya kendisi ile başbaşa kalmış bir yerel basının çıktığı ortaya koyulmuştur. [335] Aslında bu yorumun bugün bu konuda bu çalışma için de geçerliliğini sürdürdüğünü söylemek mümkündür.

[334]VURAL, Ali Murat. A.g.m., 1990, s. 246.
[335]A.g.m., s. 247.

2-2-3- Ekonomideki gelişmeler

Çukurova Gazeteciler Cemiyeti'nce 1992 yılında Adana'da düzenlen "Yerel Basın Kurultayı"nda bir konuşma yapan dönemin Başbakanı Süleyman Demirel, konuşmasında yerel basına ilişkin olarak şu önemli saptamada bulunmuştur:

> "Yerel dediğiniz hadise orta sınıftır. Yani nihayet illerde, ilçelerde gazeteyi kim okur ya da ilanı kim verir? Eğer orta sınıfı silmişseniz ondan sonrasının gazeteyle, haberle uzunboylu bir ilgisi olmaz. Günlük geçim derdine düşmüş insanın uygarlığın diğer nimetleriyle uzun boylu bir ilgisi olmaz. Öyleyse yine dönüp geliyorsunuz ki bir ülkede istikrar varsa, büyüme muntazam bir şekilde gidiyorsa ve gelir dağılımı düzelerek gidiyorsa o ülkede sıkıntıların bir kısmı hissedilmeyecektir. Bugünkü dünya şudur: Demokrasi, İnsan Hakları ve Refah üçlüsü. Belki buna güvenlik ve refah üçlüsü demek daha doğru olacaktır. Yani insanlar hür olacak, karnı tok olacak ve korkusuz olacak. Bunu sağlayabilecek olan demokratik devlettir[336]".

Dünyanın kabuk değiştirdiğini ve yerel basının kabuk değiştiren bu dünyadan ayrı düşünülemiyeceğini de dile getiren Demirel, aslında yerel basının ülkedeki ve dünyadaki ekonomik gelişmelerden etkilenen bir kurum olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. Yerel basının bugün içinde bulunduğu güç durum açısından da bundan sonra güçlenip, okunabilen ve izlenebilen bir basın olabilmesi açısından da elbetteki ekonomideki ilerleme ve gerileme belirleyici, etkileyici unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Demirel'in de belirttiği gibi, demokrasiden yoksun, güvenliğinden korkan, karnını zorlukla doyuran, işsiz, moralsiz, ekonomik güçlükler içinde yaşayan insanların, gazete okumalarını beklemek belki bir anlamda ütopyadan öteye birşey olamamaktadır. Elbetteki tüm bunların aşılması ve Demirel'in belirttiği demokrasi, güvenlik, refah üçlüsüne ulaşmak için

[336]DEMİREL, Süleyman. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 15.

kitlelerin bilgi ve kültür araçlarına yine de sıkı sıkıya sarılması gerekmektedir. Ancak uygulamada bu oldukça güç olmaktadır. Deneyimler de bunun gerçekleşemediğini göstermektedir. Demirel'in aynı toplantıdaki şu sözleri bu gerçeği oldukça net bir şekilde ortaya koymaktadır:

> "Netice itibariyle hür basını işletmek zorlaşmıştır. Çünkü ülkenin genel şartları bir takım olumsuzluklar getirmiş, dengeler bozulduğu için genelde mali bir sağlıksızlık ortaya çıkmıştır. Orta sınıfın yokolması da yerel basını sıkıntıya sokmuş. Bir Türkiye düşünün ki 40 ili göç veriyor. Yani adam toplanıp oradan başka bir yere gidiyor. 74 ilin 40 ili göç veriyor. Yani hayat kaygısına girilmiş. Tabiki oralarda basın ekmekten sonra geliyor. Ne zaman ki bir toplumun moral değerleri, demokratik değerleri ekmekten önce gelir, işte o zaman sorunlar kendi kendine çözümü işletir[337]".

Ekonominin yaşamdaki belirleyiciliğinden fazlasıyla etkilenen yerel basının, yine ekonomideki gelişmeye paralel bir büyüme göstereceği de açıktır. Bugün yerel basındaki sıkışmanın aslında temel unsurlarından biri de ülkenin içinde bulunduğu ekomomik darboğazdır. Ekonomik rahatlama ve gelişme ile, temel ihtiyaçlarını gideren ve refaha ulaşan toplumun, elbette gazete, dergi, kitap gibi bilgelenme ve kültürlenme araçlarına da daha fazla ihtiyaç duyacağı açıktır.

2-2-4- Reklam verenler

Yerel basını etkileyen önemli faktörlerden biri de reklam verenlerdir. Reklam gelirlerinin kimi zaman yerel basını güdüm altına aldığı söz konusu edilmekle birlikte, reklam gibi önemli bir gelire ihtiyacı olan yerel basının, daha önce belirtilen kentlerdeki yayın organları dışında, pek de başka bir seçme şansına sahip olmadıkları da söylenebilir. Reklam verme kültürünün henüz tam anlamıyla yerel ortamlarda yerleşmemesi nedeniyle, az oranlarda da gerçekleşse yine de reklam faktörünün, yerel basını etkilediğini kabul etmek gerekmektedir.

---

[337] A.g.k., s. 21.

2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan "İller Basınının Sorunları Komisyonu Raporu"nda resmi ilanların bir kentte ancak bir ya da iki gazeteyi yaşatabilecek düzeyde olmasına rağmen, bu gelir kaynağının olduğu il ve ilçelerde, pekçok gazetenin yayınlanmaya başlamasından şikayet edilmektedir. Elde edilecek gelirin böylelikle pekçok parçaya bölünmesi sonucu bu gelir kaleminin hiçbir işe yaramadığı, tirajın da bölünmesi sonucu pekçok kentte pekçok gazetenin zarar ederek kapandığı belirtilmiştir. [338]

Ünal, Basın İlan Kurumu Yasası'ndaki "Büyükşehir" uygulamasına değinerek, "sizin şehir ne kadar büyük olursa olsun, siyasi iktidarın belirlediği büyük şehirler dışındaki gazeteniz ne kadar teknik ve kaliteli olsa da sizin yerel gazeteniz resmi ilan tarifesinde ikinci sınıf gazete durumundadır"demektedir. Ünal ilan tarifesi konusunda büyük-küçük şehir ayrımının anlaşılır gibi olmadığını da[339] sözlerine eklemektedir.

Oktay ise, yerel olay ve haberler üzerindeki manipulasyonun önlenebilmesinin tek yolunun merkez dışında güçlü sermaye ile özerk ve görece özgür gazeteler çıkarmanın, yüksek tiraja ulaşmanın yolunun bulunması gerektiğini söylemektedir. Oktay'a göre, buradaki kaçınılmaz olan görece özgürlük, yerel gazetenin de tıpkı merkezdeki gazeteler gibi, yaşayabilmek için satıştan çok reklam/ilana gereksinim duymasından kaynaklandığını belirterek, "reklam/ilan gereksinimi bölgedeki sınai, ticari ve mali kurumlarla iyi ilişkiler içinde bulunma zorunluluğu getirerek özgür eleştiriyi yoketmektedir. Görüldüğü gibi çevrenin sorunu merkezin sorunlarıdır" [340] demektedir.

---

[338] **2. Türk Basın Kurultayı**. A.g.k., s. 102.

[339] ÜNAL, Şinasi. A.g.k., s. 1070.

[340] OKTAY, Ahmet. "Yerel Basın Üzerine", **Milliyet Gazetesi**, 19 Mayıs 1992, s. 16.

Ekonomik kalkınmasını gerçekleştirmiş, bununla birlikte sosyal yaşamı da hareketlenen kentlerde, belirli kaynaklara olan reklam bağımlılığı ortadan kalktıkça ve reklamın etkisinin yerel ortamlarda da anlaşılması ile birlikte, yerel basının da bu etki faktörünün olumsuz baskılarından kurtulması söz konusu olabilecektir.

2-2-5- Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları

Daha önceki bölümlerde de sözü edildiği gibi bir kentte varolan yerel basın organlarındaki sayısal çokluk, aslında o kentin hemen hemen tüm yerel basın organlarını olumsuz etkileyen faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Satış, reklam, ilan gibi gelirlerin bölünmesinin yerel basını ciddi bir biçimde zayıf düşüren unsurlar olması, yerel basını aynı zamanda yenilenmekten, gelişmeden ve gazetecilik etkinliğine girmekten de alıkoyabilmektedir. Yerel basın kuruluşlarının birbirleri ile rekabeti genel olarak yayınlarının içerik ve teknik kalitesi, kadronun güçlendirilmesi, çalışma koşullarının düzeltilmesi, yönetim ve organizasyon yapısı kurarak bu işleyişin yarattığı avantajlardan yararlanılması gibi anlamlarda gerçekleşememektedir. Daha çok birbirlerine saldırı, karalama, eleştirme ve engelleme şeklinde ortaya çıkan rekabet unsuru, bu biçimi ile yerel basın organlarının gelişme yönündeki bireysel çabalarını da ertelemelerine neden olmaktadır. Ayrıca genellikle bu kuruluşlar birbirlerini yakın takibe aldıkları için, yayınlarına yeni bir şeyler katarak zenginleştirmekten daha çok birbirlerini tekrarlama ve kopyalama yollarına girmektedirler.

Tüm bunlar biraraya gelince 'diğer yayın kuruluşları ile rekabet'in yerel basın organlarını etkileyen önemli bir dış faktör olduğunu söylemek de olanaklı olmaktadır.

2-2-6- Bulunduğu coğrafi bölge

Yerel basın organlarının başarısında bulunduğu coğrafi bölgenin de etkileyici bir faktör olduğu düşünülmektedir. Zira, bölgeden bölgeye değişen nüfus ve coğrafi koşulların ortaya çıkardığı olanaklar, Türkiye'de bir avantaj

ya da dezavantaj unsuruymuş gibi görünmektedir. Coğrafi bölgelere göre özellikler taşıyan eğitim alanında, sermayeleşmede, kalkınmada, sosyal yaşamın zenginleşmesinde, siyasal katılımda ve kültürlenme süreçlerindeki farklılıklar, gazetelerin de yaşamsal faktörlerini oluşturmaktadır. Yaşamdaki öncelikler, ekonomik ve sosyal kalkınma ile birlikte değişmektedir. Bunlardaki farklılaşmada bölgeden bölgeye değişiklik göstermektedir. Bu değişiklik içinde yerel basın da yer almaktadır. Bu anlamda yerel basını etkileyen 'bulunulan coğrafi bölge'yi, önemli bir dış faktör olarak kabul etmek de mümkün olmaktadır.

Tokgöz, coğrafi özellikler açısından batı-doğu, kuzey-güney doğrultusunda gazete yayımlama yönünden varolan farklılıkların açıkça görülebildiğini vurgulamaktadır. Bazı coğrafi bölgelerin diğerlerine oranla gazete yayımlanması açısından önde geldiğini, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'ndeki kimi illerde çıkan gazete sayısının çok düşük olduğunu belirten Tokgöz, Marmara ve Ege Bölgelerini sahip olunan gazete sayısı açısından İç Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Bölgelerinin izlediğini ifade etmektedir. Tokgöz; coğrafi özelliklerin, ülkenin sosyo-ekonomik durumu bakımından bir değerlendirme ile incelendiğinde, ülkenin gelişmiş ve az gelişmiş yöreleri bakımından gazete sayısı yönünden bir farklılaşma olduğunun görülebildiğini, genelde gazete sayısının gelişmiş bölgelerde yüksek, az gelişmiş yörelerde ise düşük olduğunu belirtmektedir. [341]

2-2-7- Kentin yapısal ve kültürel özellikleri

Tıpkı 'bulunulan coğrafi bölge' faktöründe olduğu gibi, bulunulan kentin yapısal ve kültürel özelliklerini de yerel basını etkileyen bir dış faktör olarak kabul etmek mümkündür. Bir kentin muhafazakar ya da yeniliğe açık yapısı, nüfusunu oluşturan gençlilik ya da yaşlılık, işçi,

[341]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.k., s. 289.

memur, esnaf, sanayici, öğrenci gibi oranları, sahip olduğu kurum ve kuruluşları, sahip olduğu üretime dönük yatırımları, tarihsel özellikleri, gelenekleri, okullaşma oranı, üniversite ve diğer okulların varlığı, sahip olduğu kültürel kurumlar ve ortamların oranı ve işleyiş düzeyleri, spor kulüplerinin başarısı, kentin gelir düzeyleri, kentin ülke ekonomisine katkısı, kentin varsa diğer başarıları ya da öğünç kaynakları, folklorik özellikleri ve bu özelliklerdeki çeşitlilik, göç alma ya da verme durumu gibi kentin yapısını oluşturan daha pek çok faktör biraraya geldiğinde kentin dokusunu, bu doku da kentin bir iletişim kurumu olarak yerel basınını etkileyen bir dış faktör olmaktadır. Bu faktörün de yerel basının bir kentteki başarısını, tutunmasını, kabullenebilirliğini, kamuoyu yaratma gücünü, satış, reklam, ilan girdi oranlarını ve okuru ile iletişimini etkilediğini söylemek mümkündür.

Sonuç olarak; tüm iç ve dış faktörlerin bir bütün olarak değerlendirilmesi durumunda, bu faktörlerin her ülkenin kendi özel koşullarına göre değişebileceği gibi Türkiye'de de her kente göre değişen özellikler, öncelikler, farklı başlıklar içerebileceğini söylemek gerekmektedir. Elbette, yerel basını etkileyen iç ve dış faktörleri daha farklı olarak kategorilendirmek mümkün olduğu gibi bu faktörleri yeni başlıklarla artırmak ya da belirli başlıkları, bir başlık altında toplamak da mümkündür. Ancak bu çalışmanın kuramsal yapısında yerel basına ilişkin görüş, saptama ve sorunların ortaya net bir biçimde konulması açısından, bu faktörlerin bu biçimiyle adlandırılmasına ve gruplandırılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Yerel basını etkileyen iç ve dış faktörler, yerel basının bir anlamda sorunlarını da oluşturmaktadır. Ancak açıktır ki; etki faktörleri, yerel basınının düzeyini, başarısını, kamuoyu yaratma gücünü, saygınlığını,

satış ve reklam-ilan girdisi sağlama oranlarını, içerik kalitesini, kamuoyu ve diğer kurumlarla iletişimin kurulabilme düzeylerini de belirlemektedir. Yerel basını etkileyen faktörler aynı zamanda yerel basının bir kentte ya da yörede oluşumunu sağlayan, onu ortaya çıkaran faktörlerdir de.

Yerel basının içinde bulunduğu kent ortamı, bu kentin fiziksel, kültürel, sosyal ve tarihsel özellikleri yerel basını doğrudan etkileyen unsurlar olarak görülebilir. Bir anlamda kentin kimliği yerel basının da kimliğini etkileyebilmektedir. Yerel kamuoyunun oluşumunda yerel basının işlevsellik düzeyini, kentin söz konusu özellikleri de belirleyebilmektedir. Bu çerçeveden hareketle ve çalışmanın uygulamaya yönelik bölümünün Eskişehir Örneğinde gerçekleştirilmesi nedeniyle bir sonraki bölümde "Yerel Basında Eskişehir Örneklemi" bölüm başlığı altında, Eskişehir'in kent kimliği irdelenmeye, kentin profili çizilmeye çalışılacaktır. Eskişehir Basınının dünü ve bugünü ile Eskişehir Basınını etkileyen iç ve dış faktörler de bu bölümde incelenecektir.

Böylelikle; bir kent ve bu kentin yerel basını örneğinde elde edilen bulgular yorumlanmadan önce, konunun daha rahat kavranılması açısından, örnek olarak incelenmeye alınan kente ve yerel basınına ilişkin belirli saptamalar ortaya konulmuş olacaktır.

BÖLÜM IV

YEREL BASINDA ESKİŞEHİR ÖRNEKLEMİ

Bu bölümde, yerel basın çalışmasına örnek olarak Eskişehir'in alınması nedeniyle, Eskişehir'in kent olarak coğrafi yapısı, tarihsel süreci, nüfus özellikleri, nüfusün sektörel dağılımı, gelir dağılım düzeyi, eğitim düzeyi gibi, Eskişehir'in kent profilini ortaya çıkarmaya yardımcı olacak bilgiler incelenecektir. Daha sonra Eskişehir'in tarihsel süreç içindeki yerel basınının dünü ve bugünü irdelenmeye, var olan durum ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu bölümde son olarak, tüm bu özelliklerle birlikte, bir önceki bölümde ortaya konulan "yerel basını etkileyen iç ve dış faktörler", Eskişehir basını açısından incelenecektir.

1- KENT OLARAK ESKİŞEHİR PROFİLİ

Çalışmanın bu bölümünde örneklem olarak belirlenen Eskişehir'in, çalışmanın genel kapsamına ışık tutması amacıyla, bir kent olarak farklı açılardan profil değerlendirmelerine yer verilecektir. Bu değerlendirmelerin ardından, tarihsel süreç içerisinde Eskişehir basınının gelişimi ele alınarak Eskişehir yerel basınının dünü ve bugünü ayrı ayrı incelenmeye çalışılarak, genel bir döküm yapılacaktır. Bu temel üzerine, daha sonra çalışmanın bulguları konularak, Eskişehir basını ile kamuoyu arasındaki ilişkiler bu bağlamlarda değerlendirilecektir.

1-1- Eskişehir'in Coğrafi Konumu

İç Anadolu bölgesinin yukarı Sakarya kısmının kuzey-batısında bulunan Eskişehir, kuzeyde Batı Karadeniz, kuzey-batıda Marmara, güney-batıda İç Batı Anadolu bölgeleriyle çevrilidir. Güneyde Afyon, güney-doğuda Konya, doğu ve kuzeyde Ankara, kuzeyde Bolu, kuzey-batıda Bilecik, batıda Kütahya illeri ile komşu olan Eskişehir, 29 58 ve 32 04 Doğu boylamları,39 06 ve 40 09 Kuzey enlemleri üzerinde bulunmaktadır. Deniz seviyesinden yüksekliği 792-810 metre olan Eskişehir'in yüzölçümü ise 13.731 kilometrekaredir.[342]

Eskişehir ilinde yaylalık alanlar, Türkmen Dağlarının doğu uzantıları ile Bozdağ, Sündiken, Sivrihisar Dağları üzerinde yaylalar bulunmaktadır. Türkiye'nin önemli akarsularından Sakarya'nın kolu olan Porsuk Çayı da, Eskişehir'e farklı bir görünüm ve zenginlik katmaktadır.[343]

Batı Anadolu orman bölgesi ile İç Anadolu stepleri arasında bulunan Eskişehir, İç Anadolu, Batı Karadeniz ve Akdeniz iklimlerinin etkisi altında kalmaktadır. Toprak ve bitki örtüsü tahıl bitkilerinin yetiştirilmesine oldukça elverişlidir. Arazinin %24'lük bir oranını kapsayan ormanlık bölgelerde çam, meşe, gürgen, ardıç, katran, köknar gibi ağaçlar yetişmektedir.

Çatacık, Mihallıççık, Mihallıççık Atatürk, Yusuflar Köyü Atatürk ormanları olmak üzere, toplam 343.909,5 hektarlık yeşil alana sahiptir. Bununla birlikte Sarısu-Porsuk-Yukarı Sakarya ovalarında stepler bulunmaktadır.[344]

---

[342]Suzan ALBEK. **Dorylaion'dan Eskişehir'e**, Anadolu Üniversitesi ESBAV Yayınları, Yayın No: 89, Eskişehir, 1991, s. 3

[343]**1994 Yılı Eskişehir İli Ekonomik Durum Raporu**, T.C. Eskişehir Valiliği Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, Eskişehir, 1995, s. 3.

[344]A. g. k., s. 4.

Eskişehir'in batı ve güney-batı kesimi Ege ve Marmara bölgelerine yakın olduğundan bu alanlarda iklim karekterinde zaman zaman değişiklikler görülebilir. Genel olarak kara iklimi özelliğine sahip olan Eskişehir'de, kışlar parçalı bulutlu ve kar yağışlı, baharda yağışlı ve yazları açık olarak geçer.

Rüzgarlar daha çok batı, güney-batı, doğu, kuzey ve kuzey-batıdan eser. Eskişehir'e yılda ortalama olarak 398.1 kg. yağış düştüğü belirlenmiştir. Yaz aylarında ısı 30-38 derece, kış aylarında ise -5 ile -20 derece arasında seyretmektedir.[345]

1-2- Tarihsel Süreç İçinde Eskişehir

İnsanlık tarihinin en eski yerleşim merkezlerinden olan Anadolu, pekçok uygarlığa, tarihe, kültüre, insan topluluklarına ve farklı yaşamlara ev sahipliği yapmış ve zengin geçmişini tarihinde saklamıştır. Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında Eskişehir, Anadolu'nun zenginliklerini ve kültürünü topraklarında barındırmış ve çeşitli dönemlerde büyük uygarlıkların yerleşim bölgesi olmuştur.

İlk çağlarda Frigya adı verilen bölge içerisinde yer alan Eskişehir'in, M. Ö. 3500 yıllarında özellikle Porsuk, Sarısu ve Seydisu çaylarının çevrelerinde yerleşime geçtiği, arkeolojik çalışmaların sonucunda ortaya çıkmıştır.[346]

Antik çağda Dorylaion olarak adlandırılan Eskişehir, M. Ö. 4000'li yıllarda kalkolitik döneme değin uzanmaktadır. Yörede, İlktunç Çağı ve Ortatunç Çağını kapsayan M.Ö. 3000-1500 yıllarında bazı yerleşme yerlerinin bulunduğu belirlenmiştir. Yapılan kazılarda, Hitit İmparatorluğu dönemini de kapsayan sontunç çağına ait az sayıda da olsa kalıntılara rastlanmıştır.

[345]**Eskişehir**. Eskişehir Valiliği Yayınları, Eskişehir, 1989, s. 24.
[346]A.g.k., s. 16.

Hitit İmparatorluğu sonrasında, Frigler yörede güçlü bir devlet kurmayı başarmışlardır. Eskişehir ve yöresi M. Ö. 7. yy. da Lidya'nın yönetimi altına girmiştir. Bir süre Persler ve İskender'in de yönetiminde kalan Eskişehir, M.Ö. 3. yy.da Orta Avrupa'dan gelen Galatların yönetimi altına girerken, M.Ö. 1. yy.da ise Roma'nın bir eyaleti durumuna gelmiştir.[347] Eskişehir ve yöresi M. S. 395'de Doğu Roma İmparatorluğu'nun sınırları içine alınmıştır. Zamanla önemli ticaret merkezleri durumuna gelen yerleşme merkezleri kurulmuştur. Bunlar arasında Karacaşehir, Hanköy, Gümüşkonak ve Roma döneminde kurulduktan sonra Bizans döneminde gelişme gösteren Şarhöyük önemlidir.

8. yy.da Araplar tarafından işgal edilen Eskişehir, 1074 yılında Anadolu'ya yayılan Türklerin eline geçmiştir. Bir süre Haçlıların, 1176 yılında Selçuklular'ın, ardından Karamollaoğullarının eline geçen Eskişehir, I. Murat döneminde Osmanlı topraklarına dahil edilmiştir. 1. Dünya Savaşının sonrasında 1918 yılında Mondros Mütarekesi'nin şartları gereği İngilizlerin işgali altına giren Eskişehir, 1920 yılında başgösteren Yunan saldırıları sırasında da Batı Cephesi karargahı olarak seçildi. 20 Temmuz 1921'de Yunan işgali altına giren Eskişehir, 2 Eylül 1922 tarihinde işgalden kurtarılarak 1924 yılında vilayet oldu.[348]

Cumhuriyetin ilanından sonra Anadolu'da hareketlenmeye başlayan sosyal, ekonomik ve kültürel degişimlerin Eskişehir'de de görülmesi uzun sürmemiştir. Ekonomik yaşama katkısı büyük olan bankalar, fabrikalar, ticarethaneler ve atölyeler ardı ardına faaliyete geçmeye başlamış ve Eskişehir bir ticaret ve fabrikalar kenti olarak anılmaya başlamıştır. Diğer yandan yüksek öğretime de önem verilerek bugünkü Anadolu Üniversitesi'nin ilk temelleri atılmıştır.

---

[347]IŞIK, Cahit, Kenan Şanlıer. **Sosyo Ekonomik Gelişmede Eskişehir Nereden Nereye?**, ETO Yayınları, Yayın No: 2, Eskişehir, 1988, s. 4.

[348]A. g. k., s. 6.

1-3- Eskişehir'in Nüfus Özellikleri

Tarihsel gelişim süreci içerisinde Eskişehir farklı nüfus hareketlerinin yaşandığı bir il olmuştur. Bu nedenle tarihsel gelişime bakıldığında, nüfusun dönemlere göre farklılaştığı gözlenmektedir. Bununla birlikte, dış ülkelerde yaşanan savaşlar nedeniyle Anadolu'ya olan göçlerde artış kaydedildiği görülmektedir.

Osmanlı-Rus Savaşının yaşandığı dönemlerde 1878 yılında Kırım ve 1950 yılından sonra Bulgaristan'dan gelen göçmenlerin büyük bir çoğunluğu yerleşim yeri olarak Eskişehir'i tercih etmişlerdir. 1965- 1980 yılları arasında Eskişehir'den diğer illere 40 bin kişi göç ederken, 50 bin kişi de Eskişehir'e göç etmiştir. Eskişehir nüfusunun %25'lik bir kesimini göçmenler oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle her 4 kişiden biri göç yoluyla Eskişehir'de ikamet etmiştir.

Eskişehir ilinin 1990 yılında yapılan sayıma göre nüfusu 641.057'dir. Bu nüfusun 321.928'ini erkek, 319.129'unu kadın nüfusu oluşturmaktadır Şehir nüfusu 477.436 kişidir ve bunun 240.681'ini erkek, 236.755'ini de kadın nüfusu oluşturmaktadır. Köy nüfusu ise 163.621 kişidir. Bunun, 81.247'sini erkek, 82.374'ünü de kadın nüfusu oluşturmaktadır. Eskişehir'in 1991 yılı nüfusu 647.900 kişi, 1994 yılı nüfusu ise 668.182 olarak belirlenmiştir. Nüfus artış hızı binde 14.11 iken, kilometrekareye düşen nüfus yoğunluğu da 47 kişidir. [349]

[349] 1994 Yılı Eskişehir İli Ekonomik Durum Raporu, A.g.k., s. 9.

Üç ana yaş grubuna göre Eskişehir'in nüfusu 1990 yılı sayımına göre şu şekildedir[350]:

Yaş Grupları	Cinsiyet	Nüfus	%Oranı
0-14	Erkek	95.019	16
	Kadın	90.425	15
15-64	Erkek	190.582	32
	Kadın	188.939	32
65	Erkek	1.340	2
	Kadın	16.089	3

Elde edilen bu verilere göre, Eskişehir'in genç bir nüfusa sahip olduğu söylenebilir.

1-4- Çalışan Nüfusun Sektörel Dağılımı

Çalışmanın bu bölümünde, 1990 yılında yapılan nüfus sayımı verilerine göre nüfusun sektörel dağılımı genel olarak verilecektir. Bununla birlikte kırsal kesimde çalışanların sayısı 1475 sayılı İş Kanunu kapsamına girmediğinden kesin sonuçlar bilinmemektedir.

Eskişehir ili dahilinde bulunan işyerlerinin sektörlere göre dağılımı şöyledir[351]:

Resmi işyeri sayısı:	474
Çalışan erkek işçi sayısı:	15.260
Çalışan kadın işçi sayısı:	1.219
Özel işyeri sayısı:	17.210
Çalışan erkek işçi sayısı:	45.087
Çalışan kadın işçi sayısı:	1.812
TOPLAM:	**63. 378**

[350] A. g. k., s. 39.
[351] A. g. k., s. 9.

Eskişehir'de görüldüğü gibi, özel işyeri sayısının, resmi işyerine göre kıyaslanamayacak bir sayısal çokluğa sahip olduğunu, her iki sektör açısından çalışan kadın işçi sayısı açısından büyük farklılıklar olmamakla birlikte çalışan erkek işçi sayısında özel işyerlerinin açık bir üstünlüğünden sözedilebilir.

1-5- Gelir Dağılım Düzeyi

Devlet İstatistik Enstitüsü Eskişehir Bölge Müdürlüğü'ndan alınan bilgilere göre; Eskişehir'in Türkiye'deki tüm iller içindeki kişi başına düşen yıllık Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payı 1994 yılı itibariyle ve 668.182'lik nüfusa göre; cari fiyatlarla 67.549.536 TL ve 1995 yılı itibarıyla ise 133.218.000 TL'dir. Gelişme ve büyüme hızı ise 1994 yılı verilerine göre yüzde 85.2 olup, 1995 verilerine göre ise bu oran 2.7'dir. Eskişehir'deki kişi başına düşen milli gelir ise 1994 yılında 2.299 dolardır. 1995 yılında Eskişehir'in kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasılası 2885 dolardır. Tüm iller içindeki Gayri Safi Milli Hasıladaki oranı 1994 yılı itibarıyla il genelinde yüzde 1.17 olup kent merkezinde bu oran yüzde 0.90 dır. Eskişehir'deki bina sayısı yine 1994 verilerine göre 90.137'dir. Konut sayısı bina olarak 81.479, konut olarak 138.511'dir. İşyeri sayısı bina olarak 7515, işyeri olarak 24.820 ve "diğer" kategorisine giren binaların sayısı da 1143'dür.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 1994 yılı Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları araştırmasına göre; Eskişehir'in yer aldığı **İç Anadolu Bölgesi'nin diğer bölgelere göre** (Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu), **toplam tüketim harcaması içindeki harcama türlerinin dağılımı şöyledir:**

Hane Halkı Sayısı:	% 17.90
Toplam Tüketim Harcaması:	% 17.24
Gıda İçki Tütün Harcaması:	% 16.79
Giyim ve Ayakkabı Harcaması:	% 18.29
Konut ve Kira Harcaması:	% 18.17
Ev Eşyası Harcaması:	% 16.95
Sağlık Harcaması:	% 14.11
Ulaştırma Harcaması:	% 20.48
Eğlence ve Kültür Harcaması:	% 16.63
Eğitim Harcaması:	% 17.63
Otel, Lokanta ve Pastahane Harcaması:	% 12.25
Çeşitli Mal ve Hizmetler:	% 14.31

Yine aynı araştırmaya göre; Eskişehir il merkezindeki **hanelerin 1994 yılı kullanılabilir gelirlerinin, gelir türlerine göre dağılımı** şöyledir:

Maaş ve ücretlerden elde edilen gelir:	% 44.9
Yevmiyelerden elde edilen gelir:	% 2.6
Müteşebbis olarak elde edilen gelir:	% 21.8
Tarım'dan:	% 0.7
İmalat Sanayinden:	% 1.9
İnşaat'dan:	% 0.7
Ticaret'ten:	% 10.0
Hizmetler'den:	% 5.3
Gayrimenkulleren elde edilen gelir:	% 13.2
Menkul Kıymetlerden elde edilen gelir:	% 2.1
Karşılıksız gelirler:	% 18.6

Aynı araştırmaya göre, Eskişehir il merkezindek **hanehalkı fertlerinin iş ve meslek gruplarına göre esas iş gelirlerinin dağılımı** da şöyledir:

A) İlmi, teknik ve serbest meslek elamanlarının;

Çalışan sayısı: % 13.0 Esas iş geliri: % 18.7

B) Müteşebbis, direktörler ve üst yöneticilerin;

Çalışan sayısı: % 2.5 Esas iş geliri: % 3.9

C) İdari personel vb. çalışanların;

Çalışan sayısı: % 8.1 Esas iş geliri: % 8.3

D) Ticaret ve satış personelinin;

Çalışan sayısı: % 13.2 Esas iş geliri: % 15.0

E) Hizmet işlerinde çalışanların;

Çalışan sayısı: % 10.8 Esas iş geliri: % 9.0

F) Tarımcı, hayvancı, ormancı ve balıkçıların;

Çalışan sayısı: % 3.4 Esas iş geliri: % 1.8

G) Tarım dışı üretim ve ulaştırma makinaları kullananların;

Çalışan sayısı: % 43.4 Esas iş geliri: % 35.3

H) Mesleği tayin edilemeyenlerin;

Çalışan sayısı: % 5.6 Esas iş geliri: % 8.0

Aynı araştırmaya göre, Eskişehir il merkezindeki **hanehalkı fertlerinin iktisadi faaliyet kollarına göre esas iş gelirlerinin dağılımı** ise şöyledir:

A) Tarımcılık, ormancılık, balıkçılık ve avcılık yapanların;

Çalışan sayısı: % 2.6 Esas iş geliri: % 1.1

B) Madencilik ve taşocakcılığı yapanların;

Çalışan sayısı: % 1.2 Esas iş geliri: % 0.9

C) İmalat sanayiinde iş yapanların;

Çalışan sayısı: % 32.2 Esas iş geliri: % 28.9

D) Elektirik, gaz ve su işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 0.4 Esas iş geliri: % 0.7

E) İnşaat ve bayındırlık işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 5.6 Esas iş geliri: % 3.5

F) Toptan ve parekende ticaret işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 22.9 Esas iş geliri: % 21.5

G) Ulaştırma, haberleşme ve depolama işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 6.2 Esas iş geliri: % 7.8

H) Mali kurumlar ve yardımcı hizmet işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 3.5 Esas iş geliri: % 4.9

I) Toplum hizmetleri, sosyal ve kişisel hizmet işi yapanların;

Çalışan sayısı: % 25.4 Esas iş geliri: % 30.7

1-6- Eğitim Düzeyi

Eskişehir İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden alınan bilgiye göre 1997 yılı itibarıyla Eskişehir'de 409 ilkokul ve ilköğretim okulu 1. kademesi'nde, 57.346 öğrenci ve 2.171 öğretmen bulunurken, aynı kaynağa göre 121 ortaokul ve ilköğretim okulu 2. kademesi'nde 33.106 öğrenci ve 1.111 öğretmen bulunmaktadır. Ayrıca 59 lise ve dengi okul'da 28.578 öğrenci ve 1.915 öğretmen bulunmaktadır. Eskişehir il merkezinde 4 özel okul bulunmaktadır. Tüm bu verilere göre Eskişehir'de ilk, orta ve lise düzeyinde öğrenim veren toplam okul sayısı 721 olup, bu okullardaki toplam öğrenci sayısı 121.936, toplam öğretmen sayısı da 5208'dir. Eskişehir'de okuma-yazma oranı 1994 verilerine göre %93.5'dir.

Eskişehir'de yükseköğretim 1958 yılında başlamış olup, ilk üniversite 1982 yılında Anadolu Üniversitesi adıyla kurulmuştur. Kurulduğu yıldan bu yana gelişim gösteren Anadolu üniversitesi'nde bugün 9 örgün 3 Uzaktan Eğitim Sistemi ile eğitim veren fakülte, 1 Devlet Konservatuvarı, 7 yüksekokul, 3 enstitü bulunmaktadır.

Anadolu Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından alınan bilgiye göre, Ocak 1997 tarihi itibariyle Anadolu Üniversitesi'nin örgün eğitim veren fakültelerinde toplam: 13.393, Uzaktan Eğitim Sistemi ile eğitim veren fakültelerinde toplam: 583.699, Devlet Konservatuvarı'nda toplam: 77, Yüksekokullarında toplam: 2052, ve Meslek Yüksekokullarında ise toplam: 1225 öğrenci eğitim görmektedir. Ayrıca üniversitenin enstitülerinde de toplam: 1199 öğrenci Yükseklisans ve Doktora eğitimi görmektedir. Bir başka deyişle Anadolu Üniversitesi toplam: 601.645 öğrenciye eğitim ve öğretim olanağı sunmaktadır. Bununla birlikte, Anadolu Üniversitesi'nde toplam öğretim elemanı sayısı 1111'dir. 1994 yılında Anadolu Üniversitesi bünyesinden doğarak bağımsız birer üniversite haline gelen Kütahya Dumlupınar Üniversitesi ve Afyon Kocatepe Üniversitesi'ndan sonra Eskişehir'de bir ikinci üniversitenin daha kurulmasına neden olan Osmangazi Üniversitesi'de yine Anadolu Üniversitesi bünyesinden doğdu. Böylelikle İstanbul, Ankara ve İzmir'den sonra ilk kez Eskişehir, birden çok üniversiteye sahip kentler arasına girmiştir. Osmangazi Üniversitesi'nde halen Tıp, Fen Edebiyat, Mühendislik Mimarlık ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri ile henüz öğrenci alımına başlamamış Ziraat ve İlahiyat Fakülteleri, 4 enstitü, 3 meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Osmangazi Üniversitesi'nin fakültelerinde toplam: 5064, enstitülerinde toplam: 475 ve meslek yüksek okullarında toplam: 485 öğrenci öğrenim görmektedir. Bir diğer deyişle Osmangazi Üniversitesi de toplam: 6024 öğrenciye eğitim ve öğretim olanağı sunmaktadır. Osmangazi Üniversitesi bünyesinde de toplam: 787 öğretim elemanı görev yapmaktadır.

Bu rakamlara göre, Eskişehir'de bulunan üniversitelerde toplam: 1898 akademik personel bir diğer deyişle öğretim elemanı görev yaparken

bu üniversitelerden toplam: 607.669 öğrenci öğretim amacıyla yararlanmaktadır. Eskişehir kent merkezinde aktif olarak 23.970 öğrenci bulunmaktadır ve bu rakamlar, Eskişehir'deki uzaktan eğitim sistemi ile eğitim veren fakültelere kayıtlı öğrenciler de eklenince 25.000'e kadar çıkmaktadır. Bu da Eskişehir'e diğer Anadolu kentlerinde bulunmayan bir aydın, dinamik, sosyal, kültürel, bilimsel, sportif nüfusun olduğunu göstermektedir. Bu gösterge ise, demokratik yaşamın yerleşmesine katkıdan, iletişim kurumlarının etkinliğine kadar pekçok avantajın oluşması anlamına gelmektedir.

2- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE ESKİŞEHİR BASINI

Bu bölümde Eskişehir basınının tarihsel süreç içindeki yapılanma ve gelişmesi ile birlikte, sosyal yapı hakkında ipuçları vermesi açısından önemli olan dünden bugüne Eskişehir'de çıkan tüm yayınların dökümü yapılacaktır. Daha sonra bugüne dönülerek Eskişehir yerel basınının halen elinde varolan kitle iletişim araçları, bunların koşulları ve işlevleri irdelenmeye çalışılacaktır.

2-1- Eskişehir Basınının Dünü

Türkiye'de gazeteciliğin bir diğer deyişle basının başlangıcı olan Takvim-i Vakayi'den tam 77 yıl sonra 22 Mart 1908'de Eskişehir'de "Nimet" ismiyle bir gazete yayınlanmaya başlamıştır. Eskişehir'in yerel basın tarihini de başlatan bu 4 sayfalık gazete haftada 3 kez yayınlanmıştır. Bu gazeteyi 1 Haziran 1910 yılında yayına başlayan üç yıllık bir yayın hayatı sürdürmeyi başaran "Hakikat" isimli gazete izlemiştir. [352]

Ulaşılabilen örneklerin kümelenmesi ile Cumhuriyet öncesi 13

[352]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1988, s. 41.

gazetenin, Cumhuriyetten çok partili yaşama kadar geçen süre içinde 6 gazetenin, 1946-1950 tarımda yapı değişmesi yıllarında 11 gazetenin, 1950-60 yılları arasında 33 gazetenin yayınlandığı görülebilmektedir. [353]

Seçim, Kurtuluş Savaşı döneminde, yerel gazetelerin Türkiye'nin her yerinde olduğu gibi Eskişehir'de de çok güzel bir gazetecilik örneği verdiklerini, savaştan sonra İstanbul basınının ön plana geçmesiyle Eskişehir basınının da bir duraklama sürecine girdiği, 1946-1957 yılları arasında ise Meşrutiyet dönemine benzeyen fakat oldukça kısa süren bir canlanma görüldüğünden söz etmektedir. Seçim; yerel basının genelinde olduğu gibi ve daha önceki bölümde de ayrıntılı bir biçimde anlatıldığı gibi, Demokrat Parti'nin kurulmasıyla bu partiyi destekleyen gazetelerin Eskişehir'de de yaygınlaşmaya başladığını ancak bu döneminde çok uzun sürmediğini belirtmektedir. Bu dönemde çıkan gazetelerin, dönemin siyasi iktidarının dağıttığı ekonomik ve siyasi çıkarlardan pay kapma amacıyla gazete çıkarma işine girdiklerine değinen Seçim, bunların içerik ve işlev açısından okura birşeyler verme amacı taşımadıkları görüntüsü verdiklerini vurgulamaktadır. Seçim şöyle demektedir:

> "1958 ve sonraki yıllarda dağıtım şirketlerinin kurulması, İstanbul'da yayınlanan büyük sermayeli gazetelerin taşrada baskı yapma olanağına kavuşmaları, bu gazetelerin yurdun her köşesinde ve günlük olarak okunması sağlarken, bu durum Eskişehir yerel basınını da fazlasıyla etkilemiştir. Bu gazetelerin, büyük gazetelerle teknolojik ve sermaye açısından yarışmalarına imkan yoktu[354]".

Öte yandan, daha önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi, 1920 Kasım'ı ile 1922 Mayıs'ı arasında Anadolu'da basın üzerine gözlemler ve araştırmalar yapan Rus araştırmacı Yust, "Anadolu Basını" adlı kitabında

---

[353]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1989, s. 126.

[354]SEÇİM, Filiz. "Eskişehir Basını", Yayımlanmamış Doktora Ders Ödevi, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bilim Dalı**, İstanbul, 1986, s. 17.

kimi saptamalarda bulunmaktadır. Buna göre Yust kitabında; 19. yüzyıl'ın 90'lı yıllarında, İzmir'de tarafsız ve yarı-resmi olmayan Hizmet ve Ahenk'in çıkmasının kayda değer bir olay olduğunu belirtmektedir. Yust, Hizmet'in kadrosunda Namık Kemal'in milli liberal okulunun değerli Türk şairi Müstecabizade İsmet ile ilk liberal romanını bu gazetede yayınlayan, Türk basın ve edebiyatının öncüsü Halit Ziya'nın da yer aldığını, Hizmet'in mensuplarından birinin de radikal eğilimli aydın ve yazar Refik Nevzat olduğunu söylemektedir. Yust; Nevzat'ın bir dizi makaleyle Abdülhamid rejimine yönelttiği tenkitlerin, gazetenin kapatılmasına ve ancak ittihat döneminde açılabilmesine neden olduğunu ve Hizmetin radikal eğilimiyle özellikle Eskişehir, Bursa, Aydın, Antalya ve Adana'da halk üzerinde önemli etkiler yarattığını söylemektedir. [355] Yust'un araştırmasında Eskişehir'e ilişkin daha önce hiçbir kaynakta rastlanmayan kimi son derece önemli bilgilere ve saptamalara da rastlanmaktadır. "Günümüzün Kemalist Anadolu'sunda işçi merkezi olarak adlandırabileceğimiz iki merkez vardır: Eskişehir ve Samsun." diyen Yust, Eskişehir tarihinin bu son derece önemli bölümünü şöyle aydınlatmaktadır:

> "Eskişehir'de 1920 yılı ve 1921 yılı başlarında işçi ve halkçı basının örgütlenmesi deneyimleri yapıldı. Sonuçta, Anadolu'da sayıları 5 olan halkçı organlardan üçü burada yayınlanıyordu. Kısa zaman sonra bu yayınlar yetkililer tarafından kapatıldı. Daha sonra Eskişehir, Yunanlılar tarafından işgal edildi ve Kemalist Anadolu'nun işçi merkezi olarak varlığını geçici bir süre için duyurmaktan uzak kaldı. Diğer işçi merkezi Samsun'a gelince, buradaki "Reji" fabrikasında çalışan onbinlerce işçiye rağmen Samsun'da mesleki ve halk basını yoktu, hala da yok[356]".

Eskişehir'in tarih içinden bugüne gelen toplumsal yapılanmasına, basına ilişkin kurumsallaşması ve okuyucu tipinin oluşmasına, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, siyasal oluşumlarına tarih içinden bir ışık yakan

[355]YUST, K. A.g.k., s. 11.
[356]A.g.k., s. 133.

bu araştırma göre, Eskişehir'in, Türkiye'deki gerek yerel basın ve gerekse bir bütün olarak basın tarihi içinde özel bir takım koşullara ve öneme sahip olmuş bir kent özelliği taşıdığı söylenebilir. Kentin bugünkü sosyal yapılanmasında da o günlerden itibaren başlayan ve bugünlere kadar gelen süreç içindeki oluşumlarının büyük etkisinin olduğunu da ileri sürmek mümkündür.

Büyükerşen, 1908'den 1986'ya değin Eskişehir'de 122 gazete ve 24 derginin adlarını basın tarihinde görmenin mümkün olduğunu söyleyerek dün ve bugüne ilişkin karşılaştırmayı şu sorgulamalarla yapmaktadır:

> "Bir karşılaştırma örneği olması nedeniyle belirtmek gerekirse; 1950'li yıllarda 13 günlük gazete çıkarken; 1987'de bu sayı 4'e düşüyor. Kültür tarihçileri için sanırız ilginç bir inceleme durumu ortaya çıkmaktadır. Acaba ne olmuş da kentin yerel basınında böylesi bir gerileme ortaya çıkmıştır? Kitle gazeteleri, doğal olarak televizyon rekabetinden etkilenip okuyucu kaybederken; böyle bir rekabetle pek ilgisi olmaması gereken yerel basın niçin toplumdaki eski konumunu koruyamamaktadır?[357]".

Büyükerşen bu durumu, hemen hemen tüm kentlerde yaşanan diğer sosyal yaşam zenginliklerinin de değişmesiyle birlikte ele almakta ve bunun adını "kültürel kan kaybı" olarak nitelendirmektedir.

Eskişehir'de özellikle 1950'li yıllarla birlikte gazetelerin içeriklerinde de kaydadeğer ölçülerde değişiklikler görülmektedir. Söz konusu dönemden önceki yıllarda yayımlanan gazetelerin içeriklerine bakıldığında, kentin gerek politik ve idari yönetimine gerekse sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerine ilişkin oldukça aktif ve coşkulu bir yayıncılık yapıldığı anlaşılmaktadır. Yine gazete içeriklerinden anlaşıldığına göre, gazeteler ve o dönem Eskişehir'de etkinlik gösteren sosyal dernekler ya da kuruluşlar, kente film ve tiyatroların gelmesi için çaba harcamış, film ve tiyatro

[357]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1988, (Büyükerşen'in Sunuş yazısı).

eleştirileri yapmış, duyuru ve ilanlarla halkı sosyal etkinliklere çekme yönünde yoğun yayınlar yapmışlardır. O dönemin iletişim olanakları açısından halk, şehirde ve ülke genelinde olan bitenden bu gazeteler sayesinde haberdar olmuştur. Gazete, o dönemin insanı için vazgeçilmez bir haber kaynağı ve iletişim aracı olmuştur.

Daha önce de belirtildiği gibi Eskişehir'de 1908 yılında yayınlanan ilk gazeteden bugüne değin, eldeki kaynaklara göre ve 1986 yılına kadar 122 gazete ve 24 dergi yayımlanmıştır. Bu gazete ve dergiler yayına başladıkları tarih itibariyle şöyle sıralanmaktadırlar:

Gazeteler:

NİMET (22 Mart 1908): Eskişehir'in ilk süreli yayınıdır. M. Burhanettin'in sahibi olduğu dört sayfalık gazete, eski yazı ile yayımlanmıştır.

HAKİKAT (1 Haziran 1910): Eski yazıyla ve dört sayfa olarak yayımlanan gazetenin sahibi Mestan İsmail'dir.

ESKİŞEHİR (12 Temmuz 1910): Dava Vekili Takıyüddin'in sahibi olduğu gazete, haftada iki kez ve eski yazıyla yayımlanmıştır.

METANET (3 Mart 1912): Mehmet Burhanettin'in sahibi olduğu gazete, haftada üç gün eski yazıyla yayımlanmıştır.

KURULTAY (9 Haziran 1915): Gazetenin sahibi İdris Vehbi'dir. Eski yazıyla ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

KARACAHİSAR (1915): Haftalık olarak yayımlanan gazetede eski yazı kullanılmış ve gazete iki sayfadan oluşmuştur.

AZİM VE EMEL (4 Ocak 1916): Kenan Turgut'un sahibi olduğu gazete, eski yazıyla ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

NEVZAD (1917): Katırcızade Sedat Hakkı'nın sahibi olduğu gazete, eski yazıyla ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır. Haftalık çıkan gazete, mizah içerikli olarak Eskişehir'in ilk gazetesi olma özelliğini taşımaktadır.

AHRAR (2 Eylül 1919): Mehmet fahrettin'in sahibi olduğu iki sayfalık gazete eski yazı ile yayımlanmıştır.

MİLLİYET (14 Kasım 1919): Meclis idare başkatibi Kamil'in gazetesidir. İki sayfadan oluşan gazete, eski yazıyla ve haftada iki kez yayımlanmıştır.

İSTİKLAL (21 Temmuz 1920): Hasan Bahri'nin sorumlu müdür olduğu gazete, eski yazıyla ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır. Basılan gazetelerin yarısı cepheye gönderilmiştir.

RESMİ ESKİŞEHİR (4 Haziran 1920): Eski yazıyla ve haftalık olarak yayımlanan gazete, resmi yayın niteliğinde yayımcılık yapmıştır.

YENİ DÜNYA (30 Ağustos 1920): Eskişehir'in ilk sosyalist gazetesi olan Yeni Dünya, eski yazı ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazetenin sahibi, Arif Oruç'tur.

SAKARYA (15 Kasım 1925): CHP'nin yayın organı olan gazetenin sahipliğini Osman Ali Ulvi yapmıştır. Önceleri eski yazıyla yayımlanan gazete dört sayfa yayımlanmıştır. Daha sonra yeni yazıya geçen ve bundan dolayı Eskişehir'in yeni yazıyı kullanan ilk gazetesi olmuştur. Sakarya'dan sonra yeni yazı tüm gazetelerde kullanılmaya başlanmıştır.

GÜZEL ESKİŞEHİR (14 Şubat 1937): Halil Aroma'nın sahibi olduğu gazete dört sayfa yayımlanmıştır.

PINAR (10 Nisan 1937): Dört sayfa olarak yayımlanan gazetenin sahibi H. Çelikkanat'tır.

KOCATEPE (29 Ekim 1937): Şükrü Yersel ve İhsan Özün'ün sahipleri olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR POSTASI (13 Şubat 1938): Hüsnü Görker'in sahibi olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

YENİ GAZETE: Hüsnü Görker ve Nazif Bartu'nun sahipleri olduğu gazete, önceleri haftalık daha sonra günlük ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR (23 Eylül 1942): Nazif Bartu'nun sahibi olduğu gazete, önceleri haftalık daha sonra günlük ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

İNKİLAP (28 Haziran 1945): Sadullah Erim'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

PORSUK (6 Ocak 1946): T. Özeren'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SES IŞIK (21 Mart 1946): Hüseyin Duyan ve Sadullah Erim'in sahipleri olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

HALKÇI PORSUK (2 Temmuz 1946): Hasan Sarılı ve Hüseyin Sarılı'nın sahipleri olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

SÖZ MİLLETİN (24 Aralık 1946): Abdülkadir Gürol'un sahibi olduğu gazete, dönemin en önemli yayınlarından biridir. Gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

HÜR MİLLET (9 Temmuz 1947): Faruk Şükrü Yersel'in sahibi olduğu gazete, haftada iki gün, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEMOKRAT ESKİŞEHİR (31 Ocak 1948): Ekrem Baysal ve Ali Rıza Ilıca'nın sahipleri olduğu gazete, önceleri haftalık ve iki sayfa, daha sonra günlük ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YEŞİL NUR (7 Haziran 1949): M. Nuri Akyar'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

MİHRAK (4 Eylül 1949): Necmettin Fırat'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEMOKRAT HAMLE (25 Aralık 1949): Abdülkadir Gürol'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HALK YOLU (28 Aralık 1949): Celal Kağnıcıoğlu'nun sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SÜROL (8 Haziran 1950): Ziya Sürol'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazetenin ismi sonradan İstikbal olarak değiştirilmiştir.

İBRET (25 Ekim 1950): Ruşen Mamuh'un sahibi olduğu gazete, haftada iki gün dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

BOZDAĞ (6 Ocak1951): Emin Altınölçek'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

PORSUK (8 Ocak 1951): Feyyaz Arsezen'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEMOKRAT (10 Ocak 1951): Ruşen Mamuh'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HAKİKAT (3 Mart 1951): Emin Altınölçek'in sahibi olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

İSTİKBAL (16 Haziran 1951): Gazetenin ilk sahibi Ziya Sürol'dur. Daha sonra Oğuz Türkmen tarafından devralınan gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazete, halen yayımını sürdürmektedir.

İŞÇİNİN SESİ (22 Eylül 1951): Rıza Tetik'in sahibi olduğu gazete, ayda iki kez dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEMOKRAT PORSUK (20 Aralık 1951): Feyyaz Arsezen'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ANADOLU (7 Haziran 1952): Naci Gelendost, Zeki Algür ve Ziya Akelli'nin sahipleri olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Eskişehir'in ilk spor gazetesi olma özelliğini taşımaktadır.

POLİTİKA (5 Temmuz 1952): Recep Bilginer'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

MÜCADELE (29 Ekim 1952): Ruşen Mamuh'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DALGA (21 Ocak 1953): Naci Gelendost'un sahibi olduğu mizah içerikli gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

AMATÖR SPOR (21 Mart 1953): Haşmet İnöntepe'nin sahibi olduğu gazete, ayda iki kez ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SAKSAĞAN (20 Haziran 1953): Zeki Mamuh, Zeki Yurtsever ve Kemal Akdeniz'in sahipleri olduğu mizah içerikli gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

CİNAYET (19 Temmuz 1953): Naci Gelendost'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SAVAŞ (3 Ağustos 1953): Fethi Yurtsever'in sahibi olduğu akşam gazetesi, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YENİ ESKİŞEHİR (19 Eylül 1953): Hamit Dedelek'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

TEZGAH (23 Aralık 1953): Veli Ekmekçioğlu'nun sahibi olduğu gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YENİ HAKİMİYET (20 Ocak 1954): Ali Özdenoğlu'nun sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ŞAFAK (20 Şubat 1954): Saffet Çalışır'ın sahip olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR TELGRAF (8 Mayıs 1954): Naci Gelendost, Zeki Algür ve C. Karababa'nın sahipleri olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

BAŞAK (1 Haziran 1954): Cevdet Savgar Kıratlı'nın sahibi olduğu gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

FAZİLET (1 Ağustos 1954): Nafi Yüzügüllü'nün sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YÜKSELİŞ (6 Ocak 1955): Faik Ersoy'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ÇİMDİK (11 Şubat 1955): Necdet Anatürk'ün sahibi olduğu mizah içerikli gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımklanmıştır.

SON SÖZ (8 Temmuz 1955): Abdülkadir Gürol'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YENİ HABER (25 Mart 1956): Vedat Hazer, Zeki Özdemir ve Rüstem Demirhisar'ın sahipleri olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

MEŞALE (11 Mayıs 1956): Nuri Akyar'ın sahibi olduğu gazete, önceleri haftalık, daha sonra günlük ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HÜR BİLEK (10 Mart 1957): Sahibinin bilinmediği gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

CİNAYET ROPÖRTAJ (30 Temmuz 1958): Naci Gelendost'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Cinayet gazetesinin devamı niteliğinde bir gazetedir.

İÇ ANADOLU (29 Ağustos 1958): Faik Ersoy'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HER SABAH (29 Ekim 1958): Hamit Dedelek, Osman Tozman, Hamdi Aytaçlı ve Ahmet Yılmaz'ın sahipleri olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

TERAZİ (17 Aralık 1959): İsmet Aktop'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR SPOR (31 Mart 1960): Özcan Bolkol'un sahibi olduğu spor gazetesi, sekiz sayfa olarak yayımlanmıştır.

KÜÇÜK GAZETE (7 Mayıs 1960): Zeki Algör'ün sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

BİZİM SAKARYA: Celal Kağnıcıoğlu'nun sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

TÜRK GÜCÜ (2 Haziran 1960): Naci Gelendost'un sahibi olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR EKSPRES (4 Ağustos 1960): Z. Uçankuş'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HÜR YOL (1 Aralık 1960): Vedat Hazer'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

KÖYE DOĞRU (8 Temmuz 1961): Zeki Algür ve ve Ali Özdenoğlu'nun sahipleri olduğuköy halkına ve yaşamına yönelik olarak hazırlanan gazete, ayda iki kez ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ADALETİN SESİ (27 Eylül 1961): Halil Esen'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR: Hamit Dedelek'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

MİHALIÇÇIK POSTASI (12 Nisan 1963): Zeki Özdemir'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YİRMİ EYLÜL (13 Nisan 1963): Abdülkadir Yurtsever'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

TÜRK YOLU (13 Nisan 1964): Naci Gelendost'un sorumlu müdürlüğünü yaptığı gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ANADOLU (13 Nisan 1964): Sahipliğini Yusuf Akgün'ün, sorumlu müdürlüğünü İrfan Uğurluer'in yaptığı gazete dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

BİZİM TERAZİ (12 Nisan 1965): Vefa Önen'in sahibi olduğu gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SEYİTGAZİ POSTASI (30 Ekim 1965): Ali Özdenoğlu'nun sahibi olduğu gazete, haftada iki kez ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SÖZ MİLLETİN (28 Ocak 1966): Abdülkadir Gürol'un sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

BİZİM ANADOLU (26 Mart 1966): Fehmi Özcan'ın sahibi olduğu gazete, haftalık olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİRSPOR (11 Haziran 1966): Haşmet İnöntepe'nin sahibi olduğu haftalık spor gazetesi, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR TİCARET (6 Ağustos 1966): Veli Akhisar'ın sahibi olduğu gazete, iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

SİVRİHİSAR HALKEVİ (4 Eylül 1968): Neşet Öğren'in sahibi olduğu gazete, ayda iki kez ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

MİLLİ İRADE (11 Kasım 1968): Ethem Karaca'nın sahibi olduğu gazete, dört ve altı sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazete, bugün yayımcılığını sürdürmektedir.

GERÇEK YOL (2 Eylül 1969): Şefik Sarıer'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YURTSPOR (1 Eylül 1970): Alpay Orhan'ın sahibi olduğu gazete, on iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

YUNUS EMRE'NİN SESİ (11 Ağustos 1971): Abdülkadir Yurtsever'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ÇERAĞ (Ekim 1971): A. İhsan Yalınbaş'ın sahibi olduğu gazete, aylık ve sekiz sayfa olarak yayımlanmıştır.

SAVAŞ (1972): Celal Kağnıcıoğlu'nun sahibi olduğu akşam gazetesi, dört sayfa olarak yayımlanmaktadır.

SİVRİHİSAR'IN SESİ (30 Mayıs 1973): Ahmet Atmaca'nın sahibi olduğu gazete, haftalık ve iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

SON OLAY (25 Eylül 1973): Metin Arslan'ın sahibi olduğu gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

YENİ HABER (6 Mart 1975): Sami Doğan'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SIRDAŞ (12 Mayıs 1975): Ömer Gümüş'ün sahibi olduğu gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR (21 Mayıs 1975): Hanife Gürol'un sahibi olduğu gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

FOTO HABER (28 Haziran 1976): Gezgin Asil'in sahibi olduğu gazete, önceleri haftalık, 1979 yılında ise günlük olarak yayımlanmıştır.

MAHMUDİYE HAKİMİYET (3 Kasım 1977): İbrahim Söğüt'ün sahibi olduğu gazete, Mahmudiye ile ilgili haberlere yer vermiştir.

YILDIRIM (31 Ocak 1979): Emin Üstünbaş'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazete, daha sonra Yıldırım Hakimiyet ismini almıştır.

BATTALGAZİ (11 Şubat 1980): Şerafettin Erol ve Ruşen Mamuh'un sahipleri olduğu gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YUNUS EMRE POSTASI (2 Mayıs 1980): Ahmet Çolak'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HÜR KALEM (29 Ekim 1980): Cengiz Akhisar'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR'DE YEDİ GÜN (23 Şubat 1982): M. Üstün Ünügür'ün sahibi olduğu gazete, haftalık ve onaltı sayfa olarak yayımlanmıştır.

TÜRK BASIN BİRLİĞİ (6 Aralık 1982): Niyazi Sarıer ve Cevdet Savgar'ın sahipleri olduğu gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

ŞANLI SEYİTGAZİ (25 Nisan 1983): Fehmi Üstün'ün sahibi olduğu gazete, haftalık ve dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

SON HABER (13 Mayıs 1984): Önceleri Akbıyık Postası ismiyle yayımlanan gazete, 1985 yılında Son Haber ismini almıştır. Beşeri Akbıyık'ın sahibi olduğu gazete, altı sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazete bugün yayımcılığa devam etmektedir.

ESKİŞEHİR 26 (3 Kasım 1984): Vedat Hazer'in sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEVİR (14 Ocak 1985): Halil Sevindi'nin sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

OLAY SPOR (25 Eylül 1985): Ayhan Türkmen'in sahibi olduğu spor gazetesi, haftalık ve on sayfa olarak yayımlanmıştır.

TRİBÜN (15 Ekim 1985): Mesut Var'ın sahibi olduğu spor gazetesi, haftalık ve sekiz sayfa olarak yayımlanmıştır.

SARICAKAYA (18 Nisan 1986): Cevdet Savgar'ın sahibi olduğu gazete, dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

ve bu kaynakta yer almamakla birlikte daha sonraki yıllarda da gazete olarak;

İKİ EYLÜL (1 Mart 1988): Uğur Özdemir'in sahibi olduğu gazete, 6 sayfa olarak yayımlanmıştır.

ESKİŞEHİR 2000 (17 Mayıs 1996): Halil Çil'in sahibi olduğu gazete, 8 sayfa olarak yayımlanmış ve 6 ay sonra kapanmıştır.

Dergiler:

DEMİRYOLU (1924): Eskişehir'de yayımlanan ilk dergidir. Dergi, ayda iki kez ve on altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

AVUKAT MECMUASI (15 Aralık 1927): Eski yazı ile yayımlanan bu meslek dergisi, daha sonra yeni yazı kullanımına geçmiştir.

HALKEVİ (1932): Dergi önceleri aylık, daha sonra iki aylık ve on altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

KOCATEPE (1937): Faruk Şükrü Yersel'in sahip ve sorumluluğunda yayımlanmaya başlayan dergide, tarım, sanayi ve folklora ilişkin yöresel bilgier ve araştırmalar yayımlanıyor. Yayın yaşamı kısa sürmüştür.

BOZKIR (6 Haziran 1944): Abdülkadir Gürol'un sahibi olduğu dergi, on altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

TÜRKE DOĞRU (Mart 1945): Nazif Bartu'nun sahibi olduğu dergi, on sekiz sayfa olarak yayımlanmıştır.

DÜŞÜNCE (23 Kasım 1946): Recep Bilginer'in sahibi olduğu dergi, on dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

HUKUK DERGİSİ (Haziran 1949): Reşat Demirkazık'ın sahibi olduğu dergi hukuk konularına yer vermiş ve aylık olarak yayımlanmıştır.

ŞİİR DEFTERİ (10 Aralık 1949): Nafi Yüzügüllü'nün sahibi olduğu dergi şiir ağırlıkta olup, aylık ve sekiz sayfa olarak yayımlanmıştır.

İLERİ (20 Haziran 1950): Saffet Çalışır'ın sahibi olduğu dergi, kültür-sanat ağırlıklı konulardan oluşmuştur. Dergi, yirmi sayfa olarak yayımlanmıştır.

YOLUMUZ (15 Ocak 1953): Öğretmenlere yönelik olan dergi, yirmi iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

DOĞANAY (22 Ağustos 1953): A. Tercan ve N. Karadede'nin sahipleri olduğu dergi kültür konularında ağırlıklı olup, on beş günde bir ve yirmi altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

BİRLİK (6 Haziran 1959): Hilmi Öztürk'ün sahibi olduğu esnaf dergisi, on dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DEVRİM (Ocak 1961): Fehmi Kabadayı'nın sahibi olduğu dergi kültür-sanat ağırlıklı olup, aylık ve on altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

ÖZGÜR (Nisan 1962): Yücel Saraçoğlu'nun sahibi olduğu dergi, on altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

ÇEVRE (15 Şubat 1964): İbrahim Küçükkurt ve Güngör Onal'ın sahipleri olduğu dergi, yirmi iki sayfa olarak yayımlanmıştır.

EMRE (15 Mayıs 1964): Y. Ziya Binatlı'nın sahibi olduğu dergi kültür-sanat ağırlıklı olup, aylık ve yirmi dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

OLAY (1 Şubat 1965): Güngör Onal'ın sahibi olduğu dergi önceleri yirmi altı, daha sonra otuz altı sayfa olarak yayımlanmıştır.

IŞIK (Mart 1967): Saadettin Cömert ve Ferit Çamoğlu'nun sahipleri olduğu öğretmen dergisi, yirmi dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

DENEME (Nisan 1971): Sadık Ayaz'ın sahibi olduğu dergi sanat ağırlıklı olup, elli sayfa olarak yayımlanmıştır.

BOZDAĞ (Nisan 1973): Gönül Öktem'in sahibi olduğu dergi, yirmi dört sayfa olarak yayımlanmıştır.

YUNUS EMRE YOLUNDA (Nisan 1979): H. Ziya Gürsoy'un sahibi olduğu sanat dergisi elli yedi sayfa olarak yayımlanmıştır.

ANADOLU'DA SANAT (Ekim 1979): Şahabettin Tosuner'in sahibi olduğu sanat dergisi, otuziki sayfa olarak yayımlanmıştır.

İZLEM (1979): Mustafa Ertay'ın sahibi olduğu dergi, dil ve edebiyat ağırlıklı olup, yılda iki kez ve yüz on üç sayfa olarak yayımlanmıştır. [358]

ESKİŞEHİR'E YENİ BAKIŞ (1997): M. Kemal Saraç'ın sahibi ve Yazı İşleri Müdürü olduğu, Vedat Alp'in de Genel Yayın Yönetmenliğini yaptığı dergi, aylık haber ve yorum dergisi olarak, bilgisayar ve ofset baskı teknolojisi ile hazırlanıp basılarak ve 48 sayfa olarak, Ocak 1997'den beri yayımlanmaktadır.

---

[358]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1988, (Gazete adları Baraz'ın adı geçen çalışmasındaki 41-110 sayfalarında ayrıntılı olarak görülebilir, gazeteler hakkındaki bilgiler buradan özetlenerek aktarılmıştır.)

2-2- Eskişehir Basınının Bugünü

Bugün Eskişehir'de 5 günlük gazete sürekli olarak yayınlanmakla birlikte, bu gazeteler haftada yalnızca bir gün, pazar günleri yayınlanmamaktadır. Bu gazetelerin yayına geçiş tarihleri ise şöyledir:

Sakarya: 1925 ve 1946, **İstikbal**: 1951, **Milli İrade**: 1968, **Sonhaber**: 1984, **İki Eylül**: 1988. Bu gazetelerin yanısıra bu çalışmanın kaleme alındığı dönemde Eskişehir'de bir de **Eskişehir'e Yeni Bakış** ismi ile Ocak 1997 itibariyle aylık, 48 sayfalık haber-yorum-magazin dergisi yayımlanmaya başlamıştır. Ayrıca çalışmanın ve bu kapsamda gerçekleştirilen anket uygulamasının yapıldığı dönemde **Eskişehir 2000** isimli bir gazete de yayımlanmaya başlamış ancak çalışmanın devam ettiği süre içinde yayın yaşamına son vermiştir.

Gazeteler yerel ortamların kuşkusuz en etkili iletişim araçlarıdır. Ne var ki, yerel basın dendiğinde yalnızca gazeteler algılanmamalıdır. Son yıllarda sayıları hızla artan radyo ve televizyon kanalları da, yerel ortamların önemli iletişim araçlarıdır. Türkiye genelinde yaşanan özel radyo ve televizyon kanalı patlamasından Eskişehir'de etkilenmiş ve çok sesli bir yayıncılık ortamı oluşmuştur. Özel radyo ve televizyonları kapsayan yasanın yürürlüğe girmesinin ardından bu özel teşebbüslere kimi koşutlar getirilmiş ve bunun sonucunda da kanallar yayınlarını sona erdirmek durumunda kalmışlardır.

Eskişehir'de halen, **Kanal 26** ve **Süper TV** adı ile iki yerel televizyon kanalı yayın hayatlarını sürdürmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'ndan frekans hakkı da satın alan bu televizyonlardan Kanal 26, 22 Kasım 1992'de yayın hayatına başlamış, 1993 Nisan ayından buyana da canlı yayın yapabilir bir düzeye ulaşmıştır. Yaşar Abacı'nın sahibi olduğu televizyon kanalı, geniş bir kadroya sahip olmakla birlikte haber, yorum,

tartışma, spor, müzik ağırlıklı yaklaşık 9 saat yayın yapmaktadır. Ayrıca, dini, gündeme ilişkin ve magazin konularında sohpetlerin yer aldığı programlarda üreten Kanal 26 bölgesel yayın hazırlığındadır.

Bir diğer televizyon kanalı olana Süper TV ise, 27 Aralık 1993'te yayın hayatına başlamıştır. Günde toplam 8,5 saat yayın yapan ve yaklaşık 20 kişilik bir kadroya sahip olan Süper TV çok ortaklı bir sermaye yapısına sahiptir ve Kanal 26 ile benzer yayınlar yapmaktadır. Her iki televizyon kanalı da teknik açıdan zayıf bir yayın kalitesine sahip olmakla birlikte, gittikçe güçlenen bir içerik yapısına sahiptirler.

Bunun yanısıra Eskişehir'de günlük olarak düzenli bir şekilde; **Bizim FM, Radyo Vizyon, ES FM, Yunus FM, Radyo Park, Radyo Ses, Ezgi FM, Mega Radyo, Radyo Tempo ve ERT FM** adı ile toplam 10 adet radyo yayın hayatındadır. Radyolar tamamen müzik ve haber yayını yapmaktadır.

Eskişehir yerel basınının bugününü oluşturan gazeteleri ise, temel künye bilgileri ile şöyle sıralamak mümkündür:

SAKARYA GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1946. Sahibi: Sakarya Gaz. Mat. Tic. A.Ş. adına Üstün Ünügür. Yazı İşleri. Müdürü: Engin Bayrı. Bilfiil Çalışan: 35. Yayın Süresi: Günlük. Sayfa Sayısı: 12. Yüzölçümü: 1.80. Tirajı: 3200 (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğüne bildirilen rakam). Dizgi Çeşidi: Bilgisayar. Baskı Çeşidi: Ofset

Sakarya Gazetesi kentteki en eski ve en oturmuş yapıya sahip bir gazete olmanın yanısıra, en güçlü pozisyonu da koruyan gazete olma özelliği taşıyor. Oldukça iyi bir kadroya sahip gazete, diğerlerine göre daha profesyonel bir yapıya ve işletmeciliğe sahip bulunuyor. Gazete, yerel basın içinde yönetim ve organizyon yapısına sahip nadir gazetelerden biri olma özelliği de taşıyor. Gazetenin yönetim ve organizasyon yapısı şöyle:

Gazete Sahibi ve Yönetim Kurulu Başkanı

Genel Yayın Yönetmeni ------Genel Yayın Danışmanı

Yazı İşleri Müdürü

İstihbarat Şefi

Spor Haberleri Şefi

Teknik Hazırlık Şefi

Reklam ve İlan Müdürlüğü

İdari Müdür

Matbaa Müdürlüğü

Muhasebe Müdürlüğü

Gazete de bu birimlere bağlı olarak yazı işleri kadrosunda 11, teknik servis kadrosunda 5 ve diğer kadrolarda ve matbaa bölümünde de 20 olmak üzere toplam 35 kişi çalışıyor. Kadroda çalışanların üçü üniversite, diğerleri ise lise diplomasına sahipler. 1997 Şubat ayı itibariyle 20 lira olan gazete de günde ortalama 30 haber yer alıyor. Gazetenin 10 köşe yazarı bulunuyor.

Gazete iki ayrı binada hazırlanıyor. Kent merkezindeki binasında yönetim, yazı işleri, reklam ve muhasebe birimleri bulunan gazetenin teknik hazırlık ve baskısı, kent dışındaki Organize Sanayi Bölgesindeki kendine ait tesislerde gerçekleştiriliyor. En iyi çalışma ortam ve koşullarına sahip olan Sakarya Gazetesi, çalışanlarına düzenli maaş ödemesi, sigorta, yılda iki kez ikramiye, gıda yardımı ve yayın kurulu toplantısında görüşülerek aylık olarak başarılı bulunan haber çalışmasına ikramiye ödülü gibi olanaklar sağlıyor.

Gazete yetkilileri, ilerici, çağdaş ve tavizsiz olarak Atatürk ilke ve devrimlerine bağlılık, ulusal ve kentsel değerlere saygılı, araştırmacı, kent çıkarlarını önde tutan, kentli kimliğini ve kentin kurum ve kuruluşlarını öne çıkartan bir anlayışa, tüm siyasi yapılanmaya eşit uzaklıkta olmakla

birlikte kimi radikal görüşlere sırt çeviren bir yayın politikasına ve ilkelerine sahip olduklarını belirtmektedirler.

Sakarya Gazetesi yetkilileri, yerel yönetimle son derece yakın, açık ve etkin bir iletişim olanağına sahip olduklarını, yerel yönetimin her olumlu girişimini desteklediklerini, kentlinin sorunlarıyla yakından ilgili olduklarını, taviz vermeyen, dalkavukluğa gitmeyen ve doğru habercilik yaptıkları için saygın bir konuma sahip olduklarını belirtmektedirler. Sakarya Gazetesi'nin resmi ilan ve reklamlardan da geliri olmakla birlikte, gazete bu kalemdeki girdiye bağımlı bulunmuyor. Ülkedeki tüm yerel gazeteler içinde oldukça kayda değer bir özel reklam ve ilan gelirine sahip gazete, satıştan da gelir elde ediliyor. Gazete, diğer yerel gazetelerin aksine elde ettiği geliri, kendi fiziki koşullarını iyileştirmeye ve teknolojik yenilenmeye aktarıyor. Haber, yorum, fotoğraf, karikatür, grafik unsurları ve reklamlarıyla oldukça doyurucu bir gazete olan Sakarya Gazetesi yetkilileri, diğer yerel gazetelerle haber ve yorum anlamında rekabet içinde bulunduklarını, gazetenin çok ciddi ve kaliteli ekler vererek üstünlük sağladağını, 2300 bayii satışına ve 800 aboneye sahip olduklarını belirtiyorlar. söylüyorlar. Eskişehir Valiliğinin verdiği rakamlarda bu yönde bulunuyor.

İSTİKBAL GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1950. Sahibi: Oğuz Türkmen. Yazı İşleri. Müdürü: Vedat Alp. Bilfiil Çalışan: 8. Yayın Süresi: Günlük. Sayfa Sayısı: 12. Yüzölçümü: 1.35. Tirajı: 4500 (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğüne bildirilen rakam). Dizgi Çeşidi: Bilgisayar. Baskı Çeşidi: Ofset

İstikbal Gazetesi'de kentin en güçlü pozisyona sahip bir diğer gazetesidir. Belirli bir yönetim ve organizasyon yapısına sahip olan gazetede ciddi anlamda bir görev dağılımından söz etmek mümkün görünmektedir.

Gazetenin sahibi ile birlikte dikey bir yönetim modeline sahip İstikbal Gazetesi'nde, 1 Yazı İşleri Müdürü (aynı zamanda Genel Yayın Yönetmenliği görevini de üstlenmiş), 1 İstihbarat Şefi, 2 Spor Muhabiri, 4 Haber Muhabiri ve 1 Ekonomi Muhabiri olmak üzere 8 gazeteci görev yapıyor. 5 gazetecinin Sarı Basın Kartına, diğer gazeteciler de en az 5-6 yıllık tecrübeye sahip bulunuyorlar.

Kadroda çalışanların biri üniversite, diğerleri ise lise ve ortaokul diplomasına sahipler. 1997 Şubat ayı itibariyle 20 lira olan gazete de günde ortalama 20 haber yer alıyor. Gazetenin 7 köşe yazarı bulunuyor.

İstikbal Gazetesi Eskişehir'de ilk renkli yayına geçmiş gazete özelliği taşıyor. Gazete ofset baskı tekniği ile oldukça kaliteli basılıyor. İlk ve son sayfalarında renkli fotoğraf kullanan gazetede, çalışanların ihtiyacı olan fotoğraf makinası, ses kayıt cihazı gibi araçlar gazete tarafından sağlanıyor. Hertürlü siyasi görüşü yansıtmaya çalıştıklarını söyleyen gazete yetkilileri, doğru haber verme ilke ve politikasına sahip olduklarını, kendilerini genellikle ticari kesimin, Üniversite çevresinin, politikacıların ve Eskişehirspor taraftarlarının okuduğunu, yerel yönetimle ilişkilerinin de son derece sağlıklı olduğunu belirtmektedirler. Gazete yetkilileri, gazeteyi matbaanın faaliyetleri ile desteklediklerini, gazetenin özel ilan ve reklam gelirinin da tatmin edici bir düzeyde olduğunu, diğer hiçbir yerel basın kuruluşu ile rekabet içinde olmadıklarını, ilerici bir gazete olarak kentin sosyal ve kültürel yaşamına katkıyı amaçladıklarını vurgulamakta ve İstikbal Gazetesi'nin 2000'in üzerinde bayi satışına ve 500-600 aboneye sahip olduğunu belirtmektedirler. Valilik ise, gazetenin günlük ortalama bayii satışının 1200 civarında olduğunu bildirmiştir.

MİLLİ İRADE GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1968. Sahibi: Ethem Karaca. Yazı İşleri. Müdürü: İbrahim Yüksel. Bilfiil Çalışan: 6. Yayın Süresi: Günlük. Sayfa Sayısı: 8. Yüzölçümü: 1.30. Tirajı: 2500 (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğüne bildirilen rakam). Dizgi Çeşidi: Bilgisayar. Baskı Çeşidi: Ofset

Gazetede, herhangi bir yönetim organizasyon yapısı bulunmamakla birlikte, günlük çalışmalar Yazı İşleri Müdürü (aynı zamanda Genel Yayın Yönetmenliği görevini de üstlenmiş) ve İstihbarat Şefi düzeyinde düzenleniyor. Haber akışı, gelen istihbaratlar veya her zamanki rutin çalışmalarla sağlanıyor. Gazetenin ticari işleri ise şirket müdürü tarafından organize ediliyor. Gazetede ayrıca bir reklam müdürü ve matbaa müdürü de görev yapıyor. Üniversite mezununun bulunmadığı kadroda, çalışanlar lise ve ortaokul diplomasına sahipler. 1997 Şubat ayı itibariyle 20 lira olan gazetede günde ortalama 25 haber yer alıyor. Gazetenin 5 köşe yazarı bulunuyor.

Yerel basında kadro eksikliğini hisseden gazetelerden birisi de Milli İrade Gazetesi. Kimi zaman gazeteyi çıkarabilecek kadar gazeteciyi bulmakta zorlanan Milli İrade Gazetesi'nde üç kişinin yaşacağı işi çoğu zaman bir kişi yapmak durumunda kalıyor.

Gazete bilgisayar teknolojisi ile hazırlanıyor ve ofset basılıyor. Gazete yetkilileri, yayın politikası olarak, vatandaşı rahatsız etmeyen haber ve fotoğraflara yer verilmesini benimsediklerini, özel reklam ajanslarının yaygınlaşması nedeniyle kendilerine gelen reklamlarda da artış olduğunu, 1800 bayii satışına ve 400 aboneye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Eskişehir Valiliği'nden alınan bilgiye göre ise gazetenin 1100 adet günlük toplam tirajı bulunuyor.

İKİ EYLÜL GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1988. Sahibi: Uğur Özdemir. Yazı İşleri. Müdürü: Mehmet Göktekin. Bilfiil Çalışan: 4. Yayın Süresi: Günlük. Sayfa Sayısı: 6-8. Yüzölçümü: 1.30. Tirajı: 415. (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğüne bildirilen rakam) Dizgi Çeşidi: Makina. Baskı Çeşidi: Tipo

İki Eylül Gazetesi'nde de herhangi bir yönetim organizasyon yapısından söz etmek olanaksız bulunuyor. Gazetenin en üst yetkilisini, Yönetim Kurulu Başkanı ve Sahibi oluşturuyor Gazete'nin; Yazı İşleri Müdürü, aynı zamanda matbaada görevli 2 muhabiri ve 4 teknik elemanı bulunuyor. Gazetede bir de matbaa sorumlusu görev alıyor. Üniversite mezununun bulunmadığı kadroda, çalışanlar lise, ortaokul ve ilkokul diplomasına sahipler. 1997 Şubat ayı itibariyle 20 lira olan gazetede günde ortalama 13 haber yer alıyor. Gazetenin 7 köşe yazarı bulunuyor.

İki Eylül Gazetesi'nde de kadro sıkıntısı bulunuyor ve gazetenin tüm içeriği Yazı İşleri Müdürü tarafından hazırlanıyor. Gazetede 4 bilgisayar bulunuyor ve gazete ofset baskı makinasında basılıyor. Gazete çalışanlarının sigortası veya herhangi bir sosyal güvenceleri bulunmamakla birlikte, çok düşük ücret ile elaman çalıştırıyor.

Gazete yetkilileri; yayın politikalarını, ülkenin bütünlüğüne sadık, muhafazakar fakat her türlü düşünceye ve inançlara saygılı bir yayın politikasına sahip olduklarını, yerel yönetimle iyi ilişkilere sahip olmakla birlikte, iyi ve önemli bir haber yakalanması durumunda bu iyi ilişkilerin bozulmasını da göze alarak yayında bulunabileceklerini belirtmektedirler. İki Eylül Gazetesi yetkilileri ayrıca, her türlü kuruluştan reklam alabildiklerini, resmi ilan ve reklamların gazeteye büyük katkı sağladığını, diğer yerel gazetelerle bir rekabet içinde olmadıklarını zira, Eskişehirde her türlü düşüncenin yer aldığı tek yerel gazetenin kendileri olduklarını iddia etmektedirler. Yetkililer, Eskişehir'in bir Türkiye mozaiği olduğu için her

kesime hitap edememekle birlikte ellerinden gelen çabayı gösterdiklerini ve bu nedenle günlük olarak 400 aboneye, 200 elden satışa ve 650 bayii satışına sahip olduklarını da belirtmişlerdir. Ancak Eskişehir Valiliği, İki Eylül Gazetesinin günlük ortalama toplam tirajını 500 olarak vermektedir.

SON HABER GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1984. Sahibi: Zafer Akbıyık . Yazı İşleri. Müdürü: Güzide Dalgın. Bilfiil Çalışan: 8. Yayın Süresi: Günlük. Yüzölçümü: 1.30. Tirajı: 900-1200. (Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğüne bildirilen rakam) Dizgi Çeşidi: Bilgisayar. Baskı Çeşidi: Ofset

Son Haber Gazetesi'nde herhangi bir yönetim organizasyon yapısına sahip olmamakla birlikte, var olan yönetim ve görev dağılımı; Genel Yayın Müdürü, Yazı İşleri Müdürü, İstihbarat Şefi, bir muhabir ve bir matbaa sorumlusundan oluşmuş durumda. Gazetenin tüm içeriği Genel Yayın Yönetmeni'nin kontrolünden geçiyor. Gazetenin bütün içeriğini ise, İstihbarat Şefi hazırlıyor.

Üniversite mezununun bulunmadığı kadroda, çalışanlardan yalnızca biri lise diğerleri ortaokul diplomasına sahipler. 1997 Şubat ayı itibariyle 20 lira olan gazetede günde ortalama 10 haber yer alıyor. Gazetenin 1 köşe yazarı bulunuyor.

Gazete ciddi bir kadro sıkıntısı içerisinde bulunuyor. Gazetenin yetkililerine göre, bunun en önemli nedeni, ekonomik tatminin bütün yerel gazetelerde olduğu gibi Son Haber'de de sağlanamaması.

Son Haber gazetesi teknolojik olanaklar açısından oldukça geri kalmış durumda. Tabakalı ofset ile basılan gazete 3 bilgisayarla yayına hazırlanıyor.

Gazetenin, bir bodrum katında hazırlanması nedeniyle, çalışma koşulları oldukça kötü bir düzeyde bulunuyor. Çalışanların sadece sigortaları ödeniyor ve çalışanlara çok küçük ücretler ödeniyor. Gazete'nin yazı işleri ile matbaası aynı ortamı kullandığı için, matbaa gürültüsü

çalışanların verimini düşürüyor. Gazetede çalışma disiplini ve çalışma saatleri bulunmamakla birlikte, gazetenin tümünde kullanılan araçlar çalışanların üstüne zimmetli olması ve herhangi bir iş kazası sonucu

Gazete sahibi, çalışanlarla yapılan sözleşmelere "gazetenin çizgisi işverene aittir" biçiminde koyduğu bir madde ile gazetenin tüm ilke ve politikalarını kendi sorumluluğuna almış görünüyor. Gazete içerik olarak basın ahlak ilkelerine saygılı, Atatürk ilke ve devrimlerine bağlı, laik ve demokrat çizgide bir siyasi gazete niteliğine sahip bulunuyor.

Gazete yetkililiri, Valilik, Emniyet, Belediye gibi yerel yönetim organları ve kamu kurum ve kuruluşları ile ilişkilerinin oldukça iyi olduğunu, resmi ilanların kendileri için önemli bir kaynak olduğunu, diğer yerel gazeteler ile rekabet içinde olmadıklarını, özellikle kentteki tüm kültürel etkinlikleri halka duyurmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.

ESKİŞEHİR 2000 GAZETESİ: Kuruluş Tarihi: 1996. Sahibi: Halil Çil. Yazı İşleri. Müdürü: Can Hacıoğlu. Bilfiil Çalışan: 20. Yayın Süresi: Günlük. Yüzölçümü: 1.35. Tirajı: 1700. (Bildirilen rakam) Dizgi Çeşidi: Bilgisayar. Baskı Çeşidi: Webb Ofset (Bu gazete 1996 yılı sonunda, bu çalışmanın devam ettiği süre içinde 6 aylık bir yayın yaşamını tamamlayarak kapanmıştır.)

Yayın yaşamı kısa süren ve büyük iddialarla kurulan ESKİŞEHİR 2000 Gazetesi, yayınlandığı dönemde gazetenin baskı öncesi hazırlığını elinde bulundurduğu 8 adet bilgisayar ile yapmaktaydı. Kendine ait bir matbaası olmaması nedeniyle gazete, anlaşma sağlanan bir başka matbaada basılmıştır. Web-Ofset teknolojisinin kullanıldığı matbaada gazetenin 4 sayfası renkli basılmıştır.

Gazetede dikey bir yönetim yapısı oluşturulmuştur. Buna göre ;

Yönetim Kurulu Başkanlığı

Genel Yayın Müdürlüğünü

Müssese Müdürlüğü

Yazı İşleri Müdürlüğü (ve buraya bağlı Haber ve Spor Müdürlükleri)

İdare ve Reklam Müdürlüğü

Muhasip Sekreterlik ve

Dağıtım Sorumluluğu'ndan oluşan görev dağılımı yapılmıştır.

Gazete özellikle elden dağıtım yöntemine ağırlık vermiştir. Gazetenin dağıtım elemanları dışında tüm kadrosunun sigortalı olduğu da belirtilmiştir. Gazete personeline haftalık tatil, maaş, sigorta, normal çalışma süreleri, öğle yemekleri gibi olanaklar da sunmuştur.

Gazete yöneticileri, ESKİŞEHİR 2000 Gazetesinin Eskişehir'de olan tüm siyasi ve demokratik kitle örgütlerine eşit uzaklıkta, bayrağa, dine ve devlete saygılı, Atatürk ilke ve devrimlerinden taraf siyasi bir gazete çizgisini oturtmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.

ESKİŞEHİR 2000 gazetesi iç ve dış haberlere yer vermeye çalışan yerel bir gazete olmak iddiası taşımıştır. Tirajlarını; bayii satışı 700, abone 180, elden satış olarak 850-900 olarak gösteren gazetenin toplam gerçek tirajının yaklaşık 350 olduğu saptanmıştır. Eskişehir Valiliği Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu, gazetenin henüz yasal olan bir yıllık süresini doldurmadığı için resmi ilan ve reklam alamadığını, bu nedenle de gazeteye ilişkin sağlıklı bilgilerin henüz oluşmadığını belirtirken, gazetenin bayii dağıtımını yapan Birleşik Basın Dağıtım şirketi, gazetenin günlük olarak 550 bayii dağıtımı olduğunu ancak satışın ise sadece 198 olarak gerçekleştiğini bildirmiştir.

ESKİŞEHİR 2000 gazetesi yetkilileri; yerel yönetimle ilişkilerinin son derece iyi olduğunu hatta bu sayede bazen çok iyi haberleri bile yakaladıklarını, kısa süre içinde 2500 tiraj rakamını yakalamayı amaçladıklarını, kendi reklam departmanlarını da oluşturarak bu konuda rahatlamaya çalıştıklarını, Eskişehir'de farklı bir gazetecilik anlayışı ile yayın hayatlarına başladıklarını ancak henüz ulusal basınla mücadele edecek

düzeye ulaşmadıklarını belirtmişlerdir. Tüm bunlarla birlikte bu görüşmeden kısa bir süre sonra gazete yayın yaşamına son vermiştir.

Tüm bunlarla birlikte ne Eskişehir Valiliği, ne Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü ne de bir başka birim, yerel gazetelerin gerçek tiraj rakamlarına ilişkin sağlıklı bilgiye sahip bulunmamaktadır. Yerel gazeteler resmi ilan ve reklamlardan alacakları pay ve daha saygın ve güçlü bir konumda bulunduklarını gösterebilmek için varolan tirajlarını oldukça farklı göstermekte, rakamları fazlasıyla şişirmektedirler. Bununla birlikte, gazete dağıtım şirketlerinin Eskişehir'deki temsilcilikleri de yerel gazetelerle birebir yaptıkları centilmenlik anlaşması nedeniyle gazetelere ilişkin tiraj bilgilerini vermekten ısrarla kaçınmaktadırlar. Bununla birlikte çalışma kapsamında yapılan araştırma sonucu, Eskişehir yerel basınına ilişkin çarpıcı ve gerçek tiraj ile iade oranlarına ulaşılmıştır. Buna göre 1997 Şubat ayı itibariyle;

	Dağıtıma teslim edilen gazete sayısı	İade oranı	Bayii satışı	Tahmini Abone Sayısı
Sakarya Gazetesi:	2100 gazete	%18.2	1700 adet	800
İstikbal Gazetesi:	1200 gazete	%41	700 adet	500
Milli İrade Gazetesi:	300 gazete	%75	77 adet	300
Son Haber Gazetesi:	100 gazete	%80	20 adet	100
İki Eylül Gazetesi:	200 gazete	%70	50 adet	200

Buna karşılık Eskişehir'deki yerel gazetelerin en önemli gelir kaynaklarından biri olan resmi ilan ve reklam gelirlerine ilişkin yapılan araştırmada da Eskişehir Valililiği Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nden alınan bilgiye göre, bu gazetelerin yasal olarak yayına başladıktan sonraki bir yılı tamamlamalarını takiben resmi ilan aldıkları, ilanların da tirajlarına göre değil, yüzölçümlerine göre verildiği

öğrenilmiştir. Valilik Basın Halkla İlişkiler Müdürü Abdullah Bozkurt ile yapılan görüşmede, Bozkurt; resmi ilanların 5 gazete arasında dengeli dağıtıldığınaı, toplam ilan tutarının 5 eşit parçaya bölündüğünü, buna göre bazı aylar resmi ilanı fazla alan gazetelere bir sonraki ay daha az ilan verildiği, bir önceki ay az alan gazetelere de takip eden ayda daha fazla ilan verilerek, bu gelirden gazetelerin eşit ve adil bir biçimde yararlanmalarını sağladıklarını söylemiştir. Buna göre, 1997 yılı Ocak ve Şubat aylarında gazetelerin Valilik'ten aldıkları resmi ilan ve reklam tutarları bir diğer deyişle gelirleri de şöyle saptanmıştır:

	1997 Ocak ayında:	**1997 Şubat ayında:**
Sakarya Gazetesi:	71 milyon 450 bin TL.	187 milyon TL.
İstikbal Gazetesi:	74 milyon 212 bin TL.	233 milyon TL.
Milli İrade Gazetesi:	67 milyon 415 bin TL.	204 milyon TL.
İki Eylül Gazetesi:	49 milyon 115 bin TL.	300 milyon TL.
Son Haber Gazetesi:	54 milyon 299 bin TL.	142 milyon 500 bin TL.

Bu arada, ulusal gazetelerin Eskişehir'de Mart 1997 ortalama satış rakamları da şöyle gerçekleşmiştir: Hürriyet Gazetesi: 7000, Milliyet Gazetesi: 10.500, Cumhuriyet Gazetesi: 500, Sabah Gazetesi: 9.500, Yeni Yüzyıl Gazetesi: 9.500, Radikal Gazetesi: 12.000, Gözcü Gazetesi: 4000, İyi Gazete Posta: 5000, Son Çağrı Gazetesi: 3000, Akşam Gazetesi: 2500, Türkiye Gazetesi: 3700 (Aboneye gönderilen) ve 250 satılan, Akit Gazetesi: 250 (Aboneye gönderilen) ve 100 satılan ve Şafak Gazetesi: 225. [359]

[359]Rakamlar Birleşik Basın Dağıtım Şirketi Eskişehir Temsilciliğinden alınmıştır.

3- ESKİŞEHİR BASININI ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER

Bu çalışmanın uygulama alanına örnek oluşturan Eskişehir yerel basını için de daha önceki bölümde sözü edilen iç ve dış faktörlerin etkilerinden aynı biçimde söz etmek mümkündür. Bir bütün olarak Eskişehir yerel basını örnekleminde tüm bu faktörler değerlendirildiğinde, Eskişehir yerel basınının oldukça şanslı, güçlü ve avantajlı bir yapıya sahip olduğunu söylenebilir.

Bugün Eskişehir'de yayımlanan gazeteler açısından geçmiş dönemlerde sahip oldukları anlam ve öneme göre belirli bir gerilemeden de sözedilebilir. Eskişehir basınındaki bu gerileme elbette düşündürücüdür. Bugün ülke genelindeki yerel basında olduğu gibi, Eskişehir'deki yerel basın için de;

a) bu işi babadan kalma maddi ve manevi miras olarak ve bir geleneği sürdürmek uğruna, en önemlisi de matbaacılık işkolunun bir yan işi gibi sürdürmekte oldukları,

b) tasarım, fotoğraf kullanımı ve kalitesi ile içerik açısından zayıf oldukları,

c) ilan ve reklam gelirlerinin yeterli olmadığı,

d) güçlü bir habercilik yapamadıkları,

e) teknolojik yetersizlikler içinde oldukları,

f) kaliteli baskı yapmadıkları,

g) teknik ve fikir işçisi olarak kalifiye elemanlara sahip olmadıkları,

h) gazetelerin ekonomik açıdan zayıf oldukları,

ı) yeterli ve düzenli dağıtım yapmadıkları,

i) haberlerde hatır gönül ilişkisinin, çıkar ilişkilerinin, korunduğu,

j) başta Valilik ve Emniyet olmak üzere resmi kurumlarla ilişkilerde korku ve çıkar ilişkilerinin hakim olduğunu,

k) gazete kağıdı temininde güçlük çektikleri,

l) maliyetlerin yüksekliğine katlanamadıkları,

m) gazetecilik sorumluluğu ve ilkeleri içerisinde hareket etmedikleri gibi pek çok iddia ileri sürülebilir.

Ancak, bu çalışmanın yöntem bölümünde de belirtildiği üzere, kentteki bir yerel gazetedeki iki yıllık aktif çalışma süresi içinde yapılan gözlemlere ve gazetelerde yapılan birebir incelemelere dayanılarak, yukarıda ileri sürülebileceği belirtilen iddiaların pekçoğunun Eskişehir yerel basını için bugün geçerliliğinin bulunmadığını söylemek de mümkündür.

Eskişehir yerel basını, diğer kentlerin yerel gazetelerine göre bir iki istisna gazete dışında oldukça iyi bir teknik kaliteye, teknolojiye, gazetecilik yaklaşımına, reklam gelirine sahip bulunmaktadırlar. Ayrıca Eskişehir yerel basının tamamı için, gazetecilik sorumluluğuna ve ilkelerine, çağdaş, Atatürkçü, laik ve demokratik bir yayın politikasına sahip olduklarını, kente ve kentliye, kentin kurumlarına ve yaşamına sahip çıktıklarını, yerel yönetim birimleri ile sağlıklı bir iletişim ve uyum içinde olduklarını, yerel yönetimlerden oldukça destek ve saygı gördüklerini, dağıtım konusunda sorun yaşamadıklarını söylemek de mümkündür. Ancak kalifiye eleman konusunda ve daha kaliteli bir dil, fotoğraf, tasarım konusunda bir takım sorunlarının da bulunduğunu kabul etmek gerekmektedir. Ayrıca, Eskişehir'de oldukça gelişmiş ve güçlü bir yerel basının varlığını kabul etmekle birlikte, Eskişehir gibi iki üniversiteye, oldukça yüksek okullaşma ve eğitim oranına, oldukça yüksek sayıda bir aydın kitlesine, hayli canlı bir sosyal yaşama, hemen tüm meslek örgütlerine, sendikalara, kurum ve kuruluşların temsilciliklerini, gelişmiş bir sanayiye, geniş bir özel ve kamu sektörüne, ülkenin en önemli ve oldukça geniş askeri üs ve yatırımlarına

sahip bir kentte halen daha çok düşük satış rakamları olan yerel gazetelerin bu konuda yetersiz kaldıkları da kabul edilmesi gereken bir diğer gerçektir. Bu da Eskişehir yerel basınını ciddi olarak etkileyen bir faktör olarak görünmektedir.

Eskişehir de de yerel gazetelerin özellikle yetişmiş eleman sıkıntısı çektikleri, bunu gidermek için gazete sahiplerinin girişimlerinin sonuçsuz kaldığı, yetiştirdikleri elemanları da ulusal basına kaptırdıkları, bunun da diğer kentlerdeki yerel basını etkileyen faktörlerde olduğu gibi, Eskişehir yerel basınını da etkilediği söylenebilir. Sorunun elbette, yetersiz ücret ve çalışma ortamından kaynaklandığı açıktır.

Bütün gazeteler okurlarına önem verdiklerini dile getirmekle birlikte, bunun için gerekli olan kayguya yeterince sahip olmadıkları görüntüsü çizmektedirler.

Sonuç olarak, Eskişehir yerel basının etkileyen faktörler arasında elbette teknolojik yatırımların (yalnızca bilgisayar yatırımlarına olup, makinaya olmaması nedeniyle) yetersizliğini, ciddi bir yönetim ve organizasyon yapısına sahip olmamalarını, çalışma koşul ve ortamlarının sağlıksız ve yetersiz oluşunu, yetersiz kadrolara sahip olmalarını saymak mümkün olmakla birlikte, 'yerel basını etkileyen dış faktörler'in, Eskişehir için olumsuz yönde bir etkisinin ve geçerliliğinin olduğunu söylemek de mümkün değildir. Tüm bunlarlar birlikte, Baraz'ın da belirttiği gibi; bugün ulusal basının sahip olduğu teknoloji, dağıtım şebekesi, lotarya gücü ve güçlenen olanakları sayesinde bölge haberlerini de kapsayacak yayınlarda bulunmaları gibi unsurlar gözönüne alındığında, Eskişehir'deki 5 gazetenin aralıksız olarak yayım hayatlarını sürdürmeleri, kaydadeğer bir başarı olarak kabul edilmelidir.

Yerel basın geniş bir çalışma alanını ve her yöre için öznel çalışmalar yapılmasını gerektiren bir konu olarak görünmektedir. Türkiye'de hemen her kentte bulunan gazetelerin yanısıra, kimi kentlerde yayınlanan dergiler ve bunlarla birlikte artık iyice yaygınlaşan özel radyo ve televizyonlar da, yerel kültürün ve iletişim ortamının araçları olarak, özellikle ampirik araştırmaları gerektiren birer çalışma alanıdır. Yerel basına ilişkin kaynak ve veri yetersizliği, bilimsel çalışma alanı olarak bugüne değin genellikle ertelenmiş bir konu olması ve mesleğin içinden gelenlerce de ciddi anlamda araştırmaya değer görülmemesi, bu alanı kör ve sağır kılmıştır. Oysa, yerel yönetimlere doğru eğilimin artması, yerel kültürlerin ve kentlerin ön plana çıkmaya başlaması, yerel basını da önemli kılmaktadır ancak, yerel basın ciddi sorunlar içinde bulunmaktadır.

Tokgöz'ün daha önce ilk bölümde aktarılan görüşlerinde olduğu gibi yerel basının, işlevselliği, önemi, sorumluluk ve görevleri ile etkileri konusunda yapılmış çalışmalar mevcut değildir. Bununla birlikte yerel basına ilişkin pekçok bilinmezlik bulunmaktadır. Örneğin, Tokgöz, yerel basının, haber işlevleri yönünden topluma katkılarının hemen hemen hiç olmadığını belirtmektedir. Tokgöz, Anadolu basınını kimlerin izlediği, içeriğinin ne olduğu hakkında elde envanter yapıcı bilgilerin bulunmadığını söylemektedir ki bu görüşlerin doğruluğu ve geçerliliği ile bu çalışmanın çeşitli aşamalarında da karşılaşılmıştır. Tokgöz bu bakımdan, Anadolu basını için görgül araştırmalar yapılmadan kesin bir genellemeye gitmenin pek sağlıklı olmayacağını, Anadolu Basınının kendine özgü özellikler taşıdığını belirtmektedir. [360]

Türkiye'de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz, bu nedenle de yerel gündemi ve kamuoyunu oluşturmada etkili olamayan bir yerel basının varolduğu

[360]TOKGÖZ, Oya. 1981, a.g.m., s. 289.

yönündeki genel kanı, aslında gözlemlere ve varolan örneklere dayanmaktadır ancak, bilimsel anlamda doğruluğu saptanmamıştır. Zira, Tokgöz'ün de değindiği gibi, Türkiye'de çıkan gazeteler üzerinde, yapısal özelliklerine ek olarak işlevsel ve önemleri açısından yapılmış yeterli görgül araştırmalar yoktur. Bu nedenle kimi yerel gazeteler hakkında yapılmış çözümlemelere dayanarak, yerel gazeteler açısından genellemeye gidilmesine olanak bulunmamaktadır.

Kamuoyunun yerel gazetelerden beklentisinin de ne olduğu, yerel basını ne kadar izlediği, yerel basından ne düzeyde etkilendiğine ilişkin de elde somut veriler bulunmamaktadır. Gerçekten de bu gazetelerin işlev ve etkilerinin olduğu kuşku taşımaktadır. Haber verme ve bilgilendirme işlevleri yönünden yerel kitleye ciddi düzeyde katkılarının olup olmadığı, varsa bu katkının ne düzeyde bir katkı olduğu bilinememektedir.

Yine çalışmanın 'sorun' bölümünde de belirtildiği gibi, bu gazetelerin kimler tarafından izlendiği ve içeriğinin ne olduğu hakında elde sağlıklı veriler bulunmamaktadır. Bu gazeteler topluma ne ölçüde inmekte, toplumun görüşlerini ne ölçüde yansıtmakta ve topluma neler kazandırmaktadırlar? Bu tür soruların yanıtları henüz net bir biçimde bilinememektedir. Tüm bu sorular yerel basının bir bütün içindeki sorunudur ve araştırma yapılmadan cevaplanması da mümkün görülmemektedir. Yerel basın için görgül araştırmalar yapılmadan kesin genellemelerde bulunmak sağlıklı ve bilimsellikle örtüşen bir yaklaşım olarak kabul edilemez.

Bu çalışmaya, az önce sözü edilen düşünce ve kaygulara sahip olarak yola çıkılmış ve bu çerçeveden konunun irdelenmesi düşünülmüştür. Yukarıda yerel basına ilişkin sorun olarak ortaya konulan düşünceler bu çalışmayı gerekli kılmıştır. Bu alanda duyulan ihtiyaca, Eskişehir örneklemi

ile de olsa katkıda bulunulması düşünülmüştür. Ayrıca sorun olarak görünen ve araştırılmaya gerek duyulan yerel basının işlevsel ve etkisel durumunun, Eskişehir gibi iki üniversiteye sahip, sanayileşen, kalkınan, eğitim ve okullaşma oranı yüksek bir Anadolu kentinde yapılmasının iyi bir durum saptaması olabileceği de düşünülmüştür. Elbette bu çalışmayla birlikte; Eskişehir'deki yerel gazetelerin, kent ve kamuoyu oluşması sürecinde ne düzeyde, nasıl bir işleve sahip oldukları, yerel basın kamuoyu ilişkilerinin ne düzeyde olduğu, yerel basın olmanın sorumluluklarını ne oranda yerine getirdikleri ve kamuoyunda ne düzeyde bir kabullenirliğe sahip olduğuna ilişkin yapılacak bilimsel bir araştırmanın yerel basına bir açılım kazandırabileceği ümidi de taşınmıştır. Ayrıca, Türkiye'de yerel basın üzerine yapılmış görgül araştırma eksikliğini bir ölçü de olsa giderme ve bir örnek oluşturarak bundan sonraki araştırmacılara kılavuzluk etmenin de düşünüldüğü bu çalışma ile kapalı kutu gibi olan yerel basın, en azından bu çalışma nedeniyle, kamuoyu oluşturma gücü ve kamuoyu üzerindeki etkisi açısından bilimsel tartışma ortamına çekilmiş olacaktır. Bilimsel araştırmaların konusu olmaya başlayan yerel basın, doğal olarak bunlardan yararlandığı ölçüde de kendi ilerleyişini, gelişmesini, yükselişini yakalamış olacaktır.

İzleyen bölümde; bu düşünceler çerçevesinde yapılan araştırma sonucu, elde edilen verilerin değerlendirilmesi, bulguların ortaya konulması ve bu bulguların yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

BÖLÜM 5
ESKİŞEHİR YEREL BASINI ÖLÇEĞİNDE OKURA YÖNELİK UYGULAMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

Çalışmanın ilk bölümünde; çalışmanın amacı, önemi, sınırlılıkları, yöntemi ve araştırmada sıkça kullanılan kavramların tanımları, alt başlıklar halinde giriş bölümünde ortaya konulmaya çalışılmıştır. İzleyen bölümlerde ise, kavramsal ve kuramsal olarak kitle iletişim araçları, kitle iletişim aracı olarak basın, kamuoyu, basının işlevleri, yerel basın, yerel basını etkileyen iç ve dış faktörler ile Eskişehir'in kentsel yapısı ve Eskişehir yerel basını incelenmeye çalışılmıştır. Bu konulara ilişkin bilgiler ilgili literatürün taranması ile elde edilirken, Eskişehir yerel basınına ilişkin bilgiler ise basın kuruluşları ile yapılan görüşmeler, bu kuruluşların etkinlik ve içeriklerine ilişkin gözlemler, gazete dağıtım şirketleri, Eskişehir Valiliği ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü kaynaklarından derlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada ayrıca yerel basının kamuoyunun serbest oluşumunu sağlama gücü ve işlevleri açısından Eskişehir yerel basınından elde edilen verilerle ortaya konulması amacıyla, kapalı uçlu 62 sorudan oluşan ve yapısı **Yöntem** bölümünde ayrıntılı olarak incelenen anket (veri toplama aracı) gerçekleştirilmiştir. Bu alana ilişkin daha önce uygulanmış çeşitli anketlerin de incelenmesinden sonra, çalışmanın en temel unsurlarından birini oluşturan bu anket, 200 yerel gazete okuruna uygulanmıştır (Bkz. Ek: 1). Çalışmanın **Giriş** bölümünde, Verilerin Toplanması ve İşlenmesi başlığı altında da ayrıntılı olarak anlatıldığı üzere, anketin yapısı;

1) Genel bilgiler

2) Bilgi edinmede tercih edilen iletişim kanallarına ilişkin bilgiler

3) Ulusal ve yerel gazetelerin okunmasına ilişkin bilgiler

4) Yerel gazetelerden elde edilen yarar ve tatminler

5) Yerel gazetelerin etkilerine ilişkin bilgiler

6) Yerel gazetelerden beklentiler ve güvene ilişkin bilgiler

7) Yerel gazetelerle kurulan iletişime ilişkin bilgiler olarak toplam 7 tema ile biçimlendirilmiştir. Bu temalarda okuyucunun yerel basınla olan etkileşim süreci, oranı ve kanalları bulunmaya, kamuoyunun yerel basından beklentisi ortaya konulmaya çalışılmış ve amaçlanmıştır.

Anket uygulanmasından elde edilen bulgular ile yorumlardan oluşan bu bölümde, yukarıda belirtilen 7 temaya; sırasıyla şu 7 konu başlığı altında yer verilmekte ve yorumlanmaktadır.

1-Eskişehir Yerel Basın Okuruna İlişkin Sosyo-Ekonomik Bilgiler

2-Yerel Basın Okurlarının Bilgi Elde Etmede Tercih Ettiği İletişim Kanalları

3-Yerel Basın Okurlarının Ulusal ve Yerel Gazete Okuma Düzeyi

4-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerden Elde Ettiği Yarar ve Tatmin Düzeyi

5-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerin Etkileri Konusundaki Düşünce Düzeyi

6-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelere Olan Güven ve Beklenti Düzeyi

7-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerle İletişim Kurma Düzeyi

1- ESKİŞEHİR YEREL BASIN OKURUNA İLİŞKİN SOSYO-EKONOMİK BİLGİLER

Eskişehir yerel basın okurunu tanımaya ve okur profilini ortaya koymaya yönelik, sosyo-ekonomik düzeye ilişkin bilgilerin elde edilmesi amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 1-21. sorular arasında yer almıştır (Bkz. Ek-1; 1-21. sorular).

Bu kapsamda uygulamadan elde edilen ilk veri, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yaş dağılımı konusundadır (Bkz. Ek-1; 1. Soru). Dört kategoride değerlendirilen "yaş dağılımlarına" göre elde edilen bilgiler TABLO: 1'de özetlenmiştir.

TABLO: 1

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaş Dağılımı

YAŞ DAĞILIMI	YEREL BASINI OKUYANLARIN %'Sİ
18-24	14,5
25-40	35
41-55	34
55'den büyük	16,5

Yapılan uygulamada Tablo: 1'de de görüldüğü üzere, yerel basın okurlarının yüzde 69'unun 25-55 yaş arasında, yüzde 14.5'inin genç yaş grubu olarak kabul edilen 18-24 yaş arasında, yüzde 16.5'inin de 55'den büyük olduğu saptanmıştır. Bu bilgi, Eskişehir'de yerel basının ağırlıklı olarak orta yaş grubu tarafından okunduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, 25-55 yaş arasında bulunan her on kişiden 7'si yerel basın okuru olarak değerlendirilmektedir. Bu durumu, belirli bir yaş düzeyine gelen kişilerin, bir anlamda toplumsal olaylarla, gelişmelerle ve yakın çevreleriyle daha fazla ilgilenme eğiliminde oldukları ve dolayısıyla yerel gazeteleri daha fazla okuma çabasına girdikleri

biçiminde değerlendirmek mümkündür. Belirli bir yaş düzeyine gelen kişiler, o döneme kadar bireysel amaçları, konumları ve kazanımları uğruna girdikleri mücadelede belirli bir yolu da almış olmaktadırlar. Bu dönemden sonra ise yaşadıkları çevreyle ve toplumla daha fazla ilgilenmekte, bu konulara ilişkin daha fazla haber edinme ihtiyacı duymaktadırlar. Dolayısıyla yerel gazetelere özellikle bu yaş dönemindeki bireylerin yöneliminin daha fazla olduğu düşünülebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 1).

Uygulamada, yerel basını okuyanların cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde (Bkz. Ek-1; 2. Soru) okurların yüzde 28.5'ini kadınların, yüzde 71.5'ini de erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Bu sonuçlar da yerel basını okuyanların dörtte üçünü erkeklerin oluşturduğunu, kadınların yerel basını erkeklere oranla çok daha düşük oranda takip ettiklerini göstermektedir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 1 ve Ek-3; Grafik: 2). İlk bakışta yerel basının evlere giriş ve kadınlara seslenebilme oranlarının az olduğu düşünülse de, ilerleyen soruların değerlendirilmesi sırasında görüleceği gibi, yerel basın okurları arasında en fazla, "çalışmayan" grubunda yer alan kadınlar yer almaktadır. Bu sonuca göre Türkiye'de metropollerin dışında kalan kentlerde yaşayan kadınların, yerel gazeteleri ev dışı ortamlarda okuma şansının azaldığı düşünülebilir. Diğer bir deyişle, çalışan kadınların yerel gazete okumaya yeterince ihtiyaç duymadıkları ya da yerel gazeteyi okuyabilecekleri ortama sahip olamadıkları söylenebilir.

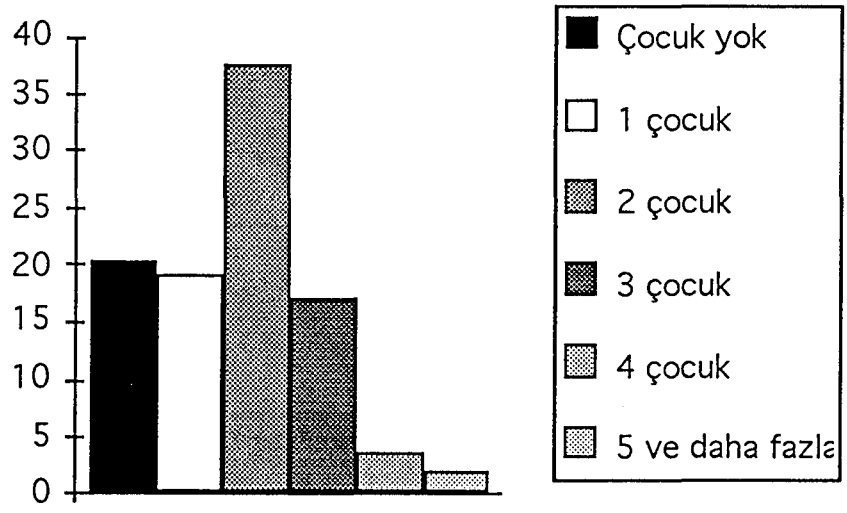
Yerel basını okuyanların medeni durumları (Bkz. Ek-1; 3. Soru) değerlendirildiğinde, okurların yüzde 78'inin evli, yüzde 19'unun bekar ve yüzde 3'ünün de boşanmış ya da dul kategorisindeki kişilerden oluştuğu saptanmıştır. (Ayrıca bkz. Ek-2-Tablo: 2 ve Ek-3; Grafik: 3). Elde edilen bilgiler, Eskişehir'de yerel basını okuyan her on kişiden 8'inin evli

olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu durumu; belirli eğitim, yaş, olgunluk ve yaşam düzeyine ulaşmış kişilerin yerel gazeteye daha fazla ilgi duyabildikleri ve yerel bir gazeteyi daha fazla talep edebildikleri biçiminde açıklamak mümkündür.

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının evlerindeki çocuk sayısına ilişkin bilgilere de başvurulmuştur. Altı kategoride değerlendirilen "evdeki çocuk sayısı" dağılımlarına göre ulaşılan bilgiler, grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 1'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 1

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evdeki Çocuk Sayısı Dağılımı



Grafik: 1'de de görüldüğü gibi, yerel basını okuyanların evdeki çocuk sayılarına ilişkin olarak, yöneltilen soruya alınan yanıtlarda (Bkz. Ek-1; 4. Soru) okurların yüzde 20.3'ünün çocuk sahibi olmadığı (ki olasılıkla bu okurların bekar oldukları düşünülebilir), yüzde 37.5'inin 2 çocuğa, yüzde 19.3'ünün 1 çocuğa sahip olduğu saptanmıştır. Yerel basını okuyanların yüzde 17.2'sinin 3 çocuk sahibi, yüzde 3.6'sının 4 çocuk sahibi, yüzde 2.1'inin de 5 ve daha fazla sayıda çocuğa sahip oldukları gözlenmiştir. Ayrıca, bu soruyu 8 denek cevapsız bırakmıştır. Okurların yaklaşık yüzde 80'inin çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Elde edilen verilere göre, yerel gazetelere,

Eskişehir kent merkezinde, sosyolojik bir tanımlama ile çekirdek aile olarak tanımlanabilecek ve belirli ekonomik düzeydeki bireylerin daha fazla yöneldiğini söylemek mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 3).

Uygulamadan elde edilen bir diğer bilgi de Eskişehir'deki yerel basın okurlarının hanelerinde ikamet eden kişi sayısına ilişkindir. Yine altı kategoride değerlendirilen "hanedeki ikamet eden kişi sayısı" dağılımlarına göre, ulaşılan veriler TABLO: 2'de özetlenmiştir.

TABLO: 2

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Hanede İkamet Eden Kişi Sayısı Dağılımı

HANEDE İKAMET EDEN KİŞİ SAYISI	YEREL BASINI OKU-YANLARIN %'Sİ
1 kişi	2,5
2 kişi	17
3 kişi	23
4 kişi	35,5
5 kişi	14,5
6 ve daha fazla	7,5

"Hanenizde siz dahil devamlı ikamet eden kaç kişi bulunmaktadır?" sorusuna (Bkz. Ek-1; 5. Soru) verilen cevaba göre, yerel basını okuyanlardan yüzde 35.5'i evlerinde dört kişi olarak, yüzde 23'ü üç kişi olarak, yüzde 17'si 2 kişi olarak yaşadıklarını belirtmişlerdir. Evde beş kişi olarak yaşayanların oranı yüzde 14.5, altı ve daha fazla kişi olarak yaşayanların oranı yüzde 7.5 iken, evde tek başına yaşıyanların oranı yüzde 2.5 olarak görünmektedir. Gerek buradan ve gerekse sahip olunan çocuk sayısına ilişkin sorudan elde edilen verilere göre, yerel basını okuyanların büyük bir çoğunluğunun ortalama 2 çocuğa ve 4 kişilik bir aileye sahip oldukları sonucuna ulaşılmakta ve Eskişehir'deki yerel basın okurlarının önemli bir

bölümünün az önce belirtilen 'çekirdek aile yapısına sahip, kent ailesi olduğu' betimlemesini doğrular görünmektedir. Bu durum, Eskişehir kent yapısı ölçeğinde beklenen bir durum olarak değerlendirilebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 4).

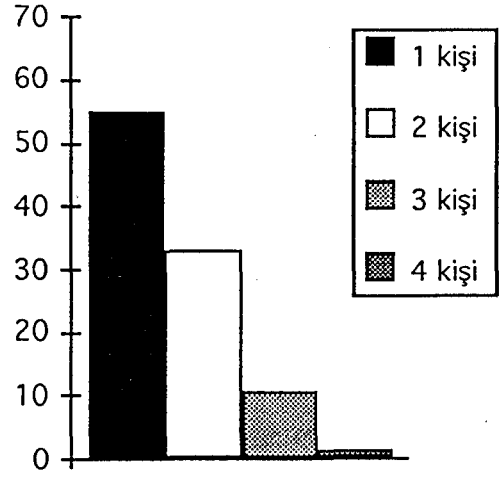
Yapılan uygulamada, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının ikamet etmekte oldukları evin mülkiyet durumu da irdelenmeye çalışılmıştır (Bkz. Ek-1; 6. Soru). Okurların yüzde 67.3'ünün kendi evine sahip oldukları, bir sonraki büyük yüzdenin de 25.6'lık bir oranla kira da oturanlara ait olduğu görülmüştür. Ailesinin yanında kalanların oranı yüzde 5 iken, lojman da oturan yerel basın okurlarının oranı yalnızca yüzde 2'dir. Yerel basın okurlarının her on kişiden yaklaşık 7'sinin oturduğu eve sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca, bu soru 1 denek tarafından cevapsız bırakılmıştır. Bu, okurların ekonomik düzeylerini belirleme açısından önemli bir etken olarak görülübelir. (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 4 ve Ek-3; Grafik: 5)

Yerel basın okurlarının evlerinde çalışan kişi sayısını belirlemek amacıyla yöneltilen soruya (Bkz. Ek-1; 7. Soru) ilişkin olarak alınan yanıtlar, oluşturulan grafiksel anlatım ile GRAFİK: 2'de özetlenmiştir.

GRAFİK: 2

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Hanedeki Çalışan Kişi Sayısı Dağılımı



GRAFİK: 2'de görüldüğü üzere alınan yanıtlar doğrultusunda, yalnızca bir kişinin çalıştığı oran yüzde 55.1 iken, evde çalışan kişi sayısının iki olduğu oran yüzde 33, üç kişinin çalıştığı oran 10.8 ve 4 kişinin çalıştığı oran 1.1 olarak saptanmıştır. Ayrıca, bu soruyu 24 denek de cevapsız bırakmıştır. Bu verilerin ışığı altında, yerel basın okurlarının yarısından fazlasının evinde yalnızca bir kişinin çalışmakta olduğu söylenebilir. Eve gelir getiren kişi sayısının ağırlıklı olarak 1 olması, Türkiye'deki aile kurumunun geleneksel yapısını bir kez daha ortaya koymaktadır. Ancak, her yüz yerel basın okurundan 33'ünün evinde iki kişinin çalışma hayatının içinde bulunduğu da gözönüne alındığında, az önce sözü edilen çekirdek aile yapısı çerçevesinde, evdeki karı-kocanın birlikte kazanç sağladığı söylenebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 5).

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel basın okurlarına "yaşamınız bugüne kadar daha çok nerede geçti?" sorusu (Bkz. Ek-1; 8. Soru) yöneltilmiştir. Bu soru ile, Eskişehir yerel basın okurlarının yetişmelerinde ağırlıklı olarak etki eden yerleşim yerinin kültürel yapısı hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. Bu soruya alınan cevaplar, TABLO: 3'de özetlenmiştir.

TABLO: 3

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Yaşamı Bugüne Kadar Daha Çok Nerede Geçti ?

YAŞAMI DAHA ÇOK NEREDE GEÇTİ?	OKUYAN
Köyde	5,5
İlçede	3
Şehirde	87,4
Büyük şehirde	4

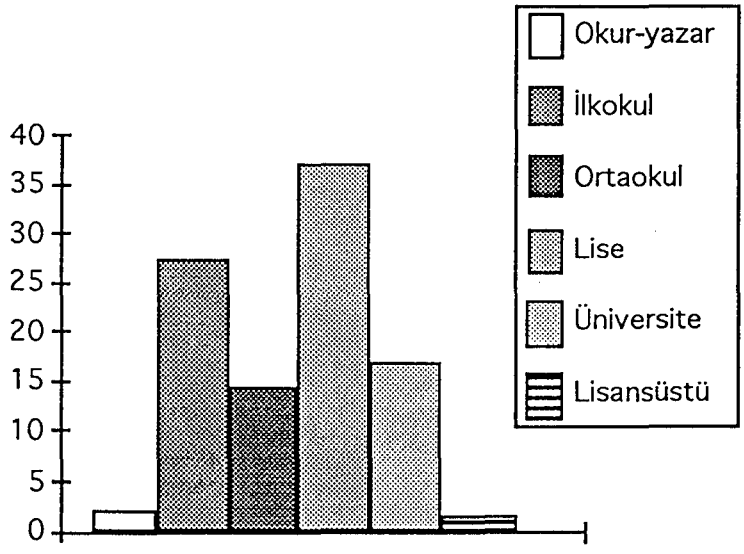
Elde edilen bilgiler doğrultusunda TABLO: 3'de de görüldüğü gibi, okurların yüzde 87.4'ü "şehirde" cevabını vermiştir. İstanbul, Ankara, İzmir

gibi "büyük şehirlerde geçti" diyenlerin oranı yüzde 4 düzeyinde kalırken, "ilçede geçti" diyenler yüzde 3 ve "köyde geçti" diyenler yüzde 5.5'i oluşturmaktadır. Ayrıca, bu soruyu 1 denek de cevapsız bırakmıştır. Buna göre, yerel basın okurlarının yüzde 91.4 gibi büyük bir çoğunluğunun yaşamı kentsel kültürel ortamda, özellikle de Eskişehir'de geçmiştir denilebilir. Kent kültürünün okuma düzeyine, özellikle yerel bir gazete okumaya etkisinin olumlu yönde olabileceği ileri sürülebilir. Kent kültürünün bireyi sosyalleşmeye yönlendirdiği, hatta bir oranda da zorladığı, bu zorlamanın sonucunda ise, bireyin yerel bir iletişim aracına daha fazla ihtiyaç duymuş olabileceğini belirtmek de mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 6).

Yapılan uygulamada yerel basın okurlarının eğitim düzeylerine belirlemeye ilişkin bir soru da yöneltilmiştir (Bkz. Ek-1; 9. Soru). Bu soruya alınan yanıtların grafiksel anlatımı GRAFİK: 3'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 3

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Eğitim Düzeyi Dağılımı



GRAFİK: 3'de de görüldüğü gibi, okurların yüzde 37'sinin lise diplomasına, yüzde 27.5'inin yalnızca ilkokul diplomasına, yüzde 17.5'inin

de üniversite diplomasına sahip oldukları saptanmıştır. Yüzde 14.5'i ortaokul diploması sahibi iken, yüzde 2'si yalnızca okur yazar, yüzde 1.5'i de lisansüstü eğitim düzeyine sahip bulunmaktadır. Buna göre, ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip denek grubunun, yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip denek grubuna göre yerel basını daha fazla okudukları söylenebilir. Bir başka deyişle, ortaöğretim eğitimi almış kişilerin yerel basını daha fazla kendilerine yakın ve anlaşılabilir gördüklerini söylemek de mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 6).

Yapılan uygulamada yerel basın okurlarının çalışma durumları (Bkz. Ek-1; 10. Soru) incelendiğinde, okurların yüzde 61.6'sının tam gün, yüzde 5.1'inin yarım gün, yüzde 33.3'ünün ise hiç çalışmadığı saptanmıştır. Ayrıca, bu soruyu 2 denek de cevapsız bırakmıştır. Bu, Eskişehir'de ağırlıklı olarak, çalışan her 10 kişiden 7'sinin yerel basını okuduğunu göstermektedir. Elde edilen bilgilerden yola çıkarak, çalışmayanların büyük bir bölümünün kendisini emekli ve ev kadını olarak nitelendirdiği gözönüne alındığında, bu oran daha da yüksek olarak kabul edilebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 7 ve Ek-3; Grafik: 7).

Yerel basın okurlarının çalıştıkları iş durumu ve alanlarına ilişkin bilgilerin elde edilmesi amacıyla yöneltilen soru (Bkz. Ek-1; 11. Soru) yedi temel kategoride değerlendirilmiştir. Yanıtlar TABLO: 4'de özetlenmiştir.

TABLO: 4

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının
Çalıştığı İşteki Durumuna İlişkin Dağılım

ÇALIŞTIĞI İŞTEKİ DURUMU	OKUYAN
Kamu çalışanı	37,3
Özel Sektör Çalışanı	11,9
Serbest Meslek	2,4
Esnaf	34,1
Küçük Tüccar	2,4
Büyük Tüccar	0,8
Diğer	11,1

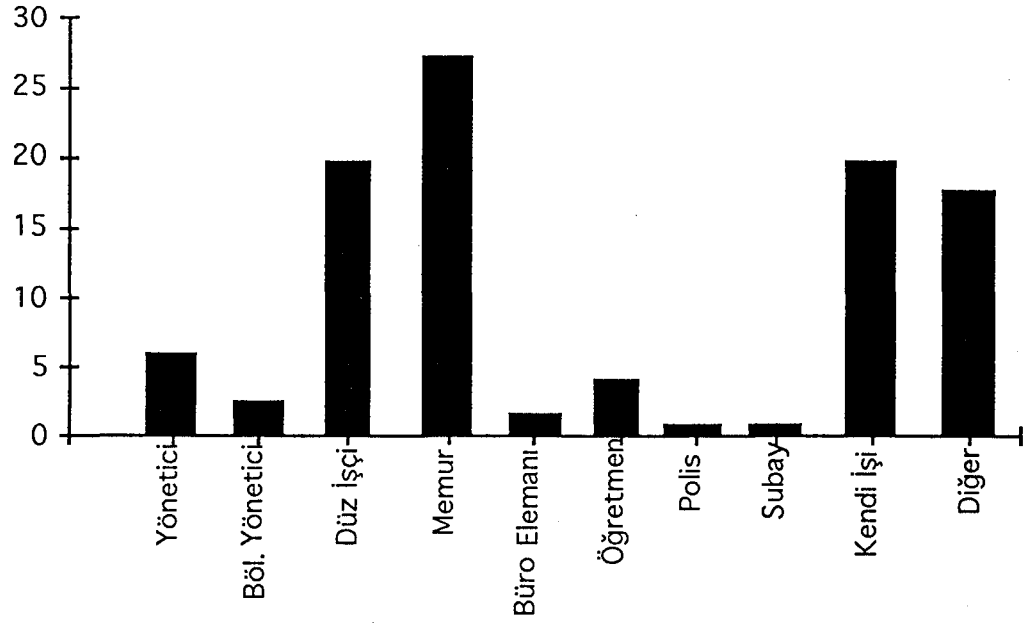
TABLO: 4'de de görüldüğü gibi, çalışanların ise yüzde 37.3'ünün kamu sektörü çalışanları olduğu saptanmıştır. Kamu sektörü çalışanlarını yüzde 34.1 ile esnaf ve yüzde 11.9 ile özel sektör çalışanları izlemektedir. Ayrıca, serbest meslek sahiplerinin yüzde 2.4'ü, küçük tüccarların yüzde 2.4'ü, büyük tüccarların yüzde 0.8'i ve diğer meslek gruplarına girenlerin yüzde 11.1'inin yerel basını okumakta olduğu saptanmıştır. Bu verilere dayanarak Eskişehir'de yerel basının temel okur kitlesini esnaf ve kamu çalışanlarının oluşturduğu söylenebilir. Yine bu sonuçla ilgili olarak, esnafın ve kamu çalışanlarının kendilerine yönelik tatminkar haber ve yorumları bulmalarının da yerel basını tercih etmelerinde önemli bir etken olduğu düşünülebilir. Ancak, bu soruyu 74 denek de cevapsız bırakmıştır. 74 deneğin önemli bir oranı oluşturduğu da gözardı edilmemelidir. Ayrıca soruyu cevapsız bırakmaları önemli bir unsur olarak görülebilir. (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 8)

Uygulamadan elde edilen bir diğer bilgi de, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının halen çalıştıkları işteki konumlarına ilişkindir. Çalışan yerel basın okurlarının halen çalıştıkları işlerindeki konumlarına ilişkin yöneltilen bu soru (Bkz. Ek-1; 12. Soru) on kategoride değerlendirilerek, okurların verdiği yanıtlar grafiksel anlatım ile GRAFİK: 4'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 4

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Halen Çalıştığı İşteki Konumuna İlişkin Dağılım



Grafik: 4'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının büyük çoğunluğunu yüzde 27.3 ile memurlar oluşturmaktadır. Memurları 19.8 ile aynı yüzde oranlarına sahip, düz işçiler ve kendi işinde çalışanlar oluşturmaktadır. Diğer işlerde çalışanların oranı yüzde 17.4 iken, öğretmen okurların oranı yüzde 4.1 düzeyindedir. Son iki veriden anlaşılacağı gibi kamu sektöründe çalışan işçi ve memurlar yerel basını en yakın izleyen okur gruplarını oluşturmaktadırlar. Yerel basını en az okuyanlar arasında polis, subay ve bölüm yöneticilerinin gelmesi dikkat çekici olarak görülmektedir. Bu soruyu da 79 denek cevapsız bırakmıştır. Bu sayı 200 denek içinde oldukça yüksek bir oranı oluşturmaktadır. Bu sorunun değerlendirilmesinde bu oranın da gözardı edilmemesi gerekmektedir. (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 8)

Eskişehir yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da (Bkz. Ek-1; 13. Soru) herhangi bir işte çalışmıyor ya da yarım gün çalışıyorlarsa kendilerini nasıl tanımlayacaklarına ilişkindir. Çalışmayanların kendilerini nasıl tanımladıklarını belirlemek amacıyla yöneltilen bu soru, sekiz kategoride değerlendirilerek alınan yanıtlar TABLO: 5'de özetlenmiştir.

TABLO: 5

Eskişehir Yerel Basın Okurları Bir İşte Çalışmıyor Ya da Yarım Gün Çalışıyorsa Kendini Nasıl Tanımlar?

ÇALİŞMIYORSA KENDİNİ NASIL TANIMLAR	YEREL BASINI OKUYANLARIN %'Sİ
Ev Kadını	27,4
Emekli	45,2
İşsiz, iş arıyor	8,2
İşsiz, iş aramıyor	4,1
Geçici İşçi	11
Yarım Gün Ücretli	2,7
Asker	1,4
Faiz Sahibi	

Tablo: 5'de de görüldüğü gibi, yerel basın okurlarından, herhangi bir işte düzenli olarak çalışmayanların yüzde 45.2'si emekli, yüzde 27.4'ü ev kadını kategorisinde kendini tanımlamaktadır. Geçici işçi olanların oranı yüzde 11, halen işsiz olup iş arayanların oranı yüzde 8.2, işşiz olmakla birlikte iş aramayan okurların oranı da yüzde 4.1 düzeyindedir. Yerel basın okurlarından yüzde 2.7 kişi kendini yarım gün ücretli olarak, yüzde 1.4 kişi de asker olarak tanımlamış bulunmaktadır. Yerel basın okurları içinde hiçkimse kendini banka ya da diğer kaynaklardan faiz geliri ile geçinen grubuna dahil etmemiştir. Bu sonuçlara göre, yerel basın okurlarından işşiz olanların yaklaşık yarısını emekliler ve yaklaşık üçte birini de ev kadınları

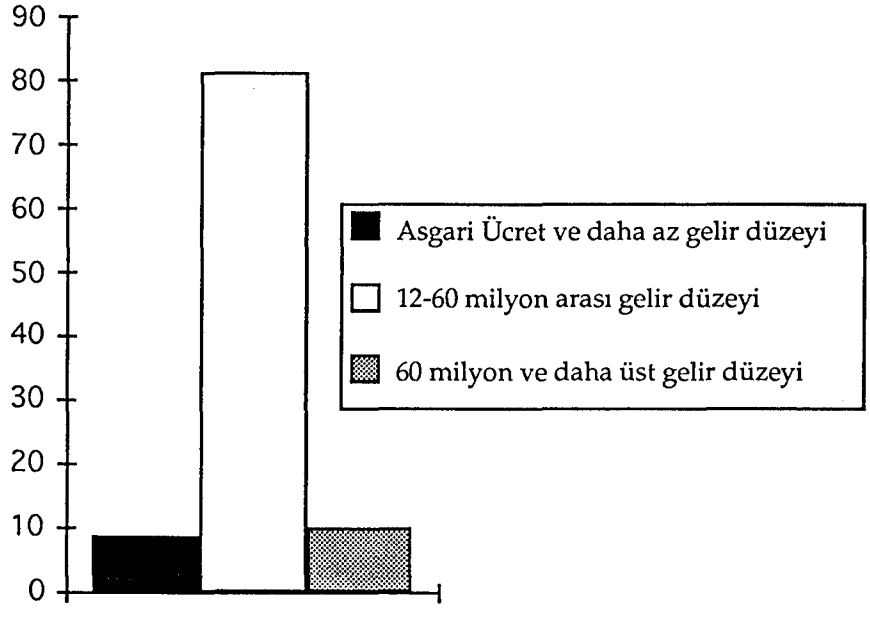
oluşturmaktadır. Ne var ki, bu soru 127 denek tarfından cevapsız bırakılmıştır. 127 denek oldukça büyük, hatta yukarıda elde edilen verileri etkiyebilecek bir oranı oluşturmaktadır. Değerlendirmede 127 deneğin cevapsız bırakması da gözardı edilmemelidir. (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 9)

Eskişehir yerel basın okurlarından elde edilen bir diğer bilgi, hanelerine giren toplam aylık gelir oranlarına ilişkindir. Okurların hanelerine giren aylık gelir toplamını ölçmek amacıyla yöneltilen soruya (Bkz. Ek-1; 14. Soru) alınan yanıtlar, grafiksel anlatım ile GRAFİK: 5'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 5

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Haneye Giren Toplam Aylık Gelir Dağılımı



GRAFİK: 5'de de açıkça görüldüğü üzere, Temmuz 1996 itibariyle, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 8.6'sının hanelerine giren aylık gelir, asgari ücret (söz konusu tarihte asgari ücret 11 milyon 800 bin Türk Lirasıdır) ve daha az gelir düzeyi grubundadır. Okurların, yüzde 81.2'si 12-60 milyon arası aylık gelir düzeyindedir ki, en büyük okur kitlesini bu gelir düzey grubu oluşturmaktadır. Okurların, yüzde 10'u ise 60 milyon ve daha

üst gelir düzey grubuna girmektedir. Grafikte de görüldüğü gibi, yerel basın okurlarını alt ve orta gelir grubundaki kişilerin okuduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte yine bu sonuç; daha önce çocuk sayısı ve evde çalışan kişi sayısı ile ilgili değerlendirmelerde söz edildiği gibi, çekirdek aile yapısında beklenen bir durum olarak da değerlendirilebilir. Ayrıca, bu soru 2 denek tarafından cevapsız bırakılmıştır (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 9).

Uygulamadan elde edilen bir diğer bilgi de, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının halen konutlarında sahip oldukları cihaz, makina ya da araçlara ilişkindir. Otomatik çamaşır makinası, kişisel bilgisayar, binek otomobil, bulaşık makinası, çamaşır kurutma makinası ve no-frost buzdolabı gibi toplam altı araca konutlarında sahip olup olmadıklarına ilişkin soru yöneltilmiş (Bkz. Ek-1; 15-20. Sorular), her cihaz ya da araç için alınan cevaplar ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Yerel basın okurlarının sosyal yaşam düzeyi ve statü belirtisi olarak düşünülebilecek, araçlara ilişkin yöneltilen sorulardan; "konutunuzda otomatik çamaşır makinası var mı?" sorusuna, yerel basın okur grubundaki 200 kişiden 134'ü cevap verirken, 66 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 134 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 67'si otomatik çamaşır makinasına sahip olduklarını belirtmiştir.

"Konutunuzda kişisel bilgisayarınız var mı?" sorusuna deneklerden 10 kişi cevap verirken, 190 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 10 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 5'i kişisel bilgisayara sahip olduklarını belirtmiştir.

"Binek otomobiliniz var mı?" sorusuna deneklerden 78 kişi cevap verirken, 122 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 78 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 39'u binek otomobile sahip olduklarını belirtmiştir.

"Bulaşık makinanız var mı?" sorusuna deneklerden 46 kişi cevap verirken, 154 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 22 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 23'ü bulaşık makinasına sahip olduklarını belirtmiştir.

"Çamaşır kurutma makinanız var mı?" sorusuna deneklerden 22 kişi cevap verirken, 178 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 22 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 11'i çamaşır kurutma makinasına sahip olduklarını belirtmiştir.

"No-frost buzdolabınız var mı?" sorusuna deneklerden 87 kişi cevap verirken, 113 kişi cevap vermemiştir. Bu soruyu cevaplayan 87 kişi, bir diğer deyişle cevaplayanların yüzde 43.5'i no-frost buzdolabına sahip olduklarını belirtmiştir.

Tüm bunlardan anlaşılacağı üzere, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 67'si otomatik çamaşır makinasına, yüzde 5'i kişisel bilgisayara, yüzde 39'u binek otomobile, yüzde 23'ü bulaşık makinasına, yüzde 11'i çamaşır kurutma makinasına, yüzde 43.5'i no-frost buzdolabına sahip olduklarını belirtmektedirler. Bu yüzdeler ve bu sorulara verilen cevap oranları aynı zamanda yerel basın okurlarının orta gelir grubunda ve yaşam düzeyinde kişilerce daha fazla izlendiğinin de bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Uygulamanın bu bölümünde son bir soru olarak, yerel gazete okurlarının dini inançlarını ve ibadetlerini düşünmeleri durumunda kendilerini nasıl tanımlayabilecekleri sorulmuştur (Bkz. Ek-1; 21. Soru). Bu soruya verilen yanıtlar TABLO: 6'da özetlenmiştir.

TABLO: 6

Eskişehir Yerel Basın Okurları Dini İnançlarına ve İbadetlerine Göre Kendini Nasıl Tanımlar?

DİNİ İNANÇLARINA GÖRE KENDİNİ NASIL TANIMLAR?	OKUYAN
Çok Dindar	7,1
Oldukça Dindar	58,8
Pek Dindar Değil	31,9
Hiç Dindar Değil	2,2

TABLO: 6'da görüldüğü gibi, deneklerin yüzde 58. 8'i kendini "oldukça dindar" olarak tanımlarken, yüzde 31.9'u "pek dindar olmadığı" biçiminde tanımlamaktadır. Kendini "Oldukça dindar" grubunun da üstünde bir grup olarak tanımlayan ve kendini "çok dindarım" biçiminde niteleyenlerin oranı yüzde 7.1 iken, kendini hiç dindar olarak tanımlamayanların oranı yüzde 2.2 düzeyindedir. Ayrıca, bu soruyu 18 denek de cevapsız bırakmıştır.

Bu verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarını aşırı dindar olarak kabul etmemekle birlikte, inançlarına bağlı ve dindar düzeyde kabul etmek gerekmektedir. Dindar olmayanların oranı da yok denecek kadar azdır (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 10).

Eskişehir yerel basın okuruna ilişkin sosyo-ekonomik bilgilerden elde edilen verileri genel olarak değerlendirmek gerekirse, 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 oldukları ve

eve gelir getirebildiklerini, 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 alan okur kitlesinin yerel basının gerçek okur kitlesini oluşturduğunu belirtmek gerekmektedir.

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 ifade etmek mümkündür.

Buraya kadar Eskişehir'deki yerel basın okurlarının sosyal, eğitim ve ekonomik yapılarını ortaya koymayı amaçlayan sorulardan elde edilen veriler ile genel bir okur profili çizilmeye çalışılmıştır. Bir sonraki konu başlığı altında ise, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının kentte gerçekleşen olaylara ilişkin bilgi elde etmede tercih ettikleri ve etkili buldukları iletişim kanallarına ilişkin elde edilen bilgiler değerlendirilecektir.

2-YEREL BASIN OKURLARININ BİLGİ ELDE ETMEDE TERCİH ETTİĞİ İLETİŞİM KANALLARI

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının bilgi elde etmede tercih ettiği ve en etkili bulduğu iletişim kanallarına ilişkin sıklık dağılımını ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 27 ve 28. sorularda yer almıştır (Bkz. Ek-1; 27 ve 28. Sorular).

Buna göre, yapılan uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurları, "Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi nereden alıyorsunuz?" sorusunu (Bkz. Ek: 1; 27. Soru), yerel gazetelerden, yerel televizyonlardan, yerel radyolardan, yakın çevremden, ulusal gazete ve televizyonlardan olmak üzere toplam beş kategoride değerlendirmişlerdir. Değerlendirme sonunda

ulaşılan verilere TABLO: 7-8-9-10 ve 11'de yer verilmiştir. Buna göre, yerel basın okurlarının Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkındaki bilgiyi yerel gazetelerden öğrenme düzeyleri TABLO: 7'de özetlenmiştir.

TABLO: 7

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Gazetelerden mi Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)

ESKİŞEHİR'DEKİ OLAYLARI YEREL GAZETELERDEN Mİ ÖĞRENİYOR? (HANGİ SIKLIKLA?)	OKUYAN
Her zaman	64,8
Bazen	30,6
Hiç	4,6

TABLO: 7'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'de yerel basın okurlarının yüzde 64,8'i Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yerel gazetelerden öğrendiğini belirtmektedir. Okurların yüzde 30.6'sı bu bilgileri bazen yerel gazetelerden öğrendiklerini belirtirken, yüzde 4.6'sı Eskişehir'deki olaylar hakkında bilgiyi yerel gazetelerden öğrenmediğini belirtmektedir. Bu soruyu 4 denek de cevapsız bırakmıştır.

Yerel basını izleyenler arasında, kentte meydana gelen olaylar hakkındaki bilgiyi yerel gazetelerden öğrendiklerini belirtenlerin oranı küçümsenmeyecek düzeydedir. Bu durum, gazetenin geleneksel iletişim aracı olma özelliğini yerel ortamlarda henüz yitirmediğinin de bir göstergesi olmaktadır. Gazetenin, okunabilir, saklanabilir, taşınabilir ve ucuz bir iletişim aracı olma özelliklerinin yanısıra, en eski toplumsal iletişim aracı olma özelliği, televizyon ve yaygınlaşan radyolarla birlikte hızla değişmektedir. Ancak, gazetelerin, bilgilenme ve gelişen olayları öğrenme amacı ile bir başvuru aracı olarak etkinliğini sürdürdüğünü söylemek de mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 11).

Sahip olduğu toplumsal gücü her geçen gün artan diğer bir kitlesel iletişim aracı da televizyonlardır. Televizyonlara ilişkin elde edilen bilgiler TABLO: 8'de verilmiştir.

TABLO: 8

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Televizyonlardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)

ESKİŞEHİR'DEKİ OLAYLARI YEREL TV'LERDEN Mİ ÖĞRENİYOR? (HANGİ SIKLIKLA?)	OKUYAN
Her zaman	37,8
Bazen	36,1
Hiç	26,1

TABLO: 8'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 37.8'i Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yerel televizyon kanallarından öğrendiğini ifade etmektedir. Okurların yüzde 36.1'i bu bilgileri bazen yerel televizyonlardan öğrendiklerini belirtirken, yüzde 26.1'i Eskişehir'deki olaylar hakkında bilgiyi yerel televizyonlardan öğrenmediğini belirmektedir. Ayrıca, bu soruyu 20 denek de cevapsız bırakmıştır. Yerel televizyonların, yerel gazetelere göre yayıncılıkta çok daha yeni olmaları ve henüz yeterli düzeyde tanınmamış olmaları, yerel televizyonlara bilgi için başvuran kişi sayısını da etkilemektedir. Bu televizyonların yeterli teknik ve içerik kalitesi ile yayın yapamamalarının ve yeterince etkili olamamalarının da, gazetelere göre daha az talep edilmelerinde etken unsurlar olduğunu söylemek mümkündür. (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 12)

Yerel televizyonlarla birlikte gelişen ve 1990'lı yılların başından bu yana, ülke düzeyinde oldukça geniş bir populariteye sahip olan bir diğer kitle iletişim aracı da yerel radyolardır. Yerel radyolar konusunda elde edilen bilgiler TABLO: 9'da özetlenmiştir.

TABLO: 9

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yerel Radyolardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)

ESKİŞEHİR'DEKİ OLAYLARI YEREL RADYOLARDAN MI ÖĞRENİYOR? (HANGİ SIKLIKLA?)	OKUYAN
Her zaman	34,1
Bazen	26,3
Hiç	39,7

TABLO: 9'da görüldüğü gibi, Eskişehir'de yerel basın okurlarının yüzde 34.1'i Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yerel radyolardan öğrendiğini belirtmektedir. Deneklerin yüzde 26.3'ü bu bilgileri bazen yerel radyolardan öğrendiklerini belirtirken, yüzde 39.7'si Eskişehir'deki olaylar hakkında bilgiyi yerel radyolardan öğrenmediğini belirmektedir. Ayrıca, bu soruyu 21 denek de cevapsız bırakmıştır. Yerel basını izleyenler arasında, kentte meydana gelen olaylar hakkındaki bilgiyi yerel radyolardan öğrendiklerini belirtenlerin oranının, hemen hemen yerel televizyonlarla benzer düzeylerde olmasının nedenleri, yerel televizyonlar için belirtilen gerekçelerle aynıdır. Bu radyoların bilgilenme amacıyla henüz gelenekselleşmemiş yapısı, yeterli yayın kalitesi ve içeriğine sahip olmamaları, bu iletişim aracının yerel kamuoyu için daha üst düzeylerde referans olmasını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Radyoların henüz yerleşik ve düzenli çalışan haber servislerinin bulunmadığı ve günlük olarak sundukları haber bültenlerini, yerel ve ulusal gazetelerden derleyerek hazırladıkları da söylenebilir. Yerel radyoların çoğu zaman haberi, radyo haber bülteni için tekrar hazırlamaktan kaçındıklarını, hatta gazetelerden aynen okuduklarını da söylemek mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 13).

Yerel gazete, televizyon ve radyolar, ulusal kamuoyunun olduğu gibi yerel kamuoyunun da en temel iletişim araçları olarak kabul edilebilir. Başlıca haber edinme araçları olan bu iletişim kanallarının yanısıra, kişiler yakın çevrelerinden de kentte gerçekleşen olaylar hakkında bilgi edinebilirler. Uygulama da yerel basın okurlarının Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yakın çevrelerinden ne düzeyde öğrendiklerine ilişkin elde edilen veriler de TABLO: 10'da özetlenmiştir.

TABLO: 10

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Yakın Çevresinden mi Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)

ESKİŞEHİR'DEKİ OLAYLARI YAKIN ÇEVRESİNDEN Mİ ÖĞRENİYOR? (HANGİ SIKLIKLA?)	OKUYAN
Her zaman	34,3
Bazen	43,3
Hiç	22,5

TABLO: 10'da görüldüğü gibi, Eskişehir'de yerel basın okuru olduğunu belirtenlerin yüzde 34.3'ü Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yakın çevresinden öğrendiğini belirtmektedir. Deneklerin yüzde 43.3'ü bu bilgileri bazen yakın çevresinden öğrendiklerini belirtirken, yüzde 22.5'i Eskişehir'deki gelişen olaylar hakkındaki bilgiyi yakın çevresinden öğrenmediğini belirmektedir. Ayrıca, bu soruyu 22 denek de cevapsız bırakmıştır. Yerel basını izleyenler arasında, kentte meydana gelen olaylar hakkındaki bilgiyi yakın çevresinden öğrendiklerini belirtenlerin oranı küçümsenmeyecek düzeyde yüksektir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 14). Burada, Türk toplumunun birbiri ile haberleşmeye ve birbirinden aldığı haberlere güvenerek bunlarla yetinmeye olan eğilimini görmek mümkündür. Türk

toplumundaki geleneksel yapı içinde bir iletişim aracı, örneğin bir gazete rahatlıkla paylaşılabilmektedir. Bir başkasının radyosu ya da cafe, kahvehane, oyun salonu gibi topluca vakit geçirilen ve Türkiye'nin kentlerinde oldukça yaygın olan ortamlarda, duyulmuş, izlenmiş ya da okunulmuş bir haber, evlere, işyerlerine, eğlenme ve dinlenme mekanlarına taşınabilmektedir. Özellikle Türk toplumunda bireyin bir başka bireye haber aktarmasını, hem aktaran hemde aktarılan için bir sorumluluk ya da paylaşıma açık olan bir özellik olarak nitelemek de mümkündür. Bu nedenle bireylerin birbirlerinden haber almasına, gelişen olaylar hakkındaki bilgileri yakın çevresinden öğrenmesine ilişkin oranların yüksek olması şaşırtıcı görünmeyebilmektedir. Türkiye'de özellikle kırsal bölgeler ile henüz kentleşen, kent kültürü ile tanışan ve yaşayan yörelerde, bireylerin bir iletişim aracını referans görmeleri, bir iletişim aracı için ya da bilgi edinme amacıyla bireysel olarak para harcama alışkanlığının oluşmamış olduğu da, bu düşüncelere eklenebilir.

Uygulamada yerel ortamların dışında bir de ulusal iletişim araçlarının yerel kitle üzerinde ne düzeyde bilgi edinme aracı olduğunu ölçmeye yönelik soru da yer almıştır. Elde edilen veriler ise TABLO: 11'de özetlenmiştir.

TABLO: 11

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'de Gerçekleşen Olaylar Hakkında Bilgiyi Ulusal Gazete ve Televizyonlardan mı Öğreniyor? (Hangi Sıklıkla?)

ESKİŞEHİR'DEKİ OLAYLARI ULUSAL GAZETE VE TV'LERDEN Mİ ÖĞRENİYOR? (HANGİ SIKLIKLA?)	OKUYAN
Her zaman	44,1
Bazen	31,3
Hiç	24,6

TABLO: 11'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'de yerel basın okuru olduğunu belirtenlerin yüzde 44.1'i Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi ulusal düzeyde dağıtım ve yayın yapan gazete ve televizyonlardan öğrendiğini belirtmektedir. Uygulamaya katılanların yüzde 31.3'ü bu bilgileri bazen ulusal gazete ve televizyonlardan öğrendiklerini belirtirken, Eskişehir'deki gelişen olaylar hakkındaki bilgiyi ulusal gazete ve televizyonlardan öğrenmediğini belirtenlerin oranı yüzde 24.6 düzeyindedir. Ayrıca, bu soruyu 21 denek cevapsız bırakmıştır (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 15).

Yerel basını izleyenler arasında, kentte meydana gelen olaylar hakkındaki bilgiyi ulusal gazete ve televizyonlardan öğrendiklerini belirtenlerin oranı görüldüğü gibi, yerel televizyon ve radyoların üstünde bir orandadır. Gerek yerel iletişim araçlarının teknik ve içerik kalitelerinin düşük oluşu nedeniyle yerel kamuoyunu yeterince tatmin edememesi ve gerekse Türk toplumunun lokal gelişme ve iletişim ile sınırlı kalmama eğilimi, ulusal gazete ve televizyonlara, TABLO: 11'de görüldüğü gibi bir oranda talep olmasına neden olmaktadır denilebilir.

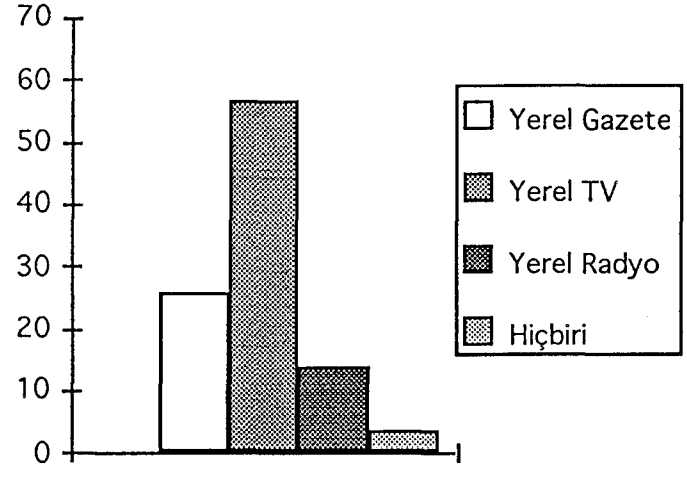
Gerek bu son veri ve gerekse buraya kadar tablolarla birlikte aktarılan yerel basın okurlarının kentte gerçekleşen olaylara ilişkin yerel kitle iletişim aracı tercihleri konusunda Ahmet; Türkiye'ye ve Türk toplumuna özgü bir gerçeğin altını çizmektedir. Ahmet, Anadolu'da basının çok fazla gelişememe nedeninin Türkiye'nin toplumsal bir özelliğinden kaynaklandığını ileri sürmektedir. Ahmet'e göre, Batı ülkelerinde de yerel ve ulusal gazeteler vardır ve Kapitalist - Batı toplumlarında yerleşmiş olan düzende insan genellikle kendi küçük dünyasının içinde varolmaktadır. Amerika'nın küçük bir şehrindeki insanı o kasabanın sınırları dışında olan olaylar çok fazla ilgilendirmemektedir ve böylesi ortalama bir insan tipi oluşturulmuştur. Ahmet, oysa Türk insanının eğitim düzeninde, çalışma düzeninde, toplum yapısında bu düzeyde bir sınırlılığın olmadığını, Türk insanının daha göçebe

bir toplum olması nedeniyle küçük sınırlar içinde tutulamayan bir toplum olduğunu daha evrensel, daha dışa açık insan olduğunu belirtmektedir. [361] Ahmet'in bu görüşlerinin uygulama sonucu elde edilen verilerle bir kez daha kanıtlandığını söylemek mümkündür.

Uygulamada yerel düzeyde halkı yönlendirme konusunda hangi kitle iletişim aracının daha etkili olduğu da sorgulanmıştır (Bkz. Ek-1; 28. Soru). Alınan yanıtlar grafiksel anlatım ile GRAFİK: 6'da gösterilmiştir.

GRAFİK: 6

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Düzeyde Halkı Yönlendirme Konusunda Hangi Kitle İletişim Aracı Daha Etkili?



GRAFİK: 6'da da görüldüğü gibi yerel basın okurlarının yüzde 56.5'i yerel televizyonları, bunun hemen hemen yarısı düzeyde olan yüzde 26'sı da yerel gazeteleri, yerel düzeyde halkı yönlendirme konusunda daha etkili bir kitle iletişim aracı olarak görmektedir. Yerel radyoları yönlendirme konusunda daha etkili bulan kitle ise yüzde 14'dür. Deneklerin yüzde 3.5'i de hiçbir kitle iletişim aracını halkı yönlendirme konusunda etkili bulmamaktadır. Tüm deneklerin cevapladığı bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel televizyonların yerel ortamlar için henüz yeni bir kitle iletişim aracı özelliği

[361] AHMET, Esin. "Türkiye'de Yazılı Basında İşletmecilik Sorunları", **1983 İletişim Yılı Nedeniyle Yazılı ve Görsel Basınla İlgili Bazı Konular**, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları Yayın No: 4 , İstanbul, 1983, s. 38.

taşımakla birlikte, halk üzerinde etkili ve yönlendirici bir güce sahip olduğunu da söylemek olanaklıdır. Yerel televizyonların bu gücünün, televizyonun tüm toplum üzerinde var olan etki gücünden kaynaklandığını ve yine toplumda var olan duyma ve görme, bir başka deyişle seyirlik kültürün hakimiyetinden kaynaklandığı söylenebilir. Televizyonun tüm dünyadaki hakimiyeti ve kitleleri kontrolü altına kolaylıkla alabilme yeteneğinin yerel ortamlardaki yerel televizyonlar açısından da geçerli olduğunu, televizyona karşı toplumsal eğilimin yerel ya da ulusal düzeyde pek değişmediğini söylemek de mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 10).

Yerel basın okurlarının bilgi elde etmede tercih ettiği iletişim kanallarına ilişkin elde edilen toplu bilgilerin değerlendirilmesi durumunda; 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. Yine aynı biçimde yerel basın okurlarının yüzde 37.8'i Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi yerel televizyon kanallarından öğrendiğini, yüzde 34.1'i yerel radyolardan öğrendiğini, yüzde 34.3'ü ise yakın çevresinden öğrendiğini belirtmektedir. Eskişehir'de yerel basın okuru olduğunu belirtenlerin yüzde 44.1'i de Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi ulusal düzeyde dağıtım ve yayın yapan gazete ve televizyonlardan öğrendiğini belirtmiştir.

Yerel basın okurlarının yüzde 56.5'i yerel televizyonları, bunun hemen hemen yarısı düzeyde olan yüzde 26'sı da yerel gazeteleri, yerel düzeyde halkı yönlendirme konusunda daha etkili bir kitle iletişim aracı olarak görmektedir. Yerel radyoları yönlendirme konusunda daha etkili bulan kitle ise yüzde 14'dür.

Bu bölümde yerel basın okurlarının tercih ettikleri iletişim kanalları değerlendirilmiştir. İzleyen bölümde ise, yine aynı kitlenin ulusal ve yerel gazeteleri okuma düzeylerine ilişkin bilgiler değerlendirilecektir.

3-YEREL BASIN OKURLARININ ULUSAL VE YEREL GAZETE OKUMA DÜZEYİ

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının ulusal ve yerel gazete okuma düzeylerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 22-26. sorular ile 29-39. sorular arasında yer almıştır (Bkz. Ek-1; 22-26 ve 29-39. sorular). Bu bölüme yönelik yapılan uygulamada ilk olarak deneklere satın alarak ya da satın almadan düzenli olarak ulusal bir gazeteyi okuyup okumadıkları sorulmuştur (Bkz. Ek-1; 22. Soru). Alınan yanıtlardan elde edilen bilgiler TABLO: 12'de özetlenmiştir.

TABLO: 12

Eskişehir Yerel Basın Okurları

Düzenli Olarak Ulusal Gazete Okuyor mu?

DÜZENLİ OLARAK ULUSAL GAZETE OKUYOR MU?	OKUYAN
Okuyor	84,5
Okumuyor	15,5

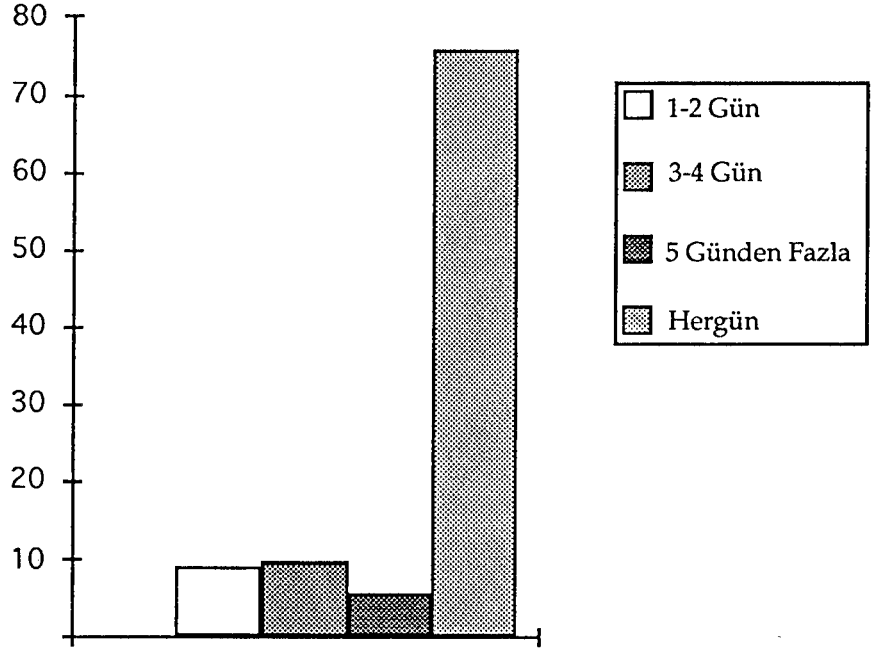
TABLO: 12'de görüldüğü üzere, yerel basın okurlarının yüzde 84.5'i düzenli olarak ulusal bir gazete okurken, yüzde 15.5'i okumadığını belirtmiştir. Ayrıca, bu soru tüm denekler tarafından cevaplamıştır. Bu da yerel ortamlarda ulusal gazetelerin okunma düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Önceki bölümlerde de değinildiği gibi, Eskişehir'de ulusal gazetelerin 1997 yılı Mart ayı ortalama satış rakamlarının toplamı yaklaşık 64 bin olarak gerçekleşmekte olduğu; bunun ise ulusal gazetelerin Eskişehir gibi

bir kentte yerel basının yanısıra oldukça iyi bir düzeyde okur kitlesine sahip olduklarının göstergesi olarak kabul edilebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 16).

Bununla birlikte, Eskişehir'deki yerel basın okurlarına haftada kaç gün ulusal gazete okuduklarına ilişkin soru da yöneltilmiştir (Bkz. Ek-1; 23. Soru). Değerlendirilen yanıtlardan elde edilen bilgiler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 7'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 7

Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Ulusal Gazete Okuyor?



GRAFİK: 7'de de görüldüğü gibi, yöneltilen bu soruya Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 75.8'i hergün cevabını vermiştir. Haftada 3-4 gün ulusal gazete okuduğunu belirtenlerin oranı yüzde 9.6 iken, 5 günden fazla okuyanların oranı yüzde 5.6 ve bir-iki gün okuduğunu belirtenlerin oranı da yüzde 9 olarak saptanmıştır. Ayrıca, bu soru 22 denek tarafından cevapsız bırakılmıştır. Hergün ulusal gazete okuduğunu belirtenler ile diğerleri arasında oldukça büyük farklılıklar görülmektedir. Bu sonuçlar bir önceki soruya alınan yanıtları da doğrulamaktadır. Bir başka deyişle düzenli olarak ulusal gazete okuyanlar ile bu gazeteyi hergün okuduğunu

belirtenlerden elde edilen değerlendirmeler, birbiri ile örtüşmektedir. Ayrıca bu sonuçlar, Ek-1; 27. sorudan elde edilen bilgilerin de doğruluk düzeyine katkıda bulunmaktadır. 27. soruda, "Eskişehir'de gerçekleşen olaylara ilişkin bilgileri **herzaman** ulusal gazete ve televizyonlardan alıyorum" diyenlerin oranı yüzde 44.1 olarak saptanmıştır. Yüzde 31.3 düzeyinde kişi de bu bilgileri "**bazen** ulusal gazete ve televizyonlardan öğrendiklerini" belirtmiştir. GRAFİK: 7'den alınan verilerin daha önceki verileri de doğruladığı görülmektedir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 11).

Aynı çerçevede yöneltilen sorulardan bir diğeri de, bir günde ulusal gazete okumaya ayrılan zamana ilişkindir (Bkz. Ek-1; 24. Soru). Beş kategoride değerlendirilen yanıtlardan elde edilen bilgiler TABLO: 13'de özetlenmiştir.

TABLO: 13

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Günde

Ulusal Gazete Okumaya Ayırdığı Zaman Dağılımı

GÜNDE ULUSAL GAZETE OKUMAYA AYIRDIĞI ZAMAN	OKUYAN
15 dk.dan az	5
15-30 dk.	25,1
30 dk.- 1 saat	34,1
1-2 saat	26,8
2 saatten fazla	8,9

TABLO: 13'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 34.1'i ulusal gazete okumaya bir günde 30 dakika ile 1 saat arasında bir süre ayırmaktadır. Bu oranı, yüzde 26.8 ile 1-2 saat süre ayıranlar izlemektedir. Bir ulusal gazete okumaya 15 dakika ile 30 dakika arasında süre ayıranların oranı yüzde 25.1'dir. Ulusal gazete okumaya 2 saatten fazla

süre ayıranların oranı 8.9 iken, 15 dakikadan az süre ayıranların oranı yüzde 5'dir. Bu soruyu 21 denek de cevapsız bırakmıştır. Bu sonuçlara göre bugünkü içerik yoğunlukları ve sayfa sayılarına göre ulusal gazetelere gerçekten okumak ve bilgilenmek amacıyla başvuranların oranının çok yüksek bir düzeyde olmadığı söylenebilir. Ulusal gazeteleri yukarıda belirtilen ölçüleri içinde, 15 dakikadan az bir sürede ya da 15-30 dakika arasında tam anlamıyla okumanın olanağı olmadığını söylemek mümkündür. Bu gazeteleri okumaya 2 saatten fazla süre ayıranların çalışmayanlar, özellikle emekliler olması büyük bir olasılık içindedir. Gazete okuma kültürü ile de yakından ilintili olan bu sonuçlar, bir gazetenin tam anlamıyla değerlendirilmediğinin de bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bernard Berelson'un da belirttiği gibi, farklı insanlar farklı zamanlarda farklı nedenlerle gazetelerin farklı yerlerini okurlar.[362] Yine aynı yaklaşım ile Tokgöz de, kişilerin, kitle iletişim araçlarından toplumdaki yaygınlık ölçüsünde ve kişisel alışkanlıklarına göre yararlandıklarını vurgulamaktadır (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 41). Gazete okuma süresi bir anlamda Berelson ve Tokgöz'ün ileri sürdüğü düşüncelerin doğruluk düzeyinin de göstergesi olmaktadır. Kişiler gazetelerden alışkanlıkları, sahip oldukları kültür ve beklentileri düzeyinde yararlanmaktadır. Bu açıdan 24. soruda ortaya çıkan verilerin ileri sürülen düşüncelerle örtüştüğü söylenebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 17).

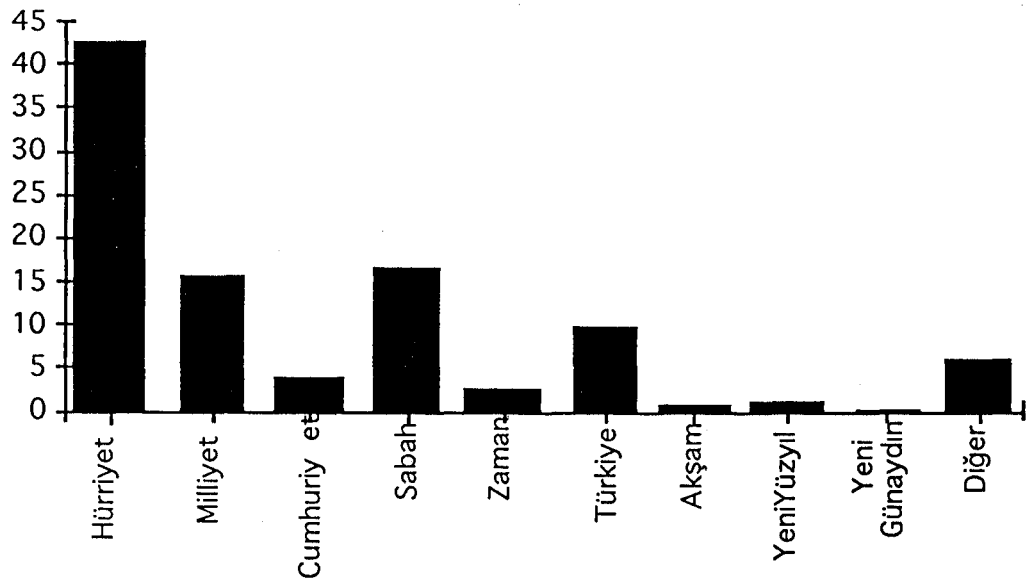
Uygulamada yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da en sık okudukları ulusal gazeteye ilişkindir (Bkz. Ek-1; 25. Soru). Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet, Sabah, Zaman, Türkiye, Akşam, Yeni Yüzyıl, Posta, Meydan, Yeni Günaydın, Spor gazetelerinden biri ve diğerleri seçeneklerinden elde

[362]BERELSON, Bernard. "Gazetesiz Kalmak Ne Demektir", **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Çeviren: Ünsal Oskay, Üçüncü Basım, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu yayınları, Yayın No: 7, Ankara, 1985. s. 145.

edilen bilgiler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 8'de gösterilmiştir. Ayrıca aynı sorudan yola çıkılarak "en sık okunan ikinci ulusal gazete" ve "en sık okunan üçüncü ulusal gazete" lere ilişkin veriler ve bu verilere dayalı grafiksel anlatımlar ile GRAFİK: 9 ve GRAFİK: 10'da gösterilmiştir.

GRAFİK: 8

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Ulusal Gazete



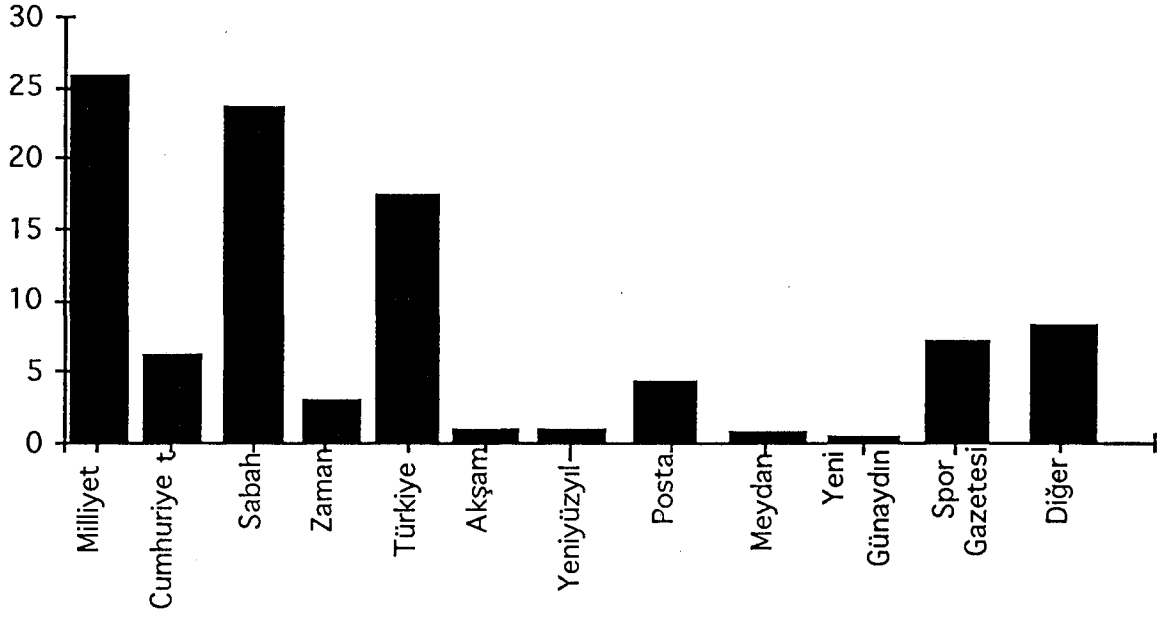
Uygulamadan elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının yüzde 42. 7'si Hürriyet gazetesini, yüzde 16.9'u Sabah gazetesini ve yüzde 15.7'si de Milliyet gazetesini okumaktadır. En sık okunan dördüncü gazete ise, yüzde 10.1'lik bir oranla Türkiye gazetesidir. Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinin okunma oranı aynıdır ve yüzde 2.8'dir. Yine aynı yüzdelere sahip diğer iki gazete ise, yüzde 1.1'lik okunma oranı ile Akşam ve Yeni Yüzyıl gazeteleridir. Yeni Günaydın gazetesinin okunma oranı 0.6 iken, diğer grubuna giren küçük gazetelerin oluşturduğu toplam oran da yüzde 6.2'dir. Ayrıca, bu soruyu 22 denek de cevapsız bırakmıştır.

Bu sonuçların değerlendirilmesine geçmeden önce "en sık okunan ikinci ve üçüncü gazetelere" ilişkin verilerin de aktarılmasında yarar görülmektedir. Buna göre en sık okunan ikinci ulusal gazeteye ilişkin elde

edilen veriler GRAFİK: 9'da gösterilmiştir.

GRAFİK: 9

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu İkinci Ulusal Gazete

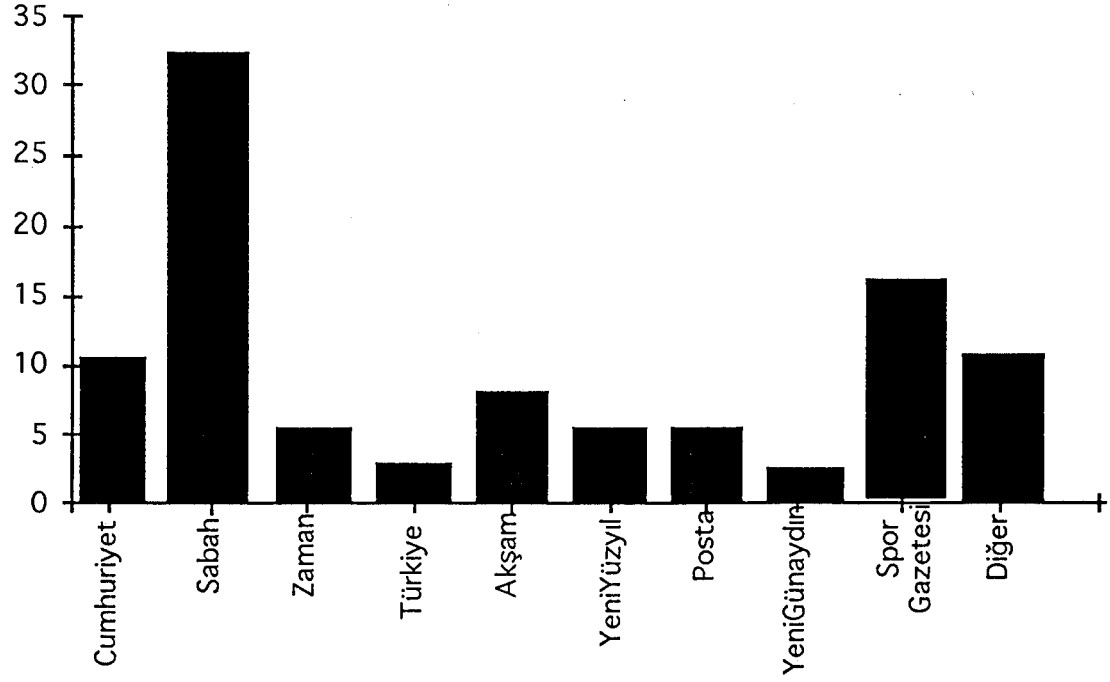


Uygulamadan elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının en sık okudukları ikinci ulusal gazete, yüzde 25.8 ile Milliyet gazetesidir. Milliyet gazetesini sırasıyla, yüzde 23.7 ile Sabah gazetesi, yüzde 17.5 ile Türkiye gazetesi, yüzde 7.2 ile Spor gazeteleri, yüzde 6.2 ile Cumhuriyet gazetesi, yüzde 4.1 ile Posta gazetesi izlemektedir. Zaman gazetesinin bu kategorideki oranı yüzde 3.1'dir. Akşam, Yeni Yüzyıl, Meydan ve Yeni Günaydın gazetelerinin oranı birbirleri ile aynıdır ve yüzde 1'dir. Diğer kategorisine giren gazetelerin toplamlarının oranı ise yüzde 8.2'dir. Ancak, bu soruyu 103 denek cevapsız bırakmıştır. Bu, yaklaşık yüzde 50 gibi sonucu tamamen etkileyecek bir oranı oluşturmaktadır. Bu duruma göre, bu soruyu yalnızca 97 denek cevaplandırmıştır. Bir başka deyişle, deneklerin yaklaşık yüzde 50'si bu soruyu cevaplandırmıştır. Bu, her dört denekten yalnızca ikisinin ikinci bir ulusal gazete okuma eyleminde ya da eğiliminde bulunduğunu göstermektedir. Değerlendirmede bu durumun gözardı edilmemesi gerekmektedir.

Yine aynı biçimde en sık okunan üçüncü ulusal gazeteye ilişkin elde edilen veriler GRAFİK: 10'da gösterilmiştir.

GRAFİK: 10

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Üçüncü Ulusal Gazete



Yine uygulamadan elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının en sık okudukları üçüncü ulusal gazete, yüzde 32. 4 ile Sabah gazetesidir. Sabah gazetesini de sırasıyla yüzde 16.2'lik bir oranla Spor gazeteleri, yüzde 10.8'lik bir oranla Cumhuriyet gazetesi ve yüzde 8.1'lik bir oranla da Akşam gazetesi izlemektedir. Zaman, Yeni Yüzyıl ve Posta gazetelerinin oranları birbirleri ile aynıdır ve yüzde 5.4'dür. Türkiye ve Yeni Günaydın gazetelerinin oranları da birbirleri ile aynıdır ve yüzde 2.7'dir. Diğer kategorisinde değerlendirilen gazetelerin toplamları oranı ise 10.8'dir. Ne var ki, bu soru 163 denek tarafından cevapsız bırakılmıştır. Bu duruma göre, bu soruyu yalnızca 37 denek cevaplandırmıştır. Bir başka deyişle, deneklerin yaklaşık yüzde 25'i bu soruyu cevaplandırmıştır. Bu, her dört denekten yalnızca birinin üçüncü bir ulusal gazete okuma eyleminde ya da eğiliminde

bulunduğunu göstermektedir. Değerlendirmede bu durum gözardı edilmemelidir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 12, Tablo: 13 ve Tablo: 14).

Uygulamada yer alan ve 25. soruda yöneltilen, "en sık okunan birinci, ikinci ve üçüncü ulusal gazetelere" ilişkin elde edilen veriler, Eskişehir'deki yerel basın okurlarına yönelik bir araştırmada ulusal gazetelere ilişkin tercihleri açıkca ortaya koymaktadır. Eski, büyük, daha çok tanınan ve yerleşik olan ve popüler söylemleri tercih eden gazetelerin pazara hakim oldukları, fikir gazetelerinin oldukça düşük düzeylerde okuyucu kitlesine sahip olduklarını ve talep gördüklerini, hatta fikir gazetelerinin ikinci ve üçüncü okunan gazete sıralamasında bile kaydadeğer bir orana sahip olmadıklarını söylemek mümkündür. Veriler ayrıca Türk basınındaki tekelleşmeyi de gözler önüne sermektedir. Gazetelerin her üç kategorideki okunma oranlarında büyük holding gazetelerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bunda elbette bu gazetelerin promosyon ve lotarya destekli satışları ile kamuoyunun özellikle son yıllarda bu amaca dönük olarak bu gazateleri satın almalarının da etken unsurlar olduğu söylenebilir.

Gazeteci Ümit Otan'ın çalışmanın birinci bölümünde yer verilen görüşlerinde de dile getirdiği gibi, basın sektöründeki beş büyük gazetenin yıllık cirosu (1985 rakamları ile) ortalama 80 trilyona ulaşmış, kamusal görevler bir yana itilmiş, haberin "mal", okurun "müşteri", gazetenin "süper market" diye tanımlandığı bir döneme gelinmiştir. Otan; Türkiye'de devlet tekelinin kalkmasından sonra, sermaye tekelinin basını ele geçirdiğini ve kazanca giden her yolun mübah olarak görülmeye başlandığını; kazanca giden yolda ise basının, her türlü kamusal görevden kendini soyutlayarak ve daha da kötüsü, lotarya ve çeşitli kampanyalarla artık bireylerin beyinlerini de kendi çıkarlarına endekslediklerinden sözetmektedir (Bkz. Bölüm: 1-; Sayfa: 11).

Aynı biçimde konuya ilişkin olarak Korkmaz Alemdar da; Türk toplumunda gazetenin haber vermekten uzak bir niteliğe büründüğünü, artık gazetelerde, haberin birinci planda değil, haberin yanısıra, haberi satmak için başka malların daha ön planda sunulmasına başlandığını söylemektedir (Bkz. Bölüm: 1; Sayfa: 10). Bir diğer deyişle, okuyucu bu tür gazetelerle bir anlamda çıkar ilişkisine girmiş, bu gazetelerden doyurucu, doğru ve nitelikli bir içerik yerine, gazetenin sunduğu mallardan edinme çabasına girmeyi tercih etmeye başlamış ya da buna yönlendirilmiştir denilebilir. Eskişehir'deki yerel basın okurlarından elde edilen "en sık okunan birinci, ikinci ve üçüncü ulusal gazetelere" ilişkin veriler de Otan ve Alemdar'ın bu görüşlerini destekler niteliktedir. Sözü edilen gazetelerin her sıralamada büyük oranlarla önde çıkmasının önemli bir nedeni olarak söz konusu lotarya-promosyon kampanyalarının etken olduğu düşünülebilir. Ayrıca Türk toplumunda var olan okuma kültürünün zayıflığı ile düşünceye ya da ideolojiye yönelik uzak durma eğilimi ve daha popüler söylemlerin talep görmesi gibi unsurlar da, bu tür gazetelerin tercih edilmesinde birer etken olarak görülebilir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarına yöneltilen bir başka soru, okurların okudukları ulusal gazeteyi satın alıp almadıklarına ilişkindir (Bkz. Ek-1; 26. Soru). Alınan cevaplardan elde edilen bilgiler TABLO: 14'de özetlenmiştir.

TABLO: 14

Eskişehir Yerel Basın Okurları Okudukları

Ulusal Gazete Ya da Gazeteleri Satın Alarak mı Okuyor?

OKUDUĞU ULUSAL GAZETEYİ SATIN ALARAK MI OKUYOR?	OKUYAN
Satın Alıyor	73,7
Satın Almıyor	26,3

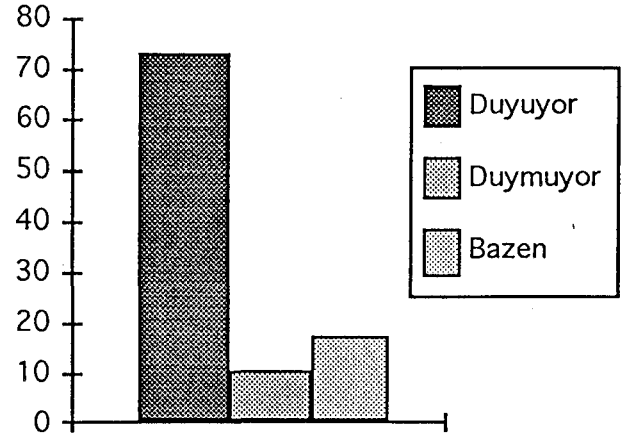
TABLO: 14'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 73.7'si okudukları ulusal gazete ya da gazeteleri satın alarak okumaktadır. Yüzde 26.3'ü ise bu gazeteleri satın almadan okumaktadır. Bir diğer deyişle, her dört okurdan üçü okuduğu ulusal gazeteyi satın almaktadır. Ayrıca bu soruya 21 denek cevap vermemiştir. Gazeteyi satın almadan okuyanların kahvehane, cafeterya, işyeri gibi ortamlar için düzenli olarak alınan gazetelerden yararlandıkları söylenebilir. Ayrıca eve giren ya da arkadaştan istenerek okunan gazeteler de bu grup içinde değerlendirilebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 18).

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarına "günlük yaşamlarında yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duyup duymadıkları da sorulmuştur (Bkz. Ek-1; 29. Soru). Bu soruya ilişkin elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 11'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 11

Eskişehir Yerel Basın Okurları Günlük

Yaşamlarında Yerel Bir Gazete Okumaya İhtiyaç Duyuyorlar mı?



GRAFİK: 11'de görüldüğü gibi, deneklerin yüzde 72.5'i günlük yaşamlarında yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duyduklarını, yüzde 17.5'i bu ihtiyacı bazen duyduklarını, yüzde 10'u da yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duymadıklarını belirtmiştir. Bu soruya deneklerin tamamı cevap vermiş bulunmaktadır. Bu açıdan sonuçların güvenirliğinın yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre, yerel kamuoyunun yerel bir gazeteye ihtiyaç duyduğunu söylemek mümkündür. Burada, çalışmanın önceki bölümlerinde yerel gazetelerin işlevlerine ilişkin ifade edilen bir iki düşünceyi hatırlatmakta yarar görülmektedir. Yerel iletişim ortamının en önemli ve en eski araçlarından biri olan 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 kamuoyu oluşturma özelliklerine de sahiptirler. Yerel halkı regüle edici özellikleriyle, diğer kitle iletişim araçlarından çok daha önemli bir konuma sahiptirler (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 176). Küçülen ve sınırların kalkma eğilimine girdiği dünyada, toplum ve içindeki birey, bir yandan dünyanın her yerinden bütün bir gün boyunca,

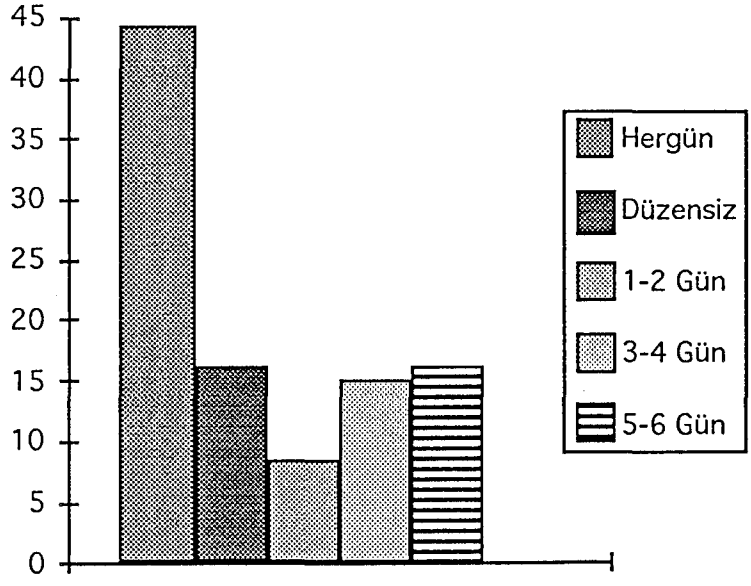
yüzlerce kanaldan gelen haberler ile dünya vatandaşlığını yaşarken, diğer yandan da daha lokal ilişkilerle ve yaşadığı çevreye, kültüre, topluluğa daha yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusu ile yaklaşmaktadır. Bu noktada ise yerel basın bireyin en büyük başvuru kaynağı olmaktadır (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 148-149). Yerel kültürün ve çevrenin en büyük sosyalleşme aracının yerel basın olarak kabul edildiği de bir gerçektir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 174). Yerel gazeler yine aynı zamanda yöredeki sosyal yaşamın en önemli kullanım, paylaşım ve iletişim araçlarıdır (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 176).

Konunun bu düşüncelerin ışığında ele alınması durumunda, uygulamanın 29. sorusuna verilen cevaplarda, deneklerin günlük bir yaşam içinde yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duymalarının yaklaşık yüzde 90 gibi bir oranda olması doğal görünmektedir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 15).

Uygulamada deneklerin düzenli olarak yerel bir gazete okuduğu da saptanmıştır (Bkz. Ek-1; 30. Soru). Okurlara haftada kaç gün yerel gazete okuduklarına ilişkin yöneltilen sorudan (Bkz. Ek-1; 31. Soru) elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 12'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 12

Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Yerel Gazete Okuyor?



GRAFİK: 11'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 44.2'si hergün yerel gazete okumaktadır. Haftada 5-6 gün yerel gazete okuyanların oranı ise yüzde 16.1'dir. Haftada 3-4 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 15.1 iken, haftada 1-2 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 8.5 düzeyindedir. Düzensiz olarak yerel gazete okuyanların oranı ise 16.1 düzeyindedir. Bu soruya yalnızca bir denek cevap vermemiştir. Bu açıdan sonuçların güvenirliğinın yüksek olduğu söylenebilir. Elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının yarısından fazlasının yerel bir gazeteyi yakından izlediklerini ve yerel bir gazete okuyucusu olduklarını söylemek mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 16).

Uygulamanın bir başka sorusu da yerel gazete okumaya ayrılan günlük zamana ilişkindir (Bk. Ek-1; 32. Soru). Elde edilen veriler TABLO: 15'de özetlenmiştir.

TABLO: 15

Eskişehir Yerel Basın Okurları Günde Yerel Gazete Okumaya Ne Kadar Zaman Ayırıyor?

GÜNDE YEREL GAZETE OKUMAYA NE KADAR ZAMAN AYIRIYOR?	OKUYAN
15 dk.dan az	24,5
15-30 dak.	41,5
30 dak.-1 saat	26
1 saat ve fazla	8

TABLO: 15'de görüldüğü gibi, yerel gazete okumaya ayrılan en uzun zaman 15-30 dakika arasındadır ve bunun oranı da yüzde 41.5'dir. Yerel bir gazeteyi okumaya 30 dakika ile 1 saat arasında zaman ayıranların oranı ise yüzde 26'dır. Bunu yüzde 24.5 oranı ile 15 dakikadan az zaman ayıranlar

izlemektedir. Yerel bir gazete okumaya bir saat ve daha fazla zaman ayıranların oranı ise yüzde 8'dir. Bu soruyu uygulamaya katılan deneklerin tamamı cevaplandırmıştır. Bu açıdan sonuçların güvenirliğinin yüksek olduğu söylenebilir. Buna göre, elde edilen sonuçları, ulusal gazete okumaya ayrılan zamana ilişkin yapılan değerlendirmelerden ayrı tutmamak gerekmektedir. Benzeri değerlendirmeler yerel gazeteler için de geçerlidir. Ancak yerel gazeteler için farklılık gösteren iki temel konu vardır. Bunlardan birincisi yerel gazetelerin ulusal gazeteler gibi promosyon-lotarya kampanyaları düzenlemediği ve böylelikle gerçek okuyucu kitlesine sahip olduklarıdır. Yerel gazeteleri ulusal gazetelerin okunma sürelerinden ayıran ikinci temel unsur ise, ulusal gazetelere göre daha az sayfa ile ve oldukça zayıf bir içerikle yayımlanıyor olmalarıdır. Bu içerik ve sayfa sayısına ilişkin zayıflık, doğal olarak bu gazetelerin okunma sürelerini de oldukça kısaltmaktadır. Gerçekten de, yerel gazeteleri bugünkü durumları ile 15 dakika ile 45 dakika arasında değişen sürelerde okumak olanaklı görülmektedir. Bu konuya ilişkin ayrıntılı bilgi 3. Bölüm'de, Eskişehir yerel basınına ilişkin bilgiler ise 4. Bölüm'de "Eskişehir Basınının Bugünü" alt başlığı altında 248 ile 260. sayfalar arasında ayrıntılı biçimde anlatılmıştır (Ayrıca bkz. Ek-3; GRAFİK: 19).

Uygulamanın aynı kapsamdaki bir diğer sorusu da yerel basın okurlarının düzenli olarak en sık okudukları yerel gazeteye ilişkindir (Bkz. Ek-1; 33. Soru). Elde edilen bilgiler TABLO: 16'da özetlenmiştir.

TABLO: 16

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Düzenli Olarak En Sık Okuduğu Yerel Gazete?

DÜZENLİ OLARAK EN SIK OKUDUĞU YEREL GAZETE?	OKUYAN
Sakarya	80,5
İstikbal	12,5
Milli İrade	2
Son Haber	1
İki Eylül	0,5
Eskişehir 2000	3,5

TABLO: 16'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının en sık okudukları yerel gazete yüzde 80.5 ile Sakarya gazetesidir. Sakarya gazetesini, yüzde 12.5 ile İstikbal gazetesi izlemektedir. Milli İrade gazetesini okuyanların oranı yüzde 2, Son Haber gazetesini okuyanların oranı ise yüzde 1'dir. Yerel basın okurlarının ancak yüzde 0.5'i İki Eylül gazetesini okumaktadır. Eskişehir 2000 gazetesini okuyanların oranı yüzde 3,.5 olmakla birlikte, bu gazetenin anket uygulamasından hemen sonra, çalışmanın devam ettiği süre içinde yayın hayatından çekildiğini belirtmek gerekmektedir. Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı ve bu nedenle geçerliliği yüksek kabul edilebilecek bu sorudan elde edilen verilere göre, Eskişehir'de halen yayımlanmakta olan beş gazete içinde Sakarya gazetesinin çok açık bir üstünlüğünün bulunduğunu söylemek mümkündür. Bölgenin en eski ve güçlü gazetesi olma özelliği taşıyan Sakarya gazetesinin, kent yaşamında yerel bir iletişim aracı olarak ağırlığını oldukça hissettirdiği söylenebilir.

Eldeki bu çalışmayı gerçekleştiren araştırmacının, Sakarya gazetesinde yaklaşık 2 yıllık aktif görevde bulunması (Genel Yayın Koordinatörlüğü)

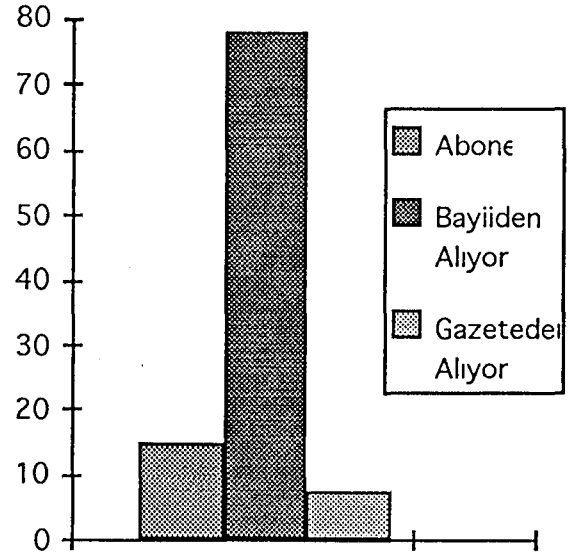
sürecinde yapılan gözlemlerden ve bu uygulama sırasında elde edilen deneyimlerden yola çıkarak, yukarıdaki verilerin doğru olduğunu söylemek de mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 20).

Uygulamadan elde edilen bir diğer bilgi ise, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının okuduklarını belirttikleri yerel gazeteyi satın almalarına ilişkindir (Bkz. Ek-1; 34. Soru). Bu soruya verilen cevaplara göre, yerel basın okurlarının yüzde 66'sı okudukları yerel gazeteyi satın almadan okumaktadırlar. Yerel gazeteyi satın alarak okuyanların oranı ise yüzde 34'dür. Ayrıca bu soru tüm denekler tarafından cevaplandırılmıştır ve bu nedenle yüksek düzeyde bir geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir. Bu verilere göre, yerel gazetelerin satın alınma oranlarının çok düşük olmasına rağmen okunma oranlarının ya da elden ele geçerek pek çok okuyucuya ulaşma düzeyinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Diğer bir deyişle, yerel gazeteler satıldıkları oranın çok üstünde okuyucu kitlesine sahiptirler demek mümkündür. İlerleyen bölümde 38. sorudan elde edilen verilerin değerlendirilmesi sırasında da görüleceği gibi yerel gazetelerin en çok okundukları yerler kahvehane, işyeri ve evlerdir. Bu ortamlar ise, birden çok fazla kişinin paylaştığı ortamlardır ve bu ortamlara gelen bir gazeteyi gün boyunca pek çok kişi satın almaya gerek duymadan okuyabilmektedir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo:17 ve Ek-3; Grafik: 21).

Uygulamada aynı çerçeveden hareketle devam edilen bir sonraki soruda, Eskişehir'deki yerel basın okurlarına satın alarak okudukları yerel gazeteyi nereden satın aldıkları sorulmaktadır (Bkz. Ek-1; 35. Soru). Elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 13'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 13

Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Alarak Okudukları Yerel Gazeteyi Nereden Satın Alıyor?



GRAFİK: 13'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 77.9'u okudukları yerel gazeteyi bayiiden satın almaktadırlar. Okurların yüzde 14.7'si okudukları yerel gazeteye abone olmaları nedeniyle, gazete posta yolu ile adreslerine ulaşmaktadır. Okurların yüzde 7.4'ü ise okudukları yerel gazeteyi doğrudan gazete binasına gelerek buradan satın almaktadırlar. Ancak bu soruya 132 denek cevap vermemiştir. Bir diğer deyişle, yaklaşık yüzde 60 okuyucu gazeteyi nereden satın aldıklarını belirtmemişlerdir. Bu durum değerlendirmede gözardı edilmemelidir. Öte yandan doğrudan yerel gazete binasından gazete satın almak da kaydadeğer unsurlardan biri olarak görülebilir. Ulusal basında söz konusu olamayacak böylesi bir durum, ancak yerel basına özgü bir gazete satış biçimi olarak değerlendirilebilir. Abone olunması nedeniyle gazeteye ulaşan kişi sayısının düşüklüğü de, yerel gazetelerin bu sisteme gereken önemi vermediklerinin bir göstergesi olark düşünülebilir. Ancak hızla artan gazete maliyetlerinin

abonelere hemen yansıtılamaması ve posta ücretlerindeki artışında gazetelere ek maliyet yüklemesi, gazeteler açısından abonelik sistemini cazip kılmamaktadır. Gazetelerin abonelere geç ulaşması ya da kimi zaman hiç ulaşmaması gibi sorunların sık sık yaşanması da, bu sistemin yerel gazeteler tarafından tercih edilmemesinde önemli bir etken olarak görülmektedir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 18).

Uygulamada Eskişehir yerel basın okurlarına satın aldıkları yerel gazeteyi kaç yıldan buyana okudukları da sorulmuştur (Bkz. Ek-1; 36. Soru). Bu sorudan elde edilen bilgiler TABLO: 17'de özetlenmiştir.

TABLO: 17

Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Aldıkları Yerel Gazeteyi Kaç Yıldan Buyana Okuyor?

SATIN ALDIĞI YEREL GAZETEYİ KAÇ YILDAN BUYANA OKUYOR?	OKUYAN
1 Yıldan Az	22,5
1-2 Yıl	16,9
3-4 Yıl	18,3
5-6 Yıl	5,6
7-8 Yıl	8,5
9-10 Yıl	5,6
10-15 Yıl	18,3
15 Yıldan Fazla	4,2

TABLO: 17'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 22.5'i satın aldıkları yerel gazeteyi 1 yıldan daha az bir süreden buyana okuduğunu belirtmişdir. Bu oranı yüzde 18.3 gibi bir düzey ile 10-15 yıldan buyana okuyanlar izlemektedir. Aynı şekilde 3-4 yıldan buyana okuyanların oranı da 18.3'dür. Okurların yüzde 16.9'u satın aldıkları yerel gazeteyi 1-2 yıldan buyana okuduğunu, yüzde 8.5'i 7-8 yıldan buyana okuduklarını

belirtmişlerdir. Okudukları yerel gazeteyi 5-6 yıl ile 9-10 yıldan buyana okuduklarını belirtenlerin oranı birbirleriyle aynıdır ve bu oran yüzde 5.6'dır. Okuduğu yerel gazeteyi 15 yıldan fazla bir zamandan buyana okuduğunu belirtenlerin oranı ise ancak yüzde 4.2 düzeyindedir. Ayrıca bu soruya 129 denek cevap vermemiştir ki, bu durum, tüm tabloyu etkileyecek bir sayı olarak kabul edilebilir. Öte yandan yerel gazeteyi satın alarak okuduğunu belirtenlerin oranının en yüksek değer olarak "bir yıldan az bir süre" çıkması şaşırtıcı bir sonuç olarak düşünülebilir. Eskişehir'deki yerel gazetelerin kuruluş tarihleri eski olmakla birlikte okurlarının kaydadeğer bir oranı gazeteyi henüz yeni sayılabilecek bir süreden buyana satın alarak okuduğunu belirtmiştir. Aslında Eskişehir'deki yerel gazetelerin özellikle son bir-iki yılda çeşitli teknolojik yatırımlara girdiklerini, haber ve sayfa tasarımlarını düzeltmeye çabaladıklarını söylemek yanlış olmaz. Ayrıca sayfalarına reklam ve ilan alma oranlarının oldukça yükseldiği, kentte yerel basına yönelik bir eğilimin arttığı da söylenebilir. Ancak yine de, çıkan sonuçların beklentinin tersinde geliştiği de bir gerçektir. Elbette bu aynı zaman da Eskişehir'deki yerel basının gün geçtikce tiraj kazanmaya, daha fazla tanınmaya, daha fazla kişi tarafından izlenilmeye başladığının da bir göstergesi olarak kabul edilebilir ki, böylesi bir gelişme sevindiricidir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 22).

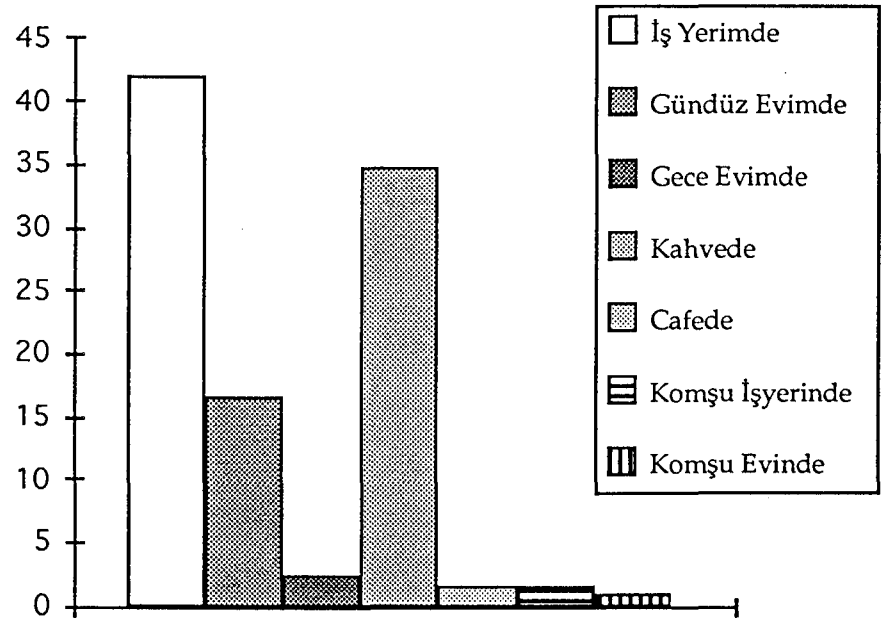
Eskişehir'deki yerel basın okurlarına "satın almak istediğinizde ya da şu anda okuduğunuz yerel gazeteleri her zaman kolaylıkla bulabiliyor musunuz?" biçiminde bir soru yöneltilmiştir (Bkz. Ek-1; 37. Soru). Okurların bu soruya verdikleri yanıtların yapılan değerlendirmesi sonucu, yerel gazete okurlarının yüzde 95.9'unun bu gazeteleri kolaylıkla bulabildiği, yüzde 2.7'si bazen bulabildikleri ve yüzde 1.4'ünün de bu gazeteleri her zaman kolaylıkla bulamadıkları saptanmıştır. Ancak bu soruya 127 denek

cevap vermemiştir ki, bu rakam, tüm değerlendirmeyi etkileyebilecek bir oran olarak görünmektedir. Ancak eldeki verilerle yine de yerel gazete okurlarının istedikleri yerel gazeteleri kolaylıkla bulabilme olanağına sahip oldukları, ancak yerel bir ortam için kolaylıkla bulamadığını ya da bazen bulabildiğini belirten toplam yüzde 4.1'lik bir okuyucu oranın yüksek bir oran olduğu da düşünülebilir. Yerel gazetelerin özellikle Eskişehir gibi bir kent ortamında, tüm olanaklara ve kent kolaylıklarına sahip olmakla birlikte, halen kimi okuyucularına ya da düzenli okuyucu olabilecek bir kitleye ulaşamaması sorununun olması elbette kabul edilmeyebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo:19 ve Ek-3; Grafik: 23).

Eskişehir'deki yerel basın okurlarına "yerel gazeteleri daha çok nerede okuyorsunuz?" biçiminde yöneltilen sorudan (Bkz. Ek-1; 38. Soru) elde edilen veriler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 14'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 14

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Daha Çok Nerede Okuyor?



GRAFİK: 14'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 41.9'unun yerel gazeteyi işyerinde, yüzde 34.,8'inin de kahvehanede okuduğu saptanmıştır. Üçüncü büyük oran da yüzde 16.7'lik bir oranla "gündüz evimde" diyen okurlara aittir. Yerel gazeteyi gece evinde okuyanların oranı yüzde 2.5 iken, cafede okuyanların oranı yüzde 1.5'dir. Yerel gazeteyi komşu işyerinde okuyanların oranı da cafede okuyanların oranı ile aynıdır ve yüzde 1.5'dir. Yerel gazeteyi komşu evinde okuyanların oranı ise yüzde 1'dir. Bu soruya yalnızca 2 denek cevap vermemiştir. Bu nedenle elde edilen verilerin doğruluk düzeyinin yüksek olduğu düşünülebilir. Elde edilen verilere göre yerel gazetenin en çok işyerinde, daha sonra kahvehanelerde ve sonra da evde -ki bu oran toplam 19.2'dir- okunuyor olması sürpriz bir sonuç olmamaktadır. Yerel gazetelerin evlere giriş oranı yeterli görünmemekle birlikte, yaklaşık yüzde 20 oranında giriyor olması da önemli bir sonuç olarak düşünülebilir. Bu sonuçlar aynı zamanda yerel gazetelere ilişkin 34. soruda ifade edilen, "okuduğunuzu belirttiğiniz yerel gazeteyi satın alarak mı okuyorsunuz?" sorusunu da açıklayıcı bir nitelik taşımaktadır. Elde edilen veriler 34. soruda yapılan açıklamada da olduğu gibi, yerel gazetelerin toplu ve kalabalık bulunulan mekanlarda ve birden fazla kişi tarafından okunduğunu göstermektedir. Bu nedenle satış rakamlarının yerel gazeteler için aslında çok da önemli bir ölçü olmadığını söylemek mümkündür. Ulusal gazeteler için de geçerli olan bu durum, özellikle yerel gazetelere ilişkin saptamalarda daha fazla ortaya çıkabilmektedir (Ayrıca bkz. Ek-1; Tablo: 20).

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da okurların "yerel gazetede okumayı ilk tercih ettiği yer"e ilişkindir (Bkz. Ek-1; 39. Soru). Bu soruya alınan cevaplardan yola çıkılarak elde edilen veriler TABLO: 18'de özetlenmiştir.

TABLO: 18

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Yerel Gazetede Okumayı İlk Tercih Ettiği Sayfa?

YEREL GAZETEDE OKUMAYI İLK TERCİH ETTİĞİ SAYFA	OKUYAN
Birinci Sayfa	69,8
Spor Sayfası	14,1
Baş Yazı	4,5
Köşe Yazıları	3
Ekonomi Köşesi	1
Faydalı Bilgiler	2,5
Küçük İlanlar	0,5
Resmi İlanlar	0,5
Farketmiyor	4

TABLO: 18'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 69, 8'inin yerel gazetede okumayı ilk tercih ettikleri sayfanın birinci sayfa olduğu saptanmıştır. Bunu izleyen ikinci yüksek değer yüzde 14,1 ile spor sayfasını tercih edenlere aittir. İlk olarak başyazıyı okuyanların oranı yüzde 4,5 ve ilk olarak köşe yazılarını okuyanların oranı ise yüzde 3'dür. Ekonomi köşesini tercih edenlerin oranı yalnızca yüzde 1 olurken, faydalı bilgileri tercih edenlerin oranı yüzde 2,5 düzeyindedir. İlk tercih ettiği yeri küçük ilanlar ve resmi ilanlar olarak belirtenlerin oranı birbiri ile aynıdır ve yüzde 0,5'dir. Yerel gazeteyi belirli bir yer gözetmeksizin okuyanların ve buna "farketmiyor" diyenlerin oranı ise yüzde 4 düzeyindedir. Bu soruya yalnızca bir denek cevap vermemiştir. Dolayısıyla elde edilen verilerin doğruluğunun güvenilir olduğu düşünülebilir. Elde edilen bu verilere göre, yerel gazetelerin başsayfasının yerel gazete okurları açısından ilk tercih

edilen yer olduğu söylenebilir. Yerel bir kent ortamı için, en önemli unsurlardan biri olan kentin spor takımlarının etkinliklerine ilişkin haberlerin, geniş kitleleri ilgilendirmesi nedeniyle en çok tercih edilen ikinci grubun spor sayfası olması da doğal olarak kabul edilebilir. Ekonomi köşesinin en az tercih edilen yerler arasında olması bu köşeden yararlanılmıyor anlamını taşımamaktadır (Bu konuda bir sonraki bölümde yer alan 40. sorudan elde edilen verilere bakınız). Ancak kentlerin kendi ekonomik canlılıklarını hergün haber olacak düzeyde yaratamadıkları, yerel ekonominin ulusal ekonomiye endeksli ve ulusal ekonominin kontrolünde gidiyor olması nedeniyle, bu haberlerin ulusal düzeydeki kitle iletişim araçlarından karşılanıyor olması gibi unsurların da ekonomi köşesinin cazibesinin artmasını, yerel okuyucunun ilk anlamda ilgisinin çekilmesini engellediği söylenebilir. Bu nedenle okurların yerel gazetelerden böyle bir bilgi alınmasına ihtiyaç duymadıklarını, bunun yanısıra, yerel gazetelerin yerel ekonomik gelişmeler ve haberler konusunda bile yetersiz haber ve yorum aktarmaları nedeniyle pek tercih edilmediklerini de söylemek mümkündür. Küçük ilanlar ve resmi ilanların henüz yerel kamuoyunun büyük kesimi tarafından takip edilmediğini, ancak zorunluluk ya da ihtiyaç gereği ilan verenlerin ya da izleyenlerin bu köşeleri izledikleri söylenebilir. Faydalı bilgiler köşesinin, ilanlar ve ekonomi köşesinden daha fazla tercih ediliyor olmasını, yerel gazetelerin özellikle evlerdeki bayan okuyucu kitlesi tarafından izlenmesine bağlamak mümkündür. Ayrıca başyazının ve köşe yazılarının da beklenen tercih oranlarına sahip olmalarını, bu köşelerin yerel kamuoyunun yeterince ilgisini çekememelerine, yerel kitleyi yeterince ilgilendirmemesine bağlamak da mümkün görünmmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak; yerel gazetelerin aslında birinci sayfalarındaki haberler, spor sayfasındaki haber ve

yorumlar ve biraz da başyazı dışında pek fazla tercih edilmediklerini, gazetelerin diğer konularda oldukça yetersiz kaldıklarını söylemek mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 24).

Yerel basın okurlarının ulusal ve yerel gazete okuma düzeylerine ilişkin bu bölüm için genel bir değerlendirme yapılması durumunda, ulusal gazetelerin Eskişehir gibi bir kentte yerel basının yanısıra oldukça iyi bir düzeyde okur kitlesine sahip olduklarını ancak bugünkü içerik yoğunlukları ve sayfa sayılarına göre ulusal gazetelere gerçekten okumak ve bilgilenmek amacıyla başvuranların oranının çok yüksek bir düzeyde olmadığı söylenebilir. Kişilerin gazetelerden alışkanlıkları, sahip oldukları kültür ve beklentileri düzeyinde yararlandığını da bir kez daha burada eklemekte yarar görülmektedir. Uygulamadan elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının yüzde 42, 7'si Hürriyet Gazetesini, yüzde 16,9'u Sabah Gazetesini ve yüzde 15,7'si de Milliyet Gazetesini okumaktadır. En sık okunan dördüncü gazete ise yüzde 10,1'lik bir oranla Türkiye Gazetesidir. Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri'nin okunma oranı aynıdır ve yüzde 2,8'dir. Eski, büyük, daha çok tanınan, yerleşik olan ve popüler söylemleri tercih eden gazetelerin pazara hakim oldukları, fikir gazetelerinin oldukça düşük düzeylerde okuyucu kitlesine sahip oldukları, hatta fikir gazetelerinin ikinci ve üçüncü okunan gazete sıralamasında bile kaydadeğer bir orana sahip olmadıkları da bir kez daha vurgulanabilir. Veriler ayrıca Türk basınındaki tekelleşmeyi de gözler önüne sermektedir. Gazetelerin her üç kategorideki okunma oranlarında büyük holding gazetelerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bunda elbette bu gazetelerin promosyon ve lotarya destekli satışları ile kamuoyunun özellikle son yıllarda bu amaca dönük olarak bu gazateleri satın almalarının da etken unsurlar olduğu söylenebilir. Ayrıca elde edilen verilere göre, her dört okurdan üçü okuduğu ulusal gazeteyi satın almaktadır.

Yerel gazetelere ilişkin verilerde de deneklerin yüzde 72,5'inin günlük yaşamlarında yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duyduklarını, yüzde 17,5'inin bu ihtiyacı bazen duyduğunu, yüzde 10'unun da yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duymadığını söylemek mümkündür.

Yapılan saptamalardan biri de Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 44,2'sinin hergün yerel gazete okumasına ilişkindir. Haftada 5-6 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 16,1'dir. Haftada 3-4 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 15,1 iken, haftada 1-2 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 8,5 düzeyinde saptanmıştır. Öte yandan bir başka saptamada yerel gazetelerin okuyucularınca 15 dakika ile 45 dakika arasında değişen sürelerde okunduğuna ilişkindir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının en sık okudukları yerel gazetenin yüzde 80,5 ile Sakarya Gazetesi, yüzde 12,5 ile de İstikbal Gazetesi olduğu söylenebilir. Yine, yerel basın okurlarının yüzde 66'sının okudukları yerel gazeteyi satın almadan okuduklarını, satın alarak okuyanların oranının ise yüzde 34 olduğunu söylemek mümkündür.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 77,9'u okudukları yerel gazeteyi bayiiden satın almaktadırlar. Okurların yüzde 14,7'si okudukları yerel gazeteye abone olmaları nedeniyle, gazete posta yolu ile adreslerine ulaşmaktadır. Okurların yüzde 7,4'ü ise okudukları yerel gazeteyi doğrudan gazete binasına gelerek buradan satın almaktadırlar.

Öte yandan yerel gazeteyi satın alarak okuduğunu belirtenlerin oranının en yüksek değer olarak "bir yıldan az bir süre" çıkması şaşırtıcı bir sonuç olarak düşünülebilir. Yerel gazete okurlarının yüzde 95,9'unun bu gazeteleri kolaylıkla bulabildiği, yüzde 2,7'si bazen bulabildikleri ve yüzde 1,4'ünün de bu gazeteleri her zaman kolaylıkla bulamadıkları da

saptanmıştır. Elde edilen verilere göre yerel gazeteler sırasıyla en çok işyerlerinde, kahvehanelerde ve evlerde okunmaktadır. Bu verilere göre, yerel gazetelerin başsayfasının yerel gazete okurları açısından ilk tercih edilen yer olduğu söylenebilir. Bir diğer tercih edilen sayfa da spor sayfasıdır.

Bu bölümde yerel basın okurlarının ulusal ve yerel gazeteleri okuma etkinlik ve düzeyleri değerlendirilmiştir. İzleyen bölümde ise aynı kitlenin yerel gazetelerden elde ettiği yarar düzeyine ilişkin bilgiler değerlendirilecektir.

4-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERDEN ELDE ETTİĞİ YARAR VE TATMİN DÜZEYİ

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettiği yarar düzeylerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 40-43. sorular arasında yer almıştır. (Bkz. Ek-1; 40-43. sorular).

Eskişehir'deki yerel basın okurlarına bu bölüme ilişkin yöneltilen bir soru ile (Bkz. Ek-1; 40. Soru), yerel gazete okuyarak elde edebilecekleri faydalar sıralanmış, okurlardan kendileri için geçerli olanlar istenmiştir. 12 ayrı konuda oluşturulan ve okurlardan kendileri için geçerli olanları işaretlemeleri istenen faydalar ve oranları TABLO: 19'da özetlenmiştir.

TABLO: 19

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Yerel Bir Gazete Okuyarak Elde Ettiği Yararlar?

ELDE EDİLEN YARARLAR	OKUR %'si
Eskişehir'de olup bitenler hakkında bilgi ediniyor.	% 96
Şehri yönetenlerin çalışmaları hakkında bilgi ediniyor.	% 78,5
Yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin bilgi ediniyor.	% 60
Yerel ekonomi hakkında bilgi ediniyor.	% 67,5
Yerel spor takımları hakkında bilgi ediniyor.	% 64,5
Belediyelerin faliyetleri hakkında bilgi ediniyor.	% 71
Resmi kurumların faaliyetleri hakkında bilgi ediniyor.	% 42,5
Günlük olarak ihtiyaç duyduğu acil bilgileri ediniyor (nöbetçi eczaneler, önemli telefonlar, gibi).	% 56
Dinleniyor ve eğleniyor (bulmaca, fal, çizgi roman gibi).	% 48
Şehir hakkında bilgi ediniyor ve yakın çevresine bu bilgileri aktarma fırsatı buluyor.	% 62
Yaşamı renkleniyor, tek düzelikten kurtuluyor, başkalarının yaşamlarını izleyebiliyor.	% 40,5
Yayınlanan küçük ilanlardan, resmi ilanlardan ve reklamlardan yararlanıyor.	% 65

TABLO: 19'da sunulan faydalardan elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazete okuyarak; en fazla oranda, Eskişehir'de olup biten olaylar, kentin yöneticileri ve belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla bu gazetelerden yararlandıkları söylenebilir.

Yine aynı verilere göre, yerel gazeteden yerel ekonomi hakkında bilgi edinme yoluyla yararlandıklarını belirtenlerin oranı yüzde 67,5'dir. Bu saptama, bir önceki bölümde "yerel gazetede okumayı ilk tercih ettiğiniz yer"e ilişkin edinilen verilerdeki, ekonomi köşesini tercih edenlerin oranı ile

çelişmektedir. Söz konusu soruda ekonomi köşesini tercih edenlerin oranının yüzde 1 olduğu görülmüştür. Oysa burada yüzde 67,5 oranında bir kitlenin yerel bir gazete okuyarak yerel ekonomi hakkında bilgi edindiği görülmektedir. Soru: 40'da yöneltilen, yerel bir gazeteden elde edilen yararlar arasında, "yerel ekonomi hakkında bilgi ediniyorum" seçeneğini, uygulamaya katılan 200 denekten 135'i elde ettikleri bir yarar olarak belirtirken, 65 deneğin bu seçeneği işaretlemediği de saptanmıştır. Çelişik bir durum gibi görünen bu sonuç, aslında yerel basın okurlarının yerel gazetede ilk okumayı tercih ettikleri yerin, ekonomi köşesi olmasa da yine de bu köşeden bir biçimde yararlandıklarını ortaya koymaktadır.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının elde ettiği yararlar arasında yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin edinilen bilgi oranı yüzde 60 olmakla birlikte yine de bu, düşük bir oran olarak kabul edilebilir. 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. Çalışmanın önceki bölümlerinde de belirtildiği gibi, yerel kamuoyunun bugün en net ve etkin olarak oluşabildiği konuların başında kentin spor kulüplerinin başarısı ve alanlarında verdikleri mücadeleler gelmektedir. Yerel bir spor kulübünün yapacağı karşılaşma, yerel kamuoyunun günlerce 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 (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 103). Bu düşünceler çerçevesinde, yerel gazetelerden yerel spor olaylarına ilişkin yararlanma düzeyinin yetersiz olduğunu söylemek mümkündür.

En önemli bulgulardan biri de yerel gazetelerden resmi kurumlar hakkında bilgi edinme amacıyla yararlananların oranına ilişkindir. Okurların yüzde 42,5'i gazetelerin bu işlevinden yararlanabilmektedir. Resmi kurumlara ilişkin haberlerin gazetelere yetersiz düzeyde yansımasının da bunda etkisi olduğu düşünülebilir.

Çalışmanı kuramsal bölümlerinde, "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın" adlı makaleye bir gönderme yapılarak söz konusu bölgelerde yapılan bir araştırma çerçevesinde yöre halkı ile yapılan görüşmelerde, halkın bu gazeteler için, ***gazete mi haber bülteni mi oldukları belli değil, dolayısıyla habercilikten de oldukça uzaklar*** biçiminde bir eleştiri getirdikleri belirtilmiştir. Bölgelerde yayımlarını sürdüren gazetecilerin de halkın bu görüşlerine katıldığının vurgulandığı makalede; gazetecilerin, 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, haber bültenlerini kullanmaktan başka kendilerine yapacak bir şeyin kalmadığını söyledikleri, ifade edilmektedir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 201).

Bu durum Eskişehir için bu düzeyde geçerlilik göstermemekle birlikte yine de az ve seyrek örneklerle de rastlansa, makelede belirtildiği biçimde, resmi kurumlardan yerel gazetelerin her türlü haberi her zaman rahatlıkla alabildiklerini söylemek güçtür. Bu da elbette gazetelerin konuya ilişkin haber oranlarına ve içeriklerine yansımaktadır denilebilir.

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 okurların yarısından fazlasının yararlandığı unsurlar olması elde edilen en önemli verilerden biri olarak görünmektedir. Okurların yaklaşık yüzde 60'ı diğer bir deyişle her on kişiden 6'sının bu bilgilerden yararlanıyor olması önemli bir oran olarak kabul edilebilir. Yine aynı şekilde yerel gazete yöneticileri ve çalışanlarınca en az önemsenen yerel bir gazetenin okuyucuyu dinlendirme ve eğlendirme unsurunun okurların yaklaşık yüzde 50'si tarafından yerel bir gazeteden elde edilen yarar olarak görülmesini, oldukça önemli bir veri olarak değerlendirmek mümkündür. Yerel gazetelerde, yukarıda söz edildiği gibi genellikle yer doldurmak, fazla zahmet harcamadan gazeteye yerleştirilen fal, bulmaca, çizgi roman, yararlı bilgiler gibi köşelerin, aslında okuyucuyu dinlendiren ve eğlendiren önemli bir unsur olarak görülmesi ve okurların yarısının bu amaçla yerel gazeteden yarar elde etmesi dikkate alınması gereken bir sonuç olarak düşünülebilir.

Okurlardan yüzde 62'si yerel gazetelerden yaşadıkları kent hakkında bilgi sahibi olduklarını ve yakın çevrelerine de bu bilgileri aktarabildiklerini belirtmektedirler. Böylelikle aslında bu 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 yarar olarak değerlendirilebilir. Berelson, **Gazetesiz Kalmak Ne Demektir** adlı makalesinde, bireylerin gazeteleri kullanma ya da gazetelerden yararlanma amaçlarından birinin de gazetelerden elde edilen bilgiler yoluyla 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. [363] Berelson'un bu saptaması burada bir kez daha kanıtlanmakta ve ifadesini bulmaktadır. Eskişehir'deki yerel basın okurlarının da yüzde 62'si bir başka deyişle her on okurdan 6'sı yerel gazeteyi bu amaçla kullanmakta ve yerel gazeteden böylesi bir yarar elde etmektedir denilebilir.

Okurların yüzde 40,5'i yerel gazetelerin yaşamlarını tek düzelikten kurtardığını, renklendirdiğini ve başkalarının yaşamlarını izleyebildiklerini belirtmişlerdir. Okurlardan yüzde 40,5'inin başka bir deyişle her on kişiden 4'ünün yerel gazeteden elde edilen bir yarar olarak gördükleri bu unsur da gözardı edilmemesi gereken bir düzeydedir. Bir anlamda yerel gazetelerin işlevlerinden biri de yerel iletişim ortamının bir aracı olmaları gereği kentte yaşayan bireylerin yaşamlarını renklendirmeleridir denilebilir.

Çalışmanın önceki bölümlerinde de yer verildiği gibi, bir yerel gazete yöneticisi olan İzgi konuya ilişkin olarak şöyle demektedir: "Yerel basın, televizyonun bilinmediği, radyonun duyulmadığı, ulusal gazetelerin ulaşmadığı bölgelerin bulunduğu günlerde, çevrenin dünyaya açılan penceresidir. Koşulların alabildiğine geliştiği ve değiştiği günümüzde ise haber ölçüleri açısından fevkalade büyüyen dünya nedeniyle, yagın basının gerektiği şekilde ilgilenemediği çevrenin dili, gözü, kulağıdır (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 102).

Yine daha önce de belirtildiği gibi; bu gazeteler, halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler. Yerel halkı regüle edici özellikleriyle önemli bir

[363] A.g.k., s. 148-149.

konuma sahiptirler (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 176). Aynı zamanda yöredeki sosyal yaşamın en önemli kullanım, paylaşım ve iletişim araçlarıdır (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 176). 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 (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 174).

Bu düşünceler çerçevesinde konuya ilişkin verilerin değerlendirilmesi durumunda, okurların yerel gazetelerden bu amaca yönelik elde ettikleri yarar düzeyinin düşük bir oranda olduğu söylenebilir. Bir başka deyişle yerel gazetelerden bu amaçla yararlanan okur oranının yüzde 40,5 düzeyinde olması yeterli görünmemektedir.

Yayınlanan küçük ilanlar, reklamlar ve resmi ilanlardan yararlanan okur oranının yüzde 65 düzeyinde olması başka bir deyişle her on okurdan yaklaşık 7'sinin yerel gazeteden bu amaca yönelik bir yarar elde etmesi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel gazetelerin reklam ve ilan işlevlerine yönelik bir eğilim içinde olduklarını göstermektedir. Bunun da gazeteler için önemli bir ekonomik girdi oluşturabileceğini, 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 ortamın yayınladıkları reklam ve ilanlar ile canlanmasına yardımcı olurlar. Bir anlamda ilan ve reklamların yerel gazeteler için önemli bir ekonomik kazanç olduğu kadar önemli bir görev olduğu da unutulmamalıdır. Bu açıdan

değerlendirildiğinde eldeki verilere göre yerel gazetelerin, reklam verenler ve reklama muhatap olanlar tarafından oldukça yakından izlenmekte olduğu, bu amaçlara yönelik bir yararlanma çabası içinde olunduğu da düşünülebilir.

Aslında çalışmanın uygulama bölümünde, Berelson'un yukarıda söz konusu edilen makalesinde belirttiği ve 1945 yılında New York'daki 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, uygumadaki 40. soruya yerleştirilen, yerel gazetelerden elde edilen yarar temaları yoluyla denenmiştir. Yapılan uygulamadan elde edilen veriler, New York'taki yerel gazete okurlarından elde edilen verilerle büyük oranda benzeşiklik göstermektedir. Berelson da makelesinde yerel gazetelerin okurları tarafından kullanım ve yararlanma amaçlarını sıralarken, yukarıda uygulamanın 40. sorusunda 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.

Uygulamanın; yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettikleri yarar düzeyine ilişkin bölümünde, yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer belirleyici soru da (Bkz. Ek-1; 41. Soru) Eskişehir'de bulunan Sakarya, İstikbal, Milli İrade, Son Haber, İki Eylül ve Eskişehir 200 yerel gazetelerinden hangilerinin içerik başka bir deyişle haber-yorum-araştırma açısından doyurucu bulunduğuna ilişkindir. Bu soruya alınan yanıtların değerlendirilmesi ile elde edilen veriler TABLO: 20'de özetlenmiştir.

TABLO: 20

Eskişehir Yerel Basın Okurları İçin

Yerel Gazeteler İçerik Açısından Doyurucu mu?

YEREL GAZETELER İÇERİK AÇISINDAN DOYURUCU MU?						
	SAKARYA	İSTİKBAL	MİLLİ İRADE	SON HABER	İKİ EYLÜL	ESKİŞEHİR 2000
Evet	58,6	21,8	3,8	2,7	3,2	13,9
Hayır	16,7	11,2	12,4	11,3	11,3	9,6
Bazen	17,7	23,4	10,2	5,4	5,4	8
Fikrim Yok	7,1	43,6	73,7	80,6	80,1	68,4

TABLO: 20'de görüldüğü gibi, yapılan uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 58,6'sının Sakarya Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 16,7'sinin ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 17,7'sinin içeriğini bazen doyurucu bulduğu Sakarya Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 7,1 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 198'i Sakarya Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 21,8'inin İstikbal Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 11,2'sinin ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 23,4'ünün içeriğini bazen doyurucu bulduğu İstikbal Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 43,6 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 188'i İstikbal Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 3,8'inin Milli İrade Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 12,4'ünün ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 10,2'sinin içeriğini

bazen doyurucu bulduğu Milli İrade Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 73,7 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 186'sı Milli İrade Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 2,7'sinin Son Haber Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 11,3'ünün ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 5,4'ünün içeriğini bazen doyurucu bulduğu Son Haber Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 80,6 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 186'sı Son Haber Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 3,2'sinin İki Eylül Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 11,3'ünün ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 5,4'ünün içeriğini bazen doyurucu bulduğu İki Eylül Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 80,1 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 186'sı İki Eylül Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 13,9'unun Eskişehir 2000 Gazetesi'nin içeriğini doyurucu bulduğu, yüzde 9,6'sının ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 8'inin içeriğini bazen doyurucu bulduğu Eskişehir 2000 Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 68,4 oranında bir okur grubu da bu gazetenin içeriği hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 187'si Eskişehir 2000 Gazetesi hakkında görüş vermiştir. (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 25-26-27-28-29-30)

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel gazetelerden hangilerinin haber-yorum-araştırma gibi unsurlardan oluşan içerik konusunda doyurucu bulunduğuna ilişkin sorudan elde edilen ve yukarıya aktarılan verilerin değerlendirilmesi durumunda ilk olarak, yerel gazetelerin satış ve tanınma düzeyleri oranında okurlardan cevap alındığını belirtmek mümkündür. Bir başka deyişle, gazetelerin satış ve tanınma oranları yerel basın okurlarının verdiği yanıtlara da açıkca yansımaktadır. Örneğin, Sakarya Gazetesi yukarıya yansıyan verilerde de görüldüğü gibi, diğer yerel gazetelere göre daha avantajlı, daha yüksek bir oranda içeriği doyurucu bulunan gazete konumda görünmektedir. Sakarya Gazetesi'nin Eskişehir'deki en çok satan, yayıma başlama tarihi açısından en eski geçmişe sahip gazete olması ve bu nedenle daha fazla kişi tarafından tanınıyor olmasının da bunda etkisi olduğu düşünülebilir. Ancak teknoloji, fiziksel koşullar ve kadro konusunda en iyi konuma sahip olan Sakarya Gazetesi'nin içerik açısından doyuruculuk oranının yine de düşük bir düzeyde olduğu kabul edilebilir. Üstünlükleri gereği daha çok okurun tanışık olduğu Sakarya Gazetesi'ni her on okurdan 6'sının içerik açısından doyurucu bulması, diğer gazetelere doğru gittikçe değişmektedir. İstikbal Gazetesi'ni her on okurdan yaklaşık 2'si içerik açısından doyurucu bulmaktadır. Bu oranlar gazetelerin satış ve tanınma oranları ile parelel bir düşüş göstermekte, gazetenin içeriğine ilişkin fikri olmayanların oranı ise gittikçe yükselmektedir.

Çalışmanın kurumsal bölümünde de yer verildiği üzere, yeterli sayıda, belirli bir eğitime ve uzmanlaşmış kadroya sahip olmayan, teknolojik açıdan yetersiz, bünyesinde belirli bir yönetim ve organizasyon yapısının varlığından söz edilemeyen, çalışma koşullarınının olumsuzluklarla dolu olduğu, ilke ve politikaları olmayan bir yerel basın organının doğal olarak

içerik açısından da güçlü ve nitelikli bir yapıya sahip olması beklenemez. 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan raporda da; "biliyoruz ki, bazılarının dışında Anadolu gazeteleri içerik yönünden çok zayıftır. Zayıf bir yazı işleri kadrosu ile çalışılmaktadırlar. Bu nedenle gazeteler, illerde ya da ilçelerde çıktığı halde, çoğunlukla o yörenin haberlerine, olaylarına bile yer verememektedir. Bunun sonucu olarak gazete içeriği, hazır kalıp adı verilen birkaç tefrika ile yer doldurmak için konduğu belli olan tren saatleri, nöbetçi eczane listeleri ve büyük oranda da ilandan oluşmaktadır. Böyle bir içerik ile satışın artırılamayacağı, okuyucunun ilgisinin çekilemiyeceği ve hele hele ofset tekniğinde basılan herhangi bir gazete ile rekabet edilemiyeceği açıktır" denilmektedir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 200).

Yerel basını etkileyen faktörlerden biri olan **'içerik'**, diğer etki faktörlerinden daha az önemli ya da daha farklı değerlendirilebilecek bir faktör değildir. Etki faktörlerindeki zincirin önemli halkalarından bir olarak görülen **'içerik'**, yerel basına ilişkin diğer etki faktörleri ile birlikte ele alınarak değerlendirilecek ve diğerleri ile birlikte aynı zamanda çözüme kavuşturulacak bir konu olarak, tüm ağırlığı ile ortada durmaktadır (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 201).

Tüm aktarılan görüşlerden de anlaşılacağı gibi, yerel gazetelerin içeriğinin yerel basın okurları tarafından doyurucu düzeylerde bulunmaması, yerel gazetelerin önündeki bir handikap olarak durmaktadır denilebilir. Yerel gazetelerin başarılı olması, daha çok satması ve daha fazla reklam-ilan girdisi elde etmesinin önemli yollarından biri de okuyucuların okudukları yerel gazeteyi içerik açısından doyurucu bulmasından geçtiği söylenebilir.

Uygulamanın; yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettikleri yarar düzeyine ilişkin bölümünde, yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da (Bkz. Ek-1; 42. Soru) Eskişehir'deki yerel gazetelerin

hangilerinin biçim (tasarım) başka bir deyişle sayfa düzenlemesi ve renklendirilmesi açısından beğenildiğine ilişkindir. Bu sorudan elde edilen veriler TABLO: 21'de özetlenmiştir.

TABLO: 21

Eskişehir Yerel Basın Okurları İçin

Yerel Gazeteler Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

YEREL GAZETELER BİÇİM (TASARIM) AÇISINDAN DOYURUCU MU?						
	SAKARYA	İSTİKBAL	MİLLİ İRADE	SON HABER	İKİ EYLÜL	ESKİŞEHİR 2000
Evet	50	28	7,6	2,7	3,8	15
Hayır	24,7	15,1	14,1	13,1	12	11,2
Bazen	17,5	15,1	7,1	5,5	6	8
Fikrim Yok	7,7	41,9	71,2	78,7	78,1	65,8

TABLO: 21'de görüldüğü gibi, yapılan uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 50'sinin Sakarya Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 24,7'sinin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 17,5'inin biçimini (tasarımını) bazen beğendiği Sakarya Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 7,7 oranında bir okur grubu da bu gazetenin tasarımı hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 194'ü Sakarya Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 28'inin İstikbal Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 15,1'inin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 15,1'inin biçimini (tasarımını) bazen beğendiği İstikbal Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 41,9 oranında bir okur grubu da bu gazetenin tasarımı hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 186'sı İstikbal Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 7,6'sının Milli İrade Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 14,1'inin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 7,1'inin biçimini (tasarımını) bazen beğendiği Milli İrade Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 71,2 oranında bir okur grubu da bu gazetenin tasarımı hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 184'ü Milli İrade Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 2,7'sinin Son Haber Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 13,1'inin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 5,5'inin biçimini (tasarımını) bazen beğendiği Son Haber Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 78,7 oranında bir okur grubu da bu gazetenin tasarımı hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 183'ü Son Haber Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 3,8'inin İki Eylül Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 12'sinin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 6'sının biçimini (tasarımını) bazen beğendiği İki Eylül Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 78,1 oranında bir okur grubu da bu gazetenin tasarımı hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 183'ü İki Eylül Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 15'inin Eskişehir 2000 Gazetesi'ni biçim (tasarım) açısından beğendiği, yüzde 11,2'sinin ise beğenmediği saptanmıştır. Okurlardan yüzde 8'inin biçimini (tasarımını) bazen beğendiği Eskişehir 2000 Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 65,8 oranında bir okur grubu da gazetenin tasarımı hakkında fikrinin

olmadığını belirtmiştir. 200 denekten 187'si Eskişehir 2000 Gazetesi hakkında görüş vermiştir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 31-32-33-34-35-36).

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel gazetelerden hangilerinin biçim (tasarım) bir başka deyişle sayfa düzenlemesi ve renklendirilmesi konusunda beğenildiğine ilişkin sorudan elde edilen verilere göre, yukarıda yerel gazetelerin içeriğine ilişkin yapılan değerlendirmelerin biçim konusunda da geçerliliğini koruduğunu söylemek mümkündür. Yine burada da alınan cevaplar, yerel gazetelerin satış ve tanınma düzeyleri ile doğru orantılı gerçekleşmiştir. Ancak biçim konusunda verilen cevapların içeriğe ilişkin verilen cevaplardan ayrılan yönü, yerel gazete okurlarının gazetelerdeki sayfa düzenleri konusunda oldukça hoşnutsuz oldukları yönündedir denilebilir. Örneğin, Sakarya Gazetesi yukarıya yansıyan verilerde de görüldüğü gibi, diğer yerel gazetelere göre sayfa tasarımı konusunda da daha fazla beğeni almaktadır. Ancak içeriğin doyurucu bulunması oranına göre, gazetelerin sayfa düzenlemeleri ve renk kullanımları, oldukça düşük bir düzeyde beğeni ile karşılanmaktadır. Sakarya Gazetesi'nin sayfa tasarımını her on okurdan 5'i beğenmemektedir. Sayfa tasarımlarının ve renk kullanımının okurlar tarafından beğenilme oranı diğer gazetelere doğru gittikçe iyice düşmektedir. İstikbal Gazetesi'ni her on okurdan yaklaşık 3'ü sayfa tasarımı ve renk kullanımı açısından beğenmektedir. Bu oranlar da tıpkı gazetelerin içeriğinin doyurucu bulunmasına ilişkin oranlarda olduğu gibi, gazetelerin satış ve tanınma oranları ile parelel bir düşüş göstermekte, gazetelerin sayfa tasarımı ve renk kullanımına ilişkin fikri olmayanların oranı ise gittikçe yükselmektedir. Ancak tüm gazetelerin sayfa tasarımı ve renk kullanımını doğrudan beğenmediğini belirtenlerin oranı beğenenlere göre oldukça ciddi kabul edilebilecek düzeylerdedir denilebilir.

Yerel gazetelerin bir anlamda vitrinleri olan sayfa düzenlemesi ve renk kullanımı, gazetelerin satın alınma, okunma, sürekli olarak okuru olma ve gazetenin haber ve yorumlarından etkilenme oranını da etkileyen önemli bir unsur olarak düşünülebilir. Diğer bir yaklaşımla yerel gazeteler içeriklerini, haber ve yorumları ile mesajlarını sayfa düzenlemesi ve renk kullanımı yoluyla pazarlamaktadırlar. Bu açıdan değerlendirilmesi durumunda yerel gazetelerin bu konuya gereken özeni göstermediklerini söylemek mümkündür.

Uygulamanın; yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettikleri yarar düzeyine ilişkin bölümünde, yerel basın okurlarına yöneltilen diğer soru ise (Bkz. Ek-1; 43. Soru). Eskişehir'deki yerel gazetelerin hangilerinin fotoğraf açısından doyurucu bulunduğuna ilişkindir. Bu sorudan elde edilen veriler TABLO: 22'de özetlenmiştir.

TABLO: 22

Eskişehir Yerel Basın Okurları İçin

Yerel Gazeteler Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

YEREL GAZETELER FOTOĞRAF AÇISINDAN DOYURUCU MU?						
	SAKARYA	İSTİKBAL	MİLLİ İRADE	SON HABER	İKİ EYLÜL	ESKİŞEHİR 2000
Evet	42,8	23,5	6	3,3	2,7	11,3
Hayır	27,3	16,6	12,1	11	12,6	9,7
Bazen	19,1	12,8	6,6	5,5	5,5	9,1
Fikrim Yok	10,8	47,1	75,3	80,2	79,2	69,9

TABLO: 22'de görüldüğü gibi, yapılan uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 42,8'inin Sakarya Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 27,3'ünün ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 19,1'inin, fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu Sakarya Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 10,8 oranında bir okur grubu da bu

gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 194'ü Sakarya Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 23,5'inin İstikbal Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 16,6'sının ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 12,8'inin fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu İstikbal Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 47,1 oranında bir okur grubu da bu gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 187'si İstikbal Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 6'sının Milli İrade Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 12,1'inin ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 6,6'sının fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu Milli İrade Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 75,3 oranında bir okur grubu da bu gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 182'si Milli İrade Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 3,3'ünün Son Haber Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 11'inin ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 5,5'inin fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu Son Haber Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 80,2 oranında bir okur grubu da bu gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 182'si Son Haber Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 2,7'sinin İki Eylül Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 12,6'sının ise

doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 5,5'inin fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu İki Eylül Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 79,2 oranında bir okur grubu da bu gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 183'ü İki Eylül Gazetesi hakkında görüş vermiştir.

Uygulamada Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 11,3'ünün Eskişehir 2000 Gazetesi'ni fotoğraf açısından doyurucu bulduğu, yüzde 9,7'sinin ise doyurucu bulmadığı saptanmıştır. Okurlardan yüzde 9,1'inin fotoğraflarını bazen doyurucu bulduğu Eskişehir 2000 Gazetesi'ne ilişkin olarak yüzde 69,9 oranında bir okur grubu da bu gazetenin fotoğrafları hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Uygulamaya katılan 200 denekten 186'sı Eskişehir 2000 Gazetesi hakkında görüş vermiştir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 37-38-39-40-41-42).

Uygulamada, Eskişehir'deki yerel gazetelerden hangilerinin kullanılan fotoğraflar açısından doyurucu bulunduğuna ilişkin sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin yukarıda içeriklerine ve biçimlerine ilişkin yapılan değerlendirmelerin fotoğraf konusunda da geçerliliğini koruduğunu söylemek mümkündür. Yine burada da alınan cevaplar, yerel gazetelerin satış ve tanınma düzeyleri ile doğru orantılı gerçekleşmiştir. Ancak fotoğraf konusunda verilen cevapların içeriğe ve biçime ilişkin verilen cevaplardan ayrılan yönü, yerel gazete okurlarının en çok gazetelerde kullanılan fotoğraflar konusunda hoşnutsuz oldukları yönündedir denilebilir. Örneğin, Sakarya Gazetesi yukarıya yansıyan verilerde de görüldüğü gibi, diğer yerel gazetelere göre fotoğraflar konusunda da daha fazla beğeni almaktadır. Ancak yerel gazetelerin içerik ve biçime ilişkin doyuruculuk ve beğeni oranlarına göre, en düşük düzeyde oranlar fotoğraf konusunda elde edilmiştir denilebilir. Sakarya Gazetesi'nin

fotoğraflarını her on okurdan yaklaşık 6'sı doyurucu bulmamaktadır. Her on okurdan ikisi bazen doyurucu bulurken her on okurdan 3'ü doyurucu bulmadığını özellikle belirtmektedir. Fotoğrafların okurlar tarafından doyurucu bulunma oranı diğer gazetelere doğru gittikçe iyice düşmektedir. Sakarya Gazetesi'nin en yakın takipçisi olan İstikbal Gazetesi'ni her on okurdan yaklaşık 2'si fotoğraflar açısından doyurucu bulmaktadır. Bu oranlar da tıpkı gazetelerin içeriğinin ve biçiminin doyurucu bulunmasına ilişkin oranlarda olduğu gibi, gazetelerin satış ve tanınma oranları ile parelel bir düşüş göstermekte, gazetelerin fotoğraflarına ilişkin fikri olmayanların oranı ise gittikçe yükselmektedir.

Çalışmanın kuramsal bölümlerinde de geniş yer verildiği üzere bu konu hemen tüm yerel basının sorunudur denilebilir. 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan raporda; Anadolu gazetelerinin çoğunda günlük olayları fotoğraflarla belirleme, fotoğraf temin edilse bile bunların klişelerini yaptırma olanağının bulunmadığından söz edilmektedir. (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 201) Raporun sunulduğu 1975 yılından buyana pekçok şey değişmiştir. Teknolojik olanaklar gelişmiş ve yaygınlaşmıştır. Örneğin, Eskişehirde fotoğraf teknolojisine ulaşma konusunda hiçbir sorun bulunmamaktadır. Gazetelerin fotoğraf konusunda herhangi bir sıkıntısı söz konusu değildir. Bu nedenle, sorun sadece teknik olanakları yeterli düzeyde iyi kullanamaktan ve fotoğrafın gerekli itina ile çekilmemesinden kaynaklanmaktadır denilebilir.

Bu bölümde buraya kadar aktarılan tüm bilgileri genel olarak şöyle değerlendirmek mümkündür: Yerel gazete okuyarak elde edilen yararlara ilişkin olarak belirtilen temalardan, düzenli olarak yerel basın okuru olan 200 kişiden 192'si Eskişehir'de olup bitenler hakkında bilgi edindiğini, 157'si

şehri yönetenlerin çalışmaları hakkında bilgi edindiğini, 120'si yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin bilgi edindiğini, 135'i yerel ekonomi hakkında bilgi edindiğini 129'u yerel spor takımları hakkında bilgi edindiğini, 142'si belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edindiğini, 85'i resmi kurumların faaliyetleri hakkında bilgi edindiğini, 112'si günlük olarak ihtiyaç duyduğum acil bilgileri edindiğini (nöbetçi eczaneler, otobüs işletmeleri, önemli telefonlar gibi), 96'sı kendisini dinlendirip, eğlendirdiğini (Bulmaca, fal çizgi romanı gibi köşeleri sayesinde), 124'ü bu gazetelerden şehir hakkında bilgi sahibi olduğunu ve yakın çevresine bu bilgileri aktarma fırsatını bulduğunu, 81'i bu gazetelerin yaşamını tek düzelikten kurtarıp renklendirdiğini ve başkalarının yaşamlarını izleyebildiğini, 130'u da yayınlanan küçük ilanlardan, resmi ilanlardan ve reklamlardan yararlandığını belirtmiştir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazete okuyarak; en fazla oranda, Eskişehir'de olup biten olaylar, kentin yöneticileri ve belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla bu gazetelerden yararlandıkları söylenebilir. Yerel basın okurlarının yerel gazetede ilk okumayı tercih ettikleri yerin, ekonomi köşesi olmasa da yine de bu köşeden bir biçimde yararlandıkları, yerel gazetelerin habere ilişkin sayfalarında oldukça yer kaplayan siyasi haberlerin, yerel kamuoyu için yeterli olmadığı, yerel gazetelerden yerel spor takımları hakkında bilgilenmek amacıyla yararlananların oranın yüzde 64,5 olmakla birlikte yerel bir iletişim ortamı ve en geleneksel kitle iletişim aracı için bu sonucun, düşük bir oran olarak kabul edilebileceği söylenebilir.

Resmi kurumlara ilişkin haberlerin gazetelere yetersiz düzeyde yansıdığı, öte yandan 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 okurların yarısından fazlasının yararlandığı unsurlar olması elde edilen en önemli verilerden biri olarak düşünülebilir.

Yine aynı şekilde yerel gazete yöneticileri ve çalışanlarınca en az önemsenen yerel bir gazetenin okuyucuyu dinlendirme ve eğlendirme unsurunun, okurların yaklaşık yüzde 50'si tarafından yerel bir gazeteden elde edilen yarar olarak görülmesini, oldukça önemli bir veri olarak değerlendirmek mümkündür. Okurlardan yüzde 62'si yerel gazetelerden yaşadıkları kent hakkında bilgi sahibi olduklarını ve yakın çevrelerine de bu bilgileri aktarabildiklerini belirtmektedirler. Okurların yüzde 40,5'i yerel gazetelerin yaşamlarını tek düzelikten kurtardığını, renklendirdiğini ve başkalarının yaşamlarını izleyebildiklerini belirtmişlerdir. Okurlardan yüzde 40,5'inin başka bir deyişle her on kişiden 4'ünün yerel gazeteden elde edilen bir yarar olarak gördükleri bu unsur da gözardı edilmemesi gereken bir düzeydedir. Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel gazetelerin reklam ve ilan işlevlerine yönelik bir eğilim içinde olduklarını göstermektedir. Bunun da gazeteler için önemli bir ekonomik girdi oluşturabileceğini, böylelikle gazetelerin daha güçlü ve bağımsız bir yapıya sahip olabileceklerini söylemek mümkündür.

Eskişehir'deki yerel gazetelerden hangilerinin içerik konusunda doyurucu bulunduğuna ilişkin elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin içeriğinin yerel basın okurları tarafından doyurucu düzeylerde bulunmadığı söylenebilir. Yerel gazetelerin başarılı olması, daha çok satması ve daha fazla reklam-ilan girdisi elde etmesinin önemli yollarından biri de okuyucuların okudukları yerel gazeteyi içerik açısından doyurucu bulmasından geçtiğini söylemek mümkündür. Öte yandan içeriğin doyurucu bulunması oranına

göre, gazetelerin sayfa düzenlemeleri ve renk kullanımlarının, oldukça düşük bir düzeyde beğeni ile karşılandığını, yerel gazetelerin içeriklerini, haber ve yorumlarını sayfa düzenlemesi ve renk kullanımı yoluyla pazarladıklarını, bu açıdan değerlendirilince, yerel gazetelerin bu konuya gereken özeni göstermediklerini söylemek de mümkündür. Yerel gazelerin kullandıkları fotoğraflar konusunda verilen cevapların içeriğe ve biçime ilişkin verilen cevaplardan ayrılan yönünün ise, yerel gazete okurlarının en çok gazetelerde kullanılan fotoğraflar konusunda hoşnutsuz olduklarının saptandığı belirtilebilir. Yerel gazetelerin içerik ve biçime ilişkin doyuruculuk ve beğeni oranlarına göre, en düşük düzeyde oranların fotoğraf konusunda elde edildiği, sorunun sadece teknik olanakları yeterli düzeyde iyi kullanamaktan ve fotoğrafın gerekli itina ile çekilmemesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Gerek fotoğrafların doyuruculuğu, gerek biçimsel açıdan beğeni düzeyi, gerekse de içeriğin doyuruculuğu konularında, yerel gazeteler içinde en düşük oranlara ise Son Haber, İki Eylül ve Milli İrade Gazeteleri sahip bulunmaktadır denilebilir.

Bu bölümde yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettiği yarar düzeyine ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Bir sonraki bölümde ise yapılan uygulamada, yerel basın okurlarının yerel gazetelerin etkileri konusunda neler düşündüklerine ilişkin elde edilen veriler değerlendirilecektir.

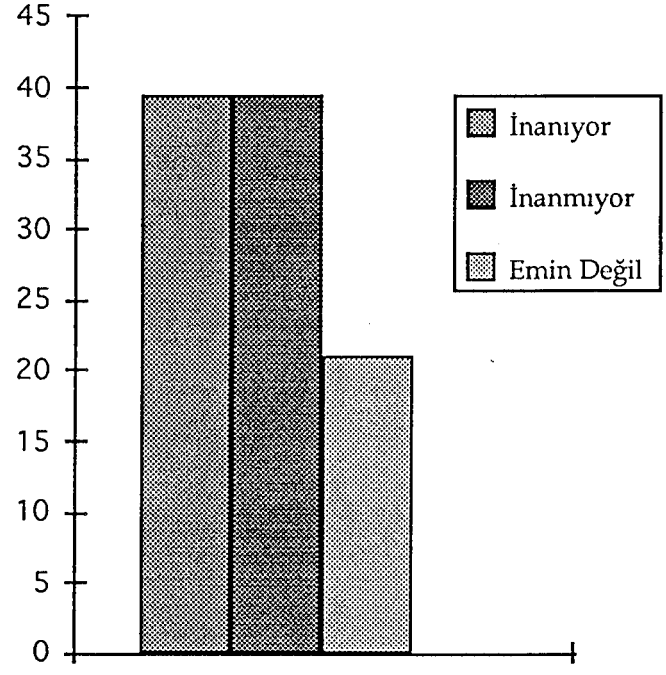
5-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERİN ETKİLERİ KONUSUNDAKİ DÜŞÜNCE DÜZEYİ

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelerin etkileri konusundaki düşünce düzeylerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 44-51. sorular ile 62. Soruda yer almıştır. (Bkz. Ek-1; 44-51 ve 62. Soru).

Buna göre, yapılan uygulamada bu bölüme ilişkin olarak, yerel basın okurlarına yerel gazetelerin okurlarını yönlendirici bir güce sahip olduğuna inanıyor musunuz? sorusu yöneltilmiştir (Bkz. Ek-1; 44. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 15'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 15

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelerin Okuyucularını Yönlendirici Bir Güce Sahip Olduğuna İnanılıyor mu?



GRAFİK: 15'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 39,5'i yerel gazetelerin okurlarını yönlendirici bir gücü olduğuna inanırken, yüzde 39,5'i de böyle bir gücü olduğuna inanmamaktadır. Yerel gazetelerin böyle bir gücü olduğu konusunda emin olmayanların oranı ise yüzde 21'dir. Bir başka deyişle her on okurdan 4'ü yerel gazetenin okurlarını yönlendirici gücü olduğuna inanmakta, diğer 4'ü böyle bir gücü olduğuna inanmamakta ve son ikisi de bu konuda kesin bir yargıda bulunamamaktadır.

Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı bu sorudan elde edilen verilerde de görüldüğü gibi, dağılımlar birbirlerine eşit düzeydedir. Bu

durum Eskişehir'deki yerel gazetelerin okuyucularını yönlendirici bir güce belirli bir oranda da olsa sahip olduklarını ancak yerel gazetelere ilişkin aynı zamanda kaydadeğer bir ölçüde belirsizliğinde söz konusu olduğunu göstermektedir denilebilir.

Kuramsal bölümlerde de anlatıldığı gibi, teknolojinin hızlı devinimiyle kitle iletişim araçlarının bireyler, kurumlar, toplum ve kültür üzerindeki etkilerinin de önemli ölçüde artış kaydettiği, bir başka deyişle kitle iletişim araçlarının günümüz toplum ve birey yaşamında vazgeçilmez bir konuma gelmiş bulunduğu ve gündelik yaşam içerisinde belirleyici bir güce sahip olduğu kabul edilmektedir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 41). Alemdar ve Kaya'da kitle iletişim araçlarının geniş kitlelerin ilgisinin çekilmesi ya da kitlelerin görüş ve davranışının etkilenmesinde etkin bir güce sahip olduğunu, birey, grup, kurum, bütün toplum ya da kültürlerin herhangi bir yolla kitle iletişim araçlarından ve onların vermiş olduğu enformasyondan etkilendiklerini söylemektedirler. Bu görüşler bir kitle iletişim aracı olarak yerel gazetelerin de gücünü ortaya koymaktadır. Eskişehir'deki yerel gazetelerin okurlarını yönlendiricilik konusundaki güç düzeyinde belirsizlik gibi görünen oranlar aslında bir gerçeğin de göstergesi olmaktadır. O da yerel gazetelerin henüz tam bir kitle iletişim aracı sorumluluğu ve profesyonelliği ile hareket etmediklerinin göstergesidir. Etkin bir konuma, etkin bir içeriğe, görüntüye ve sunuşa sahip olmayan iletişim araçlarının kitleleri de oldukça fazla oranda etkilemesi beklenemez. Hedef kitlenin beklentilerine, heyecanlarına, zevklerine hitap edemeyen, kamuoyunun ihtiyaçlarını karşılayamayan bir yerel gazetenin okurlarını yönlendirici gücünün de net olarak belirlenmesi doğal olarak güçleşmektedir. Bu konuda Gökçe, "kitle iletişim sürecinde, amaçlanan mesajların algılanması ve anlaşılması, seyirci veya dinleyicinin

psikolojik yapısı, beklentisi ve ihtiyaçlarına göre değişebilir" saptamasında bulunmaktadır (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 41). Bununla birlikte Gökçe, kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajlardan bireylerin az ya da çok mutlaka etkilendiğini, ancak mesajın etkili olabilmesi için bireylerin sahip oldukları görüşler ve ilgileri doğrultusunda mesajların gönderilmesi gerektiğini söylemektedir. Gökçeye göre, kitle iletişim araçları seçerek algılama engelini aşabildikleri müddetçe her zaman etkili olabilirler. (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 42) Bu görüşlerin bu sorunun gerçek yanıtını da verdiği düşünülebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 21).

Aynı çerçeveden hareketle yöneltilen sorulardan biri de "yerel gazeteler şehir yöneticileri üzerinde etkili oluyor mu?"biçimindedir (Bkz. Ek-1; 45. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler TABLO: 23'de özetlenmiştir.

TABLO: 23

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Şehir Yöneticileri Üzerinde Etkili Oluyor mu?

YEREL GAZETELER ŞEHRİN YÖNETİCİLERİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLUYOR MU?	OKUYAN
Oluyor	47
Olmuyor	28
Emin Değil	25

Tablo: 23'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 47'si yerel gazetelerin şehir yöneticileri üzerinde etkili olduğunu, yüzde 28'i ise etkili olmadığını belirtmişlerdir. Okurların yüzde 25'i ise bu konuya ilişkin kesin bir yargıda bulunmayarak "emin değilim" demektedirler. Bir başka deyişle her on okurdan 5'i yerel gazetelerin yerel yöneticiler üzerinde belirli bir etki gücüne sahip olduğunu, her on okurdan 3'ü ise bu etki gücüne sahip olmadığını düşünmektedir.

Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı bu sorudan elde edilen verilerde de görüldüğü gibi, yerel yöneticilerin basına yönelik olumlu ya da olumsuz tavırları, basın ile diyalogları ve basının yerel yöneticilerin çalışmalarına sayfalarında yer vermesi, kamuoyunun düşüncelerini, kanaatlerini etkileyen unsurlar olmaktadır.

Daha öncede belirtildiği gibi yerel basının işlevlerinden biri de yerel yöneticileri ve sorunlara ilişkin sorumluluk konumundaki yetkilileri yönlendirmesidir. Bu nedenle yerel basın, lokal düzeyde de olsa toplum yaşantısının önemli bir görev ve sorumluluğunu üstünde taşıyan bir kurumdur (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 176).

Çalışmanın "yerel basını etkileyen dış faktörler" başlığı altında incelenen ve "yerel yönetim" ile ilişkilerin bir etki faktörü olarak ele alındığı alt başlıkda ise, yerel basın organlarının yerel yönetim ile kurdukları ya da kuramadıkları sağlıklı iletişim, bu organların iç yapılarından olduğu kadar, yerel yönetimin yaklaşımından da kaynaklanmaktadır denilmekte ve devam edilmektedir: Yerel yönetimin aşırı merkez yönetime ve bürokrasiye bağlı statüleri, katı yaklaşımları, yörelerin de hemen her açıdan halen güçsüz bir yapıya sahip olmaları nedenleriyle, yerel basının güç koşullar altında bir yayımcılık çabası içinde oldukları sonucunu doğurmaktadır. Ancak aynı zamanda yerel basının yerel yönetimler üzerinde zaman zaman da olsa oldukça etkin oldukları da gözlenmektedir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 210). Öte yandan, Tutar, bugün yerel basının valilerin, resmi olmayan baskısı altında olduğunu, gazetelerin valilerle iyi geçinmek zorunda olduklarını, zira valilerle iyi geçinmeyen gazetelerin hem haber hem de ekonomik yönden zor duruma gireceklerini söylemektedir. Tutar'a göre, bu durumu bilen gazeteler de valilikle ilişkilerine özel bir önem vermekte ve kolay kolay valileri karşılarına

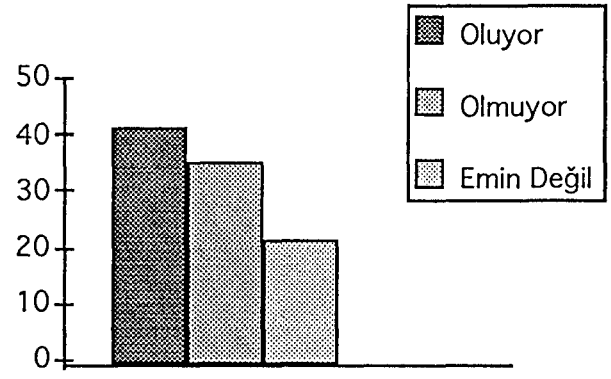
almak istememektedirler. Valileri karşılarına aldıkları zaman, emniyet başta olmak üzere diğer kamu kuruluşlarından ne haber, ne de reklam alamayacaklarını belirten Tutar, "bu uygulamalar; gazetelerin gelişmemelerini ve büyümelerini engellemektedir. Ekonomik sansürler mahalli basını en büyük etkileyen etkenlerden biridir" demektedir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 211). 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan yerel basına ilişkin raporda da benzer sorun dile getirilmiştir. Yerel basının başlıca iki haber kaynağı olduğu, bunlardan birisinin doğrudan doğruya toplum, ikincisinin de başta valilik ve kaymakamlık olmak üzere bölgedeki kamu kurum ve kuruluşları olduğu hatırlatılan raporda, kamu kuruluşlarının çoğunlukla gazeteler için bir açık haber kaynağı olmaktan kaçındıkları belirtilmiştir (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 212).

Tüm bunlarla birlikte, yukarıda sıralanan başta Valilik olmak üzere yerel yöneticilerle ilişkilerde yaşanan olumsuzlukların ve güçlüklerin bugün Eskişehir yerel basını için geçerli olduğunu söylemenin olanağı bulunmamaktadır. Gerek Eskişehir'deki yerel gazetelerle yapılan görüşmelerden ortaya çıkan görüntüye göre ve gerekse yerel bir gazetede aktif bir görev alarak 2 yıl süresince yapılan gözlem ve deneyimlere dayanılarak, Eskişehir'deki yerel gazetelerin yerel yönetim birimleri ile sağlıklı bir iletişim ve uyum içinde olduklarını, yerel yönetimlerden oldukça destek ve saygı gördüklerini söylemek mümkündür (Bkz. Bölüm: 4; Sayfa: 262). 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 (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 43).

Aynı çerçeveden hareketle yöneltilen sorulardan bir diğeri, "yerel gazeteler yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehirin ekonomik yaşamı üzerinde etkili oluyor mu?"biçimindedir (Bkz. Ek-1; 46. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 16'da gösterilmiştir.

GRAFİK: 16

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Ekonomik Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?



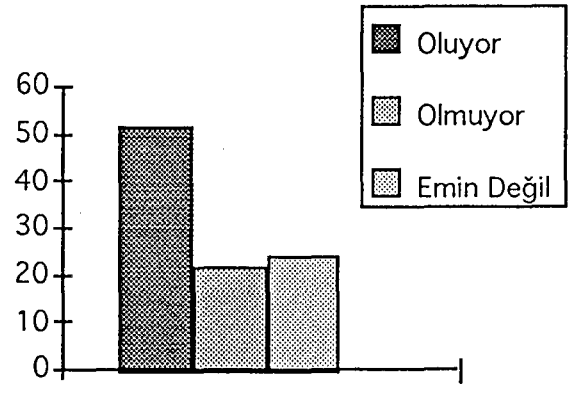
GRAFİK: 16'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 42'si yerel gazetelerin yayınladıkları haber ve yorumlar ile kentin ekonomik yaşamı üzerinde etkili olduğunu düşünürken, yüzde 36'sı etkili olmadığını düşünmektedir. Yerel basın okurlarının yüzde 22'si de kesin bir yargıda bulunmamakta ve "emin olmadığını" belirtmektedir. Bir başka deyişle her on okurdan 4'ü böyle bir etkinin olduğunu, yine her on kişiden yaklaşık 4'ü bu etkinin olmadığını ve 2'si de böyle bir etki konusunda emin olamadığını belirtmektedir. Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı bu sorudan elde edilen verilerde de görüldüğü gibi, dağılımlar birbirleri ile yakın oranlarda olmakla birlikte az bir farkla da olsa okurların çoğunluğu yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamını haber ve yorumlarla etkilediğini düşünmektedir. Uygulamanın 39. sorusundan elde edilen cevapların değerlendirilmesi aşamasında gazetede en az okunan yerlerden birinin de ekonomi köşesi olduğu saptanmıştır. Ancak 40. soruda ise okurların kaydadeğer oranda yerel gazetelerden yerel ekonomi hakkında

bilgi edindiği görülmüştür. 40. sorunun değerlendirilmesinde de belirtildiği gibi, yerel basın okurları, yerel gazetede ilk okumayı tercih ettikleri yer, ekonomi köşesi olmasa da yine de bu köşeden bir biçimde yararlanmaktadırlar. 46. soruya ilişkin elde edilen verilerde de bu düşüncenin doğruluk düzeyini destekler bir sonucun olduğunu söylemek mümkündür. Yerel basın okurları, yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamında bir biçimde etkili olduğuna inanmaktadırlar. Yerel basın okurlarını bu inanca sahip olmalarında yerel gazetelerde sık sık yer alan kentteki yatırımlara, çiftçi ve işçi gibi emekçi kesimlerin ücret ve avanslarının ödenmesine ilişkin haber ve yorumların etkisi olduğu düşünülebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 22).

Aynı çerçeveden hareketle yöneltilen sorulardan biri de "yerel gazeteler yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin kültür ve sanat yaşamı üzerinde etkili oluyor mu?"biçimindedir (Bkz. Ek-1; 47. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 17'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 17

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Kültür ve Sanat Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?



GRAFİK: 17'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 52,8'i yerel gazetelerin yayınladıkları haber ve yorumlar ile kentin kültür ve sanat yaşamı üzerinde etkili olduğuna, yüzde 22,6'sı ise etkili olmadığına inanmaktadır. Okurların yüzde 24,6'sı da kesin bir yargıda

bulunmaktan kaçınarak, "emin olmadığı"nı belirtmektedir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 5'i yerel gazetelerin kentin kültür ve sanat yaşamını etkilediğini, 2'si etkilemediğini, yaklaşık 3'ü de bu konuda emin olamadığını belirtmektedir.

Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca bir kişinin cevap vermediği bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel basın okurları, yerel gazetelerin kent yaşamında en çok kültür ve sanat konusunda etkili olduğunu düşünmektedir. Okurların sahip olduğu bu konuya ilişkin inanç düzeyinin diğer konuların üstünde olduğu saptanmıştır. Bunda, yerel gazetelerin kentteki kültürel ya da sanatsal etkinliğe ilişkin haber ve yorumlara geniş yer ayırmasının, haftanın belli günlerinde periyodik olarak kültür sanat sayfaları çıkarmasının, kültür ve sanat adamları ile sık sık röportajlar yayınlamasının etkisi olduğu düşünülebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 23).

Aynı çerçeveden hareketle yöneltilen sorulardan biri de "yerel gazeteler yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin siyasetçileri üzerinde etkili oluyor mu?"biçimindedir (Bkz. Ek-1; 48. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler TABLO: 24'de özetlenmiştir.

TABLO: 24

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Siyasetçileri Üzerinde Etkili Oluyor mu?

YEREL GAZETELER KENTİN SİYASETÇİLERİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLUYOR MU?	OKUYAN
Oluyor	38,9
Olmuyor	39,4
Emin Değil	21,7

TABLO: 24'de de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 38,9'unun yerel gazetelerin yayınladıkları haber ve yorumlar ile

şehrin siyasetçileri üzerinde etkili olduğuna inanırken, yüzde 39,4'ünün ise böyle bir etkisi olduğuna inanmadığı saptanmıştır. Okurların yüzde 21,7'si de kesin bir yargıda bulunmaktan kaçınarak "emin olmadığını" belirtmiştir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan yaklaşık 4'ü yerel gazetelerin yerel siyasetçiler üzerinde etkili olduğuna inanırken diğer 4'ü buna inanmamakta ve son 2 okur da bu konuda kesin bir yargıda bulunamayacağını belirtmektedir.

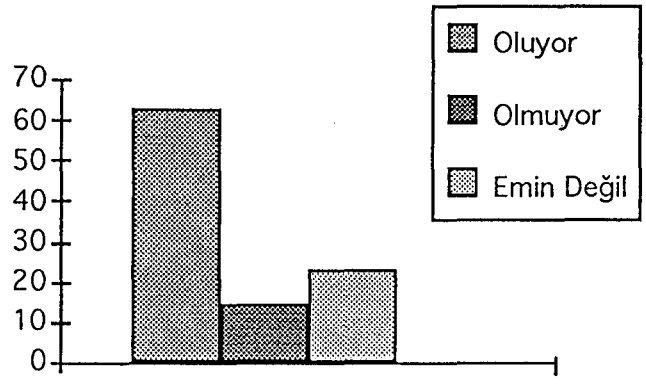
Uygulamada yalnızca 2 deneğin cevap vermediği bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin siyasetçiler üzerinde etkili olduğuna inananlar ile inanmayanların dağılımı birbiri ile eşit düzeylerde görülmektedir. Ancak az bir farkla da olsa okurlar yerel gazetelerin siyasetçiler üzerinde etkili olmadığına inanmaktadır. Burada, 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 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, gazetelelere 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. Bu sürecin yerel gazeteler ve yerel kamuoyu içinde geçerli olduğu düşünülebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 44).

Aynı kapsamda yöneltilen bir diğer soru da "yerel gazeteler yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin spor takımları üzerinde etkili oluyor mu?"biçimindedir (Bkz. Ek-1; 49. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 18'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 18

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Spor Takımları Üzerinde Etkili Oluyor mu?



GRAFİK: 18'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 62,5'inin yerel gazetelerin yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin spor takımları üzerinde etkili olduğuna inanırken, yüzde 14,5'inin ise böyle bir etkisi olduğuna inanmadığı saptanmıştır. Okurların yüzde 23'ü de kesin bir yargıda bulunmaktan kaçınarak "emin olmadığını" belirtmiştir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan yaklaşık 7'si yerel gazetelerin yerel siyasetçiler üzerinde etkili olduğuna inanırken 1'i buna inanmamakta ve 2 okur da bu konuda kesin bir yargıda bulunamayacağını belirtmektedir.

Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevap verdiği bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin spor takımları üzerinde etkili olduğuna inananların oranının oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Okurlar, spor konusunda da yerel gazetelerin diğer konulara göre çok daha etkin olduğunu düşünmektedir denilebilir. 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. Uygulamanın daha önceki bölümlerinde yer alan soruların değerlendirilmesi sırasında da belirtildiği gibi yerel ortamlar için en önemli kamuoyu unsurlarından biri kentin spor takımları ve onların başarı ya da başarısızlıklarıdır. Bu takımların kendi alanlarında yaptıkları mücadeleler de biraraya 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 birşeylerin 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 (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 24).

Yöneltilen bir başka soru da "yerel gazeteler şehrin sorunlarına -ki bu sorunlar belediye, vilayet, emniyet gibi yönetim birimlerini ilgilendiren konularda olabilir- yeterince eğiliyor mu" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 50. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler TABLO: 25'de özetlenmiştir.

TABLO: 25

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Şehrin Sorunlarına Yeterince Eğiliyor mu?

YEREL GAZETELER ŞEHRİN SORUNLARINA YETERİNCE EĞİLİYOR MU?	OKUYAN
Eğiliyor	48,2
Eğilmiyor	38,2
Emin Değil	13,6

TABLO: 25'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 48,2'sinin yerel gazetelerin yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanırken, yüzde 38,2'sinin ise gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanmadığı saptanmıştır. Okurların yüzde 13,6'sı da kesin bir yargıda bulunmaktan kaçınarak "emin olmadığını" belirtmiştir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan 5'i yerel gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanırken diğer 4'ü buna inanmamakta ve 1 okur da bu konuda kesin bir yargıda bulunamayacağını belirtmektedir.

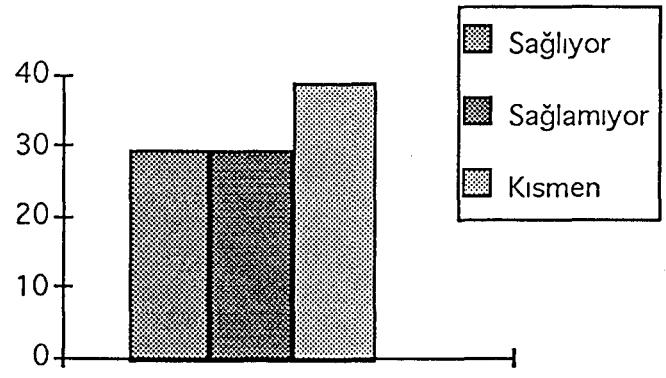
Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca bir okurun cevaplamadığı bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğini söylemek mümkündür. Başka bir deyişle yerel gazete okurlarının yarısı bu gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanmaktadır denilebilir. İnanmayanların oranı, inananların oranından yüzde 10 az olmakla birlikte, kaydedeğer bir oran olarak kabul edilebilir. Ancak elde edilen gözlem ve saptamalara göre yerel gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiği ancak kentin var olan ve yenilenmekte olan yapısal özellikleri gereği çok fazla soruna sahip olması nedeniyle bu sorunların düzelmediği, bunun sonucunda da kamuoyunun gözünde yerel gazetelerin konuya yeterince eğilmediği gibi bir görüntünün çıktığı söylenebilir. 48. sorunun değerlendirilmesi sırasında kamuoyunun siyasetçilere ilişkin beklentileri ile kitle iletişim araçlarından beklentileri arasında kurulan ilişkide olduğu gibi benzer bir ilişkinin ve değerlendirmenin burada da geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Yerel gazeteler, kentin sorunlarını sürekli olarak gündeme getirmekle birlikte, bu sorunları çözmesi gereken birimlerin gerek ekonomik, gerek teknolojik, gerekse yönetim ve organizasyon gücü nedenleriyle yetersiz kalmaları sonucu bu sorunlar çözülmemektedir. Ancak kamuoyu bu sorunları gündeme getiren ve gündemde tutan gazetelerin, yaptıkları yayınlar ile bu sorunları çözdürtmesi gerektiğine inanmaktadırlar. Bunun gerçekleşmemesi durumunda da kamuoyunda, yerel gazetelerin kentin sorunlarına yeterince eğilmediği gibi bir inanış hakim olmaktadır denilebilir. Bir başka deyişle kamuoyu sorunların yetkililer tarafından çözümlenmesi konusunda basının bir yaptırım gücü olduğuna inanmaktadır ve sahip olunan sorunları basın kanalıyla çözdürtmeye çalışmaktadır (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 45).

Yöneltilen bir başka soru ise, "yerel gazeteler Eskişehir'de yaşayanlar

üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce oluşmasını sağlayabiliyor mu?" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 51. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 19'da gösterilmiştir.

GRAFİK:19

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Eskişehir'de Yaşayanlar Üzerinde Güncel Konularda Ortak Bir Düşünce Oluşmasını Sağlıyor mu?



GRAFİK: 19'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 30,2'sinin yerel gazetelerin Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce oluşmasını sağladığına inanırken, yüzde 30,2'sinin ise gazetelerin ortak bir düşünce oluşmasını sağladığına inanmadığı saptanmıştır. Okurların yüzde 39,7'si de kesin bir yargıda bulunmaktan kaçınarak "emin olmadığını" belirtmiştir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan 3'ü yerel gazetelerin Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce oluşmasını sağladığına inanırken eşit oranda bir okur kitlesi de buna inanmamakta, ancak her on okurdan 4'ü bunu kısmen sağladığını düşünmektedir.

Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca bir okurun cevaplamadığı bu sorudan elde edilen verilere göre, kesin inananlar ile inanmayanların oranı birbirleri ile eşit düzeylerdedir. Ancak kesin yargıda bulunmayarak "kısmen sağladığı"na inananların oranı bu düzeylerin üstünde

gerçekleşmiştir. 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.

Daha açıklayıcı yaklaşımlar ortaya koymak gerekirse; Blumler ve Wright, iletişim araçlarının hedefi olan izleyici kitlesi üzerinde durarak, izleyici kitlesinin olası portresini çizmeye çalışmışlardır. Blumler ve Wright, izleyici kitlesinin; "a) farklı sınıf, pozisyon, kültür, servete sahiptirler ve toplumun her düzeyi ve yanından gelirler; b) bilinmeyen kişilerden oluşur, c) izleyiciler arasında çok az ilişki ve deney alışverişi vardır; yerel ve fiziksel bakımdan birbirinden ayrılmışlardır; ç) çok gevşek bir şekilde örgütlenmişlerdir. Kalabalık gibi birleşerek veya toplu şekilde hareket etme gücüne sahip değildirler" diye ifade edilebilecek özelliklere sahip olduklarını ileri sürmüşlerdir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 42). Hedef kitlenin yerel bir ortamda dahi olsa sıralanan bu özelliklerini tanımayan ya da yayınlanan haber, yorum ve fotoğraflarla etkilenmeye çalışılan kitleye ilişkin gerçekçi yaklaşımları ortaya koyamayan yerel basın kuruluşlarının kitleler üzerinde ortak bir düşünce sağlayamaması doğal olarak karşılanabilir. Yine, kuramsal bölümlerde yer verildiği üzere, Alemdar ve Kaya, "kitle iletişim araçlarının içerik ve yapılarıyla seçilmiş faaliyet

doğrultularının, toplumsal yaşamın pekçok alanında derin etkilerde bulunabileceğini söylemektedirler (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 40). 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 gereği bir kez daha burada ifade edilmesi gerekmektedir. Yerel kitle iletişim araçları açısından da geçerliliği olan bir gerçeğin altını çizerek, Gökçe'nin konuyla ilgili olarak yaptığı şu saptamanın burada bir kez daha aktarılmasında yarar görülmektedir. Gökçe, kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajlardan bireylerin az ya da çok mutlaka etkilendiğini, ancak mesajın etkili olabilmesi için bireylerin sahip oldukları görüşler ve ilgileri doğrultusunda mesajların gönderilmesi gerektiğini söylemektedir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 42). Bu noktada görevin yeniden basın kurumuna ya da çalışmanın konusu olan yerel gazetelere düştüğü belirtilmelidir. Bir diğer görüşe göre kitle haberleşme araçlarının başta gelen özellikleri, uzaktaki olayları, kısa bir zamanda, büyük kitlelerin yanına getirebilmeleri; günlük yaşama sokabilmeleri ve bu olayları sunuş ve yorumlayış biçimleriyle, kitlelerin içindeki bireylerin kanaatlerine yön verme olanağına sahip olmalarıdır. Bu açıdan hareketle, kitle iletişim araçlarından gelen bilgilerin ve görüşlerin tamamının, araçdan yararlanan bireylerin tümünü etkilemediği ya da etkilerinin sınırlı kaldığı, son yıllarda yapılan çeşitli araştırmalara dayanılarak ileri sürülmektedir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 75). Bu düşüncenin temel alınması durumunda, yerel gazetelerin şehirde yaşayanlar üzerinde ortak bir düşünce sağlayabilmesi için, diğer bir deyişle kamuoyu oluşturabilmesi için, unutulmaması gereken, kamuoyunun; bir grubu etkileyebilecek ve sorun olarak algılanabilecek bir olay ya da durum ortaya çıktığında, söz konusu grubun, bu olay ya da

durumun etkilerini değerlendirerek ortak bir görüş oluşturması halinde ve bu görüşlerini belirli tutum ve buna bağlı davranışlar biçiminde göstermesi durumunda oluştuğudur (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 80). Bununla birlikte ileri sürülen bir diğer görüşte ise, basının, kamuoyunun oluşumunda tek başına etkili olmadığı, bu gücün, bireyin önceden edindiği tecrübe ve birikimlerine dayalı olarak ortaya çıkan inanç ve tutumların, ileri sürdüğü fikirler ile çok fazla çatışmadığı oranda birey üzerinde etkili olabildiği belirtilmektedir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 94). Öte yandan MacBride; "eğer kamu gerçekten kendine özgü tutum ve niteliklere sahip olmasaydı, ona her inanç, önyargı ve davranış kalıpları empoze edilebilirdi" demektedir. MacBride'a göre, gerçekten kamu kendisine sunulan mesajları, gerek kalıtımsal olarak sahip olduğu gerekse sonradan benimsediği standartlara göre sınayıp değerlendirmekte ve olumlu ya da olumsuz tavrını da bu standartlar belirlemektedir (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 85).

Tüm bu görüşlerden temel bir yaklaşım olarak; yerel gazetelerin kentte yaşayanlar üzerinde ortak bir görüş sağlamasının mümkün olabileceği, bu güce sahip olduğu, ancak seslendiği yerel kitlenin özelliklerini tanıması gerektiği söylenebilir. Ayrıca ortak bir görüşün her zaman gerçekleştirilmesinin mümkün olamayacağı, ortak bir görüş için kitlenin de buna istekli ve hazır olması gerektiği belirtilebilir. Yerel gazetenin ileri sürdüğü görüşlerin herkes tarafından kabul edilmesinin gerekmediği, bireylerin düşüncelerinin bu görüşlerle örtüşebildiği oranda gerçek ortaklığın olabileceği de vurgulanabilir. Bununla birlikte kamuoyunun verilen mesajları ilk anda kabul etmesi ya da bunlardan etkilenmesi de beklenmelidir. Zira, kamuoyu gelen mesajları önce kendi değer yargıları ve düşünce süzgeçinden geçirmektedir. Ortak görüşte birleşebilen insanlar için mesajların anlaşılır olması, ortak dilin ve kültürel değerlerin gözardı edilmemesi gerektiğine de dikkat çekilebilir (Ayrıca bkz. Ek-2; Tablo: 25).

Bu kapsamdaki son bir soru da "genel olarak bakıldığında yerel gazetelerin gelecekteki öneminin nasıl olacağına" ilişkindir. (Bkz. Ek-1; 62. Soru) Cevaplardan elde edilen veriler TABLO: 26'da özetlenmiştir.

TABLO: 26

Eskişehir Yerel Basın Okurları Genel Olarak Bakıldığı Zaman Yerel Gazetelerin Gelecekteki Önemini Nasıl Değerlendiriyor?

YEREL GAZETELERİN GELECEKTEKİ ÖNEMİNİ NASIL DEĞERLENDİRİYOR	OKUYAN
Artacak	63,8
Değişmeyecek	27,6
Azalacak	8,5

TABLO: 26'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 63,8'inin yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağına inanırken, yüzde 27,6'sının ise yerel gazetelerin gelecekteki öneminin değişmeyeceğine inandığı saptanmıştır. Okurların yüzde 8,5'i ise bu gazetelerin gelecekteki öneminin azalacağını düşünmektedir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan 6'sı yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağını, diğer 3'ü bu öneminin değişmeyeceğini ve 1 okur da bu öneminin azalacağını belirtmektedir. Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca bir okurun cevaplamadığı bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazete okurları, yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağını en azından şu anda sahip oldukları önemini koruyacağını düşünmektedir denilebilir. Okurların, yerel gazeteler için böylesi bir inanca sahip olmaları en azından Eskişehir'deki yerel gazeteler adına umut vericidir. Yerel kamuoyu, gazetesine sahip çıkmakta, onu önemli görmekte ve bir anlamda bu gazetelerin önemini koruması gerektiğine inanmaktadır. Bu durum kent kültürünün dolayısıyla kentte yaşayanların kendi kurumlarına sahip çıkma ve onları önemseme eğilimi içinde olduklarını da gösteriyor denilebilir.

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 (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 149).

Usman da; toplum hayatında, yerel gazetelerin önemli rolleri olduğunu, bu gazetelerin, yayınlandıkları şehirlerin ve hatta ilçelerin insanları ile içiçe ve onlardan bir parça olduğunu söylemektedir. Usman, yerel gazetelerin bulundukları kentin tüm sorunları ile yoğrulmakta ve okur-gazete ilişkisinin de çoğu kez, aile yakınlığı ve münasebeti boyutlarına kadar varmakta olduğunu belirterek, ulusal gazetelerin bir türlü ulaşamadıkları noktaların da bunlar olduğunu vurgulamaktadır. (Bkz. Bölüm: 3; Sayfa: 177). Yerel basının işte bu üstünlüklerinin ve doğal avantajlarının yerel basını gelecekte daha da önemli kılacağını söylemek mümkündür. Yerel yönetimlerin yetkilerinin genişletilmesi ve yerel yönetim olgusunun ülke de daha ön plana çıkmasına ilişkin çalışmaların yoğunlaştığı şu dönemlerde, yerel yönetimlerin en önemli ve gerçekçi iletişim araçlarının başında yerel basının geldiğini, yetkileri güçlendirilmiş bir yerel yönetimin, yerel basını da güçlendirebileceği gerçeği de dile getirilebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 46).

Yerel basın okurlarının yerel gazetelerden elde ettiği yarar düzeyinin ele alındığı bu bölümü genel biçimiyle değerlendirmek gerekirse; Eskişehir'deki yerel gazetelerin okuyucularını yönlendirici bir güce belirli bir oranda da olsa sahip olduklarını ancak yerel gazetelere ilişkin aynı zamanda kaydadeğer bir ölçüde belirsizliğinde söz konusu olduğunu göstermektedir denilebilir. Her on okurdan 5'i yerel gazetelerin yerel

yöneticiler üzerinde belirli bir etki gücüne sahip olduğunu, her on okurdan 3'ü ise bu etki gücüne sahip olmadığını düşünmektedir. Yerel yöneticilerin basına yönelik olumlu ya da olumsuz tavırları, basın ile diyalogları ve basının yerel yöneticilerin çalışmalarına sayfalarında yer vermesi, kamuoyunun düşüncelerini, kanaatlerini etkileyen unsurlar olmaktadır.

Dağılımlar birbirleri ile yakın oranlarda olmakla birlikte az bir farkla da olsa okurların çoğunluğu yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamını haber ve yorumlarla etkilediğini, yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamında bir biçimde etkili olduğuna inanmaktadırlar. Yerel basın okurlarını bu inanca sahip olmalarında yerel gazetelerde sık sık yer alan kentteki yatırımlara, çiftçi ve işçi gibi kesimlerin ücret ve avanslarının ödenmesine ilişkin haber ve yorumların etkisi olduğu düşünülebilir.

Yerel basın okurları, yerel gazetelerin kent yaşamında en çok kültür ve sanat konusunda etkili olduğunu düşünmektedir. Okurların sahip olduğu bu konuya ilişkin inanç düzeyinin diğer konuların üstünde olduğu saptanmıştır. Bunda, yerel gazetelerin kentteki hemen her kültürel ya da sanatsal etkinliğe ilişkin haber ve yorumlara geniş yer ayırmasının, haftanın belli günlerinde periyodik olarak kültür sanat sayfaları çıkarmasının, kültür ve sanat adamları ile röportajlar yayınlamasının etkisi olabilir.

Az bir farkla da olsa okurlar yerel gazetelerin siyasetçiler üzerinde etkili olmadığına inanmaktadır. Bunda, 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 etkisi olduğu düşünülebilir.

Elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin spor takımları üzerinde etkili olduğuna inananların oranının oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Okurlar, spor konusunda da yerel gazetelerin diğer konulara göre çok daha etkin olduğunu düşünmektedir denilebilir. 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 gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğini söylemek mümkündür. Başka bir deyişle yerel gazete okurlarının yarısı bu gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanmaktadır denilebilir.

Yine elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce sağladığına kesin inananlar ile inanmayanların oranı birbirleri ile eşit düzeylerdedir. Ancak kesin yargıda bulunmayarak "kısmen sağladığı"na inananların oranı bu düzeylerin üstünde gerçekleşmiştir. Temel bir yaklaşım olarak; yerel gazetelerin kentte yaşayanlar üzerinde ortak bir görüş sağlamasının mümkün olabileceği, bu güce sahip olduğu, ancak seslendiği yerel kitlenin özelliklerini tanıması gerektiği söylenebilir. Ayrıca ortak bir görüşün her zaman gerçekleştirilmesinin mümkün olamayacağı, ortak bir görüş için kitlenin de buna istekli ve hazır olması gerektiği belirtilebilir. Son olarak da yerel gazete okurları, yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağını en azından şu anda sahip oldukları önemini koruyacağını düşünmektedir denilebilir. Okurların, yerel gazeteler için böylesi bir inanca sahip olmaları en azından Eskişehir'deki yerel gazeteler adına umut vericidir.

Bu bölümde okurlarının yerel gazetelerin etkileri konusundaki düşünce düzeyleri değerlendirilmiştir. İzleyen bölümde ise yine aynı kitlenin yerel gazetelere olan güven ve beklenti düzeyi değerlendirilecektir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

6-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERE OLAN GÜVEN VE BEKLENTİ DÜZEYİ

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelere olan güven ve beklenti düzeylerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 52 ve 53. Sorularda yer almıştır (Bkz. Ek-1; 52 ve 53. sorular).

Buna göre, yapılan uygulamada bu bölüme ilişkin yöneltilen ilk soru yerel basın okurlarının yerel bir gazeteden beklentilerinin neler olduğuna ilişkindir (Bkz. Ek-1; 52. Soru). Okurlara yerel bir gazeteden bekleyebilecekleri 16 seçenek sunulmuş ve bunlardan kendi beklentileri için geçerli olanları belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen veriler TABLO: 27'de özetlenmiştir.

TABLO: 27

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Bir Gazeteden Beklentileri?

YEREL BİR GAZETEDEN BEKLENTİLER	OKUR%'si
Daha Fazla Yerel Haber	% 83
Daha Doğru Haber	% 87,5
Daha Fazla Yorum	% 68,5
Daha Fazla Araştırma	% 83
Daha Fazla Spor Haberi	% 49,5
Daha Fazla Kültür-Sanat Haberi	% 69
Daha Fazla Ekonomi Haberi	% 61
Daha Fazla Polis-Adliye Haberi	% 40
Daha Fazla Siyasi Haber	% 49
Daha Fazla Magazin Haber	% 41,5
Daha Fazla Eğlence	% 30
Daha Fazla Fotoğraf	% 31,5
Daha Fazla Söyleşi-Röportaj	% 63
Daha Fazla Reklam-İlan	% 30
Daha Güzel Mizanpaj (Tasarım)	% 61
Daha Fazla Ulusal Haber	% 59

TABLO: 27'de sunulan yerel bir gazeteden beklentilere ilişkin elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden; en fazla, daha doğru haber beklentisi içinde olduğu saptanmıştır (yüzde 87,5). Bunu, yüzde 83'lük eşit oranlarla daha fazla yerel haber ile daha fazla araştırma beklentileri izlemektedir. Okurların, daha sonra sırasıyla; yüzde 69 oranıyla daha fazla kültür-sanat haberi, yüzde 68,5 oranıyla daha fazla yorum, yüzde 63 oranıyla daha fazla söyleşi-röportaj, yüzde 61'lik eşit oranlarla daha güzel bir mizanpaj (tasarım) ile daha fazla ekonomi haberi, yüzde 59 oranıyla daha fazla ulusal haber, yüzde 49,5 oranıyla daha fazla spor haberi, yüzde 49 oranıyla daha fazla siyasi haber, yüzde 41,5 oranıyla daha fazla magazin haber, yüzde 40 oranıyla daha fazla polis-adliye haberi, yüzde 31,5 oranıyla daha fazla fotoğraf, ve yüzde 30'luk eşit oranlarla daha fazla reklam-ilan ile daha fazla eğlenceye dönük unsurların beklentileri içinde oldukları saptanmıştır.

Bu verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden en yüksek oranda, daha doğru haber beklentisi içinde olması dikkat çekicidir. Bu yerel gazetelere, bu gazetelerin haber ve yorumlarına, gazetelerin kitleye gönderdiği mesajlara ilişkin kamuoyunda ciddi bir güven bunalımının, doğruluk derecesine ilişkin ciddi bir şüphenin ve inançsızlığın olduğunu göstermektedir ki bu yerel gazeteler için gerçekleşebilecek en tehlikeli sonuçlardan biridir. Her on yerel basın okurundan 9'unun daha doğru haber beklentisi içinde olması, yerel gazetelerin bugüne kadar sahip oldukları habercilik anlayışlarını, habere yaklaşımlarını ve haber sunumlarını gözden geçirmelerini zorunlu kılan bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Gazeteciliğin ve kamuoyu yaratmanın en temel unsurlarından sayılan doğru haber, doğru bilgi, doğru mesaj verilmesi konusunda, Eskişehir'deki yerel basın okurları yerel gazeteler hakkında olumsuz bir tablo çizmektedir.

Öte yandan okurlar, yerel gazeteleri tüm bunlarla birlikte destekler bir yaklaşımla bu gazetelerden daha fazla yerel haber ve daha fazla araştırma yapılmasını istemektedirler. Kişiler, bir kaç haberle geçiştirilmiş gazeteler ve araştırmaya dayanmayan, yüzeysel ya da araştırma unsurlarının göze çarpmadığı haberler istememekte, sağlam temel ve belgelere dayanılarak hazırlanmış daha fazla bilgiyi, daha doğru bir biçimde istemektedir. Bir başka deyişle, yerel basın okurları çevrelerinden daha fazla haberdar olmak istemekte ve çevrelerinde devam eden yaşama ilişkin gerçek bilgilerin bulunup çıkartılarak kendisine sunulmasını beklemektedir. 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 kaydadeğer 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 ve 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 kayguların artık daha fazla taşınmaya başladığını, işlevselliğin yanısıra güzel ve itina ile hazırlanmış gazeteler görmek istediğini 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 gelişin ülke ve kent ekonomisini yakından izleyerek, hem bilgi sahibi olmak hem de gelişmeler doğrultusunda bireysel önlemlerini almak istemektedirler denilebilir. Bunun da ekonomi haberlerini talebi ciddi bir oranda artırdığını söylemek mümkündür. Öte yandan yerel basın okurları okudukları yerel gazetelerinde ulusal haberlerde 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 karekteristik özelliklerinin bu anlamda iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Türkiye'deki yerel basın açısıdan değerlendirilmesi gereken çok farklı koşullar bulunmaktadır. Türk toplumunun karakteristik özellikleri diğer toplumlardan farklılık arzetmektedir. 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

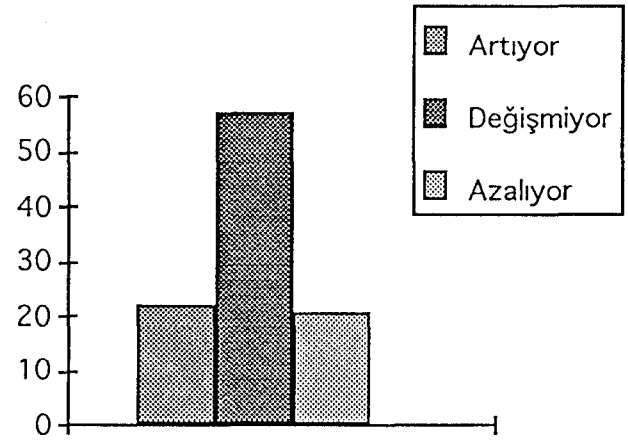
arzettiği kabul edilmektedir. Bu ve benzeri diğer özellikleri nedeniyle elbette onu günlük yaşamını sürdürdüğü kentle sınırlı tutmak olanaksızdır. Bu anlamda Türkiye'deki yerel basının da diğer ülke yerel basınlarından farklılık göstermesi gerekmektedir. Yalnızca lokal haber ve yorumlarla yetinen bir yerel gazetenin bu tür karakteristik özellikleri olan bir toplumda tutunması ve büyümesi elbette olanaksızdır. Anadolu kentlerinde yayınlanan gazetelerin sadece lokal 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 en az yarısının, dafa fazla spor ve siyasi haber beklediği de yapılan saptamalar arasındadır. Okurların, kentin spor etkinlikleri ve siyasi gelişmelerinin daha etkin ve daha fazma kamuoyuna açık olmasını, bunların gazetelere tamamiyle 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, reklam-ilan ve eğlenceye dönük unsurlar bulunmaktadır. Okurlar belirli oranlarda bu unsurları da istemektedir ancak önceliklerini kendileri adına saptamış bulunmaktadırlar demek mümkündür.

Yapılan uygulamada bu bölüme ilişkin ikinci soru ise, yerel basın okurlarının yerel gazetecilere duyduğu güvene ilişkindir (Bkz. Ek-1; 53. Soru). Elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 20'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 20

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Basında Görev Yapan Gazetecilere Duyduğu Güven?



GRAFİK: 25'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 22'sinin yerel basında görev yapan gazetecilere duyduğu güven artarken, yüzde 57'5'inin ise gazetecilere halen duyduğu güvenin değişmediği saptanmıştır. Okurların yüzde 20,5'i de yerel basında görev yapan gazetecilere duyduğu güvenin azaldığını belirtmiştir. Başka bir deyişle, her on yerel basın okurundan 2'si yerel gazetecilere duyduğu güvenin arttığını belirtirken, okurların yarısından fazlası diğer deyişle her on okurdan 6'sı halen duyduğu güvenin değişmediğini, her on okurdan diğer 2'si de güveninin azaldığını belirtmektedir.

Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel gazeteciler okurları üzerinde yarattıkları güveni korumaktadırlar. Ancak belirli bir düzeyde güvensizliğe sahip okurları olmakla birlikte, güvensiz okur düzeyi ile eşit oranda okurdan da güven kazanmış bulunmaktadırlar. Yerel gazetecilere okurların duyduğu güvenin, bir önceki sorudan elde edilen verilerin değerlendirilmesi aşamasında da belirtildiği gibi, gazetecilerin yapacakları haberler, gazetecilik yaklaşımları ve

gazetecilerin sahip olacağı ilkeli ve tutarlı çizgileri ile doğru oranda artacağı ya da azalacağı söylenebilir. Ancak gazeteci ve gazete bir anlamda birbirlerinin kimlikleri hakkında da bilgi vermektedirler. Birbirlerinin temsilcisi gibi görünmekte, birbirleri ile eşit düzeyde değerlendirilmektedirler. Bu durum özellikle yerel basında daha fazla görülebilmektedir. Bu nedenle kamuoyundaki bu iki unsurdan herhangi birisine ilişkin duyulan güvensizlik diğerini de fazlasıyla etkiyecek, kamuoyunda hem gazete hem de gazeteci için olumsuz bir görünümün doğmasına neden olabilecektir. Konunun bu açıdan değerlendirilmesi durumunda,kamuoyunda yaratılacak güven ve saygın izlenimin hem gazete hem de gazeteci tarafından birlikte oluşturulması gerektiği söylenebilir (Ayrıca bkz. Ek: 3; Tablo: 26).

Bu bölüme ilişkin genel bir değerlendirmeye gitmek gerekirse; Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden; en fazla, daha doğru haber beklentisi içinde olduğu saptanmıştır (yüzde 87,5). Bunu, yüzde 83'lük eşit oranlarla daha fazla yerel haber ile daha fazla araştırma beklentileri izlemektedir denilebilir. Bununla birlikte okurların, daha sonra sırasıyla; yüzde 69 oranıyla daha fazla kültür-sanat haberi, yüzde 68,5 oranıyla daha fazla yorum, yüzde 63 oranıyla daha fazla söyleşi-röportaj, yüzde 61'lik eşit oranlarla daha güzel bir mizanpaj (tasarım) ile daha fazla ekonomi haberi, yüzde 59 oranıyla daha fazla ulusal haber, yüzde 49,5 oranıyla daha fazla spor haberi, yüzde 49 oranıyla daha fazla siyasi haber, yüzde 41,5 oranıyla daha fazla magazin haber, yüzde 40 oranıyla daha fazla polis-adliye haberi, yüzde 31,5 oranıyla daha fazla fotoğraf, ve yüzde 30'luk eşit oranlarla daha fazla reklam-ilan ile daha fazla eğlenceye dönük unsurların beklentileri içinde oldukları saptanmıştır.

Elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden en yüksek oranda, daha doğru haber beklentisi içinde olması dikkat çekicidir. Bu yerel gazetelere, bu gazetelerin haber ve yorumlarına, gazetelerin kitleye gönderdiği mesajlara ilişkin kamuoyunda ciddi bir güven bunalımının, doğruluk derecesine ilişkin ciddi bir şüphenin ve inançsızlığın olduğunu göstermektedir ki bu yerel gazeteler için gerçekleşebilecek en tehlikeli sonuçlardan biridir.

Öte yandan okurlar, yerel gazeteleri tüm bunlarla birlikte destekler bir yaklaşımla bu gazetelerden daha fazla yerel haber ve daha fazla araştırma yapılmasını istemektedirler. Kişiler, bir kaç haberle geçiştirilmiş gazeteler ve araştırmaya dayanmayan, yüzeysel ya da araştırma unsurlarının göze çarpmadığı haberler istememekte, sağlam temel ve belgelere dayanılarak hazırlanmış daha fazla bilgiyi, daha doğru bir biçimde istemektedir.

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.

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.

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 gelişin ülke ve kent ekonomisini yakından izleyerek, hem bilgi

sahibi olmak hem de gelişmeler doğrultusunda bireysel önlemlerini almak istemektedirler denilebilir. Öte yandan okurlar, ulusal haberleri bir başka gazete alarak değil, yerel ağırlıklı haber, yorum ve araştırmalarla hazırlanmış, kendi kentlerinin gazetelerinde hepsini birarada bularak okumak istemektedirler. Okurların, kentin spor etkinlikleri ve siyasi gelişmelerinin daha etkin ve daha fazma kamuoyuna açık olmasını, bunların gazetelere tamamiyle 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. Yine, elde edilen verilere göre, yerel gazeteciler okurları üzerinde yarattıkları güveni korumaktadırlar. Ancak belirli bir düzeyde güvensizliğe sahip okurları olmakla birlikte, güvensiz okur düzeyi ile eşit oranda okurdan da güven kazanmış bulunmaktadırlar. Yerel gazetecilere okurların duyduğu güvenin, bir önceki sorudan elde edilen verilerin değerlendirilmesi aşamasında da belirtildiği gibi, gazetecilerin yapacakları haberler, gazetecilik yaklaşımları ve gazetecilerin sahip olacağı ilkeli ve tutarlı çizgileri ile doğru oranda artacağı ya da azalacağı söylenebilir.

Bu bölümde yerel basın okurlarının yerel gazetelere olan güven ve beklenti düzeyine ilişkin sorulardan elde edilen verilerin değerlendirilmesi yapılmıştır. İzleyen son bölümde ise, okurların yerel gazetelerle iletişim kurma düzeyleri değerlendirilecektir.

7-YEREL BASIN OKURLARININ YEREL GAZETELERLE İLETİŞİM KURMA DÜZEYİ

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelerle iletişim kurma düzeylerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen sorular, uygulanan ankette 54-61. sorular arasında yer almıştır. (Bkz. Ek-1; 54-61. Sorular).

Bu bölüme ilişkin yapılan uygulamada yerel basın okurlarına ilk olarak, "şimdiye kadar yerel bir gazeteye katıldığınız ya da katılmadığınız bir konuda görüşlerinizi ilettiniz mi?" biçiminde bir soru yöneltilmiştir (Bkz. Ek-1; 54. Soru). Elde edilen veriler, TABLO: 28'de özetlenmiştir.

TABLO: 28

Eskişehir Yerel Basın Okurları Şimdiye Kadar Yerel Bir Gazeteye Katıldığı Ya da Katılmadığı Bir Konuda Görüş İletti mi?

YEREL BİR GAZETEYE KATILDIĞI YA DA KATILMADIĞI BİR KONUDA GÖRÜŞ İLETTİ Mİ?	OKUYAN
İlettim	11
İletmedim	87
Düşündüm ama yapmadım	2

TABLO: 28'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 11'inin şimdiye kadar bir yerel gazeteye katıldığı ya da katılmadığı bir konuda görüşlerini ilettiği, yüzde 87'sinin ise iletmediği, yüzde 2'sinin ise böyle bir şeyi düşündüğü ama gerçekleştirmediği saptanmıştır. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 9'u yerel bir gazeteye herhangi bir görüşünü iletmediğini, her on okurdan yalnızca birinin görüşlerini gazeteye ilettiğini, her yüz okurdan 2'sinin ise böyle bir şey düşündüğü halde gerçekleştiremediğini söylemek mümkündür. Uygulamaya katılan tüm deneklerin cevaplandırdığı bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel

gazetelerin yerel kamuoyu ile yeterince bütünleşememesi, gazetelerin seslendikleri kitleye, 'gazeteye rahatlıkla ulaşabileceklerine' ilişkin yeterli güven ve rahatlığı sunamamaları olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak yerel bir ortamda yerel bir gazeteye bile rahatlıkla kendi görüşlerini iletemeyen yerel kamuoyunun da değerlendirilmesi gereken zaafiyetleri olduğu düşünülebilir. Toplumda var olan tepkisizlik, görüşlerini kendine saklama ve kolay kolay açıklamama, çekinme ve düşüncesini önemsememe gibi kültürel özelliklerin, daha doğru bir deyişle zaafiyetlerin, yerel bir gazete ile iletişime geçmede bile bir engel olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 47).

54. sorunun bir devamı olarak yöneltilen bir diğer soru da "eğer ilettiyseniz, bu görüşleriniz ilettiğiniz gazetede yer aldı mı?" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 55. Soru). Bu soruya alınan cevaplardan elde edilen verilerde TABLO: 29'da özetlenmiştir.

TABLO: 29

Eskişehir Yerel Basın Okurları Şimdiye Kadar Yerel Bir Gazeteye Katıldığı Ya da Katılmadığı Bir Konuda Görüş İletti İse Bu Görüşler Gazetede Yer Aldı mı?

YEREL BİR GAZETEYE KATILDIĞI YA DA KATILMADIĞI BİR KONUDA GÖRÜŞ İLETTİ İSE BU GÖRÜŞLER GAZETEDE YER ALDI MI?	OKUYAN
Evet	81,8
Hayır	18,2
Bilmiyor	------

TABLO: 29'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 81,8'i yerel bir gazeteye katıldığı ya da katılmadığı bir konuda ilettiği görüşün gazetede yer aldığını, yüzde 18,2'si ise görüşünün yer almadığını

belirtmiştir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 8'inin ilettiği görüş yerel gazetede yer alırken, her on okurdan 2 okurun görüşü yer almamıştır. Ancak, uygulamaya katılan deneklerden 178'i bu soruya yanıt vermemiştir. Bu oldukça yüksek bir oran olarak kabul edilebilir. Bu oldukça yüksek cevap vermeyen denek grubu için, gazeteye ilettiği görüşlerin yer alıp almadığını bilmemesinin de mümkün olabileceği gözardı edilmemelidir. Verilerin değerlendirilmesinde bu oranın ve böylesi bir olasılığın gözardı edilmemesi gerekmektedir. Eldeki verilerin değerlendirilmesi durumunda ise, yerel gazeteye görüşlerini ileten okurların görüşlerinin gazetede hemen hemen mutlaka yer aldığını söylemek mümkündür. Görüşlerini iletenler içinde bu görüşlerine yer verilmeyenler için de gazetenin yayın politikasına, ilkelerine, kamu ahlakına ters düşmüş olabilecekleri için yer verilmediği de söylenebilir. Görüşlerini ileten kişilerin görüşlerinin gazetede yer alması, gazetelerin okuyucularına açık olduğunun, onların görüşlerine önem verdiklerinin göstergesi olarak görelebilir (Ayrıca bkz. Ek-3; Grafik: 48).

Bu kapsamda yukarıdaki sorunun bir devamı olarak yöneltilen bir diğer soru da "görüşlerinizi ilettiğiniz gazetede size yönelik bir cevap yazıldı mı?" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 56. Soru). Soruyaverilen yanıtlardan elde edilen veriler TABLO: 30'da özetlenmiştir.

TABLO: 30-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Görüş İlettiği Gazetede Kendilerine Yönelik Cevap Yazıldı mı?

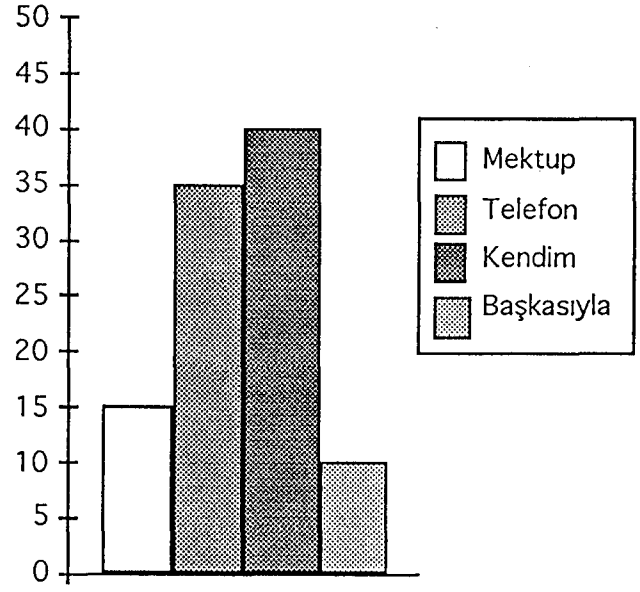
GÖRÜŞ İLETTİĞİ GAZETEDE KENDİSİNE YÖNELİK CEVAP YAZILDI MI?	OKUYAN
Yazıldı	52,4
Yazılmadı	47,6
Bilmiyor	---

TABLO: 30'da görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 52,4'ü görüş ilettiği gazetenin kendisine yönelik cevap yazdığını, yüzde 47,6'sı ise böyle bir cevap yazılmadığını belirtmiştir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 5'inin ilettiği görüşe yerel gazeteden cevap yazılırken, her on okurdan 5'ine ise cevap yazılmamıştır. Ancak, uygulamaya katılan deneklerden 179'u bu soruya yanıt vermemiştir. Bu oldukça yüksek bir oran olarak kabul edilebilir. Cevap vermeyen denek grubu için, gazeteye ilettiği görüşlere gazetede cevap yazılıp yazılmadığını bilmemesinin de mümkün olabileceği gözardı edilmemelidir. Verilerin değerlendirilmesinde bu oranın ve böylesi bir olasılığın da gözardı edilmemesi gerekmektedir. Eldeki verilerin değerlendirilmesi durumunda ise, yerel gazeteye görüş yazanlara gazetelerin cevap yazmaya çalıştıkları söylenebilir. Gazetelerin günlük ve 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 unutulmamalıdır. Bu açıdan gazetelerin bu konuya gereken hassasiyeti göstermeleri gerektiği düşünülebilir (Ayrıca, bkz. Ek-3; Grafik: 49).

Uygulamada okurlara yöneltilen bu kapsamdaki bir diğer soru ise, görüşlerini gazeteye hangi yolla ilettiklerine ilişkindir (Bkz. Ek-1; 57. Soru). Bu soruya alınan cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK:21'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 21

Eskişehir Yerel Basın Okurları Görüşlerini Gazeteye Hangi Yolla İletti?



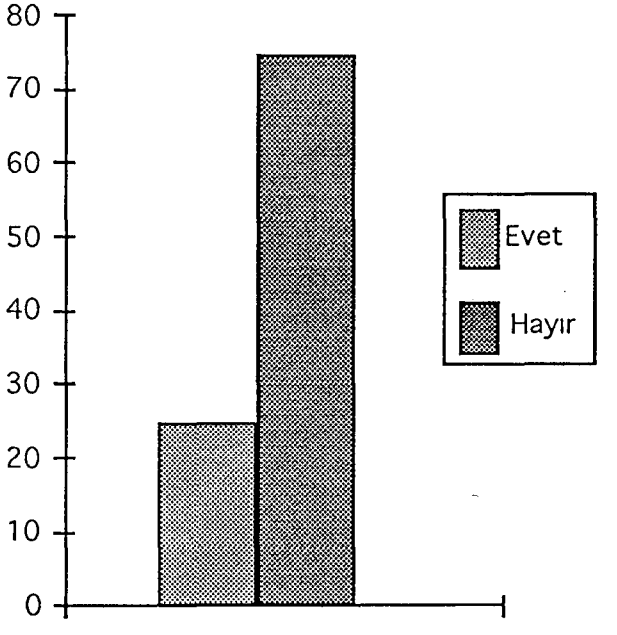
GRAFİK: 21'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 15'i görüşlerini gazeteye mektup ile, yüzde 35'i telefon ile, yüzde 40'ı bizzat kendisi giderek, yüzde 10'u ise başkasının aracılığıyla ilettiğini belirtmiştir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 1'inin mektup yazarak, her on okurdan 3'ünün gazeteye telefon açarak, her on okurdan 4'ünün bizzat kendisinin gazeteye gidip yetkililerle görüşerek, her on okurdan birinin de başkası aracılığıyla görüşlerini gazeteye ilettiği söylenebilir. Ancak, uygulamaya katılan deneklerden 180'i bu soruya yanıt vermemiştir. Bu oldukça yüksek bir oran olarak kabul edilebilir. Verilerin değerlendirilmesinde bu oranın ve böylesi bir olasılığın da gözardı edilmemesi gerekmektedir. Eldeki verilerin değerlendirilmesi durumunda ise, 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 gelişme olarak değerlendirilebilir. Bu yerel bir iletişim ortamı için olması gereken bir yol olarak düşünülebilir. Özel güvenlik sistemleri ile korunan, birer büyük medya merkezi haline gelen, ulaşılması bile çok güç olan ulusal basın kuruluşlarında, herhangi bir kişiye giderek onunla yakın diyalog kurmanın ve sorunlarını dile getirmenin hemen hemen olanaksız olduğu düşünülürse, yerel basının okuru ile daha yakın diyalog içinde olabilmesini önemli bir üstünlük olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü, okuru ile yüzleşebilen basın kuruluşlarının daha işlevsel özellikler taşıyabileceği düşünülebilir. Ancak bu soruya cevap veren denek oranının dağılımı etkileyebileceği de gözardı edilmemelidir (Ayrıca, bkz. EK-2; Tablo: 27).

Uygulamada okurlara yöneltilen bir diğer soru da "son bir yıl içinde bir yerel gazetede siz ya da bir yakınınıza ilişkin haber, fotoğraf ya da yorum yayınlandı mı?" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 58. Soru). Verilen cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım ile GRAFİK: 22'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 22

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Bir Yıl İçinde Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya daBir Yakınına ilişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı mı?



GRAFİK: 22'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 75'i son bir yıl içinde bir yerel gazetede kendisi ya da bir yakınına ilişkin haber, fotoğraf ya da yorum yayımlanmadığını, yüzde 25'si yayımlandığını belirtmiştir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurunun 8'ine ilişkin son bir yılda yerel bir gazetede haber ya da fotoğraf yayımlanmamış ancak her on okurdan 2'sine ilişkin haber ve fotoğraf yayımlanmıştır. Uygulamaya katılan bütün deneklerin cevap verdiği bu sorudan elde edilen verilere göre, yerel basın okurları ya da yakınları genellikle yerel gazetede haber ya da fotoğraf konusu olmamaktadır. Bunda yerel gazetelerin genellikle sıradan vatandaşlar yerine sürekli olarak belirli konu ve kişilere ilişkin haber yapmalarının bir etken unsur olduğu düşünülebilir. Yerel basın okurları, kendi okudukları yerel gazetelerle haber konusu olacak türden bir ilişki içinde olmamışlardır demek de mümkündür (Ayrıca, bkz. Ek-2; Tablo: 28).

Bu sorunun bir devamı olarak yöneltilen bir diğer soru ise, "yayımlandıysa yaşamınızda nasıl bir değişiklik oldu" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 59. Soru). Bu sorudan elde edilen veriler de TABLO: 31'de özetlenmiştir.

TABLO: 31

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya da Bir Yakınına İlişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı İse Yaşamında Nasıl Bir Değişiklik Oldu?

KENDİSİ YA DA YAKININA İLİŞKİN BİR YEREL GAZETEDE HABER, FOTOĞRAF YA DA YORUM YAYINLANDI İSE YAŞANINDA NASIL BİR DEĞİŞİKLİK OLDU?	OKUYAN
Olumlu	41,7
Olumsuz	12,5
Değişiklik Olmadı	45,8

TABLO: 31'de görüldüğü gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 41,7'si son bir yıl içinde bir yerel gazetede kendisi ya da bir yakınına ilişkin haber, fotoğraf ya da yorum yayınlandıktan sonra yaşamında olumlu bir değişikliğin olduğunu, yüzde 12,5'i ise yaşamında olumsuz bir değişikliğin olduğunu belirtmektedir. Okurların yüzde 45,8'i de yaşamında herhangi bir değişikliğin olmadığını belirtmektedirler. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 4'ü böyle bir haber, yorum ya da fotoğrafın gazetede yayımlanmasından sonra yaşamında olumlu değişiklikten, her on okurdan 1'i olumsuz değişiklikten, her on okurdan 5'i de herhangi bir değişiklik olmadığından sözetmektedir. Ancak uygulamaya katılan deneklerden 152'si bu soruya cevap vermemiştir. Bu oldukça yüksek bir oran olarak kabul edilebilir. Verilerin değerlendirilmesinde bu oranın ve okurların yaşamlarındaki değişlikten bir şekilde sözetmekten kaçınmış olabileceği ya da bu sorunun kendisini hiçbir şekilde ilgilendirmediğini düşünmesi nedeniyle cevap vermediği gibi bir olasılığın da gözardı edilmemesi gerekmektedir. Eldeki verilerin değerlendirilmesi durumunda ise, gazetede haber, fotoğraf ya da yoruma konu olan okurun yaşamında olumlu bir değişikliğin görülmesi yerel basın ile okur ilişkisi açısıdan sevindirici bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Bu durum, okurun da pozitif bir haber konusu olduğunu göstermektedir denilebilir.

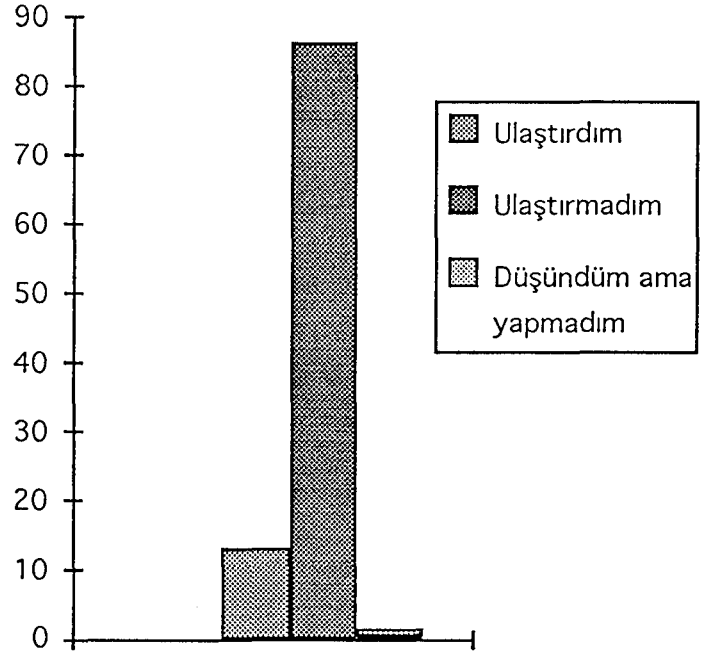
Çalışmanın kuramsal bölümlerinde de yer verildiği üzere, insanlar gazetelerde okudukları görüşlere çoğu zaman katılmasalar da bir etkinin söz konusu olduğu düşünülmektedir. Bu durum okuyucularını hoşnut etmeyi amaç edinen ticari basın örneğin reklam gazeteleri için olduğu kadar özellikle siyasi içerikli mesajlar taşıyan basın için çok daha geçerlidir. (Bkz. Bölüm: 2; Sayfa: 71) Burada da görüldüğü gibi kimi zaman ticari, kimi zaman siyasi, kimi zaman sosyal saygınlık açısından da olsa yerel gazeteler de okuyucuları

üzerinde olumlu ya da olumsuz bir takım değişiklikler yapabilmektedir demek mümkündür (Ayrıca, bkz. Ek-3; Grafik: 50).

Uygulamada yerel basın okurlarına yöneltilen bir diğer soru da "yerel gazetelere bir konuda haber yapmalarını ya da araştırmalarını sağlayıcı bilgi ulaştırdığınız oldu mu?" biçimindedir (Bkz. Ek-1; 60. Soru). Yöneltilen bu soruya karşılık alınan cevaplardan elde edilen veriler grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 23'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 23

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Bir Yerel Gazeteye Bir Konuda Haber Yapmalarını Ya da Araştırmalarını Sağlayıcı Bilgi Ulaştırdığı Oldu mu?



GRAFİK: 23'de gösterildiği gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 13,1'i yerel gazetelere bir konuda haber yapmalarını ya da araştırmalarını sağlayıcı bilgi ulaştırdığını, yüzde 86,4'ü ise böyle bir bilgiyi ulaştırmadığını belirtmektedir. Okurların yüzde 0,5'i de böyle bir bilgi ulaştırmayı düşündüğünü ancak gerçekleştirmediğini belirtmektedir. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan yalnızca 1'inin böyle bir bilgiyi yerel gazetelere ulaştırdığından, her on okurdan 9'unun ise böyle bir bilgiyi

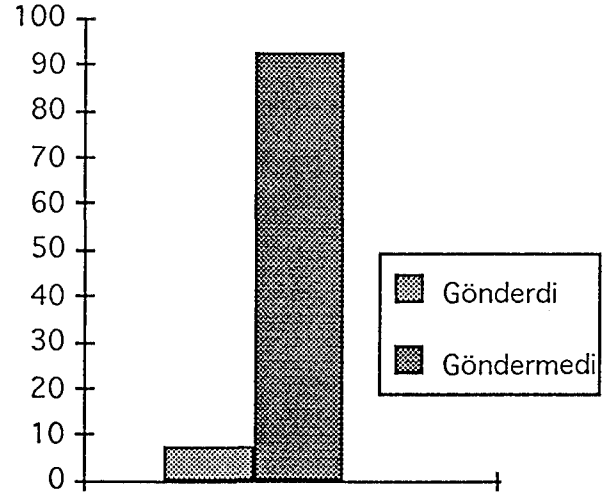
ulaştırmadığından sözedilebilir. Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca birinin cevaplandırmadığı bu sorudan elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelere bilgi ulaştırmaktan çekindiklerini, böyle bir kayguyu taşımadıklarını, böylesi bir girişim içinde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bir anlamda, yerel gazetelerin okurlarından böyle bir destek beklediğini yeterince okurlarına duyurmamalarından ya da okurlarından böylesi bir beklenti içinde olmamalarından da bu durum kaynaklanabilir. Bununla birlikte, okurların yerel basına böylesi bir konuda katılım göstermemelerinin nedenin de ayrıca araştırılması gerektiği düşünülebilir. Zira, okurların yerel basına duydukları güven ve kendilerine yerel basının verdiği öneme ilişkin inanç düzeyi, okurların yerel basına bilgi aktarmasındaki en önemli etkenlerden biri olarak düşünülebilir. 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 tercih ederek 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 gibi konular dışında) henüz eylemin içinde yer alma, kendilerine ilişkin gelişmelerde söz söyleme, beklentilerini örgütlü ve toplumsal bir hareket içinde ifade etme, kendisini etkileyen kurum ya da kişilikleri etkileme gibi çabalara girdiği

söylenemez Dolayısıyla böylesi bir konumunu korumakta olan bireylerin yerel basınla katılımcı bir ilişki içinde olmalarının da doğal olarak beklenemiyeceği düşünülebilir (Ayrıca, bkz. Ek-2; Tablo: 29).

Uygulamanın bu bölüme ilişkin son sorusu da "yerel bir gazeteye bugüne değin yayımlanmak üzere mektup ya da yorum yazısı gönderdiniz mi" biçiminde ifade edilmiştir (Bkz. Ek-1; 61. Soru). Cevaplardan elde edilen veriler, grafiksel anlatım diliyle GRAFİK: 24'de gösterilmiştir.

GRAFİK: 24

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelere Bugüne Değin Yayımlanmak Üzere Mektup Ya da Yorum Yazısı Gönderdi mi?



GRAFİK: 24'de gösterildiği gibi, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 7,5'inin yerel gazeteye bugüne değin yayımlanmak üzere mektup ya da yorum yazısı gönderdiği, yüzde 92,5'inin ise göndermediği saptanmıştır. Diğer bir deyişle her on yerel basın okurundan 9'u böyle bir mektup ya da yazı göndermediğini, her on okurdan biri ise mektup ya da yorum yazısı gönderdiğini belirtmektedir. Uygulamaya katılan deneklerden yalnızca birinin cevap vermediği bu sorudan elde edilen verilerin değerlendirilmesi durumunda, okurların yerel gazetelere bu tür yazışmalar için uzak durduklarını, bu tür girişimler ya da kaygular içinde olmadıklarını söylemek

mümkündür. Bu, daha önce de sözü edildiği gibi okur ile gazete arasındaki iletişimi zayıf tutmaktadır. Okuru ile bütünleşmiş bir gazetenin daha üretken ve başarılı olabileceği gibi gazetesi ile bütünleşmiş okurların da yaşama daha fazla ağırlığını koyan, zaman zaman etken konuma geçen, daha çağdaş bir yaklaşım içinde olacağı da doğaldır (Ayrıca, bkz. Ek-2; Tablo: 30).

Bu bölüme ilişkin genel bir değerlendirme yapmak gerekirse; Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 11'inin şimdiye kadar bir yerel gazeteye katıldığı ya da katılmadığı bir konuda görüşlerini ilettiği, yüzde 87'sinin ise iletmediği, yüzde 2'sinin ise böyle bir şeyi düşündüğü ama gerçekleştirmediği saptanmıştır. Bu durumu, yerel gazetelerin yerel kamuoyu ile yeterince bütünleşememesi, gazetelerin seslendikleri kitleye, 'gazeteye rahatlıkla ulaşabileceklerine' ilişkin yeterli güven ve rahatlığı sunamamaları olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak yerel bir ortamda yerel bir gazeteye bile rahatlıkla kendi görüşlerini iletemeyen yerel kamuoyunun da değerlendirilmesi gereken zaafiyetleri olduğu düşünülebilir.

Yerel gazeteye görüşlerini ileten okurların görüşlerinin gazetede hemen hemen mutlaka yer aldığını söylemek mümkündür. Ayrıca, yerel gazeteye görüş yazanlara gazetelerin cevap yazmaya çalıştıkları söylenebilir. Gazetelerin günlük ve 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 unutulmamalıdır. Bu açıdan gazetelerin bu konuya gereken hassasiyeti göstermeleri gerektiği düşünülebilir.

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.

Yerel basın okurları ya da yakınları genellikle yerel gazetede haber ya da fotoğraf konusu olmamaktadır. Bunda yerel gazetelerin genellikle sıradan vatandaşlar yerine sürekli olarak belirli konu ve kişilere ilişkin haber yapmalarının bir etken unsur olduğu düşünülebilir. Yerel basın okurları, kendi okudukları yerel gazetelerle haber konusu olacak türden bir ilişki içinde olmamışlardır demek de mümkündür.

Yerel bir gazetede haber, fotoğraf ya da yoruma konu olan okurun yaşamında olumlu bir değişikliğin görülmesi yerel basın ile okur ilişkisi açısıdan sevindirici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelere bilgi ulaştırmaktan çekindiklerini, böyle bir kayguyu 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 bu durum kaynaklanabilir. Öte yandan, bu durum okurların da yeterince aktif katılımcı rolü benimsememelerinin göstergesi olarak düşünülebilir. Okurların yerel gazetelere mektup türünde yazışmalar için uzak durduklarını, bu tür girişimler ya da kaygular içinde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bu, daha önce de sözü edildiği gibi okur ile gazete arasındaki iletişimi zayıf tutmaktadır. Okuru ile bütünleşmiş bir gazetenin daha üretken ve başarılı olabileceği gibi gazetesi ile bütünleşmiş okurların da yaşama daha fazla ağırlığını koyan, zaman zaman etken konuma geçen, daha çağdaş bir yaklaşım içinde olacağı da doğaldır.

Bu bölümde, uygulamadan elde edilen bilgiler 7 başlık altında değerlendirilmiş, bulgu ve yorumlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bundan sonraki bölümde ise, çalışmanın özet, tartışma, sonuç ve önerilerinin yeraldığı aşamalar yer almaktadır. Özet başlığı altında çalışmanın bir bütün olarak hangi ana ve alt başlıklar içinde değerlendirildiği anlatılarak, çalışmanın genel bir portresi çizilmeye çalışılacaktır. Tartışma başlığında ise çalışmanın kuramsal ve uygulamaya ilişkin bilgilerinin değerlendirilmesinin yanısıra, çeşitli plaftormlarda ileri sürülen düşünceler ele alınarak irdelenecektir. Sonuç başlığı altında, araştırmadan elde edilen tüm sonuçlar tek bir pota içinde değerlendirilecektir. Öneriler başlığı altında ise araştırma sırasında farkedilen ve araştırmayı ilgilendiren konulara ilişkin önerilerle, bundan sonra yapılacak araştırmalara yardımcı olmak amacıyla ileri sürülen öneriler yer alacaktır.

BÖLÜM 6
ÖZET-TARTIŞMA-SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın özet-tartışma-sonuç ve öneriler adını taşıyan bu son bölümünde, çalışmanın planı kapsamında ve bütününde ele alınan konuların kısaca gözden geçirildiği özet ile çalışma boyunca ulaşılan kaynaklardan, yapılan gözlemlerden ve uygulamanın bulgularından elde edilen düşüncelerin genel bir perspektif içinde tartışılmasına yer verilmektedir. Çalışmanın uygulama bölümündeki bulgulardan elde edilen veriler, bağımsız başlıklar altında önceki bölümde değerlendirilmiştir. Bu verilerin sonucunda ulaşılan bilgiler ise, bu bölümün 'sonuç' başlığı altında genel olarak biraraya getirilmektedir. Ayrıca bu bölümde; çalışmanın genel olarak değerlendirildiği 'çalışmaya yönelik öneriler' ile bundan sonra bu konuya ilişkin yapılacak çalışmalarda araştırmacılara yardımcı olmak amacıyla düşünülen önerilere de 'ileriye yönelik öneriler' başlığı altında yer verilmektedir.

1- ÖZET

Milyarlarca yaşam ve yüzlerce uygarlığa rağmen, insanoğlunun doğasında değişmeyen ender olgulardan biri de **"haberleşme ve iletişim ihtiyacı"** dır. Yaşam biçimleri değişirken, kültürler başkalaşırken, insanın bu ihtiyacının tükenmediği görülmektedir. Bu nedenle insanoğlu, iletişim ihtiyacını daha fazla oranda, daha rahat ve geniş bir ağ içinde gidermek için, beyin gücünü ortaya koyarak iletişim teknolojisini geliştirme yoluna gitmiştir. İnsanlığın tarihsel gelişimine bakıldığında, insanoğlunun iletişim sürecini öncelikle yaşadığı çevre düzeyi ile sınırlı bir oranda gerçekleştirdiği

görülmektedir. Diğer bir deyişle, insanoğlunun birbiri ile iletişim kurma sürecini, sahip olduğu iletişim araçlarının olanakları çerçevesinde, ilk kez lokal, diğer bir adlandırılışı ile yerel düzeyde başlattığıdır. Bu gerçeğin ortaya koyduğu sonuç ise, iletişim biçim ve ortamları açısından en eski olma özelliğini, **yerel iletişim** olgusunun taşıdığıdır. İletişimin grupsal ya da kitlesel boyutta ilk oluşum biçimi özelliği de taşıyan yerel iletişim ve bu türlü bir iletişim biçiminin ilk yansımaları olan **kamuoyu** kavramı ve oluşumu, aslında ayrı yerlerde yaşasalar da tüm insan topluluklarının gelişimiyle eş değerde, bu gelişim düzeyine paralel bir ilerleme izlemiştir.

Yerel iletişim ve yerel kamuoyu, farklı insan topluluklarında farklı boyutlarda ve farklı gelişme, değişme ve olgunlaşma süreçleri ile yaşanmıştır. Örneğin Batı toplumları ile Doğu toplumları arasında; yerel iletişim sürecinin, hem araçların gelişimi ve kullanımı, hem de bu araçların bu toplumlar üzerindeki etkileri farklı olabilmiştir.

Basın kurumu bir bütün olarak ele alındığında, yerel gazetelerin de bu bütünün organlarından yalnızca biri olduğu görülmektedir. Basın, özünde yerel nitelikte doğup, özellikle Avrupa'da 1800'lü yılların ortalarına doğru teknolojinin de gelişmesiyle birlikte ulusal ve uluslararası bir boyut kazanmıştır. 1900'lü yılların başından bugüne kadar gelen basının gelişim sürecinde, özellikle yerel basın, toplumsal yapı içinde, insanlar arasındaki bağlantıyı sağlayarak toplumu ve değerlerini ayakta tutmaya, bireye toplumsal bir varlık olduğunu hatırlatmaya çabalamaktadır.

Yerel iletişimin gelişme süreci içinde ortaya çıkan araçlar, bu araçların farklı toplumlarda farklı etkileme ve yaşam gücü bulması hatta aynı ülkenin farklı bölge ve alt kültürlerinde bile farklı hareket ortamlarına sahip olması konuyu araştırma açısından çekici kılmaktadır.

Yerel iletişimin hem toplumlararası farklılıklar, hem işlevsel ve hem de araçlar düzeyinde gösterdiği gelişme, bugün için son derece geniş bir çalışma alanını kapsamaktadır. Bu amaçla, bu çalışmada yerel kamuoyunun bir iletişim kurumu olan yerel kitle iletişim araçlarından yalnızca biri olan "**yerel gazeteler**" üzerinde durulmuştur. Çalışmada, kamuoyunun oluşumundaki "etkiler ve güçler" faktörleri günümüzdeki yansımaları ile değerlendirilerek, bireylere ve topluluklara çeşitli mesajlar gönderme yoluyla, onları etkileyen araçlardan biri olan yerel gazeteler, Eskişehir örneğinde irdelenmeye çalışılmıştır. Bir başka deyişle, insanoğlunun sosyal bir varlık olması nedeniyle, içinde bulunduğu ortamla kurmaya çalıştığı iletişim sürecinde, aldığı mesajlardan etkilenme düzeyi, Eskişehir kent ölçeğinde yerel bir kapsam içinde incelenmiştir.

Bilindiği gibi, ülke geneline yönelik bir kamuoyu olabileceği gibi yalnızca yerel ortamlarla sınırlı, yöre insanlarını yakından ilgilendiren daha yerel konu ve alanlarla çerçevelenmiş "kamuoyu" da olabilir. Toplumsal yapıyı oluşturan ve besleyen, aynı zamanda toplumsal yapının bir uzantısı olan "**kamuoyu**"nu, etkileyen diğer çeşitli kurumlar vardır. Yerel kamuoyunun oluşması ve böylelikle amaçlanan hedeflere ulaşılmasında, ulusal düzeydeki kitlenin olduğu gibi, yerel düzeydeki kitlenin de ihtiyaç duyduğu araçlar vardır. Bunların başında da basın ve onun organlarından biri olan gazeteler gelmektedir.

Öte yandan, teknolojinin sunduğu sonsuz olanaklarla küçülen, küreselleşen dünyada birey kendisini daha yalnız hissedebilmekte ve bu yalnızlığı aşmak için de çeşitli yolları deneme eğilimine girebilmektedir. İşte bu noktada ortaya yerel basın ve sahip olduğu ya da olması gereken misyonu çıkmaktadır. Küreselleşme süreci içinde kendisi ve çevresine

yabancılaşabilen insan, teknolojinin ona sunduğu olanaklarla çok kısa bir süre içinde dünyanın diğer yarısında gerçekleşen bir olay ya da gelişmeye ilişkin anında bilgi sahibi olabilmekte; ya da birkaç tuşa basarak dünyanın diğer yarısındaki kültürden ve gelişmeden haber alabilmektedir. Ancak tüm bunlar olup biterken de, uzun soluklu düşünüldüğünde, birey yakın çevresinden soyutlanma ve yabancılaşmayı yaşarken, bunun bir sonucu olarak da yerel kültüre ve yerel çevreye daha fazla ihtiyaç duyabilmektedir.

Toplumda habercilikten eğlenceye, kamuoyu oluşturmadan kültürel değerleri etkileme ve eğitime kadar uzanan yelpaze içinde birçok işlevi yerine getiren basın, günümüzde **kamusal göreve sahip** toplumsal bir kurum olarak hizmet vermektedir. Kamusal görev veren basın, hedef kitleleri itibariyle ulusal ve yerel olarak ikiye ayrılmaktadır. Ulusal düzeyde kamuoyu ülke geneline yayım ve yayın yapan medya kuruluşları aracılığı ile gerçekleşirken, yerel düzeyde bir kamuoyunun oluşması, özellikle yerel basın kuruluşlarının işlev ve amaçlarına yönelik bir etkinlik alanı içine girmektedir.

Halen Türkiye'de, yayın hayatını sürdürmekte olan yerel gazete sayısının yüksek rakamlarda gezmesine rağmen, birkaç ildeki yerel gazeteler dışında, tirajın çok düşük olması, bu gazetelerin kent halkı üzerindeki ya da çalışmanın amacına uygun söylem biçimiyle kamuoyu üzerindeki etkinliğinden kuşku duyulmasına neden olmaktadır. Bilinmektedir ki söz konusu yerel gazetelerin büyük bir yüzdesi küçük matbaacılık kuruluşlarıdır ve bugünün işletmecilik, basın organı ve kamuoyu açısından uygun bir gazetecilik örgütlenmesi noktasında değillerdir.

Türkiye'de çıkan gazeteler üzerinde, yapısal özelliklerine ek olarak işlevsel ve önemleri açısından yapılmış yeterli görgül araştırmalar yoktur.

Bu nedenle gazeteler hakkında yapılmış çözümlemelere dayanarak, yerel gazeteler açısından genellemeye gidilmesine olanak bulunmamaktadır. Anadolu'daki gazetelerin varolan çok düşük tirajlarına rağmen etkinlik boyutları gerçekten kuşkuludur. Bu gazetelerin temel işlevleri olan gündem oluşturmayı ne ölçüde yerine getirdiklerine ilişkin olarak hamen hemen elde hiçbir bilgi yoktur. Haber verme ve bilgilendirme işlevleri yönünden yerel kitleye ciddi düzeyde katkılarının olup olmadığı, varsa bu katkının ne düzeyde bir katkı olduğu bilinememektedir.

Yine yukarıda belirtildiği gibi, bu gazetelerin kimler tarafından izlendiği ve içeriğinin ne olduğu hakında elde sağlıklı veriler bulunmamaktadır. Bu gazeteler topluma ne ölçüde inmekte, toplumun görüşlerini ne ölçüde yansıtmakta ve topluma neler kazandırmaktadırlar? Bu tür soruların yanıtları bilinememektedir. Tüm bu sorular yerel basının bir bütün içindeki sorunudur ve araştırma yapılmadan cevaplanması da mümkün görülmemektedir.

Ancak bunlarla birlikte, ulusal basının son zamanlarda içine düştüğü promosyon, tekelleşme, tiraj gibi çıkmazlar ve hızlı nitelik kaybı, yerel basının önemini ve sorumluluklarını gündeme getirmektedir. Dünyada globalleşme rüzgarları eserken ve bu yönde bir bütünleşme yaşanırken, diğer yandan toplumların daha lokal kurumlara, daha lokal iletişim araçlarına, daha birbirine yakın yaşam ortam ve biçimlerine ihtiyaç duyar hale geldikleri gözlenmekte, bu konu medya gündeminde de yer kaplamaktadır. Bu nedenlerle yerel yayıncılık ve yayımcılığın önümüzdeki dönemde gittikçe hızlanan bir süreçle toplumun yerel iletişim kurumu olarak daha önemli misyonlara ve işlevlere sahip olması gerekliliği kaçınılmaz görülmektedir.

Çalışma bu temel düşüncelerden hareketle 6 Bölüm'den oluşturulmuştur. Çalışmanın yapısını ve perspektifini ortaya koymayı amaçlayan ilk bölümde, çalışmaya ilişkin sorun, çalışmanın amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve yöntemi ortaya konulmaya çalışılmış ayrıca çalışmada sıklıkla adı geçen temel terimlerin çalışma açısından taşıdığı tanımlar yer almıştır.

Çalışmanın Kavramsal Olarak Basın ve Kamuoyu adlı ikinci. bölümü'nde ilk olarak Kitle İletişim Araçları ana başlığı altında, kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamda yüklendikleri yükümlülükler, işlevler etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Kitle İletişim Aracı Olarak Basın ana başlığı altında ise, basın kavramı üstünde yoğunlaşılarak, kavramın işlevsel ve kurumsal boyutları ile hedef kitleleri açısından ulusal ve yerel olmak üzere iki farklı yönelimi irdelenmeye çalışılmıştır. Birinci bölümde ayrıca Kamuoyu ve Basın ana başlığı altında, Kamuoyu kavramı ve unsurları, kamuoyunun toplumsal işlevleri, basının görev, sorumluluk ve işlevleri açısından kamuoyu, uluslararası, ulusal ve yerel kamuoyunun oluşumu incelenmeye çalışılmıştır. Bu bölümde kamuoyunun oluşumunda basın faktörü ele alınmaya çalışılmış, kamuoyu oluşumunda basının bir araç olarak kullanılmasının yanısıra, kamuoyunu etkileyen unsurlar irdelenmiştir. Bu bölümde dördüncü ana başlık olan, Basının İşlevleri adı altında ise, basının haber verme, denetim ve eleştiri, kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma ile eğitme ve eğlendirme işlevleri incelenmeye çalışılmıştır. Bu işlevlerin gerçekleşmesinde toplumsal boyutlar, ortamlar ve özellikle ele alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca, basının gündem oluşturması ile basın gündeminin oluşması konuları da konunun daha iyi algılanabilmesi ve boyutlarının ortaya konulabilmesi açısından irdelenmiştir.

Çalışmanın Yerel Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın adlı ikinci bölümü'nde, yerel basın hem bir kavram hem de bir kurum olarak irdelenmiştir. Bu çerçeveden hareketle, bu bölümde ilk olarak, İşlevsel Boyutları İle Yerel Basın ana başlığı altında, yerel basının yerel halk üzerindeki önemi, etkisi, sosyal sorumlulukları ve bir kurum olarak işlevlerinin incelenmiştir. Yerel basına ve işlevlerine konun Türkiye boyutunu ortaya koymak amacıyla, tarihsel süreç içinde değinilmeye çalışılmıştır. İkinci ana başlık altında ise, yerel basını etkileyen kurum içi ve dışı faktörler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yerel basını oldukça etkileyen, başarısını, işlevlerini ve kitleleri etkileme düzeyini belirleyen unsurlar olarak düşünülen iç ve dış faktörler ayrı ayrı ele alınmaya çalışılmıştır. Zira, yerel basın bir iletişim aracı olarak işlevlerini yerine getirip yerel kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunurken aynı zamanda kendisi de pek çok kanaldan pek çok nedenle etkilenme sürecini yaşamaktadır. Bu nedenle, hem işlevselliği hem de kendi etkilenme süreçleri, çalışmanın bu bölümünün temalarını oluşturmuştur.

Yerel basını etkileyen iç faktörler olarak; kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon, çalışma koşulları, ilke ve politikalar, içerik, ekonomik güç gibi faktörler irdelenmiştir. Yerel basını etkileyen dış faktörler olarak da; okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olduğu diyer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge, kentin yapısal ve kültürel özellikleri gibi faktörler irdelenmiştir.

Çalışmanın Yerel Basında Eskişehir Örneklemi adlı üçüncü bölümü'nde, Eskişehir kenti ve yerel basını incelenmeye çalışılmıştır. Bu bölümde ilk olarak, Kent Olarak Eskişehir Profili ana başlığı altında, Eskişehir'in kent olarak coğrafi yapısı, tarihsel süreci, nüfus özellikleri,

nüfusün sektörel dağılımı, gelir dağılım düzeyi, eğitim düzeyi gibi, Eskişehir'in kent profilini ortaya çıkarmaya yardımcı olacak bilgiler irdelenmiştir. Daha sonra, Tarihsel Süreç İçinde Eskişehir Basını ana ikinci ana başlığı altında da Eskişehir'in tarihsel süreç içindeki yerel basınının dünü ve bugünü irdelenmeye, var olan durum ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bölümde son olarak, tüm bu özelliklerle birlikte, bir önceki bölümde ortaya konulan "yerel basını etkileyen iç ve dış faktörler", Eskişehir basını açısından, Eskişehir Basınını Etkileyen İç ve Dış Faktörler başlığı altında incelenmiştir.

Çalışmanın, Eskişehir Yerel Basını Ölçeğinde Okura Yönelik Uygulamadan Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar adlı üçüncü bölümü'nde, çalışma kapsamında gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Yedi ana başlık altında değerlendirilen bulgular sırasıyla;

1-Eskişehir Yerel Basın Okuruna İlişkin Sosyo-Ekonomik Bilgiler

2-Yerel Basın Okurlarının Bilgi Elde Etmede Tercih Ettiği İletişim Kanalları

3-Yerel Basın Okurlarının Ulusal ve Yerel Gazete Okuma Düzeyi

4-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerden Elde Ettiği Yarar ve Tatmin Düzeyi

5-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerin Etkileri Konusundaki Düşünce Düzeyi

6-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelere Olan Güven ve Beklenti Düzeyi

7-Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetelerle İletişim Kurma Düzeyi

başlıkları altında yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın son bölümü ise; özet, tartışma, sonuç ve çalışmaya yönelik

öneriler ve ileriye yönelik öneriler alt başlıklarından oluşmuştur. Bu bölümde çalışma genel anlamı ile değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde ayrıca Ek-1'de Eskişehir Yerel Basını Ölçeğinde Okura Yönelik Yapılan Anket Uygulaması'na, Ek-2'de Anket Bulgularına İlişkin Tablolara, Ek-3'de de Anket Bulgularına İlişkin Grafiklere yer verilmiştir. Yine bu bölümde son olarak Kaynakça yer almıştır.

Kuramsal açıdan literatür tarama, gözlem ve uygulama yöntemi ile gerçekleştirilen bu çalışma ile yerel basın için, Eskişehir örneğinde bilimsel bir veri tabanı oluşturulması düşünülmüştür. Çalışmanın uygulama bölümü; yerel basına bir örneklem oluşturması açısından Eskişehir il merkezi, bu merkezde yayımlanan yerel gazeteler ve Eskişehir kent merkezinde yaşayanlardan oluşan ve yerel gazetelerden etkilendiği varsayılan okur kitlesi ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırmada kitle iletişim aracı olarak basın, kamuoyu, basının işlevleri, yerel basın gibi kavramlara ilişkin bilgiler ilgili literatürün taranması ile elde edilmiş, ayrıca ilgili kuram, kavram ve çalışmaların anket yapılarının incelenmesiyle, çalışmada uygulanacak 62 soruyu içeren anket oluşturulmuştur. Ankete ek olarak yerel basın hakkındaki diğer bir dizi detay bilgilerin ise, yerel gazetelerle yapılan görüşmeler ve uygulamanın içine girilerek buradan elde edilen gözlemlerle toplanması uygun görülmüştür. Yapılan değerlendirmede yerel gazete okuyan 200 kişiye uygulanan anketler analiz edilmiştir.

2- TARTIŞMA

Öke'nin 1991 yılı başında Türkiye'deki gazete çalışanları üzerinde yaptığı ankete dayalı bir araştırmanın sonuçları bu çalışmayı da yakından ilgilendirmektedir. Öke, yaptığı geniş çaplı araştırmanın bir bölümünde Türkiye'de basın ve kamuoyu ilişkilerini de çeşitli sorularla irdelemektedir. Çıkan sonuçları, Amerika ve Avrupa'da aynı soru ve yöntemlerle yapılmış araştırma sonuçları ile karşılaştırmakta ve Türkiye için ilginç sonuçlara ulaşmaktadır. Buna göre Öke, araştırmasının bir bölümünde gazetecilik mesleğini profesyonel olarak gerçekleştiren denek grubuna iki soru sormuştur: 1) Kamuoyu yaratılmasında basının etkisi nedir?

2) Kamuoyu yaratılmasında basının etkisi ne olmalıdır?

Öke; 1. soruya Türkiye, ABD, Almanya ve İngiltere'deki gazetecilerin verdikleri cevaplardan yola çıkarak yaptığı istatiksel değerlendirmede, bu ülkelere göre şu sonuçlara ulaşmaktadır:

1) Kamuoyu yaratılmasında basının etkisi nedir?

ABD: 7.39 Almanya: 5.93 İngiltere: 7.30 Türkiye: 8.16

2) Kamuoyu yaratılmasında basının etkisi ne olmalıdır?

ABD: 5.96 Almanya: 6.01 İngiltere: 5.90 Türkiye: 8.53

Öke'nin yaptığı bu araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi, Türkiye'deki profesyonel gazetecilik mesleği ile uğraşanlar, kamuoyu yaratılmasında basının etkisinin en üst düzeyde olduğunu düşünmektedirler. Basının kamuoyu yaratılmasındaki etkisinin ne olması gerektiğine ilişkin soruya alınan cevaplarda da Türk gazetecilerin en üst düzeye yerleştikleri görülebilir. Öke, bu durumu bir paradoks olarak nitelendirerek, Batılı ülkelerde olması gereken etki konusunda daha da

küçülme gibi bir eğilimin ya da mevcudu muhafaza edecek kadar küçük bir artışın söz konusu olduğunu belirtirken, Türkiye'deki gazetecilerin maksimum sınırını zorladığını söylemektedir. Öke'ye göre bu rakamlar, Türk gazetecilerinin, Türkiye'de basının kamuoyu oluşturmada etkisinin çok büyük olduğuna inandıklarını ama bu etkinin daha da büyük olması gerektiğini düşündüklerini göstermektedir. Öke, bunun Batı standardına ters bir eğilim olduğunu, Batı'lı gazetecilerin, basının olması gereken etkisinin azalmasının düşünürken, Türkiye'de zaten çok yüksek olan etkinin Türk gazeteciler tarafından daha da yüksek olmasının arzulandığını belirtmektedir.[364] Öke; Türkiye'de basının kamuoyu oluşturması ve kamuoyunun hükümetleri etkilemesi konusunda batı standartlarından daha arzulu, daha büyük bir talep içinde olunduğunun altını çizerek, kamoyu olarak, hükümetler ile ilişkilerde alınacak tavır ve gösterilecek tepki konusunda basından çok şey beklendiğini vurgulamaktadır. Öke'ye göre, Batılı da aynı beklenti içindedir ancak bu Türkiye'deki beklenti düzeyinin çok altındadır. Öke; Batı toplumlarında kamuoyunu etkileyen, onun oluşumunu sağlayan birçok faktörün mevcut olduğunu, bu nedenle Batı'daki eğilimin, basının kamuoyu oluşturması yerine kendi görev sınırları içine çekilmesi yönünde olduğunu, oysa Türkiye'de kamuoyu oluşumunda tek ve vazgeçilmez etkenin basın olduğunu, tüm umudun ve beklentinin basından olduğunu belirtmektedir. Öke, araştırma sonuçlarına ilişkin olarak şu çarpıcı ve anlamlı değerlendirmeyi yapmaktadır:

> "Denilebilir ki, tüm demokratik toplumlarda gazetecinin, kamuoyu üzerinde önemli bir etkileme, güdüleme gücü vardır. Bu güç her zaman siyasi otoriteyi gazeteciyle ilişkilerinde daha dikkatli olmaya itmiştir. Gazetecilerin hükümetlere karşı geleneksel muhalif tavrı tüm toplumlarda vardır. Lideri yücelten ve yeri geldiğinde indiren gazeteci

[364]ÖKE, M. Kemal. A.g.k., s. 174-176.

sorumluluk alanı içinde neyin gündeme gelmesini istiyorsa onu projektörün altına tutar. Bu davranış kamuoyunun hükümetler hakkında olumlu ya da olumsuz kanaat sahibi olmasını doğurur. Bunun için hükümet edenler çevrelerinde hep etkili kalem görmek ister, bunu da çoğu kez başarırlar. Bu çerçeve içinde Türkiye gibi gelişme yolundaki ülkelerde basınla hükümetin ilişkileri diğer demokratik toplumlara oranla daha sıkı ve daha sıcaktır. Bu nedenle de hükümet-basın ilişkileri daha fazla önem kazanır. Gelişmiş toplumlar bu ilişkilerin belli dozda kalmasını ve daha fazla artmamasını isterken gelişme yolundaki ülke gazetecileri bu etkinin çok daha yükselmesinden mutlu olurlar. Çünkü basının tek ve temel kaynağı siyasi otoritedir. Hep, siyasi otoritenin aldığı kararlar, uygulamaları gündemi oluşturur. Basının katılımcı yaklaşımıyla bu denli politika ve politikacıyla iç içe olması mesleki bozulmayı da kimi zaman kaçınılmaz kılmaktadır. Ama Türkiye'de basın mensubu bunun böyle olmasından yanadır, çünkü toplumdaki rol ve fonksiyonu buna bağlıdır. Bu nedenle katılımcılık dışında bir yaklaşım, gazetecilik yöntemi olarak düşünülmemektedir bile. Diğer batılı toplumlarda bu denli iç içelik olmadığı gibi, karar vericiler üzerindeki ya da kamuoyu üzerindeki tek etkileyeci güç basın değildir. Batılı gazeteci bunun böyle olmaması gerektiğinin de bilincindedir. Bu nedenle gelişmiş ülke yöneticilerinin basını manipüle etme sahası Türkiye kadar geniş değildir. Mesleki yaklaşım ve etik konusundaki kurumlaşma da zaten buna engeldir[365]".

Öke'nin tüm gerçekliği ile ortaya koyduğu bu görüşler tarafımızdan da paylaşılmaktadır. Gerçekten de Türkiye gibi kimlik bunalımının oldukça yüksek düzeylere çıktığı ve saygınlık açlığı içinde olan bir toplumda, gazetecilik mesleği, söz konusu bunalım ve açlığın tatmini yönünde bulunmaz bir fırsat gibi görülebilmektedir. Türkiye'de basının ve basın mesleğinde olanların çoğu zaman var olan diğer işlevlerini bir kenara bırakarak, tamamen yönetme ve yönlendirme içgüdüsü ile hareket ettiği ve yalnızca tek amaçlarının "kamuoyunu yönlendirmek ve kamuoyu

[365] A.g.k., s. 180.

yaratmak" olduğunu düşündükleri görülebilmektedir. Burada bile gerek söylem gerekse eylem boyutunda ciddi bir yanlış içine düşülmektedir. Basının görevinin ya da işlevinin kamuoyu yaratmak değil, kamuoyunun serbestçe oluşmasını sağlamak olduğu, açıklığa kavuşturulması gereken ve küçük gibi görünen ancak oldukça önemli bir nüansdır. Basının kamuoyu yaratması; bireyleri tek yönlü bir bakış içinde, düşünmek, tartışmak ve kıyaslamaktan uzak tutması anlamına gelmekte, dolayısıyla da tek yönlü ve katı bir mesaj bombardımanına tuttuğu bireyleri günlük talimatlar ile yönetmesi ve yönlendirmesi anlamına gelebilmektedir. Hükümetler dahil hiç bir kurumun demokratik sistemlerde böylesi bir tavra, yaklaşıma ya da uygulamaya girmesi, böylesi bir mantık ile hareket etmesi söz konusu olamaz. Ancak katı bir yaklaşım olmakla birlikte, zaman zaman Türkiye'deki basın kuruluşlarının yaptıkları yayın ve yayımlar ile böylesi bir yaklaşım içinde olduklarını söylemek de mümkündür. Basının kamuoyu üzerindeki etkisi, Türkiye'de gerek gazetecilik mesleğini yapanlar tarafından, gerek çalıştıkları kurumlar tarafından ve gerekse kamuoyu tarafından oldukça abartılmaktadır. Güç ve otorite sahibi olmak, saygınlık kazanmak, etkileyici olmak, kişilerde çekince uyandıran bir konuma sahip olmak, kamuoyunun hakimi olmak, kendine ters düşenleri kamuoyu gözünde küçük düşürerek ya da kimi özel yaşamı deşifre ederek cezalandırma gücünü elinde bulundurmak gibi düşüncelerin ve yaklaşımların, çok açık bir şekilde olmasa da varlığını Türk gazeteciler arasında bir biçimiyle sürdürmesi, ülke basını adına önemli ipuçları da vermektedir.

Tüm bu belirtilen konularda yerel basını dışarıda tutmanın olanağı bulunmamaktadır. Benzeri düşünce ve yaklaşımlar aslında yerel gazeteciler arasında da varlık bulmaktadır. Aynı biçimde yerel kamuoyu da bu

düşüncelerden uzak tutulamaz. Gerek Öke'nin yaptığı çalışmada ortaya koyduğu gerçekler, gerekse Eskişehir'deki yerel basın okurları üzerinde yapılan anket uygulamasından elde edilen verilere göre, yerel kamuoyunun da yerel basın kuruluşlarından fazlasıyla etkilendiklerini, örneğin yerel gazetelerin, "kamuoyunun serbest oluşumu"nu sağlama konusunda oldukça etkili bir gücü olduğuna inandıklarını söylemek mümkündür.

Elbette, ulusal ya da yerel düzeydeki kitle haberleşme araçlarının tek amaç ve işlevleri, kamuoyu oluşturmak değildir. Böyle bir beklenti ve çabanın dışına çıkması gereken basın kuruluşları, farklı işlevlerinin ve amaçlarının da olduğunun farkına varmalıdırlar. Özellikle yerel gazetelerin, her geçen gün gelişen, yaygınlaşan ve etki gücü artan televizyon ve radyo yayıncılığı ile rekabette zorlandıkları ve bundan sonra da zorlanacakları düşünülebilir. Buna ilişkin elde kimi göstergelerin var olduğu da söylenebilir. Örneğin, Eskişehir yerel basın okurlarına ilişkin yapılan anket uygulamasında, yerel basın okurlarının "Eskişehir'e ilişkin olayları yerel televizyonlardan öğrenme oranı" oldukça yüksek kabul edilebilir bir düzeydedir. Ayrıca yine aynı uygulama çerçevesinde "hangi iletişim aracının daha etkili" olduğuna ilişkin soruya da her on yerel basın okurundan 6'sı "televizyon"ların daha etkili olduğu biçiminde cevap vermiştir. Bir başka örnek de okurların, yerel gazeteleri içerik açısından doyurucu bulma düzeylerine ilişkindir. Okurların yerel gazeteleri içerik açısından doyurucu bulma oranları beklenen düzeylerin altında gerçekleşmiştir. Tüm bunlar, yerel gazetelerin daha farklı yönelimler içine girmelerini gerekli hatta kaçınılmaz kılmaktadır. Yerel gazetelerin önemli avantajları ve işlevsel üstünlükleri bulunmaktadır.

Fillion; "Yazılı Basının Okunması, Eğilimler ve Çelişkiler" adlı makalesinde, bir düşünce ya da enformasyon ileticisi durumundaki gazetenin, potansiyel okuyucuya ulaşması için ihtiyaç duyulan maddi koşulların sağlanması gerektiğini söylemektedir.

Her şeyin, yayını okuyup öğrenecek kişilerin sayısını etkileyeceğini, ancak son çare olarak, özellikle, şu ya da bu gazeteyi ya da makaleyi okuyup okumama konusunda, kişilerin seçimini etkilemek gerektiğine değinen Fillion, okuma eyleminin varolması için okuma kapasitesinin gerekliliğine de işaret etmektedir. Fillion, eğitim ağırlıklı bir çaba ile 15 yaş sınırındaki okuma yazma bilmeyenler yüzdesinin 20 yıl içinde (1970-1990), dünya çapında yüzde 32.5'tan yüzde 27.5'e düşürüldüğünü, ancak 1990'da 680 milyonun üstünde yetişkin ve gencin hala yazılı basını takip edebilecek düzeyde olmadığını söylemektedir. Fillion, Türkiye ve Türkiye'deki yerel gazetelere de bir açılım sağlama açısından çok önemli olan bir saptamada bulunmaktadır:

> "Gençler her hafta, okulda geçirdikleri zamandan daha fazlasını televizyon karşısında geçirmektedirler. Bu kuşak gelecek on yıllardaki pazarı temsil ettiğine göre, basının bu ilgisizliğe bir çözüm bulması önemlidir. Basının okullardaki varlığını garanti altına alma çabaları, bütün ülkede (Fillion bunu Fransa için söylemektedir) hayli yoğundur. Stockholm Üniversitesi profesörü Ake Edfeldt'in bir deneyi, okumayı gazetelerin desteği ile öğrenen çocukların, geleneksel yöntemle okuma öğrenen çocuklara oranla iki kat daha çabuk ilerlediklerini ve daha sonra yaşıtlarına göre basını daha çok izlediklerini ortaya çıkarmıştır[366]".

Türkiye'yi de yakından ilgilendiren bu gerçeklerin, artık gerek Türk basını tarafından gerekse bu konuda eğitim veren akademik çevrelerce de değerlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye'de artan nüfusa karşı çok uzun

[366]FILLION, Patrick. "Yazılı Basının Okunması, Eğilimler ve Çelişkiler", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. 1992, s.155-156-157.

yıllardır değişmeyen gazete tirajları açısından yukarıdaki saptamalar dikkate alınmak zorundadır. Gazetenin gerek eğitime katkı, gerek ileriye dönük gazete okurları yaratma ve gerekse de daha aydın bir kitlenin zaman içinde yetişmesini sağlamak amacı ve işleviyle, Türkiye'de de okulların bu amaçla birer çalışma alanı içine alınmaları gerekmektedir.

Türkiye'deki gazeteler de okul çağındaki çocuklara yönelik çabalar içindedir. Ancak bu çabalar daha çok bugünkü haliyle promosyona ya da lotaryaya dönük, çeşitli ürünleri pazarlama amacı taşıyan, gazeteyi okutturma çabasından uzak bir nitelik taşımaktadır ki bu da ucuzcu, kolaycı ve çıkarcı bir zihniyetle yetişen, gazeteden uzak duran, okumaktan ve böylelikle de tartışmaktan hoşlanmayan bir neslin yetişmesi anlamına gelmektedir. Kaldı ki böylesi bir neslin örneklerini artık bol miktarda görmek son zamanlarda mümkün hale gelmiştir bile denilebilir.

Büyükerşen, Türkiye'de kentlerin de insanlar gibi büyüdüklerini, yalnızca Eskişehir'in değil, Anadolu'nun tüm kentlerinin görünüşünün ellilerin, kırkların, otuzların Türkiyesinden çok farklı olduğunu söylemektedir. Büyükerşen;

> "Ancak bu hızlı kentleşme içinde şehirlerdeki nüfus ve yerleşme alanları büyürken; çıkan gazeteler azalıyor, sinemalar kapanıyor; tiyatro, opera, bale gösterileri kalkıyor; konserlere artık rastlanmıyor. Bir başka deyişle fiziksel ve ekonomik büyüme, beraberinde bir "kültürel kan kaybını" da getiriyor[367]" demektedir.

Büyükerşen ayrıca, 1908-1986 yılları arasını kapsayan "Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını" adlı çalışmaya da gönderme yaparak; basın tarihi ile ilgili araştırma ve incelemenin; yalnızca Eskişehir'in değil; büyüme hızı yükselen ancak bunun yanında "kültürel" kayıplara uğrayan tüm kentlerin ve özellikle Anadolu kentlerinin çok önemli bir sorununu

[367]BARAZ, Turhan. A.g.k., 1988, Yılmaz Büyükerşen'in Sunuş yazısı.

ortaya koyduğunu söylemektedir. Büyükerşen; basın tarihine ilişkin yapılan çalışmaların, eski toplumsal ve kültürel yaşam gücünü kendilerine yeniden kazandırma yollarının araştırılıp bulunması gerekliliğini hatırlattığını belirtmektedir. [368]

Büyükerşen'in ifade ettiği kültürel kan kaybı, Türkiye'nin toplumsal tüm boyutlarını ve tüm kurumlarını bu arada basın kurumunu da fazlasıyla sarmış durumdadır. Elbette Türkiye'de toplum bir bütün olarak hızlı bir değişim sürecini yaşamaktadır ancak bu arada toplumun önünde olması gereken kurumlar toplumun gerisinde kalmaktadırlar. Belki de kültürel kan kaybı için ilk olarak bu sorunun çözümlenmesi gerekmektedir. Toplum, gerek bir bütün olarak devletin gerekse toplumsal kurumların önünde gitmekte, bunlardan daha hızlı bir değişim sürecini yaşamaktadır.

Baraz, sorunları çözümleyebilmenin ilk aşamasının sorunları tanımak olduğunu, ardından da çözüm yollarının arama, bulma, gerçekleştirme aşamalarının geldiğini söylemektedir. Geçmişten geleceğe uzanan çizgide ulusal ülkü olan 'çağdaş uygarlık düzeyine ulaşabilmek' için yalnızca gelişmiş ülkeler teknolojisini almanın yetmediğini söyleyen Baraz, şöyle devam etmektedir:

> "Toplumun, halkın sesi olan gazetelerin çağa göre düşünen, davranan toplum bireyleri oluşturmadaki önemini, sorumluluklarını - diğer iletişim araçlarıyla birlikte- bilmeli, bu gelişim çizgisini araştırıp tanımalı, görülen aksaklıkları gidermenin yollarını arayıp bulmalıyız. Gelecek kuşaklara geçmişimizi, bilinmezliklerin, ihmalin ötesinde önyargılardan uzak ulaştırmak amacımız olmalı. Bu doğrultuda basının gücü, geçmişimize, bugüne, geleceğe yönelik olumlu katkılarla varolup artar[369]".

---

[368] A.g.k., ve yazıdan.
[369] A.g.k., s. 4.

Baraz'ın da belirttiği gibi gelecek kuşaklar ve yaşanan sorunların çözümünde, akılcı yöntemlerin bulunması için öncelikli hedeflerden biri basın kurumunun sağlıklı bir yapıya kavuşturulması olmalıdır. Bu daha iyi yapılandırılmış halk kitleleri için bir zorunluluktur. Yerelliğin artık daha ön plana çıkmaya başladığı içinde bulunduğumuz şu dönemde, yerel basına da bu anlamda büyük sorumluluklar ve görevler düşmektedir ki yapılan uygulamadan elde edilen bilgiler de bunu göstermektedir.

Bu temel yaklaşımların ışığında bugüne, içinde bulunulan koşullara ve gelişmelere bakılarak denilebilir ki; ulusal basının son zamanlarda içine düştüğü promosyon, tekelleşme, tiraj gibi çıkmazlar ve hızlı **nitelik** kaybı, yerel basının önemini ve sorumluluklarını bir kez daha ön plana ve gündeme getirmiştir. Özellikle toplumsal işlevi her gün yeniden yaşanan bir kurumun, kimi zaaafiyetleri nedeniyle yarattığı boşluğa çok uzun bir zaman süresince "düzelir" düşüncesiyle sabır göstermenin, böylesi bir beklenti içine girmenin ve seyirci kalmanın hiç bir toplumda olanağı yoktur. Olmamalıdır da.

Tokgöz'ün 1979 yılında kaleme aldığı "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi" adlı makalesinde, başka bir deyişle yaklaşık 20 yıl önce dile getirdiği ulusal basına ilişkin eleştirilerinin, bugün bile geçerliliğini koruduğunu söylemek mümkündür. Aradan geçen yıllar içinde Türkiye çok yol almıştır. Toplumsal boyutta; duygu, düşünce, yaşam biçimi, değer yargıları, işgücü, eğitim ve kültür düzeyi, kalkınma, ekonomik güç, ulaşım olanakları, iletişim araçlarından yararlanma düzeyleri, teknolojiyi kullanma gibi konularda çok önemli ve olumlu anlamda değişiklikler yaşanmıştır. Ancak ulusal basın boyutunda; yaklaşım, tarz ve düşünceler anlamında köklü değişikliklerin gerçekleştiğini söylemek mümkün değildir.

Tokgöz söz konusu makalesinde; ülkedeki büyük ulusal gazetelerin modern gazeteciliğin örnekleri olmakla birlikte, lotaryacılık yapmakla bu gazetelerin işlevlerini yitirdiklerini, okunmak için değil, okuyucu tarafından sanki piyango bileti gibi alınmaya başlanıldığını, bu durumun uzun zamandan buyana (ve 1979 yılı itibariyle halen) devam ettiğini söylemektedir. Tokgöz, toplumun okur-yazar oranının düşük olmasının bu durumu daha çok pekiştirdiğinden, okuyucunun bir kampanyadan ötekine gazete değiştirerek geçtiğinden, bu nedenle sürekli olarak yüzen-gezen bir okuyucu kitlesinin var olduğundan ve bu kitlenin sözde tiraj dalgalanmalarına neden olduğundan söz etmektedir. Kağıda yapılan zamların gazete fiyatlarına yansıtılmasına rağmen yayın politikalarına değişiklik getirmediğine değinen Tokgöz; bu büyük ulusal gazetelerin, gazeteciliği yine yalnızca ticari bir hizmet olarak görmeye devam ettiklerini, halkı kendilerine göre yönlendirmekte, koşullandırmakta ve bazı çevrelerin çıkarlarını savunmakta olduklarını söylemektedir. Tokgöz; bu gazatelerin büyük sermaye sahibi olduklarından veya reklam gelirleri ile çerçevelendiklerinden, istediklerini gündeme getirmekte ve bunun pazarlamasını yapmakta olduklarını, bu gazetelerin saygınlığının veya güvenirliliğinin hangi ölçüler içinde tartışılabileceğinin ise, basın özgürlüğü ve ahlakının dikkate alınarak anlamlı olabileceğini belirtmektedir.[370]

Tokgöz'ün bu makeledeki düşünceleri 1979 yılında kaleme aldığını hatırlatmakta bir kez daha yarar görülmektedir. Aradan geçen yıllar içinde Tokgöz'ün belirttiği ulusal basındaki yanlışlar adına hiçbir değişikliğe rastlanılmamıştır. Lotarya ve promosyon satışı geçen yıllar içinde inanılamaz boyutlara ulaşmış, devlet bunun önüne geçebilmek için 1996

[370]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.m., s. 282.

yılının son aylarında engelleyici bir yasa çıkarmak zorunda kalmıştır. 1997 yılı itibariyle var olan durumda aslında hiçbir değişiklik bulunmamaktadır. Aynı yaklaşıma dayalı gazetecilik yine devam etmektedir. Tirajlar değişmemiştir. Nüfus artmış, okur-yazar ve eğitim düzeyi yüksek insan nüfusu yükselmiş ancak tirajlarda, gerçek okuyucu anlamında bir değişiklik gerçekleşmemiştir. Yapılan yanlışlar ortadadır. Görüldüğü gibi birşeylerin düzelmesini beklemek ve zaman içinde kendiliğinden gerçek ve ideal düzeyine ulaşacağını beklemek ham hayalden öte birşey olamamaktadır.

Oysa, özellikle Türkiye gibi jeo-politik konumu ile sosyo-ekonomik yapısı problemli ve karmaşık olan bir ülkede, halen devam etmekte olan toplumsal geçiş dönemi "**basın**" gibi bir iletişim kurumunu tüm işlevleri ile birlikte zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, böylesi bir zorunluluk yalnızca ulusal düzeyde hareket eden basın araçlarının kendi başlarına altından kalkabilecekleri bir sorumluluk alanını aşmaktadır. Kaldı ki geçmişte olduğu gibi bugün de ulusal basın büyük oranda İstanbul Basını olma özelliğinden ileri gidememektedir. Bütün Türkiye, basının bu biçimi ile hemen hemen yalnızca İstanbul'u yaşamakta, okumakta, İstanbul haberlerini ve yaşamını satın almaktadır. İstanbul'un su sorunu, gece yaşamı ya da herhangi semtinde meydana gelen bir soygun, Gaziantep'deki vatandaşı hiç mi hiç ilgilendirmemektedir. Buna rağmen yine de bu vatandaşın 50 bin lira verip, bu haberleri satın alması ya da akşam haberlerinde televizyondan, tek taraflı ve pasif bir konumda, sorgusuz sualsiz izlemesi beklenmektedir. Aslında bu yapısı ile birlikte, yapılan tüm serzenişlere ve tartışmalara rağmen Türkiye'de İstanbul basını haketmediği düzeyde yüksek bir tiraja sahiptir. Bu hali ile gereğinden, olması beklenen düzeyden fazla satma başarısını göstermektedirler. Tirajlar için ileri sürülen

bu görüşler televizyonların rating düzeyleri için de geçerlidir. Gerek tirajların yüksekliği gerekse rating düzeyleri için, toplumsal yapıya hakim olan "merkez"e karşı merak duygusu bir neden olarak gösterilebilir. Bunun yanı sıra, toplumda varolan herşeyi biraz boşvermişlik, biraz da hoşgörü ile karşılama alışkanlığı da satış ya da izlenme rakamları konusunda bir gerekçe olarak gösterilebilir. Tüm bunlara bir de basının bugün kurum ve organ olarak kendi içinde sahip olduğu sorunları ve zaafiyetleri ekleyince, ortaya Türkiye kamuoyu ve medyası adına bir büyük boşluk çıkmaktadır.

Her ne kadar yüzyıla adını koyan iletişim teknolojisi, akıl almaz düzeylerde gelişmiş olsa da ve bu nedenle televizyon ve radyo yayınlarının ülkenin her köşesine ulaştırılıyor olmasına ilişkin iddialarda da bulunulsa, Türkiye'nin iletişim olanakları gerek sosyal ve gerekse jeolojik nedenlerle yetersiz kalmaktadır. İstanbul radyo ve televizyonları haber programları dışında bu ülke halkına hitap edememektedir. Haber programları ise rahatsızlık verecek düzeyde taraflı, kimi çıkar gruplarının hizmetinde, toplumu ciddiye almayan ve toplumu gütme eğilimi içinde, tutarsız bir yayıncılık anlayışı ile sunulmaktadır. En gelişmiş ve zengin olanaklara sahip olan TRT ise, artık bu ülkeye kültürel yayınlar dışında hiçbir şey kazandıramamaktadır. TRT'de hakim olan yayıncılık anlayışı, devletin toplum önünde gitmesi gerekirken toplumun devletin önünde koştuğunu ve arkasından da devletin kurumlarını sürüklediğini görememektedir. TRT, Türk toplumunda artık hiç bir anlam ifade etmeyen günlük protokol haberleri, trafik kazası duyuruları, festival görüntüleri ve sürekli haber atlama özelliklerine rağmen, halen toplumsal iletişim aracı işlevini yerine getirdiğini sanma gibi bir yanılgının içindedir. Türkiye karayollarında seyahat halindeyken gerek devlete gerekse özel yayın kuruluşlarına ilişkin

hiç bir radyo kanalının yayınlarını rahatlıkla dinleyebilmenin olanağı bulunmamaktadır. Bu nedenle Türkiye yüzlerce kör, sağır, dilsiz noktaya sahiptir. Haber ve görüşlerin iletilememesi nedeniyle sağlıklı bir kamuoyunun ve aydınlanmanın yaşanamadığı, toplumsal bilincin oluşamadığı, ülkenin coğrafyasında birbirlerinden farklı yaşamlar süren ve birbirlerine farklı bakan toplulukların yaşadığı büyük bir boşluk ortaya çıkmaktadır.

Yukarıda ifade edilen düşüncelere eşdeğer bir yaklaşımda bulunan Şahin, konuya ilişkin olarak, var olan gerçek durumu tüm çıplaklığı ile bir kez daha ortaya şöyle koymaktadır:

> "Konuya Türkiye'nin bırakınız hala halkının yarısının yaşadığı köylerini, küçük ya da ortay boy bir kentinde yaşayan bir yurttaş açısından baktığımızda durumun vahameti ortaya çıkar. Şu bol seçenekli, zengin, yeni iletişim ortamında yaşayan bu yurttaş kendi mahallesinde çıkmış esrarengiz bir yangının haberini okuyacağı bir gazete ve dergiden mahrumdur. Televizyonu ona (Teksas'taki fabrika yangınını göstermesine rağmen) kentteki yangının niçin çıktığını gösteremeyecek, radyosu (filanca kasabanın düşmandan kurtuluşunun kaçıncı yılı olduğunu söylemesine rağmen) kentinin itfaiye müdürü ile yaptığı röportajı yayınlamayacak, metropol ile ülke geneli arasında bocalayıp ne deve ne de kuş olan 'İstanbul basını' ise (Miami'deki defileyle ilgili resimler yayınlamasına rağmen) bu yangının resmini yayınlamayacaktır. Bu yurttaşın bu konudaki şikayetini dile getirebileceği bir medya yoktur. Görüş sahibi bir yurttaş olarak medyalara erişimi ve katılımı söz konusu değildir. Şöyle de diyebiliriz: Bu yurttaş iletişim yapıları açısından "kör nokta"dadır. İşin kötüsü, iletişim altyapısı açısından büyük atılım yapan ülkenin önemli bir bölümü kör noktadadır. Bu yurttaş ülkedeki teknolojik sıçramaya rağmen çağdaş ve demokratik iletişim kavramları açısından azgelişmişlik çemberinin içindedir. O sadece kendisini bir peri masalı kadar ilgilendiren yazılı, sesli ve görüntülü mesajların edilgen alıcısı durumundadır. Ülke halkının önemli bir bölümü onun bu yoksulluğunu paylaşmaktadır.

İletişim pratiklerinin hem resmi hem de özel kesimdeki çarpıklıklarından ileri gelen bu körlüğe, basının çalışmasına köstek vuran yasal ve idari mevzuat ve gelenekler ile köklü bürokratik zihniyetin getirdiği kısıtlamalar eklendiğinde bozulmaya başlayan parlak izlenim daha da kararacak. Türk insanının 'Enformasyon Çağı'nın teknolojilerine yakınlığına rağmen kötü bilgilenen, kendisini en fazla ilgilendirmesi gereken konularda enformasyon zafiyeti çeken, öğrenme motivasyonunun düşük bir topluluk oluşturduğu ortaya çıkacaktır. Böyle bir topluluğun katılımcı çağdaş, demokrasi için iyi bir malzeme olacağını söylemek kuşkusuz mümkün değildir[371]".

Yerel basının gerekliliği ve işlevselliği de işte tam bu noktada ortaya çıkmaktadır. Ulusal basının kör kaldığı noktalarda yerel basının devreye girerek, bölge, kent ya da kasaba insanını aydınlatması sosyal bir sorumluluğunun ve çağdaş, katılımcı demokrasiye bireyleri bir şekilde çekme görevinin gereğidir. Şahin'in belirttiği tüm zaafiyetler, ancak etkin, başarılı ve sosyal sorumluluğu ile işlevini yalnızca (ulusal basına öykünerek) kamuoyu yaratmak olarak algılamayan bir yerel basın ile gidermek olasıdır.

Büyük Türk yazarlarından Yakup Kadri Karaosmanoğlu bir sözünde şöyle diyor: "**Bütün bildiklerimizden öteye İstanbul basını bize ne öğretebilirdi?**[372]" Görüldüğü kadarıyla Şahin'in yukarıdaki ulusal medya'ya ilişkin olarak anlattıklarına en doğru yaklaşım Karaosmanoğlu'nun bu sözü olmaktadır. Karaosmanoğlu bu sözü Ulusal Kurtuluş mücadelesinin verildiği yıllarda İstanbul basının, Atatürk'e ve verilen mücadeleye karşı takındığı tavıra karşı söylediği düşünülürse, pek de haksız olmadığı söylenebilir. Anadolu'dan kopmuş İstanbul'un ve İstanbul basınının Anadoluyu anlaması, orada verilen mücadeleyi kavraması, Anadolu'nun

[371]ŞAHİN, Haluk. **Yeni İletişim Ortamı-Demokrasi ve Basın Özgürlüğü**, Basın Konseyi Bilimsel Araştırmaları, İstanbul, 1991, s. 90.

[372]KARAOSMANOĞLU, Yakup Kadri. "Yerel Basın" **Türk Dil Kurumu Sözlüğü**. Cilt:1, Ankara, 1988.

kendi aydınlanma devrimini yapmak için başkaldırışını desteklemesi elbette beklenemezdi beklenemez de. Bugün de artık pek fazla birşey beklenememektedir. Şahin'in yaptığı saptamalara eklenebilecek bir şey bulunmamaktadır. Ancak gerçek olan şudur ki iletişimdeki kör noktaların aşılması için yerel basının ivedilikle devreye girmesi gerekmektedir.

Yerel bir ortamda bir ses, bir kulak ve bir göz olabilmek, bu ortamda yaşayan bireyleri bilgilendirmek ve eğitmek yerel basının ülkeye sağlayacağı önemli bir katkı anlamını da taşımaktadır. Elbette yerel kamuoyunu aydınlatmak ve serbest oluşumunu sağlamak ayrıca, yerel kurumları, kuruluşları ve kişilikleri toplum adına izlemek ve eleştirmek gibi işlev ve görevlerle de yükümlü olan yerel basın, öncelikli olarak yerel kamuoyunun kendisinden beklentilerine cevap vermelidir. Örneğin, uygulamada yerel basın okurları yerel gazetelerden daha doğru ve daha fazla araştırma, kültür-sanat, ekonomi ve yerel haber ile daha fazla röportaj ve yorum beklemektedir. Bunlar kamoyu beklentisidir ve yerel basının ciddiye alması gereken unsurlardır.

Öte yandan, ulusal bir yayın kuruluşu ile yerel bir yayın kuruluşunun kendi aralarında iletişim köprüsü kurmaları çok daha kolaydır. Metropoller dışındaki kent ya da kasabalarda yaşayan kişilerle ulusal basın arasındaki iletişim köprüsünün kurulmasında da yerel basının işlevselliğinden söz etmek mümkündür.

Farklı uluslara üye olmakla birlikte ortak kaygulara sahip olma ve güzelliklerin ortaklaşa paylaşılması, böylelikle dünyada yaşanan toplumlararası bütünleşme, özellikle kitle haberleşme araçlarından yansıyan görüntü ve haberlerin etkisi ile yaşanmaya başlamıştır. Ancak her toplum bu bütünleşme görüntülerinin yanısıra, kendi kimliğini, varlığını,

kültürünü ve yaşam biçimini de koruma çabasındadır. Bu çabanın göstergelerinden biri de her toplumun kendi içinde daha lokal kurumlara, iletişime ve yaşama ihtiyaç duyarak, yerel iletişim araçlarına verdiği önemdir. Yerel basın işte bu çerçevede bir ihtiyacı doldurmakta, yerel kültürü korumak, bulundukları yöre halkının haklarına sahip çıkmak, yöreye saygın bir konum kazandırmak ve yöre halkının kültürel kimliğini korumak görev ve yükümlülüğünü üstlenmektedir.

Tutar, Türk basınının gelişmesinin temelinde Anadolu basınının yattığını, Anadolu basını ne zaman güçlenirse Türk basınının da o zaman güçleneceğini ve Anadolu basınının güçlenmesinin ise yerel yönetimlerin güçlenmesine bağlı olduğunu söylemektedir. Tutar, Türkiye'de kökten yapılacak olan bir yönetim değişikliğinin en çok yerel basına yarayacağını vurgulayarak, "yerel parlamentoların oluşturulması, yetkilerin yerel yönetimlere verilmesi, kararların yerinden alınması, yerel basını hem habercilik, hem de ekonomik yönden güçlendirecektir" demektedir. [373]

Tutar'ın bu görüşlerine katılmamak mümkün değil. Gerçekten de gerek çalışmanın birinci bölününde ayrıntısı ile yer verilen Habitat II. Sonuç Bildirgesi'nde belirtildiği gibi, gerekse yapılan gözlemler ışığında, Türkiye'deki yerel basının çağdaş dünyayı yakalaması ve daha işlevsel bir yayıncılık yapabilmesi için yerel yönetimlerin de güçlenmesi gerekmektedir. Avrupa ve Amerika'da yerel basının güçlü olması, bu ülkelerdeki yerel yönetim birimlerinin bağımsız ve güçlü olmalarından kaynaklanmaktadır.

Akyol, yerel sorunlarla ilgili bilinç güçlendikçe yerel yönetimlerin güçleneceğini, yerel yönetimlerin güçlenmesi durumunda da yerel basının güçleneceğini söylemektedir. Akyol; insanların, Türkiye'nin yönetim sorunlarına kafa yormalarının yanısıra, yaşadıkları yerlerde önlerinden

[373]TUTAR, Hilmi. A.g.k., s. 115.

akan derenin kirliliğinden dolayı çocuklarının tifo tehlikesi ile karşı karşıya olduklarını düşündükleri zaman, yerel yönetimler ve yerel basının da gelişeceğini belirtmektedir. Yerel basını güçlendirecek etkenin; yerel sorunlara ilgi göstermek, yerel yönetimler üzerinde kontrol organı olabilmek olduğunu vurgulayan Akyol, insanların günlük hayatlarındaki problemleri yerel gazetelerden okuması ile yerel basının gelişeceğini söylemektedir. Akyol'a göre, yerel basının gelişmesi için özetle iki çıkış yolu bulunmaktadır. Birincisi, yerel basındaki enflasyonun önlenmesi, bunların kendi aralarında ekonomik bakımdan uzlaşarak, sermaye ve kurumlaşma oluşturmaları. İkincisi, ulusal basının yer vermesi mümkün olmayan yerel sorunlara yer vermesidir. [374]

Akyol'un yerel basının gelişmesi için ileri sürdüğü çözüm önerileri mutlaka dikkate alınması gereken öneriler olarak görünmektedir. Ancak, asıl önemli olan nokta, Akyol'un da belirttiği gibi yerel bilincin, dolayısıyla yerel yönetimlerin ve bunun bir uzantısı olarak da yerel basının, tüm gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de gelişmesi ve yerlemesi gerekliliğidir. Gerek yerel basına ilişkin gerçek ve kalıcı çözüm olması, gerekse Türkiye'de çoğulcu, katılımcı demokrasisinin sağlıklı bir yapıda gelişmesi açısından, yerel yönetimlerin güçlendirilmesi kaçınılmaz bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmiş ülkelerle bütünleşme açısından da artık gerekmektedir.

Türkiye'de çok uzun yıllardır süren ve artık klasikleşmiş bir tartışma konusu vardır: Sürekli artan nüfusa karşılık gazete satış tirajları da buna paralel olarak neden yükselmemektedir. Bu artık Türk basınının müzminleşmiş bir sorunudur. Amerika ve Avrupa'da genel bir tiraj kaybı söz konusudur. Ancak henüz tartışılacak boyutlarda değildir bu kayıp. Ancak bu ülkelerde güçlü bir yerel basın bulunmaktadır ve gazete tiraj

[374]AKYOL, Taha. A.g.k., s. 99.

rakamlarını da bu gazeteler yukarı çekmektedir. Yerel gazetelerin hatırı sayılır tirajları vardır ve bu gazeteler son derece saygın gazetelerdir. Türkiye'de tek bölge gazetesi olan ve Ege Bölgesi'ndeki 9 ile seslenerek buralarda satış gerçekleştiren Yeni Asır Gazetesi, söz konusu bölgede çok satan, son derece etkili ve saygınlığı olan, aynı zamanda Türkiye'de ilk bilgisayar teknolojisine geçen gazete olma özelliklerine sahiptir. Bu gazetenin örgütleniş, yenileniş ve tiraj artırma modelleri tüm yerel basın için bir örnek oluşturmaktadır.

Koloğlu, 24 Ocak 1980 kararlarıyla ağır ekonomik koşullara yenik düşen yerel basının üzerinden, aynı yıl bir kez de 12 Eylül askeri harekatının geçmesi sonucu yerel basında pekçok gazetenin tasfiye olduğunu belirtmekte ve Anadolu'daki ekonomik gelişmenin doğal sonucu olarak önemli ticaret ve sanayi merkezi şehirlerde yerel sermayenin kendi ekonomik çıkarlarını korumak amacıyla gazeteler yayınlama yoluna girdiğini söylemektedir. Koloğlu sözü buradan Yeni Asır Gazetesine getirerek bu gazete hakkında şunları anlatmaktadır:

> "Bu konudaki en önemli girişim, Yeni Asır tarafından yapılmıştır. 1970'li yılların ikinci yarısında başlattığı atakla Yeni Asır, 120 bine ulaşan satışıyla bütün Ege Bölgesi'nde İstanbullu rakiplerinin önüne geçmeyi başarmıştır. Ancak ulusal bir İzmir gazetesi olma girişimi başarısız kalmıştır. Daha sonra bu amaçla çıkardıkları İstanbul gazetesi Sabah'ın başarısı Yeni Asır'ı da küçültmüş ve 30 bine indirmiştir[375]".

Aynı şekilde Bursa'da da büyük bir yerel basın atağı görülmektedir. Bu kentte de güçlü sermayeler büyük yerel gazeteler ya da gazetenin yanısıra radyo ve televizyon istasyonları kurmakta ve Bursa'daki hem yerel okuyucuyu hem de ulusal gazetelerin ellerindeki okuyucu kitlesini kazanmaya çalışmaktadırlar.

---

[375]KOLOĞLU, Orhan. "Türkiye'de Yerel Basın", **Medya**, Aylık Pazarlama Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, Nisan 1993, İstanbul, s. 17.

Ganne, Amerika'daki yerel basın hakkında şu çarpıcı açıklamaya yapmaktadır: "Günlük Amerikan gazetelerinin içeriği yerel yapıyı yansıtmaktadır. Okuyucuya yakın olmak zorundadırlar ve onların ihtiyaçlarına cevap verirler. Çok düşük bir fiyatla satılmaktadırlar. The New York Times 1990 yılında 1.20 Fransız Frangı'na eşdeğer bir fiyatla satılıyordu[376]".

Bu saptamadan Türkiye'deki yerel gazetelere de göndermeler yapmak mümkündür. Türkiye'deki yerel gazetelerin, dünyayı tekrar keşfetmelerine gerek bulunmamaktadır. Kaliteli bir baskı, temiz ve anlaşılabilir bir Türkçe, sağlıklı okunmayı sağlayan bir sayfa tasarımının yanısıra, bulundukları yörenin yerel yapısısını da bünyelerinde yansıtmaları gerekmektedir. Okuyucuya daha yakın olmaları, okuyucunun gazeteden beklentilerinin ve ihtiyaçlarının ne olduğunu saptamaları ve gazetelerini olabildiğince ucuza satmaları gerekmektedir. Bu yerel basının yerel kamuoyunun serbestçe oluşmasını sağlaması işlevini yerine getirmesi açısından bir zorunluluktur.

Ahmet, daha sağlıklı bir yerel basın için ileri sürdüğü önerilerinde, amacı topluma hizmet etmek olmayan, gazeteci nitelikleri taşımayan kişilerin çıkardıkları, içeriği açısından işlevi ile ilgisi bulunmayan, mevcut yasal koşulları bile yerine getirmeden devletin sağladığı çeşitli desteklerden yararlanan gazetelerin biran önce basın alanından dışlanması gerektiğini dile getirmektedir. Ahmet'e göre, böylelikle işlevini yerine getiren basına sağlıklı bir ortam hazırlanması, basının gelişmesi açısından olduğu gibi, toplumsal açıdan da büyük yararlar sağlayacaktır. [377]

1975 yılında 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan "İller Basınının Sorunları Komisyonu Raporu"nda teknolojik gelişmenin ve sermaye

[376]GANNE, Valerie. A.g.k., s. 160.
[377]AHMET, E . A.g. m., s. 29.

basınının olumsuz etkilerine karşı Anadolu gazetelerinin hiç değilse dayanıklılık göstermesini sağlamanın tek çaresi olarak mevcut kaynağın bölünmesini asgariye indirmek olduğu ileri sürülmektedir. İl ya da ilçelerdeki gazete sayılarının süratle azaltılmasının kaçınılmaz bir zorunluluk olduğu, parasal olanakların artmasına bağlı olarak gazetelerin içeriklerindeki kaliteyi de yükseltmeleri gerektiğinin vurgulandığı raporda, siyasal propaganda için gazete çıkaranların kentteki mevcut olanakları bilerek ya da bilmeyerek yok ettiğinden sözedilmektedir. Rapora, bugüne dahi taşınabilecek şöyle bir öneri de eklenmiştir:

> "Anadolu gazetecileri, siyasal görüşlerini ön planda tutmadıkları, birleştikleri gazetede bu görüşlerin herbirinin yayınlanmasını sağlama yolunu aradıkları ve bu suretle gazete sayısını bir ya da ikiye indirdikleri takdirde alınacak tek tedbir kalmaktadır. Bu tedbir; 195 sayılı kanunda ve Basın İlan Kurumu kararlarında yeni bir gazetenin, kolayca çıkıvermesini sağlayan boşlukların giderilmesi tedbiridir[378]".

Bütün bunlarla birlikte, Türkiye'deki yerel basın açısıdan değerlendirilmesi gereken çok farklı koşullar da bulunmaktadır. Türk toplumunun karakteristik özellikleri diğer toplumlardan farklılık arzetmektedir. 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 lokal haber ve yorumlarla yetinen bir yerel gazetenin bu tür karakteristik özellikleri olan bir toplumda tutunması ve büyümesi elbette olanaksızdır.

---

[378] 2. Türk Basın Kurultayı. A.g.k., s. 103.

Gelişen Teknoloji, değişen ve büyüyen kentler ve artan okur-yazar nüfusa rağmen, Anadolu kimliği taşıyan yerel basının, istenen gelişmeyi, saygınlığı ve toplum üzerindeki etkinliğini yeterince sağlayamadığı da, kabul edilen bir gerçektir.

Türkiye'nin kendine özgü koşulları içinde Anadolu'daki yerel basının gelişememesine ilişkin olarak, yukarıda ileri sürülen düşünceleri destekleyen bir yaklaşımla Ahmet, Türkiye'ye ve Türk toplumuna özgü bir gerçeğin altını çizmektedir. Ahmet, Anadolu'da basının çok fazla gelişememe nedeninin Türkiye'nin toplumsal bir özelliğinden kaynaklandığını ileri sürmektedir. Ahmet'e göre, Batı ülkelerinde de yerel ve ulusal gazeteler vardır ve Kapitalist - Batı toplumlarında yerleşmiş olan düzende insan genellikle kendi küçük dünyasının içinde varolmaktadır, örneğin Amerika'nın küçük bir şehrindeki insanı o kasabanın sınırları dışında olan olaylar çok fazla ilgilendirmemektedir ve böylesi averaj bir insan tipi oluşturulmuştur. Ahmet, oysa Türk insanının eğitim düzeninde, çalışma düzeninde, toplum yapısında bu düzeyde bir sınırlılığın olmadını, Türk insanının daha göçebe bir toplum olması nedeniyle küçük sınırlar içinde tutulamayan bir toplum olduğunu, daha evrensel, daha dışa açık insan olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla az nüfuslu Anadolu kentlerinde yayınlanan gazetelerin sadece lokal haberleri verip dış dünya ve Türkiye ile ilgili haberleri vermemesi ya da yetersiz vermesi durumunda tutulmasına olanak olmadığını vurgulayan Ahmet, zaten ekonomik güç açısından kentlerde bulunan işletmelerin ilan ve reklam kanalıyla yerel basını desteklemesinin söz konusu olduğunu ancak bunun da Anadolu'daki küçük kentlerin ekonomik güçleri açısından olanaksız olduğunu söylemektedir. [379]

[379] AHMET, Esin. "Türkiye'de Yazılı Basında İşletmecilik Sorunları", **1983 İletişim Yılı Nedeniyle Yazılı ve GÖrsel Basınla İlgili Bazı Konular**, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, Yayın No: 4 , İstanbul, 1983, s. 38.

Ahmet bu gerekçenin yanısıra Anadolu'daki basının gelişememesinin bir diğer gerekçesinin de ulusal gazeteler olduğunu ileri sürmektedir. Politik desteği de arkalarına alan ve finansal gücü büyük işletmelere sahip olan bu gazetelerin, gelişmiş teknolojilerden yararlanarak, Anadolu'nun her tarafına günlük ve dış dünyayı da kapsayan haberi, zaman kaybı yaşamadan yansıtabildiklerine değinen Ahmet, bu gazetelerin böylelikle lokal ilan ve reklamları da toplayıp, o bölgeleri ilgilendiren haberleri de basabildiklerini, dolayısıyla küçük yerel gazetelerin bu güç karşısında ayakta durabilme olanağının bulunmadığını belirtmektedir. [380]

Gerçekten de Ahmet'in belirttiği gibi, Türk toplumunun göçebe toplum özelliklerinden kaynaklanan dışa açık olma özelliği, onun tüm ülke ve dünya ile ilgilenmesi gibi bir sonucu ortaya koymaktadır ki bu da yerel basının kendi içinde aşması gereken bir handikapıdır. Hergeçen gün daha da büyük bir teknoloji ve işletme yapısı ile ülkenin karşısına çıkan ulusal basının yaratacağı baskı yerel basın için koşulları zaten daha da zorlaştırmaktadır. Ulusal gazetelerin bölgelerde daha etkin olma çabaları elbette hergeçen gün daha da artacaktır. Bu ağır baskının yanısıra yerel basın, gerçekten de özellikle 21. yüzyıla girerken, kendi dar kalıplarını aşmaması halinde, güçlü sermayeye sahip bir kaç kentteki bir kaç gazete ve televizyon kuruluşu dışında tamamen yokolmayla karşı karşıya kalacaktır.

Öte yandan yerel gazete sahipleri, sorumluları ya da çalışanları ve Anadolu Basın Birliği, genel olarak yerel basının içinde bulunduğu koşullar ve sorunlardan sözederken tüm düzenlemelerin ve desteğin devletten gelmesini beklemektedirler. Örneğin Anadolu Basın Birliği Genel Başkan Vekili Ünal, "Yerel Basın ve Sorunları" adı altında kaleme aldığı bir yazıda yerel basının sorunlarını oldukça geniş bir çerçevede değerlendirmekte ve

[380] A.g.k., s. 39.

yerel basın adına oldukça zavallı ve çaresiz bir görüntü çizmektedir. Ünal'ın görüş ve önerilerinde ifadesini bulan yerel basına ilişkin saptama ve sorunları, yine kendi önerileri ile birlikte şöyle sıralamak mümkündür:

1-Yerel gazetelerin haber kaynakları ve haber alma olanakları kısıtlıdır. Yerel gazete çalışanlarının haberlerini daha rahat şekilde sağlayabilmeleri için gerekli kaynaklar ve olanaklar sağlanmalıdır. İl ve ilçelerdeki hizmet üniteleri, günlük haberleri yerel gazeteye aktarabilmeli, gazeteci bunun sıkıntısını çekmemelidir. Yerel yönetimlerden haber alma olanakları kolaylaştırılmalıdır. Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Anadolu Ajansı, valiliklerde ve yerel yönetimlerdeki basın ve halkla ilişkiler kuruluşları ile yerel gazeteler arasındaki teknolojik bir iletişim haber akışı sağlanmalıdır. Tabii bunun tesisinde halkın sağlıklı ve seri haber alabilme olanağını bulabilmesi için burada devletin hissedilir bir desteği olmalıdır.

2-Gerçek anlamda basın görevini yapanlar ciddi sıkıntılarla karşılaşmaktadırlar. Zira mahalli yerlerde, dar bölgede, gazeteciyi herkes tanır. Yazdığı haberden rahatsız olanlar yerel gazeteciyi çok çabuk ve acımasızca hedef alabilmektedirler. Gazetecinin dokunulmazlığı düşünülmese de korunması gözardı edilmemelidir.

3-Yerel gazetecilerin her türlü sosyal güvencelerinin sağlanması gerekir. Sigorta, Bağ-Kur gibi kurumlarla ciddi bir dayanışma sonucu hatta çıkarılacak bir takım mesleki sosyal yasalarla yerel gazetecinin geleceği sosyal güvenceye bağlanmalı, teminat altına alınmalıdır.

4-Yerel gazetelerde, basın mesleğini sürdüren meslektaşlarımızın konut sorunları vardır. Yerel gazetelerin ve dolayısıyla gazetecilerin imkanları yoktur. Yerel gazetecilerin sosyal konut sahibi olabilmeleri için yasal olanaklar ve gerekli destek sağlanmalıdır.

5-Anadolu Basın Birliği mensupları ve yerel gazetelerde çalışan meslektaşlarımız için, sosyal ve kültürel içerikli tesislerin yapımı kısa zamanda sağlanmalı, bu amaçla diğer basın kuruluşlarına olduğu gibi, devlet gereken olanakları ve kolaylıkları sağlamalıdır.

6-Yerel gazetelerde fikir işçileri ve yetenekli personel için, gerekli eğitim-öğretim olanakları sağlanmalı, eğitim kuruluşlarımızda gazetecilik eğitimi özellikle Meslek ve Teknik Liselerde gazete teknik personeli için gerekli branş dalları açılmalıdır. Mahallindeki liselerde yetişen gerek fikir işçisi, gerekse teknik personel, yerel gazetelerde ihtiyacı karşılayabilmeli, istihdam edilebilmelidir. Yine bu dalda eğitim göreceklere yüksek öğrenim imkanı getirilmeli ve yurt dışında ihtisas yapmalarına fırsat verilmelidir.

7-Günümüz teknolojisinde, yerel gazetelerimiz Avrupa'daki benzerleri düzeyine yükseltilmelidir. Bunda elbette ki devletin öncülüğü ve desteği gerekir.

8-Yerel basın maalesef bugüne dek özendirilmenin dışında bırakılmıştır. Özendirilenler hep yüksek tirajlı gazeteler ve çalışanlarıdır.

9-Yerel Basın için, yüksek tirajlı gazetelere devletin hangi olanakları ve desteği, hangi ölçüde aktarılıyorsa, yerel basın için de adil ölçülerde, haklılık nispetinde kaynakların aktarılması gerekmektedir. Yerel gazetelerimiz de bu devlet pastasından payını yasal ve adil ölçüler içinde alabilmelidir. Yerel basının teknolojik yönden geliştirilmesi için devlet diğer büyük şehirlerdeki basın kuruluşlarına hangi fondan, hangi kaynaktan imkan aktarıyorsa bunun yerel gazetelere de yansıması gerekir.

10-Siyasi iktidarlar, 'yerel basın fazla etkili olmuyor' görüşünü bir kenara bırakmalıdırlar. Zira, yerel basın ülkede huzur ve refahın tesisi için birtakım olayları duymazlıktan geliyorsa, sansasyon yapmıyorsa bunu siyasiler istismar etmemelidirler. Basın arasında büyük küçük, ulusal ve

yerel deyimleriyle ikilik yaratmak toplumumuz içinde ileride onarılması zor bazı sorunlar yaratacaktır. Yaratmıştır da. Nasıl ki ceza hükümlerinde gazetenin büyüğü küçüğü sorulmuyor, yasalar karşısındaki sorumluluklarda ve basın mensupları arasındaki cezai işlemlerde nasıl ki bir ayrıcalık olmuyor ise, nimetlerin ve birtakım imkanların paylaştırılmasında da basın arasında ayrıcalık yapılmamalıdır. Anadolu basını zor koşullarda ulusuna, ülkesine fedakarca hizmet yapıyor, bir takım özveriler gösteriyorsa, siyasetçilerimiz ve devlet kademesinde bulunan yöneticilerimiz bunun takdirinden uzak olmamalıdır.

11-Basın İlan Kurumu Yasası gibi yerel basını ilan dağıtımı açısında büyükşehir, küçükşehir gibi ikiye bölen kimi yasalarda acil düzenlemeler yapılmalıdır.

12-Holding gazeteleri ithal yoluyla hertürlü gereksinimlerini karşılayabilmektedirler. Yerel gazeteler ithali hayal dahi edemezler. Makina, ekipman, film, kağıt gibi ihtiyaç maddelerini ithal etmeleri bir yana gazete kağıdını Seka'dan teminde, mahalline ulaştırmada dahi ciddi zorluklarla karşı karşıyadırlar. Yerel gazeteler kağıt ihtiyaçlarını bölgelerindeki Devlet Malzeme Ofisi'nden karşılayabilmeli, kağıt alımlarında kredi imkanından yararlanabilmelidir. Gazete hizmetinde kullanılmak koşuluyla alınan kağıt, indirimli fiyatlarla yerel basına verilmelidir.

13-Devlet büyüklerinin yurt içi ve dışı gezilerinde büyük gazetelerden 3-5 temsilci bulunurken, yerel gazetelerden bir kişi bile alınmamaktadır. Anadolu basını bunun sıkıntısını ve ezikliğini yaşamaktadır. Bu geziler milletin ortak gideri olduğuna göre, bu ayrıcalık neden yapılmaktadır.

14-Basına çeşitli kolaylıklar sağlayan basın kartları yönetmeliği günümüz koşullarına göre düzenlenmelidir.

15-Basın İlan Kurumu Genel Kurulu'nun oluşturulmasında Anadolu Basın Birliği'nin temsilcisi yoktur. Anadolu Basın Birliği de yeterli sayıda Basın İlan Kurumu Genel Kurulu'nda temsil edilmelidir.

16-Devlet İhale Yasası'nda ve 1580 sayılı yasada ilanlarla ilgili boşluklar doldurulmalı, "ve, veya" gibi terimler yerine kesin hüküm ve ifadeler getirilmelidir.

17-Gazete çıkarma izne tabi olmamakla birlikte gazete çıkaracak kişi veya kuruluşta birtakım sorumlulukların, ciddiyetin aranması gerekir. Pazarcılar Derneği bir esnaf kuruluşu sayılıyor, bu kuruluşa girecekler odaya kayıt yaptırma ve Yeterlilik Belgesi alma zorunda bırakılıyorsa, Türk basın ordusuna katılacak dördüncü kuvvette biri veya birilerinin de birtakım şartları yerine getirmesi yükümlülüğü olmalıdır.

18-KİT ve banka reklamlarının yerel gazetelerimize de yansıması gerçekleşebilmelidir..

19-Yerel gazete ve çalışanlarına yeni bir takım düzenlemelerle vergi indirimleri ve muafiyetiyle bazı ekonomik imkanlar düşünülmelidir.

20-Kırsal kesimde okuyuculara, abonelere gazetelerin daha yaygın biçimde ulaşabilmesi için, PTT ücretlerine gereken tenzilatın yapılması yerinde olacaktır.

21-Anadolu basınını geliştirmek için, ucuz faizlerle, uzun vadeli taksitlerle teşvik, tesis ve işletme kredileri sağlanmalı, sağlanacak bu krediler göstermelik olmamalıdır. [381]

Ünal'ın maddeler halinde ileri sürdüğü bu düşünceleri değerlendirmek gerekirse; yerel basının haber alma güçlüklerinin biraz da kendi gazetecilik üsluplarından ve kadrolarından kaynaklandığını, yerel

[381] Ünal, Şinasi. A.g.k., s. 1070-1071.

yönetimlerden haber alma konusunda ise her kent için olmasa da genellikle ciddi bir güçlüğün olduğunu söylemek mümkündür. Anadolu Ajansı ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün şu an sürdürdüğü yerel basına haber sağlama çabalarını biraz daha yoğunlaştırmasının yararı olacağı açıktır. Ancak bu tek ve geçerli bir çözüm değildir. Haber, bulunulan kent içinden ya da bölgeden sağlanır. Bu da yerel basının görevidir. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü ya da Anadolu Ajansı bir devlet kurumu olmaları gereği böyle bir zorunluluk içinde tutulamazlar. Anadolu Ajansının kentte ya da bölgede ulaştığı habere zaten yerel basının da ulaşmış olması gerekmektedir. Bu açıdan yerel basının eğer yerel ölçüler içinde kalmak gibi bir arzusu varsa haberlerini de kendisinin toplaması doğal bir çaba olacaktır. İkinci olarak belirtilen; gazetecinin mahalli yerlerde, ulusal düzeyde bir basın kurumunda çalışan kişiye göre çok daha zor ve tehditkar koşullarda çalıştığı da doğrudur. Ancak bu toplumun kültürel ve eğitimsel olgunluk düzeyi ile de doğru orantılıdır. Devletin, gazeteciye açık bir tehdit olmadığı sürece, sürekli olarak koruma polisi vermesinin savunulabilecek hiçbir mantığı bulunmamaktadır. Gazetecilerin sosyal güvencelerini sağlamakla zorunlu olan çalıştıkları kuruluşlardır. Bunların denetimi de Çalışma Bakanlığınca ya da sosyal güvenlik kurumlarınca gerçekleştirilmektedir. Bu sosyal güvenceyi sağlaması gereken basın kuruluşunu ya da bu güvenceden yararlanması gereken gazeteciyi ilgilendiren bu durum konusunda, neden özel tedbirler istendiği anlaşılamamıştır.

Devlet gazeteciye konut sağlamakla sorumlu tutulamaz. Türkiye'de devletin sahip olduğu koşullar gözönünde tutulunca, felakete uğramış vatandaşlara ya da felaketin bir başka türü olan, göç yapmak zorunda kalan kimi komşu ülkelerdeki soydaşlara sosyal konut yapmak dışında, hiçbir

meslek örgütüne ya da bireye sosyal konut yapmak gibi bir girişiminin olamayacağı açıktır. Zavallılaşarak, maddi olanaksızlıkları ileri sürerek ve gazetecilik kimliğinin arkasına saklanarak, devletin yerel gazeteciye konut yapma beklentisi ya da teklifi içinde olmak, gazetecilik mesleğine yakışmayan ve amaçları saptıran bir girişim olmaktadır. Yine aynı biçimde devletin gazeteci için özel bir takım sosyal ve kültürel tesisler kurmasını beklemek de aynı garipliğin bir başka uzantısıdır. Gazetecilerin kendi aralarında ya da bağlı oldukları meslek örgütleri kanalıyla, yerel belediyelerden ucuz konut sahibi olmak için yer ve destek istemesi, aynı biçimde kültürel ve sosyal tesisler için de yerel yönetimlerin desteğine başvurmaları en doğal girişimler olabilecektir. Ancak bu konuda yerel gazetecilerin öncelikle ortak bir düşüncede ve projede birleşebilmeleri ve kendilerinin ne düzeyde böylesi bir projeye ekonomik anlamda katkı sağlayabileceklerini ve amaca ulaşıldığında da ne düzeyde yarar sağlayabileceklerini tartışmaları gerekmektedir. Kentteki diğer kurum ve kuruluşların da gazetecilerin götüreceği akılcı bir projeye destek sağlayacağı düşünülebilir.

Bir diğer madde de belirtilen yerel basına eğitilmiş teknik ve fikir işçisi kazandırılması konusunda Türkiye'de yeterli düzeyde okul bulunmaktadır. Bu okullardan mezun olan başarılı kişilerin bu ülkede ihtisas yapmalarını ya da yurtdışında eğitim görmelerini engelleyen hiçbir unsur bulunmamaktadır. Okullarda oldukça iyi eğitim verildiği de söylenebilir. Ancak bu elemanları talep eden basın kuruluşlarının bu elemanlara tatminkar ücret ve çalışma ortamı sağlamaları da gerekmektedir. İşte bu konuda her nedense basın kuruluşlarının sesi zayıf kalmaktadır.

Yerel gazetelerin Avrupa'daki benzerleri düzeyine yükseltilmesi yerel basın kuruluşlarının sorunudur, devletin değil. Bu konuda yine devletten bir beklentiye girmek nafile bir çaba ve gerçek sorunların saptırılması olarak görülmektedir. Yerel basın, herhangi bir gelişme çabası içine girmediği için devlet tarafında özendirilmemiştir. Bu çaba farklı koşulları doğurabilir. Aynı biçimde yerel gazetelerin ciddi bir biçimde kendilerini toparlamaları, kadro, biçim, anlayış ve teknoloji konusunda bir değişiklik içine girmeleri gerekmektedir. Bundan sonra kredi sağlanması ya da özendirme olanakları araştırılabilir. Öncelikle geleneksel anlayışın ve tembelliğin bünyeden atılması gerekmektedir. Basın İlan Kurumu kendi alanında oldukça başarılı bir biçimde çalışmaktadır. Tek gelir beklentisini buna yöneltmiş yerel basın için zaten söylenebilecek fazla bir şey kalmamaktadır. Ayrıca yerel basının kendini, ulusal basınla eşdeğer de tutması ve aşşağılık duygusu içinde bulunması, yalnızca kendi gelişimini engellemekten başka bir düşünce olmamaktadır. Devlet büyüklerinin gezilerinde yerel gazetecileri görmezlikten gelmesi, dışlaması ya da ciddiye almamasına ilişkin ileri sürülen düşünceler ise son derece doğrudur. Bu konuda malesef ülke siyasetçilerinin sahip olduğu düşünce biçimi utanç verici düzeyde bir çifte standart taşımaktadır. Tayfun Talipoğlu'nun ATV Televizyon kanalı'nın 4 Nisan 1997 Cuma gecesi 22.40'daki "Siyaset Meydanı" isimli programda, ifade ettiği şu gözlemleri bu konuya ilişkin olarak oldukça dikkat çekicidir: "Yerel basın mensupları, kentlerine gelen siyasetçilerin seçim otobüslerinden indirilen kişilerdir. İstanbul ve Ankara'dan gelen ulusal basın mensupları otobüste kalırken, yerel basın mensupları indirilir. Bu bir gerçektir" demektedir. Talipoğlu'nun bu görüşleri acı verici ancak tartışmasız bir gerçektir. Ancak burada da yerel basının yeterince güçlü

olmamasının ve ülke düzeyinde güçlü bir meslek örgütüne ya da locasına sahip olmamalarının handikapı ortaya çıkmaktadır. Zira güçlü bir locaya ve aynı zamanda bulunduğu kentlerde de güçlü ve etkin kuruluşlara sahip olabilen yerel basın, elbette siyasi kişiliklerce de ciddiye alınacaktır. Aslında tüm ileri sürülen maddelerdeki zaafiyetler, zorluklar ve taleplere ilişkin olarak yapılabilecek tek değerlendirme de budur. Güçlü bir meslek örgütü ve güçlü yerel basın kuruluşlarının eksikliği, tüm diğer unsurların da altında yatan temel nedenlerdir.

Bununla birlikte burada, 11 yıl önce 26-27 Mayıs 1986'da Ankara'da gerçekleştirilen "Türk Basınının Sorunları Sempozyumu"nda, bu kez de dönemin Anadolu Basın Birliği Genel Başkanı Lütfi Akçan tarafından sunulan bildiriye dikkat çekmekte de yarar görülmektedir. Akçan; "Türk Basını İçinde Anadolu Basınının Sorunları ve Sorumlulukları; Türk Basınının Kendi Kendini Kontrolu" adlı bildirisinde, yerel basının ağır sorunlarının var olduğunu ve bunların çözümünün devlet açısından hiç de zor olmadığından sözetmektedir. Akçan'ın ileri sürdüğü yerel basının sorunları özetle şöyle sıralanabilir:

1-Bugün Anadolu'da gazete basın makinaların büyük çoğunluğu çağdışı kalmış ilkel baskı makinalarıdır. Bunların yenilenmesi, modern teknolojiye ayak uydurmak için devlet desteğine ihtiyaç vardır. Bu konuda kalkınma planı uygulanmalıdır. Bakanlar Kurulu kararı ile gerekli kredi ve gümrük muafiyeti sağlanmalıdır.

2-Gazete kağıdının temini Anadolu basını için çok zor olmaktadır. Seka'dan kağıt nakletmek çok masraflı ve güçlükler içinde olmaktadır. Ya Seka ya da Devlet Malzeme Ofisi bölge satış mağazaları kurarak bu satışları gerçekleştirmelidir.

3-Anadolu basınınında kalifiye eleman bulunamamaktadır. Gerek

matbaa için gerekse yazıişleri için Milli Eğitim bakanlığı devreye girerek meslek liselerinde matbaacılık dersleri ve bölümleri açmalıdır. Ayrıca Basın Yayın eğitimi veren yüksekokullarından mezun olan gazetecilerin Anadolu gazetelerinde çalışabilmeleri için Anadolu basınının maddi gücü arttırılırsa işsizlik sorununun da çözümüne bir ölçüde katkıda bulunulmuş olunacaktır.

4-Resmi ilanlarda ücretler yükseltilmeli, ödemeler hemen yapılmalı, büyük şehirlerle küçük şehirler arasında ayrım yapılmadan eşitlikçi bir yaklaşımla sorun çözümlenmelidir.

5-Banka ve KİT ilanlarının yerel basına da kaydırılması sağlanmalıdır.

6-Basın İlan Kurumu'nda Anadolu basınının temsilci sayısı artırılmalı ve temsilcilerin seçimi Anadolu basınına bırakılmalıdır.

7-Devlet memurundan rahat bilgi alma olanağı sağlanmalıdır.

8-Anadolu basını için hizmet içi eğitim olanakları yaratılmalıdır. Düzenlenecek konferanslar, seminerler için gerekli desteğin hükümetlerce sağlanması Anadolu basınının işlevini daha da güçlendirecektir.

9-Sağlanacak burslarla başarılı Anadolu basını mensuplarının yurt dışına gönderilerek mesleki eğitim ve becerilerinin geliştirilmesi sağlanmalıdır. [382]

Görüldüğü gibi, Akçan'ın sıraladığı sorun ve önerilerle, daha önce Ünal'ın sıraladığı düşünce ve öneriler arasında hiçbir fark bulunmamaktadır. Yaklaşımlar, beklentiler ve sorunlar aynıdır. Dolayısıyla Ünal'ın ileri sürdüğü görüşlere ilişkin yapılan değerlendirmeyi Akçan'ın görüşleri içinde de yapmak mümkündür.

---

[382] AKÇAN, Lütfi. **Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**. Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları, Yayın No: 95, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, Ankara, 26-27 Mayıs 1986, s. 69-72.

Yine bu konuda hazırlanmış bir başka raporun konuya getirebileceği karşılaştırma ve ayrıntı olanağı açısından incelenmesinde yarar görülmektedir. Şöyle ki; Akçan'ın 1986'da sunduğu bildiriden daha geriye gidildiğinde, 20 Aralık 1975'de 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan, "Ankara-İstanbul-İzmir Dışındaki İller Basınının Sorunları Komisyonu Raporu" ile karşılaşılmaktadır. Bu rapor da gerek Ünal'ın ve gerekse Akçan'ın dile getirdiği yerel basına ilişkin sorunlar ve önerilerle benzer ifadeler taşıyan sorun ve önerileri içermektedir. Yine, Anadolu Basın Birliği yönetim kurulu ve üyelerinin imzalarını taşıyan rapor oldukça uzun tutularak, sonuçta 4 maddelik öneriler ve istekler ile noktalanmıştır. Komisyon, raporda şunları dile getirmiştir:

"1-Yetiştirme, bilgi ve görgü artırma bakımından, üniversitelere bağlı gazetecilik ile ilgili okullarda kısa süreli eğitim ve öğretim kursları ile seminerlerinin düzenlenmesi, hiç bir ayrıcalık yaratmadan tüm Anadolu Basın mensuplarının bu kurs ve seminerlerden yararlandırılması, endüstri meslek liselerinde matbaacılık bölümlerinin yaygınlaştırılması ve liselerde gazetecilik derslerine yer verilmesi.

2-Her türlü yurt içi ve yurt dışı gezilerinde tıpkı İstanbul ve Ankara gazetecilerine tanındığı gibi, Anadolu gazetecilerine de geziye katılma hakkının tanınması, Cumhurbaşkanlığı Kontenjan Senatörlüğü ve siyasal partilerce Anadolu Basınından da aday gösterilmesinin benimsenmesi. Ayrıca bilgi ve görgü artırma konusunda içeride ve dışarıda doğacak tüm kurs ve seminerlerden Anadolu Basınının da aday gerçek ölçüde yararlandırılmaya çalışılması.

3-Gazetecilik mesleğinin güçlüğü gözönüne alınarak kıdem tazminatı ile prim organlarının belli bir ölçüde düşürülerek, emekli ikramiyesi ile kıdem tazminatının Sosyal Sigortalar Kurumunca karşılanmasının,

mensuplarımıza gerçek ölçüde bir rahatlık getireceği, çalışan ve çalıştıranların sağlığının sağlanması ile iş gücümüzün daha da arttırılabileceği, bunu için de iş kollarında çevre sağlığı ve çalışma koşullarına önem verilmesinin gerektiği.

4-Can ve mal güvenliğine ilişkin olarak, Silah Taşıma Yönetmeliğinde değişiklik yapılarak Anadolu gazetecilerine silah taşıma hakkının tanınması[383]".

Raporda bu maddelerin yanısıra ayrıca;

a) gelişen teknoloji, ulaşım olanakları, bölgelerde kurulan matbaalar, renkli baskı ve fotoğraf tekniği gibi büyük avantajlara sahip İstanbul gazetelerinin artık köy ve kasabalara kadar gazete ulaştırabildikleri, her yerde tercih edilen gazeteler durumuna geçtikleri, ilan ve reklamların bu gazetelere kaydıkları ve bunun da yerel gazetelere darbe vurduğu,

b) Basın İlan Kurumu ve Devlet İhale Kanununda yerel basın lehine çeşitli düzenlemelere acilen ihtiyaç duyulduğu,

c) Resmi ilanlar konusunda gazetelerin yayınlandıkları ebatlara dikkat edilmesi, ilan alabilme için beklenmesi gereken sürenin artırılması,

d) Anadolu Basın Birliğine devletin ayrıcalıklar tanıması, maddi manevi olanaklar sağlaması, bu birliğe tüm kuruluşların yardımcı olması, birliğin fedarasyona dönüştürülmesi,

e) Anadolu'daki gazete sayıların hızla azaltılması, kalanların kalitelerinin yükseltilmesi,

f) Yerel basının habere rahat ulaşmasının sağlanması, habere ve kaynağı ulaşmada çeşitli olanakların sunulması,

g) Basın Yayın Genel Müdürlüğünün yerel basına haber sağlanması konusunda illerde büro açması,

---

[383] 2. Türk Basın Kurultayı. A.g.k., s. 114-115.

h) Resmi ve Özel ilan, Mahkeme ve İcra ilanları, Basın İlan Kurumu ilanları, özel ilanlarda karşılaşılan parasal eşitsizlik sorunlarının çözümlenmesi,

ı) Yerel basına ucuz kredi olanaklarının sunulması, vergi muafiyeti ve kolaylıklarının sağlanması,

i) Belediye Gelirleri Kanunu'nda iyileştirmelerin yapılması,

j) Kağıt temininde ve Basın Kartları konusunda çeşitli ayrıcalık ve kolaylakların sağlanması,

k) Yerel gazeteciler için gazetecilik ve matbaacılık eğitiminin yanısıra hizmet içi eğitim programlarının da düzenlenmesi

l) Anadolu gazetecilerinin de yurtdışı gezi, inceleme, kurs ve seminer olanaklarından yararlandırılması,

m) Yerel gazetecilere gazetelerinde daha iyi çalışma olanaklarının sunulması için gerekli önlemlerin alınması,

n) Yerel gazetecilerin korunması ve tabanca taşıması gibi buraya özetlenerek ve sıralı olarak alınan konular, oldukça detaylı bir şekilde dile getirilmiştir.

Gerek raporun ilk olarak aktarılan ve dört ana maddede toplanan içeriğinde gerekse yukarıda özetlenerek aktarılan diğer konularda da görüldüğü gibi, yerel basın adına, geçen 21 yıl içinde değişen hiçbir şey olmamıştır. 2. Türk Basın Kurultayı 1975 yılında gerçekleştirilmiştir. Akçan'ın bildirisinin yer aldığı sempozyum 1986 yılında yapılmıştır. Ünal ise düşüncelerini 1996 yılında kaleme almış ve yazı aynı yıl yayımlanmıştır. Yaklaşık her 10 yılda bir gerçekleştirilen bu etkinliklerin yanısıra buraya somut biçimi ile aktaramadığımız konuya ilişkin diğer pekçok toplantıda da hep aynı sorunlar ifade edilmiş, aynı öneriler ileri sürülmüş ancak beklenen değişiklik gerçekleşmemiştir.

Akçan'ın ifade ettiği yerel basına ilişkin sorunlar ve öneriler ile 1975 yılında ileri sürülen düşünceler arasında farklılıklar bulunmamaktadır. Belki atlanan belki yeni konular olarak eklenen sorunlar ve öneriler bulunmakta ancak sorunlara yaklaşımda temel farklılıklar görülememektedir. Beklentilerin temel noktasını yine "devlet desteği" oluşturmakta, sorunların kaynağı olarak devlet görülmektedir. Yerel basının hiç bir kişisel ya da kurumsal girişiminden, çabasından ve projesinden sözedilmemektedir.

Keza, 1975'de kurultaya sonulan raporun dört maddesinde ileri sürülen öneriler, 21 yıl sonra benzer ifade ve yaklaşımlarla Ünal'ın yukarıya aktarılan görüşlerinin, 2., 3., 6. ve 13. maddelerini oluşturmaktadır. İlginç olan nokta Ünal'ın yazısında yer verdiği bu ve diğer maddelerin 21 yıl sonra bile dile getiriliyor oluşudur. Kaldı ki 1996'ya kadar geçen süre içinde gerçekleştirilen pek çok mesleki toplantıda sürekli olarak aynı sorunların ve önerilerin dile getirilmesi ve hiçbir sonucun alınmadığının görülmesine rağmen yine de aynı beklentiye girilerek, bir sonraki toplantıda yine aynı ifadelerle aynı konular dile getirilmekte, düşünce ve yaklaşımlarda hiçbir değişikliğin olmadığı buradan görülmektedir. Bu sabitleşmiş düşünceler ve beklentiler de bir çeşit, gelişmeyi önleyici yaklaşım olarak düşünülebilinir. Bir bakıma yerel basının gelişememesinin, sorunlarını çözememesinin, farklı yaklaşım ve girişimlerde bulunamamasının da nedenidir. Aynı mantık içinde sürekli aynı şeylerin tekrarlanması farklı düşünce ve yaklaşımların ortaya konulamaması, olması gereken atılımların da önünün açılmasını engellemiştir. Yerel basına ilişkin ileri sürülen düşünce ve önerilerde ortaya çıkan bir başka görüntü de yerel basın adına arzu edilen saygınlık ve önemsenmenin elde edilemeyişidir. Dolayısıyla tüm ülke

basını içinde ikinci hatta üçüncü planda kalınıyormuş gibi bir havanın hissedilmesi, İstanbul basınına karşı bir kompleks haline dönüştürülmüş, bu kompleksi aşamayan yerel basın temsilcileri, yerel basının sorunlarının aşılmasında da kendi çabalarından çok devletin desteğine başvurmuşlardır.

Sürekli olarak, ileri sürülen düşüncelerde bir sorun olarak görülen konulardan biri de resmi ilan ve ihale duyurularının dağıtımıdır. Çalışmanın önceki bölümünde "yerel basını etkileyen dış faktörlerden biri olarak yerel yönetim" alt başlığında konuya ilişkin olarak aktarılan düşüncelerden bir-iki örneği burada tekrar hatırlatmakta yarar görülmektedir. Yurdagül, yerel gazetelerin haklı bildiği konuları yazıp, halkın tercümanı oldukları için bazı kişilerce adeta çeşitli baskılara maruz bırakıldıklarını ileri sürmektedir. Yurdagül, "o kadar ki resim ilanı elinde bir koz olarak kullanan makam sahipleri gazete ve gazeteciyi kendi emellerine alet etmek istemektedirler, bunun gayretini göstermektedirler" demektedir. Alyanak'da Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunmayan yerlerde yerel gazetelerin, valilerin ve politikacıların baskısı altında olduğunu, resmi ilan ve ihale duyurularının mülki amirlerin yetkisi dahilinde gerçekleştirildiğini bunun da yerel gazeteleri yerel yönetimlerle ilişkilerde baskı altına aldığını söylemektedir.

Görüldüğü gibi, aktarılan bu düşüncelerde, resmi ilanların yerel basın için ciddi bir sorun olduğu ve Basın İlan Kurumu'nun illerde şubesinin bulunmamasının buna neden olduğu ileri sürülmektedir. Ancak, Basın İlan Kurumu Genel Müdürü Samancı, bu düşüncelerin tam tersi bir yaklaşımla konuya açıklık getirmektedir. Samancı, ilk zamanlarda basın gelişsin diye Basın İlan Kurumu'nun mevcut şubelerinin yanısıra Diyarbakır, Erzurum, Zonguldak ve Eskişehir gibi illerde de şubeler açtığını, ancak buralarda yayınlanan gazetelerin gelişme yerine iyice kötüleştiklerini, kurumun

yönetim kurulunun da buna karşılık bu şubeleri kapattığını belirtmektedir. Samancı ayrıca, siyasi iktidarların resmi ilan yoluyla hiçbir gazeteye baskı yapamayacağını, kurumun şubesinin bulunmadığı illerde de valilerin kendi arzularına göre resmi ilanları paylaştıramayacağını, yerel gazetelere resmi ilanı valilerin koz olarak kullanmalarının mümkün olamayacağını belirtmektedir. Basın İlan Kurumu'nun Türkiye'nin en özerk kurumlarından biri olduğunu, hiçbir hükümetin ve bakanın kuruma resmi ilan konusunda telefon ettiğini hatırlamadığını vurgulayan Samancı, herhangi bir valinin böyle bir uygulamasından yana mağdur olanların Basın İlan Kurumu'na başvurabileceklerini de söylemektedir. Samancı, kurumun yönetim kurulu kararının kesin olduğunu ve valilerin de bunu uygulamak zorunda olduklarını, bugüne kadar aksi bir uygulamayla hiç karşılaşmadıklarını da ifade etmektedir. [384]

Buraya aktarılan yaklaşımlarda da görüldüğü gibi, son derece yanlış bir politika izlenerek her konuda devlet desteği beklentisine girilmiş, hatta devletin çıkarlarını ve politikalarını da aşarak ayrıcalıklı bir yapı arzulanır hale gelmiştir. İlginç olan kimi noktalar ise devletin zaten yapıyor olduklarının, (eğitim, kredi gibi konularda) yetersiz görülmesidir. Hemen hemen hiç bir konuda yerel gazete sahibinin kişisel girişimlerinin gerekliliğinden söz edilmemektedir. Tamamen hazırcı, tembel ve kolaycı bir yaklaşımla hiçbir şey yapmadan, düşünce tarzını ve politikaları değiştirmeden, hiçbir somut proje ile ortaya çıkmadan, her konuda devletin desteğini beklemek ne kadar ilkesiz ve kişiliksiz bir yaklaşımsa, bu desteğin sağlanamaması sonucu yerel basının sorunlarının temelinde sürekli devleti suçlu olarak görmek de o düzeyde kapasitesizlik ve kişiliksizlik olarak ortaya çıkan bir yaklaşım olarak görülmektedir.

[384]SAMANCI, Gültekin. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992, s. 146-147.

Kaldı ki yine 1992 yılında Adana'da yapılan Yerel Basın Kurultayı'nda bir konuşma yapan dönemin Başbakanı Süleyman Demirel, kurultayın son gün değerlendirmesinde "...aslında üç gündür çok değerli şeyleri konuşmuşsunuzdur. Eğer geldiğiniz netice devlet yardımı ise sanıyorum ki; çok doğru bir neticeye gelmiş olmazsınız. Devlet yardımını baştan siliyorum. Çünkü yapıda bir takım zorluklar varsa, devlet yardımı dökme suyla değirmen çevirmeye döner" demiştir. Demirel'in mesajı açık olduğu gibi yaptığı saptama da doğrudur. Devletin yardımını bekleyerek hiçbir gelişmeye dönük girişimde bulunmamanın ve üstüne üstlük yıllardır aynı beklentinin içine girilerek hiç bir gelişme gösterememenin savunulabilecek bir mantığı bulunmamaktadır. Demirel'in bir Başbakan olarak devlet yardımının söz konusu olamayacağını 1992 de söylemesine rağmen, 1996'da Anadolu Basınını temsil eden bir kurumun temsilcisinin, halen yerel basının gelişmesindeki tüm unsurlar için, beklentileri tamamen devletten gelecek desteğe çevirmesi ancak bir aymazlık örneği ya da düşüncelerde aşırı muhafazakarlık olarak açıklanabilir.

Bunlarla birlikte, Tokgöz'ün yaptığı bir saptama, herşeyin devletten beklenmesinin yanlışlığını bir kez daha ortaya koyar niteliktedir. Tokgöz, Türkiye'nin gelişmiş yöreleri ile az gelişmiş yörelerinde gazeteciliğin gelişme düzeyi ile haber alış verişi, baskı ve dağıtım olanakları, resmi ve özel ilan ve reklam alabilme bakımından görülenlerin, dengesiz haberleşmenin en önemli ve tipik belirtileri olduğunu ileri sürmektedir. Tokgöz'e göre; bir yanda en ileri dizgi ve baskı yöntemleri, haber değerlendirme biçimleri bulunurken, diğer yanda haber malzemesi bulma güçlüğü çekilmek, dizgi ve baskı oldukça eskimiş yöntemlerle yapılmaktadır. Tokgöz, basılan gazetelerin dağıtımı, ilan ve reklamın gerek

kamu gerekse özel girişimden temininde büyük zorlukların bulunduğunu da belirterek, şu önemli saptamayı yapmaktadır:

> "Dengesiz haberleşme çerçevesinden olguyu değerlendirdiğimizde, Basın İlan Kurmu ile Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün çabalarının dengesiz haberleşmeyi önleyici değil, tersine pekiştirici bir mekanizma olarak işlediği ortaya çıkmaktadır. Asıl önemli olan ise Türkiye düzeyinde, haber alış verişini hızlandırıcı, sürekli haber dağıtım ağının kurulması, gazetelerin küçük işletmeler yerine modern anlamda gazetecilik kuruluşları şekline dönüşebilmesidir[385]".

Yerel basına ilişkin olarak buraya kadar ileri sürülen raporlarda, düşüncelerde belirtilen sorun ve önerilerde elbette doğruluk payı yüksek olan unsurlar da bulunmaktadır. Dönemin basından sorumlu Devlet Bakanı Ali Talip Özdemir'in şu sözleri, konunun buraya kadar inceleniş biçimi açısından farklılık göstermektedir:

> "Yerel basınımız Kurtuluş Savaşı'ndaki sorumluluğunu, gayretini, bugünlerde de göstermektedir. Kanaatkar ve cefakar Anadolu Basın mensupları kıt imkanlarla, hatta mahrumiyet içinde, Türk demokratik hayatına büyük katkılar sağlamaktadırlar. Devletten beklemek yerine, devlete ve millete gerekeni bütün güçleriyle vermeye gayret göstermektedirler. Devleti yönetenlerin Anadolu basınını yakından tanımaları, bu vatansever basın mensuplarına gereken ilgiyi, önem ve özeni göstermeleri gerekir[386]".

Dünya ve Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve siyasal koşullarının gidiş yönü ortadayken, yerel basın için devlet yardımını beklemek ütopyadan öte birşey görülmemektedir. Geçmişte de sağlanamayan bu yardım bundan sonra asla gerçekleşemez koşullara girmektedir. Olası bir devlet yardımı yine 1950'li yıllarda olduğu gibi olumsuz ve güdümlü bir yerel basın ortamının doğmasına neden olur ki bu zaten artık gerçekleşebilecek bir ortam olarak da görünmemektedir.

---

[385]TOKGÖZ, Oya. 1979-80, a.g.m., s. 294.

[386]KAVAKLI, Oğuzhan. 1996 b, a.g.b., s. 1.

Oktay'ın konuya ilişkin şu düşünceleri oldukça kayda değer niteliktedir:

> "Yerel basın, bugünkü gibi yaygın basının çalışanı durumunda kaldıkça, örgütlenip özerkleşmedikçe, demokratikleşme sürecinde doğrudan ve etkin biçimde söz sahibi olamayacağa benzemektedir. Anadolu basınının mevcut ekonomik/ideolojik/enformatik egemenliğe bugünkü konjonktürde direnebilmek, onu kırabilmek için çok mücadele vermesi gerekeceği açıktır. Yerel basın gerçekten özerkleşmek, çoğulculaşmak, asıl önemlisi, kendi beklenti ufkunun toplumsal, siyasal, kültürel gereksinimlerini diretebilmek istiyorsa merkezde üretilen düşünme, yorumlama, çözümleme yöntemlerini bir an önce edinmek ve oraya karşı kullanma yetkisini kullanmak zorundadır. Merkezin egemenliğinin sorgulanması olanağını verecek bir itiraz ve eleştiri mekanizması bu sayede kurulabilir[387]".

Oktay, bir anlamda taşranın kenti sömüren ve kent tarafından sömürülen konumundan kurtulması gerektiğini, kent kültürünün öğeleri ile hareket etmesini ve artık değişen koşullara ve bu koşulların yöntemlerine sırtını dönmemesini önermektedir. Bu önerilerin de içeriği hemen hemen diğerleriyle benzeşiklik taşımaktadır. Yerel basının bulunduğu kente kentleşme kültürünü kazandırma yönünde bir çaba göstermesinin yanısıra bu kültürün bir uzantısı olan profesyonel iş yaklaşımını da benimsemesi gerektiği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Bir diğer temel sorun da yerel basının, güçlü bir meslek örgütüne, özdenetim sistemine ve mesleki geleneğin güçlü olduğu, meslek locası gibi bir yapıya sahip olamamasıdır. Bu da yerel basının kendi kendine zarar verir hale gelmesini önleyememiştir. Doktorlar, Eczacılar, Mühendisler, Mimarlar, Hukukçular, Esnaflar hep birer meslek örgütüne ve onun disiplinlerine bağlı olmak durumundadırlar. Bu meslek dallarının odaları, birlikleri, dernekleri vardır. Mesleğe giriş çıkış bu örgütler kanalıyla

[387]OKTAY, Ahmet. A.g.m., 1992, s.16.

gerçekleşmekte, örgüt denetim ve gerekirse ceza sistemini çalıştırmaktadır. Bir kentte bile mesleği icra edenlerin dengeli olarak dağılımı, çalışma süreleri ve kazanç oranları bu odalarca takip edilmekte, bir tek kişinin mağduriyeti bile söz konusu olsa örgüt hemen devreye girmektedir. Ancak gazetecilerin ve gazetecilik mesleğinin bu denli etkin bir örgütü bulunmamaktadır. Varolanların hiçbir yaptırım gücü ve çalışanlar arasında denetimi ve birliği sağlama niteliği yoktur. Durum böyle olunca da örneğin yerel basın, kendi içinde türeyen asalakları bünyeden atamamakta ve hastalıklı yapı tüm bünyeye yayılarak, bir bütün içinde çöküşü hazırlamaktadır. Diğer bir deyişle meslek ahlakı ve disiplinin olmadığı bir iş kolu, bir meslek tipi ortaya çıkmaktadır.

Sezgin, bir dönem siyasetçilere bulaşan ve hala defedilemeyen 'Türkiye'yi İstanbul ve Ankara'dan ibaret sanma' hastalığının malesef artık Türk basınını da fena halde etkilediğine değinerek, "Türkiye'de neredeyse hemen herkes adem-i merkeziyetçiliğin faziletlerini farkedip iman ederken, ne yazık ki daha önce bu konuda büyük adımlar atmış olan Türk basını hızla ürkütücü biçimde merkezileşmekte[388]" demektedir. Sezgin'e göre, Türk basını bugün bir anlamda, kolsuz, bacaksız hatta gövdesiz, kocaman bir kafadan ibaret tuhaf bir hilkat garibesi biçimindedir. [389] Sezgin'in sözettiği merkezileşme, ulusal basının yerel bürolarını kapatması sonucu ortaya çıkan merkezileşme ve böylelikle yerel basın ortamının boşalmasıdır. Ayrıca Türkiye'nin İstanbul ve Ankara'dan ibaret olduğu düşüncesi de malesef Türkiye'nin yaşadığı en büyük sorunlara kaynaklık eden düşüncedir. Bu düşüncenin aşılması oldukça güç görünse de merkezden yerel yönetimlere aktarılacak yetki ile biraz olsun kimi değişikliklerin gerçekleşmesi olasıdır. Yerel basındaki değişiklikler de buna paralel olarak gerçekleşebilecektir.

[388]SEZGİN, Ümit. A.g.m., s. 1075.
[389]A.g.m., s. 1075.

Gerçekler böyle olmakla birlikte durum yine de Türkiye için çok büyük ümitsizlikler göstermemektedir. Gelişmeler, yerel düzeydeki gazete, dergi, radyo ve televizyonların kısacası yerel medyanın, önümüzdeki dönemde gittikçe güçlenen bir tempo ile yükselişini sürdüreceği sinyallerini vermektedir. Yerel basının, toplumun yerel iletişim kurumu olarak daha önemli misyonlara ve işlevlere sahip olmasının kaçınılmazlığı bu süreci hızlandıracaktır. İşte bu noktada kendini yenilemiş, teknolojiye hakim, profesyonel kadrolara ve iyi bir işletmecilik anlayışına sahip yerel basın kuruluşları, yerel yayıncılığa olan kamu talebini karşılayabilecek olan kuruluşlar olacaktır.

Bu konuda devlet kanadından da kimi küçük girişimlerde, destekleme çabalarında bulunulmaktadır. Yerel basın için ulusal düzeydeki haberler ve dış haberler konusunda tek kaynak ulusal gazeteler olmaktadır. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün şimdilik sadece Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerde uygulamaya başladığı TÜRPAK Projesinin ülke çapında yaygınlaşması durumunda yerel basının önemli bir açığı olan haber ihtiyacı kısmen de olsa giderilmiş olacaktır. Söz konusu projeye göre, çeşitli kanallardan Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Haber Merkezi'ne gelen haberler, valiliklerin Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüklerine iletilmekte ve bu kanalla da haberler yerel basın kuruluşlarına ulaştırılabilmektedir. Bu tür girişimler aslında yerel basın açısından motive edici ve cesaret verici girişimlerdir. Bu tür destekleri arkasına alan yerel basın kuruluşlarının da gerekli olan diğer ihtiyaçlarını kendi girişimleri ile karşılamaları gerekmektedir. Bir diğer deyişle, yerel basın kuruluşları kendi yapılarını yenileme yollarına gitmeli, tüketici boyuttan kurtulma çabalarına girmeleri gerekmektedir. Bu kendi varlıkları ve gelişmeleri için geçerlidir.

Tokgöz'ün de vurguladığı gibi; günümüz Türkiye'sinde ulusal düzeyde egemen olan gazetelerin yaygınlığı ve dağıtım ağının güçlülüğü yönünden, yerel gazetecilik var olacaksa, elbette yerel gazetelerin de bunlara karşı zorunlu olarak bir yaşam savaşı vermeleri gerekmektedir. Yine Tokgöz belirttiği gibi bu savaş doğal olarak kolay kazanılabilecek bir savaş değildir ve savaşı kazanmak, çok sayıda dağınık bir yapıya sahip yerel gazetelerle değil, sağlam temellere dayanan, güçlü bir gazete kadrosu ve gazetecilik ordusu ile mümkündür. [390]

Tüm bunlar da göstermektedir ki Türkiye'de de yerel basının, kalkınması, güçlü ve işlevsel bir düzeye gelmesi için ilk aşamada güçlü sermayedarlara ihtiyaç bulunmaktadır. Ekonomik olanaksızlıklar içinde olan yerel basına devlet kanalından da çeşitli kredi olanakları sunulabilir. Aynı kentteki kimi gazeteler her konudaki olanaklarını birleştirerek teknolojik, ekonomik, eleman gibi sorunları aşabilir. Vasıflı teknik ve fikir işçisi konusunda yapılacak ilk iş ya eğitilmiş eleman ya da elemanlara sunulacak eğitim olanakları ancak bundan da önemlisi de tatminkar ücret politikasının izlenmesidir.

Buraya kadar aktarılan düşünceler Eskişehir yerel basını için de geçerliliğini korumaktadır. Yerel gazetelerin büyümesi ve gerçek yerel gazete niteliğini kazanması için kısa ve uzun vadeli yatırımlar yapılmalı. Öncelikli olarak gazeteden kazanılan paranın gazete içinde tutulması ve gazeteye yatırım olarak aktarılması olacaktır. Bu sadece gazetenin iç yatırımı değil bence daha da önemli olan çalışanına yatırım payının daha yüksek olduğu bir çalışma olmalıdır.

Teknolojik gazetecilikten bugün kaçılamaz. Çağın getirdiği bütün imkanlardan gazetelerde düzenli bir geçişle yararlanmalılar. Bugün yerel

[390]TOKGÖZ, Oya. 1981, a.g.m., s.309.

gazetelerin büyük bir çoğunluğunda olduğu gibi 5 muhabire 2 tane ve haftada 2 kez bozulan daktilo sağlamakla gazeteciliğin artık yapılamıyacağı açıktır. Başarıyı getiren insan faktörüdür. Gazete patronları çalışanlarının aklının başka sorunlarda kalmadan çalışmalarını sağlayabilmelidir.

Yerel gazeteler gerek okuyucusu, gerekse yayınlayan için önemli ve dikkatleri üzerinde toplayan aynı zamanda kent ve birey için saygınlığında sembolü olan bir araçtır. Yerel yönetimlerin yerel halkla iletişim kurma organı da olan bu araçların kullanımı da doğal olarak özel bir itinayı gerektirmektedir. Yerel halkın yerel gazeteye ulaşması, ulusal basına ulaşmaktan çok daha kolaydır. Bu nedenle yerel basının doğal bir kamuoyu baskısı altında olduğunu söylemek de yanlış olmaz. Bu nedenle bu araçları kullananların, kişisel çıkarlarını aşan bir anlayışla yayımcılık etkinliği içinde olmaları gerekmektedir.

Bugün genel olarak kentlerde, örneğin Eskişehir'de yerel gazeteler ve televizyonlar arasında rekabetin olmaması, birbirlerinin yanlışlarının üzerine gitmemeleri, hatta yine Eskişehir'de olduğu gibi sahip oldukları tirajları kutsal bir sır gibi saklamaları aslında gazetelerin birbirleriyle barış içinde yaşamalarını gösteren bir tablo olarak düşünülmemelidir. Aksine bunu, gelişmeyi önleyici ve gazeteciliği heyecansız ve rutin hale dönüştüren bir unsur olarak görmek mümkündür. Yerel gazeteler satış ve tiraj rakamlarıyla oynayarak kendilerini başarılı göstermeye çalışmaktadırlar. Buna Valiliğin de göz yumması ve elinde sağlıklı bir tiraj raporunun olmaması ise bir başka düşündürücü yöndür. Kaldıki 35-30 tane satan bir gazete aylık olarak 350-400 milyon arası resmi ilan alabilmektedir. Bu gazete kentin en çirkin basılan, içeriğinde hiçbirşey bulunmayan, üstüne üstlük teknik olarak dahi gazete basımını gerçekleştiremeyen bir gazetedir. Kimi

bakış açılarının bu durumu görmezlikten gelmesi ya da hem saygınlık hem de resmi ilan konusunda tarafsızlık içinde kalarak bu gazetelerin bu çıkarları elde etmesini, yerel basına destek olarak görmeleri ya da yorumlamaları, diğer gazetelerin gelişmelerini ve gazetecilik heyecanlarını da öldürmekte, gelir ve haber paylaşımının gereksizce çok parçaya bölünmesine neden olmaktadır. Günde 25-30 satan bir gazetenin satış rakamlarını, valiliğin 500 olarak açıklaması ve bundan rahatsızlık duymaması, yerel basına destek değil engel olmaktadır. Her işte olduğu gibi yerel basında da kötüler ayıklanmalı ve kötülere ve zaman ile gelir kaybına neden olanlara destek olmaktan kaçınılmalıdır. Zaten yok olma seviyesine gelmiş bir gazeteyi korumanın anlamı ve ahlakı da bulunmamaktadır.

İleri sürülen kimi görüşlere göre, yerel basındaki halen var olan gazete sayısının fazlalığı yerel basının gelişmesinin önündeki ciddi engellerden en büyüğüdür. Bu konuda Koloğlu; baskıdaki kalite artışının -biraz önce Eskişehir örneğinde verdiğimiz gibi- naylon basının tamamen ortadan kalkması anlamını taşımamakla birlikte önemli bir adım sayılabileceğini belirtmektedir. Koloğlu; özellikle Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün ve gazeteciler cemiyetlerinin düzenledikleri yarışmalarla yerel gazeteleri haber, yorum ve mizanpaj açısından gelişmeleri yönünde teşvik etmeye çalıştıklarını, ancak yerel basının daha da ileri gitmesinin, yayın adedinin azalmasıyla mümkün olabileceğini söylemektedir. Koloğluna göre; günümüzde kentlerde mevcut, sayısı çok tirajı az gazeteler, toplumun yerel ihtiyaçlarını yansıtmaya yarayacak bir çoğulculuğu temsil etmekten çok, özel çıkarlara hizmet eder gibi görünmektedir.[391] Koloğlu'nun bu görüşlerini Tokgöz'de benzer ifadelerle paylaşmaktadır. Bu görüşlerin doğruluğunu kabul etmek gerekmektedir. Gerçekten de var olan

[391]KOLOĞLU, Orhan. "Türkiye'de Yerel Basın", A.g.m., 1993, s. 17.

sayı yerel basındaki iyi olabilecek gazetelerin de gelişmesini engelleyecek düzeyde fazladır. Ancak bu gazetelerin sayıların zorla azaltmaya çalışmak, bu gazetelerin kapısına kilit vurmak akılcı bir yaklaşım olarak da kabul edilemez. Mesleğe girişde ve mesleği uygulama aşamasında alınacak kimi tedbirler ve standartların, yerel gazetelerin işlevselliği olmayan sayılarını azaltabilir. Gazeteleri kapatmada uygulanacak bir ölçütün, içinde çok fazla değişkeni bulundurma olasılığı taşıması nedeniyle ve burada kimi kişilere verilecek insiyatif ölçüsünün göreceli bir ölçü olabileceği düşüncesiyle, böylesi bir yaklaşımın anti-demokratik olması söz konusu olabilir. Ülke de pek çok kör ve sağır nokta bulunurken, bir de bu gazeteleri kapatma yoluna gidilmesi, ulusal basında zaten hızla devam eden tekelleşme hastalığını yerel basına da geçirme anlamına gelebilir. Bu kez kentlerde kartellerin oluşmasına neden olabilir. Çok sesliliğe ciddi zararlar verebilir. Kalitesiz ve ciddiyetsiz yayıncılık yapan gazetelerin ya da naylon gazetelerin önüne geçmek için, resmi ilan ve reklam verme ölçütlerini değiştirmek, kaliteli baskı ve içeriği koşul olarak ileri sürmek ve bunu denetlemek, sağlıklı tiraj raporları derleyebilmek ve bu raporları denetlemek gibi yöntemlerin uygulanması, yerel gazeteleri de belirli bir kaliteye doğru itecektir. Bunu gerçekleştiremeye gazeteler de zaten kendiliklerinden yayın hayatlarına son vereceklerdir. Ayrıca, toplumun kültürel ve eğitim düzeyinin yükseltilmesinin de, doğal seleksiyona katkıda bulunacağını söylemek mümkündür.

Yerel gazetelerdeki teknolojik yenilenmenin yanlızca bilgisayarlarda değil, matbaa makinalarında, çalışma koşulları ve ortamlarında da gerçekleşmesi halinde, yerel basının içerik açısından da gelişmiş bir yapıya sahip olacağı düşüncesinin yaygınlaşmaya başlamasını önemli bir aşama

olarak kabul etmek mümkündür. Bünyelerinde oturtacakları yönetim ve organizasyon yapıları ile daha sağlıklı işleyişe sahip birer yerel basın işletmeleri haline gelmeleri, ilke ve politikalarını daha netleştirmeleri ve çalışanlarına daha fazla ücret, olanak ve güvence sağlamaları durumunda, daha iyi ürünler sunabilecekleri düşüncesinin de yerleşmesi durumunda, Eskişehir yerel basınının etkileyen faktörlerin en aza inmesi mümkün görünmektedir.

Ancak bunlar için, yerel basının genel olarak temel tercihlerini yapması gerekmektedir. Sürmeli, yerel basının kuruluşlarının artık bundan sonra değişen Türkiye'ye göre, beklenen gelişmeyi sağlayabilmeleri için öncelikle mesleki bağnazlıktan kurtulmaları gerektiğini, mesleki bağnazlığa saplanarak sabitlenmiş düşünce yapısıyla ve beklentilerle yerel gazetelerin bünyelerinde arzu edilen gelişmeyi sağlayamayacaklarını söylemektedir. Sürmeli, yerel gazetelerin öncelikle, gazeteyi ve gazeteciliği mi yoksa matbaa ve matbaacılığı mı öne çıkaracaklarına ilişkin temel tercihlerini iyi yapmaları gerektiğini de belirtmektedir. Sürmeli'ye göre, yerel gazeteler bu tercihlerini yapmadan, yayıncılık yapma işinde oldukça zorlandıklarını belirterek, yerel gazetelerin uzmanlık alanlarına ve daha dar kitleli bir gazeteciliğe kayabileceğini, bir anlamda "butik" gazeteciliği yapabileceklerini de önermektedir. [392]

Burada vurgulanması gereken çok önemli noktalardan birinin de yerel basının bir kentin ya da bölgenin yerel bir iletişim kurumu olma özelliğine sahip olduğu söylenebilir.

Yerel basın, yerel bir iletişim kurumu olmakla birlikte basın kurumu olma özelliklerine de sahiptir. Basın kurumu olma özellikleri gereği de

[392]SÜRMELİ, Fevzi. "Yerel Basının Sorunları, Gücü ve Kamuoyu Oluşturmadaki Etkisi", **Antakya Gazeteciler Cemiyeti**'nce düzenlenen panel'de yaptığı konuşmada ileri sürdüğü görüşler ve kendi ile yapılan görüşme, Antakya, 11 Nisan 1997.

basının sahip olduğu tüm işlevselliği, görevleri ve sosyal sorumlulukları üzerinde taşıyan bir kurumdur. Bu işlevlerinden biri de yerel bir hedef kitleye sahip olması nedeniyle, yerel kamuoyunun serbest oluşumunu sağlama, yerel kamuoyunu aydınlatma ve yönlendirme olarak belirtilebilir. En az diğer işlevleri kadar önemli olan yerel kamuoyunun serbest oluşumunun sağlanması ve aydınlatılması işlevi, yerel basına, gelişen ve değişen ülke ve toplum koşulları çerçevesinde, eskisine göre biraz daha farklı sorumluluk, görev ve işlevler yüklemektedir. Değişen koşullardan sözetmekle birlikte, yerel basının kamuoyu oluşumu sürecindeki işlevine ilişkin çok büyük değişiklikten söz etmek olası değildir. Ancak globalleşen dünya ile birlikte Türkiye'de de yerel yönetimlere doğru bir yetki kaydırılması gündemdedir ve zorunludur. Bu durumda da yerel basının, yetkileri güçlendirilmiş ve özerkleştirilmiş yerel yönetimlerin en büyük yardımcı kurumlarından birisi olması ve yerel kamuoyunun oluşumu yönünde daha etkin bir rol alması söz konusu olmaktadır. Bir anlamda yerel basının gelişmesinin bundan böyle yerel yönetimlerin güçlenmesi ile paralel bir süreç izleyeceğini söylemek mümkündür. Yerel yönetimlerin bir idari mekanizma olarak önem kazanması, genel mekanizma içerisindeki ağırlığının artması ve metropol kentlerin ya da büyük kentlerin oluşmaya başlaması, yerel basının da gelişmesi konusunda en önemli itici güçlerden birini oluşturacağı söylenebilir. Yerel ihtiyaçların ve yaşam biçiminin çeşitlenmesi yerel basının da işlevselliğini artıracak etkenler olabilir. Zaten Türkiye'de de yerel basının halihazırda güçlü olduğu kentlerin, büyükşehir statüsü kazanmış olan, sanayileşmesi ve kentleşmesi büyümüş kentler olması, bu düşünceyi destekler niteliktedir. Adana, Bursa, Konya, Trabzon, Eskişehir, Kocaeli gibi kentler, Türkiye'nin büyük ve sanayileşmiş kentleridir. Dikkat edildiğinde, bu kentlerdeki yerel basın kuruluşlarının da

diğer kentlerdeki yerel basın kuruluşlarına göre daha güçlü bir yapıya sahip olduklarını görmek mümkündür. Yerel bir pazara sahip olan bir işletmenin ya da kurululuşun ulusal düzeyde yayımcılık ya da yayıncılık yapan medya kuruluşlarına ilan vermesi, bu işletme açısıdan oldukça gereksiz ve pahalı bir reklam kanalı olmaktadır. Oysa yerel bir kuruluş, yerel basına verdiği ilan ya da reklamlar hem hedef kitlesi doğru seçilmiş bir pazara seslenebilmekte, hem kamuoyu ile bir anlamda yakınlaşma çabasına girmiş olmakta hem de yerel basının ekonomik anlamda gelişmesini sağlamış olmaktadır. Dolayısıyla bu tür seçiciliğin ve profesyonel yaklaşımların artması yerel basının girdi oranlarını da olumlu yönde etkileyecek gelişmeler olabilecektir.

Yerel kamuoyu üzerinde, belirli bir düzeyde olan etki ve yönlendirme gücü ve yerel kamuoyundaki yerel basının bu etki gücüne ilişkin inanç, yerel basının kendini hemen her açıdan yenilemesi sonucu artabilir. Böylelikle daha sağlıklı bir iletişim kurumu haline gelebilen yerel basın, kitleler için daha sağlıklı, etkin ve başarılı bir iletişim kurumu haline gelebilir.

Yerel basının; yerel bir iletişim kurumu olarak, kamuoyunun 'serbest' oluşumunu, yönlenmesini ya da aydınlanmasını sağlama işlevini yerine getirebilmesi ve bunun yanısıra kamuoyu ile ilişkilerini sağlıklı ve sürekli tutabilmesi konusunda, önemli kabul edilebilecek göstergeler ve açılımlar bulunmaktadır. Bunları;

a) yerel basının, yerel kamoyu ile kurduğu diyaloğun düzeyi,
b) yerel basının, kamuoyunun ihtiyaç, güven ve beklentilerini karşılama düzeyi
c) yerel kamuoyunun, ihtiyacı olan bilgiyi yerel basından edinmeyi tercih etme düzeyi

d) yerel kamuoyunun, yerel basından belirli bir yarar ve tatmin elde etme düzeyi

e) yerel basının, kamuoyu gözündeki saygınlık düzeyi

f) yerel basının, kamuoyuna sunduğu üründeki içerik, biçim ve yaklaşıma ilişkin üslup ve kalite düzeyi

g) ve son olarak da yerel kamuoyunun, yerel basınla iletişim kurma arzusu, düşüncesi ve girişim düzeyi olarak sıralamak mümkündür.

Tüm bunlar yerel basının bir iletişim kurumu olarak yerel kamuoyunun serbestçe oluşmasını sağlama işlevini belirleyen, etkileyen ve yönlendiren unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Yerel gazetelerin bu unsurları karşılama düzeyi, işlevselliğinin ve etkinliğinin de oranlarını belirginleştirmektedir.

3- SONUÇ

Yapılan araştırmaya, gözlemlere ve Eskişehir yerel basın okurlarından elde edilen verilere dayanılarak, genel bir değerlendirme yapmak gerekirse; basının haber verme, kamuoyunu aydınlatma ve serbest oluşumunu sağlama, denetim ve eleştiride bulunma gibi geleneksel işlevlerinin yanısıra, Türkiye gibi hızla gelişen toplumlarda tarihsel bir görev olarak, sosyal yapının değişimine katılma ve eğitme işlevlerine de sahip olduğu söylenebilir. Basının toplumları kalkındırma, modernleştirme gibi sorumluluklarının yanısıra, kültür yaratma gibi çok önemli bir misyonu daha vardır. Basının yönlendirme, etkileme ve özgürce oluşmasına katkıda bulunma amacında olduğu kamuoyu ise, sosyal yapının farklı renkleri ve bu renklerin farklı tonlarından başka birşey değildir. Basın bu renklilik

içinde farklı kültürlerden, yeni kültürler sentezleme sorumluluğu ile yükümlüdür. Kamuoyu çeşitlilik açısından pekçok alt kültürü yapısında barındırmakla birlikte, bunları zaman zaman yenileme yoluna da gidebilir. Burada ihtiyaç duyulan araç olarak basın, sosyal yapının değişimine katılma işlevini yerine getirmektedir.

Öte yandan, halkın halk tarafından yönetimi biçiminde tanımlanan demokrasilerin işleyiş ve sürekliliklerinde, ister özgür olarak yaratılsın, ister yapay yoldan üretilsin kamuoylarının, büyük rol oynadığı düşünülmektedir. Gücünü halktan alan hiçbir yönetimin, halkın sesine, ve beklentilerine kulaklarını tıkaması söz konusu olamamaktadır. Yöneten ve yönetilen ilişkisinin varoluşuyla, kamuoyunun ve gücünün doğuşu eş zamanlıdır.

Bununla birlikte, toplumsallaşmanın en önemli öğelerinden birinin de iletişim olduğu söylenebilir. Artık bugün iletişimsiz bir ortam ve yaşam düşünülememektedir. Modern toplumu, gazeteler, dergiler, kitaplar, radyo, televizyon ve film gibi kitlesel medya olmadan düşünmek hemen hemen olanaksızdır. Bu bağlamda, toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı konumunda olduğu, bir başka deyişle kitlelere yönelik iletişime kitle iletişimi; bunu sağlayan araçlara ise kitle iletişim araçları adı verilmektedir.

Kitle iletişim araçları bugün dünyanın hemen her yerinde cereyan eden olayları en kısa sürede kitlelere ileten çağdaş ve etkin bir organizasyondur. Teknolojinin hızlı devinimiyle kitle iletişim araçlarının bireyler, kurumlar, toplum ve kültür üzerindeki etkilerinin de önemli ölçüde artış kaydettiği, bir başka deyişle kitle iletişim araçlarının günümüz toplum ve birey yaşamında vazgeçilmez bir konuma gelmiştir ve gündelik yaşam içerisinde belirleyici bir güce sahip olduğu kabul edilmektedir. Kitle

iletişim araçları geniş kitlelerin ilgisinin çekilmesi ya da kitlelerin görüş ve davranışının etkilenmesinde etkin bir güce sahiptir. Bir başka deyişle birey, grup, kurum, bütün toplum ya da kültür herhangi bir yolla kitle iletişim araçlarından ve onların vermiş olduğu enformasyondan etkilenebilir.

Basın ise, kamu hayatı ve işleri hakkında bilgi veren, günlük yaşantının rutinini kolaylaştıran; kişilere daha geniş bir ortamda değişik insan, kurum ve düşüncelerle temas imkanı veren bir kitle iletişim aracıdır denilebilir. Ulusal basın için; yüksek tirajlı, merkezi İstanbul'da bulunan ve buradan tüm ülkeye dağıtımı yapılan, ülke düzeyinde kamuoyuna seslenen ve bu nedenle hedef kitlesi tüm Türkiye olan gazete, dergi, radyo ve televizyonlara verilen isimdir, tanımlaması yapılabilir. Yerel basın ise; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir kent ya da bir kasaba da olabilir- o yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, aynı zamanda yöre halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan araç ya da araçlar bütünüdür biçiminde tanımlanabilir. Basının kamuoyu konusundaki en iyi belge olduğu söylenebilir. Basın kamuoyunu yansıttığı kadar onu biçimlendirme eğilimi de taşır. İnsanlar gazetelerde okudukları görüşlere çoğu zaman katılmasalar da bu etkinin söz konusu olduğu düşünülmektedir.

Kamuoyu ise; belli bir toplum içinde yaşayan insanların belli bir olgu veya inanç üzerindeki ortak yargısıdır. Kamuoyu toplumsal bir oluşum sürecidir. Oluştuğu toplum yapısı içinde doğal olarak kimi işlevsel özelliklere sahiptir. Bu işlevselliğinin düzeyi içinde bulunduğu topluma göre değişmektedir.

Basın; kamuoyunun oluşmasına yardımcı olduğu kadar, kamuoyunun sesinin duyurulması işlevi ile de yükümlüdür. Ülkeyi yönetenler basının

aracılığı ile kamuoyundan gelen tepkiler, talepler, eğilimler ile uyguladıkları politikalarda, aldıkları kararlarda, değişikliklere ya da yeni düzenlemelere gidebilirler. Gelişmelerin akışına göre yeni politikalar ve tavırlar belirleyebilirler. Kamuoyunun ve basının işlevselliği birbirini tamamlayan iki öğe haline tam olarak geldiğinde ise ülkede yanlış ve keyfi kararların, toplumun yapısına uymayan politikaların ortaya konulması güçleşir ve hem toplum, hem de toplumu yönetenler, doğru kararlar alır ve daha rahat bir yaşam ortamı bulurlar.

Kamuoyu, özünde demokrasi ile birlikte vardır ve demokrasinin sağladığı ortamdan beslenmektedir. Bu anlamda, kamuoyunun serbestçe oluşabildiği ülkelerin demokrasi, her alanda kurumlaşma, örgütlenebilme ve bilinçli toplum olma açısından da ileri ülkeler olduğu söylenebilir. Her konuda serbestçe oluşabilen kamuoyuna sahip ülkelerde ve bu kamuoylarının sesi, dili olabilen, onların kanaatlerini, duygu, düşünce ve arzularını başta ülkeyi yönetenler olmak üzere diğer kitlere iletebilen basın organlarına sahip ülkelerde, demokrasinin de elbette sağlıklı ve hızlı gelişmesi beklenebilir. Çünkü ülkenin diğer kurumlarının yanısıra sesini yükseltebilen kamuoyları ile grup kanaatleri ve basın, o ülkenin hemen her açıdan ancak en başta demokrasi açısından gelişmesine katkıda bulunabilmektedirler.

Basının toplumsal bir kurum olma özelliği nedeniyle sosyal sorumlulukları, bu sorumluluklarla birlikte ticari kazancın ötesinde bir görevi ve toplumun iletişim kurumu olması nedeniyle de önemli işlevleri bulunmaktadır. Bunlar bir bütün haline geldiğinde basın, doğrudan yöneldiği kitle üzerinde dolaylı ya da dolaysız, olumlu ya da olumsuz ve az ya da çok oranda bir etkileme, yönlendirme ve saptama gücüne sahiptir.

Basının kamuoyuna yönelik etkinliğine en büyük örnek dönemlerden biri Ulusal Kurtuluş Savaşının verildiği dönemlerdir. Bu dönemlerde basının var olan toplumsal gücünden sonuna kadar yararlanılmış, bir anlamda ulusal mücadele basın kanalının çok iyi kullanılarak kamuoyu desteğinin kazanılmasından sonra ivme kazanmıştır.

Ulusal basından ayrılan yönleri ile 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. Ulusal basına malzeme sağlayan yerel basın, doğrudan bölge halkıyla içiçe yaşadığı için bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır. Bölge halkını daha iyi algılar. Yerel halk, kendi gazetesinde kendi sorunlarını, gelişmelerini, sesini, yüzünü görür. Kendisi ve çevresi ile ilgili herşeyi 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 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 iç yapılarından gerekse dış çevrelerden kaynaklanan pekçok 'etki faktörü', diğer bir yaklaşımla da 'sorun' bulunmaktadır. Yerel basın kuruluşlarının, gerek kendi iç yapılarına karşı ve gerekse dış çevrelere karşı

önemli bir etkileyici faktöre sahip olmaları kadar, bunlardan etkilenmeleri de doğaldır ve bu etkilenme oldukça yüksek düzeyde gerçekleşmektedir.

Bugün Eskişehir'de 5 günlük gazete sürekli olarak yayınlanmakla birlikte, bu gazeteler haftada yalnızca bir gün, pazar günleri yayınlanmamaktadır. Bu gazeteler; Sakarya, İstikbal, Milli İrade, Sonhaber, İki Eylül'dür. Bu gazetelerin yanısıra bir de Eskişehir'e Yeni Bakış isimli aylık, haber-yorum-magazin dergisi yayımlanmaktadır. Ayrıca çalışmanın anket uygulamasının yapıldığı dönemde Eskişehir 2000 isimli bir gazete de yayımlanmaya başlamış ancak çalışmanın devam ettiği süre içinde yayın yaşamına son vermiştir.

Çalışmanın uygulamaya ilişkin bölümünden elde edilen bilgileri ise şöyle değerlendirmek mümkündür:

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 olduklarını, 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 alan okur kitlesinin yerel basının gerçek okur kitlesini oluşturduğunu belirtmek gerekmektedir.

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. Yine aynı biçimde yerel basın okurlarının yüzde 37,8'i yerel televizyon kanallarından, yüzde 34,1'i yerel radyolardan bilgilenme amacıyla yararlanmaktadır. Eskişehir'de yerel basın okuru olduğunu belirtenlerin yüzde 44,1'i de Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi ulusal düzeyde dağıtım ve yayın yapan gazete ve televizyonlardan öğrendiğini belirtmiştir.

Yerel basın okurlarının yüzde 56.5'i yerel televizyonları, bunun hemen hemen yarısı düzeyde olan yüzde 26'sı da yerel gazeteleri, yerel düzeyde halkı yönlendirme konusunda daha etkili bir kitle iletişim aracı olarak görmektedir. Yerel radyoları yönlendirme konusunda daha etkili bulan kitle ise yüzde 14'dür.

Bununla birlikte, ulusal gazetelerin Eskişehir gibi bir kentte yerel basının yanısıra oldukça iyi bir düzeyde okur kitlesine sahip olduklarını ancak bugünkü içerik yoğunlukları ve sayfa sayılarına göre ulusal gazetelere, gerçekten okumak ve bilgilenmek amacıyla başvuranların oranının çok yüksek bir düzeyde olmadığı söylenebilir. Kişilerin gazetelerden alışkanlıkları, sahip oldukları kültür ve beklentileri düzeyinde yararlandığı da belirtilebilir. Uygulamadan elde edilen verilere göre, yerel basın okurlarının yüzde 42,7'si Hürriyet Gazetesini, yüzde 16,9'u Sabah Gazetesini ve yüzde 15,7'si de Milliyet Gazetesini okumaktadır. En sık okunan dördüncü gazete ise yüzde 10,1'lik bir oranla Türkiye Gazetesidir. Büyük ve daha çok tanınan, popüler söylemleri kullanan gazetelerin pazara hakim oldukları, fikir gazetelerinin oldukça düşük düzeylerde okuyucu kitlesine sahip oldukları, hatta fikir gazetelerinin ikinci ve üçüncü okunan

gazete sıralamasında bile kaydadeğer bir orana sahip olmadıkları da vurgulanabilir. Büyük gazetelerin promosyon ve lotarya destekli satışları ile kamuoyunun özellikle son yıllarda bu amaca dönük olarak bu gazateleri satın almalarının da etken unsurlar olduğu söylenebilir.

Yerel gazetelere ilişkin elde edilen verilere göre, deneklerin yüzde 72,5'inin günlük yaşamlarında yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duyduklarını, yüzde 17,5'inin bu ihtiyacı bazen duyduğunu, yüzde 10'unun da yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duymadığını söylemek mümkündür.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 44,2'si hergün yerel gazete okumaktadır. Haftada 5-6 gün yerel gazete okuyanların oranı yüzde 16,1'dir. Öte yandan bir başka saptama da yerel gazetelerin, okuyucuları tarafından 15 dakika ile 45 dakika arasında değişen bir süre içinde okunmasına ilişkindir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının en sık okudukları yerel gazetenin yüzde 80,5 ile Sakarya Gazetesi, bunu yüzde 12,5 ile de İstikbal Gazetesi'nin izlediği söylenebilir. Yine, yerel basın okurlarının yüzde 66'sının okudukları yerel gazeteyi satın almadan okuduklarını, satın alarak okuyanların oranının ise yüzde 34 olduğunu söylemek mümkündür.

Yerel gazete okurlarının yüzde 95,9'unun bu gazeteleri kolaylıkla bulabildiği saptanmıştır. Elde edilen verilere göre yerel gazeteler sırasıyla en çok işyerlerinde, kahvehanelerde ve evlerde okunmaktadır. Bu verilere göre, yerel gazetelerin başsayfasının yerel gazete okurları açısından ilk tercih edilen yer olduğu söylenebilir. Bir diğer tercih edilen sayfa da spor sayfasıdır.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazete okuyarak; en fazla, Eskişehir'de olup biten olaylar, kentin yöneticileri ve belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla bu gazetelerden yararlandıklarını söylemek mümkündür. Yerel basın okurlarının yerel

gazetede ilk okumayı tercih ettikleri yerin, ekonomi köşesi olmasa da yine de bu köşeden bir biçimde yararlandıkları söylenebilir. Yerel gazetelerin habere ilişkin sayfalarında oldukça yer kaplayan siyasi haberlerin, yerel kamuoyu için yeterli olmadığı, yerel gazetelerden yerel spor takımları hakkında bilgilenmek amacıyla yararlananların oranın yüzde 64,5 olmakla birlikte, yerel bir iletişim ortamı ve en geleneksel kitle iletişim aracı için bu sonucun, düşük bir oran olarak kabul edilebileceği de belirtilebilir.

Resmi kurumlara ilişkin haberler gazetelere yetersiz düzeyde yansımaktadır. Öte yandan 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 okurların yarısından fazlasının yararlandığı unsurlar olması elde edilen en önemli verilerden biri olarak düşünülebilir.

Yine aynı şekilde yerel gazete yöneticileri ve çalışanlarınca en az önemsenen yerel bir gazetenin okuyucuyu dinlendirme ve eğlendirme unsurunun, okurların yaklaşık yüzde 50'si tarafından yerel bir gazeteden elde edilen yarar olarak görülmesini, oldukça önemli bir veri olarak değerlendirmek mümkündür. Okurlardan yüzde 62'si yerel gazetelerden yaşadıkları kent hakkında bilgi sahibi olduklarını ve yakın çevrelerine de bu bilgileri aktarabildiklerini belirtmektedirler. Okurların yüzde 40,5'i yerel gazetelerin yaşamlarını tek düzelikten kurtardığını, renklendirdiğini ve başkalarının yaşamlarını izleyebildiklerini belirtmişlerdir.

Eskişehir'deki yerel gazetelerin içeriğinin yerel basın okurları tarafından doyurucu düzeylerde bulunmadığı söylenebilir. Yerel gazetelerin başarılı olması, daha çok satması ve daha fazla reklam-ilan girdisi elde etmesinin önemli yollarından biri de okuyucuların okudukları yerel

gazeteyi içerik açısından doyurucu bulmasından geçtiğini söylemek mümkündür. Öte yandan içeriğin doyurucu bulunması oranına göre, gazetelerin sayfa düzenlemeleri ve renk kullanımlarının, oldukça düşük bir düzeyde beğeni ile karşılandığını, yerel gazetelerin içeriklerini, haber ve yorumlarını sayfa düzenlemesi ve renk kullanımı yoluyla pazarladıklarını, bu açıdan değerlendirilince, yerel gazetelerin bu konuya gereken özeni göstermediklerini söylemek de mümkündür.

Yerel gazelerin kullandıkları fotoğraflar konusunda verilen cevapların içeriğe ve biçime ilişkin verilen cevaplardan ayrılan yönünün ise, yerel gazete okurlarının en çok gazetelerde kullanılan fotoğraflar konusunda hoşnutsuz olduklarının saptandığı belirtilebilir.

Eskişehir'deki yerel gazetelerin okuyucularını yönlendirici bir güce belirli bir oranda da olsa sahip olduklarına inanıldığını söylemek mümkündür. Her on okurdan 5'i yerel gazetelerin yerel yöneticiler üzerinde belirli bir etki gücüne sahip olduğunu düşünmektedir.

Okurların çoğunluğu yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamını haber ve yorumlarla etkilediğini, yerel gazetelerin kentin ekonomik yaşamında bir biçimde etkili olduğuna inanmaktadırlar. Yerel basın okurları, yerel gazetelerin kent yaşamında en çok kültür ve sanat konusunda etkili olduğunu düşünmektedir. Okurların sahip olduğu bu konuya ilişkin inanç düzeyinin diğer konuların üstünde olduğu saptanmıştır. Az bir farkla da olsa okurlar yerel gazetelerin siyasetçiler üzerinde etkili olmadığına inanmaktadır. Bunda, 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 etkisi olduğu düşünülebilir.

Elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin spor takımları üzerinde etkili olduğuna inananların oranının oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Okurlar, spor konusunda da yerel gazetelerin diğer konulara göre çok daha etkin olduğunu düşünmektedir denilebilir. Yerel gazete okurlarının yarısı yerel gazetelerin şehrin sorunlarına yeterince eğildiğine inanmaktadır.

Yine elde edilen verilere göre, yerel gazetelerin Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce sağladığına kesin inananlar ile inanmayanların oranı birbirleri ile eşit düzeylerdedir. Ancak kesin yargıda bulunmayarak "kısmen sağladığı"na inananların oranı bu düzeylerin üstünde gerçekleşmiştir. Temel bir yaklaşım olarak; yerel gazetelerin kentte yaşayanlar üzerinde ortak bir görüş sağlamasının mümkün olabileceği, bu güce sahip olduğu, ancak seslendiği yerel kitlenin özelliklerini tanıması gerektiği söylenebilir.

Yerel gazete okurları, yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağını en azından şu anda sahip oldukları önemini koruyacağını düşünmektedir. Okurların, yerel gazeteler için böylesi bir inanca sahip olmaları en azından Eskişehir'deki yerel gazeteler adına umut vericidir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden; en fazla, 'daha doğru haber' beklentisi içinde olduğu saptanmıştır. Bunu, daha fazla yerel haber ile daha fazla araştırma beklentileri izlemektedir. Bununla birlikte okurların, daha sonra sırasıyla; daha fazla kültür-sanat haberi, daha fazla yorum, daha fazla söyleşi-röportaj, daha güzel bir mizanpaj (tasarım), daha fazla ekonomi haberi, daha fazla ulusal haber, daha fazla spor haberi, daha fazla siyasi haber, daha fazla magazin haber beklentileri içinde oldukları saptanmıştır.

Elde edilen verilere göre, Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden en yüksek oranda, daha doğru haber beklentisi içinde olması

dikkat çekicidir. Bu durum; yerel gazetelere, bu gazetelerin haber ve yorumlarına, gazetelerin kitleye gönderdiği mesajlara ilişkin, kamuoyunda ciddi bir güven bunalımının, doğruluk derecesine ilişkin ciddi bir şüphenin ve inançsızlığın olduğunu göstermektedir.

Öte yandan okurlar, yerel gazeteleri tüm bunlarla birlikte destekler bir yaklaşımla bu gazetelerden daha fazla yerel haber ve daha fazla araştırma yapılmasını istemektedirler. Kişiler, bir kaç haberle geçiştirilmiş gazeteler ve araştırmaya dayanmayan, yüzeysel ya da araştırma unsurlarının göze çarpmadığı haberler istememekte, sağlam temel ve belgelere dayanılarak hazırlanmış daha fazla bilgiyi, daha doğru bir biçimde istemektedir denilebilir.

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 da, yerel kamuoyunun ciddi bir olumlu değişiklik içinde olmasının göstergeleri olarak değerlendirmek mümkündür. Kamuoyu artık gazeteyi seyretmek değil okumak istemektedir.

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.

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 denilebilir. Öte yandan okurlar, ulusal haberleri bir başka gazete alarak değil, yerel ağırlıklı haber, yorum ve araştırmalarla hazırlanmış, kendi kentlerinin gazetelerinde hepsini birarada bularak okumak istemektedirler. Okurların, kentin spor etkinlikleri ve siyasi gelişmelerinin daha etkin ve daha fazla kamuoyuna açık olmasını, bunların gazetelere tamamen 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. Yine, elde edilen verilere göre, yerel gazeteciler okurları üzerinde yarattıkları güveni korumaktadırlar. Ancak belirli bir düzeyde güvensizliğe sahip okurları olmakla birlikte, güvensiz okur düzeyi ile eşit oranda bir okur kitlesinden de güven kazanmış bulunmaktadırlar.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yüzde 11'inin şimdiye kadar bir yerel gazeteye katıldığı ya da katılmadığı bir konuda görüşlerini ilettiği, yüzde 87'sinin ise iletmediği saptanmıştır. Bu durumu, yerel gazetelerin yerel kamuoyu ile yeterince bütünleşememesi, gazetelerin seslendikleri kitleye, 'gazeteye rahatlıkla ulaşabileceklerine' ilişkin yeterli güven ve rahatlığı sunamamaları olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak yerel bir ortamda yerel bir gazeteye bile rahatlıkla kendi görüşlerini iletemeyen yerel kamuoyunun da değerlendirilmesi gereken zaafiyetlere sahip olduğu düşünülebilir.

Yerel gazeteye görüşlerini ileten okurların görüşlerinin gazetede hemen hemen mutlaka yer aldığını söylemek mümkündür. Ayrıca, yerel gazeteye

görüş yazanlara gazetelerin cevap yazmaya çalıştıkları söylenebilir. Gazetelerin günlük ve 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 unutulmamalıdır. Bu açıdan gazetelerin bu konuya gereken hassasiyeti göstermeleri gerektiği düşünülebilir.

Eldeki verilere göre, okurların görüşlerini gazeteye genellikle bizzat giderek ve gazetecilerle görüşerek ya da telefon açarak ilettiğini söylemek mümkündür. Bu gazeteye kolay ulaşım ve gazete ile okur arasında daha sıcak bir iletişimin kurulması açısından da olumlu bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Yerel basın okurları ya da yakınları genellikle yerel gazetede haber ya da fotoğraf konusu olmamaktadır. Bunda yerel gazetelerin genellikle sıradan vatandaşlar yerine sürekli olarak belirli konu ve kişilere ilişkin haber yapmalarının bir etken unsur olduğu düşünülebilir. Yerel bir gazetede haber, fotoğraf ya da yoruma konu olan okurun yaşamında olumlu bir değişikliğin görülmesi yerel basın ile okur ilişkisi açısıdan sevindirici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Eskişehir'deki yerel basın okurlarının yerel gazetelere bilgi ulaştırmaktan çekindiklerini, böyle bir kayguyu 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 bu durum kaynaklanabilir.

Öte yandan bu durum, okurların da yeterince aktif katılımcı rolü benimsememelerinin göstergesi olarak düşünülebilir. Okurların yerel gazetelere mektup türünde yazışmalar için uzak durduklarını, bu tür girişimler ya da kaygular içinde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bu, daha önce de sözü edildiği gibi okur ile gazete arasındaki iletişimi zayıf tutmaktadır. Okuru ile bütünleşmiş bir gazetenin daha üretken ve başarılı olabileceği gibi gazetesi ile bütünleşmiş okurların da yaşama daha fazla ağırlığını koyan, zaman zaman etken konuma geçen, daha çağdaş bir yaklaşım içinde olacağı da doğaldır.

Özetlemek gerekirse; yerel kamuoyu ulusal basına teslim olmuş görünmektedir. 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 gazetelerini belirli kurum, kuruluş, yönetici ve kişiler üzerinde etkisinin olduğuna inanan yerel kamuoyu, yerel gazete okumaya ihtiyaç duyabilmektedir. Kaldı ki 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 pekçok kişi tarafından okunduğu da açıktır. Yerel kamuoyu bu gazeteler sayesinde yaşadıkları kentte gerçekleşen olaylar hakkında ciddi bir şekilde haberdar olmakta, kenti yönetenlerin icraatlarını, başarı ve başarısızlıklarını bu gazetelerden izlemekte, kentin ekonomisi hakkında bilgi sahibi olmaktadırlar. İhtiyaç duyduğu günlük ve gerekli bilgiler için de yerel gazetelere başvuran okurlar, bu gazeteler sayesinde dinlenme olanağı da 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, kaygu ve öfkelerini yansıttıkları bir boşalım ve dertleşme aracı da olabilmektedirler. Araştırma ve gözlem sonucunda elde edilen bu bilgiler aslında yerel basının halen geçerli olan sorumluluk, işlev ve görevlerini de bir kez daha ortaya koymaktadır.

Buna göre sonuç olarak; Eskişehir'deki gazetelerin varolan çok düşük tirajlarına rağmen çok büyük oranlarda olmamakla birlikte yine de kaydadeğer bir etkinlik boyutlarının olduğunu 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.

Yerel gazeteleri özellikle çalışan kesim ile emeklilerin izlediği, içerik anlamında da kentteki Sakarya Gazetesi'nin diğer gazetelere göre daha zengin bir çeşitliliğe ve doyuruculuğa sahip olduğu söylenebilir. Sakarya Gazetesi'nin uygulamadan elde edilen bilgilerde diğer gazetelere göre açık bir üstünlük taşıdığının da görüldüğünü söylemek mümkündür. Yerel gazeteler topluma büyük ölçüde inmekte zorlanmamakla birlikte gerek tiraj ve gerekse kamuoyu yansımalarından alınan bilgilere göre bu konuda çok da başarılı olamamaktadırlar. Bununla birlikte ulaştıkları kitlelere ciddi anlamda katkılarının olduğunu söylemek mümkündür.

Buna göre çalışmanın başında vurgulanan ve amaçlanan sorular kısaca şöyle cevaplanabilir:

1- Eskişehir yerel basın okurlarının, yerel gazetelere özellikle, ortak bir düşüncede birleşebilme (kamuoyu oluşumu) anlamında ihtiyaç duyduğunu, ancak bu ihtiyacın genel olarak farkında olmadığını söylemek mümkündür.

2- Eskişehir yerel basın okuru, başta siyasi konular olmak üzere diğer konulardaki yaklaşımları ile birlikte yerel basını kendisi için ciddi anlamda geçerli bir referans olarak görmekte ve bu amaçla yerel basını ciddi olarak izlemektedir. Hatta bu konuda daha da fazla bir beklenti içinde olduğu da söylenebilir.

3- Kamuoyu, yerel basında yayınlanan haberlerden etkilenmektedir. Bu, beklenen düzeyde gerçeklememekle birlikte, bu etkilenmeden sonra tercihlerinde, kanatlerinde bir değişiklik olabilmektedir. Ancak yerel gazetelerin haber verme işlevi açısından oldukça fazla bir oranda yerel kamuoyuna katkı sağladığını söylemek mümkündür.

4- Kamuoyu yerel basın kuruluşlarından daha doğru haber, daha fazla araştırma, yerel haber, ulusal haber, söyleşi-röportaj, ekonomi, kültür-sanat ve siyasi haber ile daha estetik bir tasarım ve fotoğraf sunumu beklemektedir. Bu beklentilerine tam anlamıyla karşılık bulduğu ise söylenemez.

5- Eskişehir'deki yerel gazeteleri işçiler, esnaf, yöneticiler ve emekliler, izlemektedir. Bu kesimin kentle en ilgili grupları oluşturduğu ve genellikle yerel gazetelerde bu kitlelere yönelik haberler yer aldığı için bu gazeteler izlenmekte ve beklenen yarar çok üst düzeylerde olmasa da kaydadeğer ölçülerde elde edilmektedir.

6- Eskişehirlilerin, yerel gazeteleri tam anlamıyla gerekli gördüğünü ve ihtiyaç duyduğunu söylemek mümkündür.

7- Eskişehir'deki yerel gazetelerin, yeterli düzeylerde olmamakla birlikte topluma inmeye çalıştıklarını, toplumun görüşlerini olabildiğince yansıtma ve topluma bir şeyler kazandırmaya çabaladıklarını, en azından en çok satan ilk iki sıradaki gazete için söylemek mümkündür.

8- Yerel basın kuruluşlarının kamuoyunun beklentilerini çok fazla olmamakla birlikte belirli bir ölçüde karşılayabildikleri söylenebilir.

Çalışmanın başında ileri sürülen varsayımlara ilişkin olarak da;

1- Eskişehir'de yayımlanan gazetelerni kamuoyu ve gündem oluşturma anlamında işlevlerini yerine yetersiz düzeyde de olsa yerine getirdiklerini,

2- Eskişehir'de yayımlanan gazetelerin okuyucularının, gazetelerinden oldukça yararlanma eğilimi içinde olduklarını ve gazetelerine ihtiyaç duyduklarını,

3- Eskişehir'de yayımlanan yerel gazetelerin kamuoyu ve gündem oluşturma bağlamında işlevlerini yerine getirmekle birlikte, Eskişehir'deki gazete okuyucularının, kamuoyunun oluşmasını sağlama işlevine yönelik, daha etkin ve daha nitelikli bir yerel gazeteye kesinlikle ihtiyaç duyduklarını,

4- Eskişehir'deki gazete okuyucularının, yerel gazetelerde yayınlanan haberlerden belirli bir düzeyde etkilendiğini ve bunun sonucunda da tercihlerinde ve kanatlerinde değişikliklerin olabildiğini söylemek mümkündür.

4-ÖNERİLER

Çalışmanın yerel basına ilişkin bölümleri ile tartışma bölümünde ve sonuç'ta, yerel basın kuruluşlarına yönelik önerilere oldukça geniş bir biçimde yer verilmiştir. Ayrıca çalışmanın uygulama bölümünden elde edilen bulgular ve bu bulguların yorumları da kendi içlerinde, yerel basın kuruluşları için pekçok öneriyi kapsamaktadır. Burada da, çalışmaya yönelik öneriler başlığı ile, elde edilen bulgulardan yola çıkarak yerel basına yönelik bazı önerilere ve konuya ilişkin bundan sonra yapılacak araştırmalara yardımcı olması ve açılım sağlaması açısından gerekli görülen bazı ileriye yönelik önerilere yer verilmektedir.

4-1- Çalışmaya Yönelik Öneriler

Çalışmanın başında bir sorun olarak ortaya konulan; Eskişehir'deki yerel gazetelerin, kent ve kamuoyu oluşması sürecinde ne düzeyde, nasıl bir işleve sahip oldukları, yerel basın-kamuoyu ilişkilerinin ne düzeyde olduğu, yerel basın olmanın sorumluluklarını ne oranda yerine getirdikleri ve kamuoyunda ne düzeyde bir kabullenirliğe sahip olduğuna ilişkin sorular çalışma süresince cevaplanmaya ve bu çerçede yerel basın için çözüm önerileri bulunmaya çalışılmıştır.

Çalışma süresince ulaşılan bilgi ve görüşlerden, yerel gazetelere ilişkin yapılan araştırma ve gözlemler ile yine yerel basın okurlarına yapılan anket uygulamasından elde edilen bilgilerde de görüldüğü gibi, yerel basının Türkiye için öneminin kaydadeğer bir düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca, gerek basın mesleği ile uğraş veren çevrelerde, gerek siyasi ve ekonomik çevrelerde ve gerekse konuyla ilgili akademik çevrelerde hakim olan, "Türkiye'de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz, bu nedenle de yerel gündemi ve kamuoyunu oluşturmada etkili olamayan bir yerel basının varolduğu"na ilişkin düşüncenin tamamen geçerli olduğu söylenemez.

Yerel basında yavaş ancak umut veren ciddi bir gelişme döneminin başlamış bulunduğunu, en azından yerel basın kuruluşlarının çağa ayak uydurmak için birşeyler yapma eğiliminde olduklarını söylemek mümkündür. Yerel basının işlevleri, sorumluluk ve görevlerinin ülkenin içinden geçtiği şu dönemde iyice farkedilmeye 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 kuruluşlarının gerek iç bünyede gerçekleştireceği kadro, teknoloji, çalışma ortamı ve yönetim organizasyon

yapısına ilişkin düzenlemelerle, gerekse ilke ve politikalara sahip olan bir gazetecilik anlayışı çerçevesinde, hedef kitlesinin beklentilerini tesbit ederek bu beklentilere yönelik kaliteli bir içerik ve sunuma yönelmesi durumunda, bugün olduğundan çok daha üstün ve etkin bir konuma çıkabileceği de söylenebilir. Daha iyi koşullarda ve kulvarlarda yayıncılık yapan bir yerel basının da ülke demokrasisine, bulundukları kentin kamuoyuna ve kurumlarına ve ülkenin basın kurumuna oldukça büyük katkılar sağlayabileceği de gözardı edilmemelidir.

Bu çerçevede yerel basının çalışmanın başında belirtilen sorunlar ve sorularına ilişkin şu önerilerde bulunulabilir:

1-Eskişehir yerel basın okurlarının, yerel gazetelere özellikle, ortak bir düşüncede birleşebilme (kamuoyu oluşumu) anlamında ihtiyaç duymakta ancak bunu açıkca ortaya koymakta zorlanmaktadır. Bu anlamda yerel basın kuruluşları yerel kitleni nabzını tutmaya, yerel kitlenin beğeni ve beklentilerini ölçmeye yönelik araştırmalar ve çalışmalar yapabilirler.

2-Orta yaş grubunda bulunan, çekirdek aile yapısına sahip, orta gelir grubunda yer alan, inaçlarına aşırı olmamakla birlikte bağlı, genellikle lise eğitimi almış ancak yüksek öğrenim grubunu da yavaş yavaş içine alan bir kitleye sahip olan yerel basın, bu kitleye yönelik ve düzeyli yayıncılık anlayışı ile hareket edebilirler. Ayrıca; yerel basını en yakın takip edenlerin emekliler, ev kadınları, iş arayanlar, kamu sektöründe memur ve işçi olarak çalışanlar ile esnaf grubunda yer alan okurların oluşturduğu da gözardı edilmeyecek unsurlardan biri olarak düşünülebilir.

3-Yerel gazete okurlarının daha çok kent kökenli olduklarını ve kent kültürünün gazete okunmasında önemli bir etken olduğu gerçeğinden hareketle, bu kültüre yönelik, başka bir deyişle kent kültürünü geliştirmeye ve daha geniş kitlelirin kente sahip çıkmasını sağlamaya yönelik bir yayıncılık anlayışına girmeleri düşünülebilir.

4-Yerel kamuoyunun bilgi edinmede kullandığı kanalların başında yerel gazeteler gelmektedir. Yerel gazetelerin en yakın takipçisi ise televizyonlardır. Kamuoyu televizyonların etki gücünün daha fazla olduğunu düşünmektedir. Bu anlamda yerel gazetelerin de televizyon gibi bir rakipleri olduğunu gözardı etmemeleri, televizyonla yarışacak bir kalite ve biçim ile yayıncılık yapmaları gerektiği belirtilebilir.

5-Yerel basın okurları, ulusal gazeteleri daha çok promosyon ve lotarya kampanyaları nedeni ile almaktadır. Yerel basının, bulunduğu kentte ulusal basına ihtiyaç duyulmayacak bir yayıncılık kalitesinde ürün sağlaması durumunda, Bursa örneğinde olduğu gibi, oldukça güçlü bir konuma geçebileceği düşünülebilir.

6-Oldukça büyük bir oranda yerel basın okuru, günlük yaşamlarında yerel bir gazete okumaya ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ihtiyacın giderilemediği açıktır. Bu ihtiyacı gidermeye yönelik bir yerel basın organının, yerel kitleden büyük ölçüde kabul göreceği, geniş bir okur kitlesine sahip olabileceği gözönünde tutulabilir. Ayrıca yerel basın okurları hergün yerel gazete okuma eğilimindedirler. Unutulmaması gereken önemli noktalardan birinin de bu olduğu belirtilebilir.

7-Eskişehir'deki yerel basın okurları, yerel gazeteleri çok kısa bir süre içinde (15 dakika ile 45 dakika arasında) tamamen okuyup bitirmektedirler. Bu durumun, gazetenin mesajlarının ve içeriğinin zayıflığından kaynaklandığını söylemek mümkündür. Okuyucunun gazeteyi okumaya ayıracağı sürenin gazetenin doyuruculuğu, gazeteye olan talep ve gazetenin saygınlığı açısından oldukça önemli unsurlar olduğu söylenebilir.

8-Eskişehir'deki yerel basın okurlarına göre, yerel gazetelerin en çok birinci ve spor sayfası olan son sayfası okunmaktadır. Bu gazetenin diğer sayfalarında yer alan bilgi, haber ve görüşlerin etki ve okunma gücünü

oldukça azaltıcı bir etkendir. Yerel gazeteler okuyucularını iç sayfalara çekebilir, bu sayfaları da okumaya teşvik edebilirler.

9-Eskişehir'deki yerel basın okurları, yerel bir gazete okuyarak; en fazla, Eskişehir'de olup biten olaylar, kentin yöneticileri ve belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla bu gazetelerden yararlanmaktadırlar. Buna göre yerel gazeteler; okurlarının elde ettiği bu yararlar çerçevesinde içerik yoğunluğuna gidebilirler.

10-Ayrıca, resmi kurumlara ilişkin haberlere gazetede daha fazla yer verebilirler.

11-Öte yandan yerel gazetelerden en çok elde edilen yararlar arasında, nöbetçi eczaneler, otobüs işletmelerinin servis saatleri ve telefonları ile diğer önemli telefonlara ilişkin bilgilerin de olduğu unutulmamalıdır. Bu anlamda bu bilgiler daha geniş ve iyi bir tasarım ile sunulabilir.

12-Yine aynı şekilde yerel gazete yöneticileri ve çalışanlarınca en az önemsenen yerel bir gazetenin okuyucuyu dinlendirme ve eğlendirme unsurunun, okurların yaklaşık yüzde 50'si tarafından yerel bir gazeteden elde edilen yarar olarak görülmesi göz ardı edilmemeli, gazetenin bu işlevine yönelik köşelerine, yazı ve görüntü unsurlarına ilişkin daha dikkatli bir yaklaşım gösterilebilir ve daha zengin bir içerikle yer verilebilir.

13-Eskişehir'deki yerel gazetelerin içeriği yerel basın okurları tarafından doyurucu düzeylerde bulunmamaktadır. Yerel gazetelerin en temel çaba göstermeleri gereken konulardan biri kaliteli ve doyurucu bir içeriğe sahip olmalarıdır denilebilir.

14-Yerel gazetelerin içeriğin yanısıra, gazetelerin sayfa düzenlemeleri ve renk kullanımları da beğenilmemektedir. Yerel gazetelerin sayfa tasarımı ve renk kullanımı konusunda profesyonel yaklaşımlara, daha estetik kaygulara ve daha ciddi bakış açılarına sahip olmaları gerektiği söylenebilir.

15-Yerel gazete okurlarının en çok, gazetelerde kullanılan fotoğraflar konusunda hoşnutsuz olduklarının saptandığı belirtilebilir. Fotoğraf konusunda düzenleyici ve ciddi atılımlar sağlanabilir.

16-Yerel gazete okurları; gazetelerin okurları üzerinde ve yerel siyasetçiler, kentin ekonomik yapısı, kentteki kültür-sanat ve spor etkinlikleri üzerinde bir etki gücü olduğuna inanmaktadırlar. Buna göre, yerel gazetelerin bu inancı sarsmayacak biçimde bir yayıncılık hassasiyeti ve yoğunluğuna dikkat etmeleri gerektiği belirtilebilir.

17-Yerel gazeteler Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde güncel konularda ortak bir düşünce sağlamada yetersiz kalmaktadırlar. Yerel gazetelerin kentte yaşayanlar üzerinde ortak bir görüş sağlamasının mümkün olabileceği, bu güce sahip olduğu, ancak seslendiği yerel kitlenin özelliklerini tanıması gerektiği söylenebilir.

18-Yerel gazete okurları, yerel gazetelerin gelecekteki öneminin artacağını en azından şu anda sahip oldukları önemini koruyacağını düşünmektedir. Okurların, yerel gazeteler için böylesi bir inanca sahip olmaları en azından Eskişehir'deki yerel gazeteler adına umut vericidir. Bu açıdan yerel gazeteler var olan ve artma eğiliminde olan okur potansiyelini içerik ve sunumda yapacakları kalite yükseltimi ve daha geniş kitlelere seslenme çabaları ile kendi yanlarına çekebilirler.

19-Eskişehir'deki yerel basın okurları, yerel bir gazeteden; en fazla, 'daha doğru haber' beklentisi içindedirler. Bunu, daha fazla yerel haber ile daha fazla araştırma beklentileri izlemektedir. Bununla birlikte okurlar, daha sonra sırasıyla; daha fazla kültür-sanat haberi, daha fazla yorum, daha fazla söyleşi-röportaj, daha güzel bir mizanpaj (tasarım), daha fazla ekonomi haberi, daha fazla ulusal haber, daha fazla spor haberi, daha fazla siyasi haber, daha fazla magazin haber beklentileri içindedirler. Bu beklentilerin

ışığında, yerel gazetelerin temel tercihlerini ve eksik olan noktalarını tamamlayabilmeleri mümkün göründüğü söylenebilir.

20-Eskişehir'deki yerel basın okurlarının, yerel bir gazeteden en yüksek oranda, daha doğru haber beklentisi içinde olması dikkat çekicidir. Bu durum; yerel gazetelere, bu gazetelerin haber ve yorumlarına, gazetelerin kitleye gönderdiği mesajlara ilişkin, kamuoyunda ciddi bir güven bunalımının, doğruluk derecesine ilişkin ciddi bir şüphenin ve inançsızlığın olduğunu göstermektedir. Bu da yerel gazetelerin aleyhlerine bir görüntü olarak ortaya çıkmaktadır. Yerel gazeteler doğru haber ilkesini yaşama bir an önce geçirebilir, bu konuda hassas davrabilirler.

21-Öte yandan okurlar, yerel gazeteleri tüm bunlarla birlikte destekler bir yaklaşımla bu gazetelerden daha fazla yerel haber ve daha fazla araştırma yapılmasını istemektedirler. Kişiler, bir kaç haberle geçiştirilmiş gazeteler ve araştırmaya dayanmayan, yüzeysel ya da araştırma unsurlarının göze çarpmadığı haberler istememekte, sağlam temel ve belgelere dayanılarak hazırlanmış daha fazla bilgiyi, daha doğru bir biçimde istemektedir denilebilir.

22-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 da, yerel kamuoyunun ciddi bir olumlu değişiklik içinde olmasının göstergeleri olarak değerlendirmek mümkündür. Kamuoyu artık gazeteyi seyretmek değil okumak istemektedir denilebilir.

23-Daha önce de belirtildiği gibi, okurlar ellerine aldıkları gazetenin daha estetik, daha göze hitap eden, zevkle ve kolay okunan, daha iyi tasarlanmış bir gazete beklentisi içinde de bulunmaktadırlar. Bu beklenti

yerel gazetelerce giderilebilecek bir beklenti olarak görünmektedir denilebilir.

24-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 denilebilir. Bu nedenle ekonomi haberlerinin de önem verilmesi gereken haberler arasında yer aldığını söylemek mümkündür.

25-Öte yandan okurlar, ulusal haberleri bir başka gazete alarak değil, yerel ağırlıklı haber, yorum ve araştırmalarla hazırlanmış, kendi kentlerinin gazetelerinde hepsini birarada bularak okumak istemektedirler.

26-Okurların, kentin spor etkinlikleri ve siyasi gelişmelerinin daha etkin ve daha fazla kamuoyuna açık olmasını, bunların gazetelere tamamen yansımasını ve gazetelerinde bu konularda daha fazla irdeleyici, zorlayıcı, araştırıcı ve belirli bir çeşitliliğe yönelik haber hazırlanmasını istemektedirler denilebilir.

27-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. Okurların bu tür haberlere ilişkin beklentisinin eskisi gibi yüksek olmadığı söylenebilir.

28-Yerel gazetelerin yerel kamuoyu ile yeterince bütünleşememesi, gazetelerin seslendikleri kitleye, 'gazeteye rahatlıkla ulaşabileceklerine' ilişkin yeterli güven ve rahatlığı sunamamaları olarak değerlendirmek mümkündür. Bu açıdan gazeteler için en önemli unsurlardan birinin

okurları ile yeterince bütünleşememesidir denilebilir. Yerel iletişim ortamları için gazete ile okurlar arasında kurulması gereken güçlü bir iletişim köprüsü olduğu unutulmamalıdır. Bu açıdan gazetelerin bu konuya gereken hassasiyeti göstermeleri gerektiği düşünülebilir.

29-Yerel basın okurları ya da yakınları genellikle yerel gazetede haber ya da fotoğraf konusu olmamaktadır. Bunda yerel gazetelerin genellikle sıradan vatandaşlar yerine sürekli olarak belirli konu ve kişilere ilişkin haber yapmalarının bir etken unsur olduğu düşünülebilir. Yerel bir gazetede haber, fotoğraf ya da yoruma konu olan okurun yaşamında olumlu bir değişikliğin görülmesi, yerel basın ile okur ilişkisi açısıdan sevindirici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

30-Bu nedenlerle, yerel gazetelerin okuyucularına ilişkin daha çok haber ve fotoğraf yayınlamasının okurlar üzerinde olumlu bir etkisinin olabileceği düşünülebilir. Okurların yerel gazetelere mektup türünde yazışmalar için uzak durduklarını, bu tür girişimler ya da kaygular içinde olmadıklarını söylemek mümkündür. Bu, daha önce de sözü edildiği gibi okur ile gazete arasındaki iletişimi zayıf tutmaktadır. Okuru ile bütünleşmiş bir gazetenin daha üretken ve başarılı olabileceği gibi gazetesi ile bütünleşmiş okurların da yaşama daha fazla ağırlığını koyan, zaman zaman etken konuma geçen, daha çağdaş bir yaklaşım içinde olacağı da gözardı edilmemelidir.

4-2- İleriye Yönelik Öneriler

Çalışmada sorun olarak görülen ve çalışma boyunca ulaşılması amaçlanan; Eskişehir'deki yerel gazetelerin, kentte kamuoyu oluşması sürecinde ne düzeyde, nasıl bir işleve sahip oldukları, yerel basın kamuoyu ilişkilerinin ne düzeyde olduğu, yerel basın olmanın sorumluluklarını ne oranda yerine getirdikleri ve kamuoyunda ne düzeyde bir kabullenirliğe sahip olduğu yönündeki sorular bu çalışma ile cevaplanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada sürekli olarak yinelendiği gibi, 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 Anadolu kentlerinde daha sonra da hemen her kentinde bağımsız olarak yapılan bu araştırmaya benzer araştırmalar yapılması, hem yerel basına, hem yerel kamoyuna, hem de kentin kurum ve kuruluşları ile konuya ilişkin literatüre büyük bir katkı sağlayacaktır.

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 önemlidir.

Ayrıca benzeri araştırmaların başka kentlerde de yapılması ve bunun düzenli olarak tekrarlanması, basın kurumuna yeni bir nefes ile birlikte önemli bir katkıyı da sağlayacağı açıktır. Yerel gazetelerin topluma inmesi için gereken koşullar ve çabanın neler olması gerektiği de gözardı edilmemelidir. Böylelikle yerel basını ile kucaklaşmış kentlerdeki aydınlanma ve sağlıklı kamuoyunun oluşumu, ülke demokrasisine ve katılımcılığa da bir katkı işlevi görecektir.

Araştırmalarda; daha az soru sorudan oluşan anket formlarının hazırlanması, kamuoyu beklentilerini ölçmeye yönelik soruların yanısıra, kamuoyunun nasıl ve hangi koşullarda, ne oranda oluştuğunu ölçmeye yönelik sorulara yer verilmesi, daha sağlıklı ve kesin yargılara ulaşılabilmesini sağlayabilir. Yöneltilen sorularda kesinlik göstermeyen

ifadelerin yer aldığı cevapların analizi, araştırmanın sonucu açısından oldukça büyük güçlükler doğurmaktadır. Bu açıdan bu tür kesinlik ifade etmeyen cevaplardan olabildiğince uzak durulması, araştırmanın sağlıklı bir sonuca ulaşması açısından değerlendirilmesi gereken bir nokta olarak düşünülebilir. Uygulamaların, daha geniş kitle üzerinde uygulanması, araştırmacıların analizlerini kolaylaştırmanın yanısıra sağlıklı verilerin elde edilmesi açısından da önemli bir yaklaşım olabilecektir.

Öte yandan üniversite bulunan kentlerde bu tür araştırmaları bilimsel anlamda yapılması, daha objektif sonuçların elde edilme şansını artırabileceği gibi, bu tür araştırmaların yinelenmesi için de uygun zemini yaratabilecektir. Kimi fakültelerin deneysel anlamda dahi olsa bu tür çalışmaları yapmaları konuya ilişkin literatüre, bulundukları kentin kurum ve kuruluşları ile yerel kamuoyuna büyük katkılar sağlayabilir.

Konuyla ilgili yapılacak kuramsal ve proje çalışmalarında, yerel basının işlevlerinin her biri ayrı bir araştırma konusu olarak ele alınabilir. Kuramsal bilgiler sadece ilgili konuda verilebilir.

Ayrıca yerel basın için model önerileri, geliştirme projeleri ve alan araştırmaları da yapılabilir. Bunları, yerel basını geleceğe hazırlayacak çalışmalar olarak değerlendirmek mümkündür.

Benzeri çalışmalar uluslararası ölçütlerde de gerçekleştirilebilir. Böylelikle gelişmiş toplumlarla gelişmekte olan toplumlar arasında yapılaşma farkı ve eğilim de sosyolojik ve kültürel bir olgu olarak konulabilir.

Tüm bunlarla birlikte bu çalışmanın bilimsel amaca yönelik bir doktora tezi olduğu gözardı edilmemeli ve bilimsel bir çalışmanın sınırlılık ve sorumlulukları ile gerçekleştirildiği unutulmamalıdır. Dolayısıyla benzeri bir konuda yapılacak çalışmanın yalnızca araştırma boyutlarında yapılması durumunda farklı açılımlar ve sonuçlar elde edilebilir.

EKLER

EK-1- ESKİŞEHİR YEREL BASINI ÖLÇEĞİNDE OKURA YÖNELİK YAPILAN ANKET UYGULAMASI

Gazete Okuruna Yönelik Eskişehir Araştırması

Doldurmanızı istediğimiz anketin amacı, sizin de yardımınızla, üniversite bünyesinde yapılmakta olan bilimsel bir araştırmaya ilişkin en sağlıklı bilgilere ulaşmaktır. Araştırmanın önemli bir aşaması da şu an size verilmiş olan bu ankettir. Ankette size, önce kişisel ve ekonomik özelliklerinize ilişkin sorular sorulmakta, daha sonra Eskişehir'de yaşayan birisi olarak, ülke düzeyindeki ve şehrimizdeki basın kuruluşlarına ilişkin düşünceleriniz, değerlendirmeleriniz ve beklentileriniz öğrenilmek istenmektedir. Sizlerden öğreneceğimiz bu bilgileri hiçbir şekilde başka kaynaktan öğrenmemiz mümkün değildir.

Bu bilgiler tarafsız ve doğru bilgilerle donatılmış bir bilimsel araştırma için son derece büyük önem taşımaktadır. Eğer günlük işlerinizin arasından onbeş-yirmi dakika ayırır da bu ankette yer alan soruları yanıtlarsanız, bilimsel bir çalışmaya çok önemli bir katkı sağlamış, bir anlamda vatandaşlık ve okur olma görevini yerine getirmiş olursunuz. Kuşkusuz bu çalışmanın, sizleri zahmete sokan; bir o kadar da sorumluluk içeren bir yönü vardır. Bu nedenle sizden alınan cevaplara saygımız gereği; elde edilen bilgiler anonim olarak, bilgi işlem ortamında analiz edilecek ve söz konusu bilimsel çalışma için değerlendirilecektir. Ankette yer alan soruları, her sorunun seçenekleri arasından size en uygun olanının önündeki harfi işaretleyerek cevaplayabilirsiniz.

Sakınmayacağınızı umduğumuz bu katkıdan dolayı teşekkür ederiz

1-Yaşınız?

A) 18-24 arası

B) 25-40 arası

C) 41-55 arası

D) 55'den büyük

2-Cinsiyetiniz?

A) Kadın B) Erkek

3-Medeni durumunuz?

A) Bekar C) Diğer (boşanmış, eşi ölmüş)

B) Evli

4-Evdeki çocuk sayısı?

A) Çocuk yok D) 3 çocuk

B) 1 çocuk E) 4 çocuk

C) 2 çocuk F) 5 ve daha fazla

5-Hanenizde siz dahil devamlı ikamet eden kaç kişi bulunmaktadır?

A) 1 kişi D) 4 kişi

B) 2 kişi E) 5 kişi

C) 3 kişi F) 6 ve daha fazla

6-Oturduğunuz konutun mülkiyet durumu nedir?

A) Ev sahibi D) Lojman, tahsisli konut

B) Kira E) Diğer (belirtiniz).....

C) Aile konutunda kirasız oturuyor.

7-Evinizde kaç kişi bir işte çalışıyor?

A) 1 Kişi D) 4 Kişi

B) 2 Kişi E) 5 Kişi

C) 3 Kişi F) 6 ve daha fazla

8-Yaşamınız bugüne kadar daha çok nerede geçti?

A) Köyde
B) İlçede-Kasabada
C) Şehir merkezinde
D) Büyükşehirde (Ankara/ istanbul/ İzmir gibi)

9-Eğitim durumunuz nedir?

A) Okur-yazarım.
B) İlkokul mezunuyum
C) Ortaokul mezunuyum.
D) Lise mezunuyum.
E) Yüksekokul / Üniversite mezunuyum.
F) Lisansüstü eğitim

10-Şu anda gelir getiren bir işte çalışıyor musunuz?

A) Evet tam gün
B) Evet yarım gün
C) Hayır çalışmıyorum

Eğer yarım gün, mevsimlik işçi, geçici işçi gibi statülerde çalışıyor ya da iç çalışmıyorsanız 13. sorudan devam ediniz. Tam gün çalışıyorsanız 11 ve 12'inci sorulara cevap veriniz.

11-Halen çalıştığınız işteki durumunuzu tanımlayınız?

A) Kamu sektörü çalışanı
B) Özel sektör çalışanı
C) Serbest meslek sahibi (Doktor, avukat, mimar, mühendis, müteahhit vb)
D) Esnaf/ zanaatkar
E) Küçük tüccar/ küçük çiftçi/ hayvancı
F) Büyük tüccar/ ticarethane sahibi/ büyük çiftçi/ hayvancı
G) Sanayici
H) Sendika - dernek
I) Diğer (belirtiniz).....

12-Çalıştığınız bu işteki konumunuz nedir?

A) Yönetici (Müdür, müdür yardımcısı, başkan, başkan yardımcısı gibi)

B) Bölüm yöneticisi (şef, ustabaşı gibi)

C) Düz işçi

D) Memur

E) Büro elemanı / Satış elemanı

F) Öğretmen / Öğretim elemanı (üniversite)

G) Polis / Güvenlik görevlisi

H) Subay / Astsubay

I) Kendi işinin çalışanı

İ) Diğer (belirtiniz).....

13-Herhangi bir işte çalışmıyorsanız ya da yarım gün çalışıyorsanız kendinizi nasıl tanımlarsınız?

A) Ev kadını

B) Emekli

C) İşsiz (iş arıyor)

D) İşsiz (iş aramıyor)

E) Emekli maaşı almayan yaşlı veya özürlü

F) Geçici / mevsimlik işçi

G) Yarım gün ücretli

H) Asker

I) Faiz, kira gibi gelir sahibi

14-Hanenize giren toplam aylık gelir ne kadardır? (Haneye giren toplam geliri ücret, maaş, kira geliri, faiz, temettü, sosyal yardım, burs gibi kazançların toplamını düşünerek hesaplayınız ve hanedeki tüm kişilerin gelirlerini göz önüne alınız.)

A) 8 milyondan az.

B) 8.000.001-12.000.000

C) 12.000.001-16.000.000

D) 16.000.001-20.000.000

E) 20.000.001-25.000.000

F) 25.000.001-30.000.000

G) 30.000.001-40.000.000

H)40.000.001-50.000.000

I) 50.000.001-60.000.000

İ) 60.000.001-70.000.000

J) 70.000.0001-80.000.000

K) 80 milyondan fazla.

15'inci ve 20'inci sorular arasında bazı ev ve ulaşım araçları sıralanmıştır. Eğer konutunuzda söz konusu cihaz / makina ya da araca sahipseniz ilgili soru numarası karşısındaki kutucuğu işaretleyiniz.

15-Otomatik çamaşır makinası

16-Kişisel bilgisayar

17-Binek otomobil

18-Bulaşık makinası

19-Çamaşır kurutma makinası

20-No-frost buzdolabı

21-Dini inançlarınızı ve ibadet durumunuzu düşünürseniz, kendinizi nasıl tanımlarsınız? (Bu soruya cevap vermek zorunda değilsiniz, ancak cevap vermeniz analizlerimizi kolaylaştıracaktır.)

A) Çok dindarım
B) Oldukça dindarım
C) Pek dindar değilim
D) Hiç dindar değilim

Bu bölümde ulusal, yani tüm ülke düzeyinde yayımlanan ve satılan gazeteleri alma ve okuma sıklığınızı öğrenmeyi amaçlayan sorular yer alacaktır.

22-Düzenli olarak ulusal gazete okuyor musunuz? (Gazete alsanız da almasanız da bu soruya cevap veriniz. Yani bu soru, para verip almaksızın düzenli olarak okunan azeteyi de kapsamaktadır.Eğer cevabınız evet ise bir onraki sorudan devam ediniz. Cevabınız hayır ise bunu işaretlediklen sonra doğrudan 27. soruya geçebilirsiniz.)

A) Evet, okuyorum
B) Hayır, okumuyorum

23-Haftada kaç gün ulusal gazete okuyorsunuz?

A) 1-2 gün okuyorum
B) 3-4 gün okuyorum
C) 5 günden fazla okuyorum
D) Hergün okuyorum

24-Günde ulusal gazete okumaya ne kadar zaman ayırıyorsunuz?

A)15 dakikadan az
B) 15-30 dakika arası
C) 30 dakika-1 saat arası
D) 1-2 saat
E) 2 saatten daha fazla

25-En sık okuduğunuz ulusal gazete ya da gazeteleri işaretleyiniz.

A) Hürriyet
B) Milliyet
C) Cumhuriyet
D) Sabah
E) Zaman
F) Türkiye
G) Akşam
H) Yeni Yüzyıl
J) Posta
K) Meydan
L) Yeni Günaydın
M) Spor gazetelerinden biri (belirtiniz).....
N) Diğer (belirtiniz).....

26-En sık okuduğunuzu belirttiğiniz ulusal gazete ya da gazeteleri satın alarak mı okuyorsunuz?

A) Evet satın alarak okuyorum
B) Hayır satın almadan okuyorum

Bu bölümde yerel, yani yalnızca Eskişehir'de basılıp dağıtılan ve satılan gazeteleri okuma sıklığınız ile bu gazetelere ilişkin düşüncelerinizi öğrenmeyi amaçlayan sorular yer alacaktır.

27-Eskişehir'de gerçekleşen olaylar hakkında bilgiyi nereden alıyorsunuz?

A) Yerel gazetelerden ---Herzaman/Bazen/Hiç
B) Yerel televizyonlardan---Herzaman/Bazen/Hiç
C) Yerel radyolardan---Herzaman/Bazen/Hiç
D) Yakın çevremden---Herzaman/Bazen/Hiç
E) Ulusal gazete ve televizyonlardan---Herzaman/Bazen/Hiç

28-Yerel düzeyde, hangi kitle iletişim aracının halkı yönlendirme konusunda en etkili iletişim aracı olduğunu düşünüyorsunuz?

A) Yerel gazetelerin
B) Yerel televizyonların
C) Yerel radyoların
D) Hiçbirisinin

29-Günlük yaşamınızda yerel bir gazete okumaya htiyaç duyuyor musunuz?

A) Evet duyuyorum B) Hayır duymuyorum.

C) Bazen

30-Düzenli olarak yerel gazete okuyor musunuz?

(Yerel gazete alsanız da almasanız da bu soruya cevap veriniz. Bu soru, para verip almaksızın düzenli olarak okunan yerel gazeteyi de kapsamaktadır.Eğer cevabınız evet ise bir sonraki sorudan devam Ediniz. Cevabınız hayır ise doğrudan 44. soruya geçebilirsiniz.)

A) Evet, okuyorum B) Hayır, okumuyorum

31-Haftada kaç gün yerel gazete okuyorsunuz?

A) Hergün okuyorum D) 3-4 gün okuyurum

B) Belirli bir düzeni yok E) 5-6 gün okuyorum

C) 1-2 gün okuyurum

32-Günde yerel gazete okumaya ne kadar zaman ayırıyorsunuz?

A) 15 dakikadan az C) 30 dakika-1 saat arası

B) 15-30 dakika arası D) 1 saat ve daha fazla

33-Düzenli olarak en sık okuduğunuz yerel gazeteyi işaretleyiniz

A) Sakarya D) Son Haber

B) İstikbal E) İki Eylül

C) Milli İrade F) Eskişehir 2000

34-Okuduğunuzu belirttiğiniz yerel gazeteyi satın alarak mı okuyorsunuz? Cevabınız hayır ise bunu işaretledikten sonra lütfen 38'inci soruya geçiniz.

A) Evet satın alarak okuyorum

B) Hayır satın almadan okuyorum

35-Satın aldığınız yerel gazeteyi nereden alıyorsunuz?

A) Aboneyim B) Gazete bayiinden alıyorum

C) Gazeteye giderek oradan satın alıyorum

36-Satın aldığınız yerel gazeteyi kaç yıldan buyana okuyorsunuz?

A) 1 yıldan daha az
B) 1-2 yıl
C) 3-4 yıl
D) 5-6 yıl
E) 7-8 yıl
F) 9-10 yıl
G) 10-15 yıl
H) 15 yıldan daha fazla

37-Satın almak istediğinizde ya da şu anda okuduğunuz yerel gazeteleri her zaman kolaylıkla bulabiliyor musunuz?

A) Evet bulabiliyorum B) Hayır bulamıyorum

C) Bazen kolay bulabiliyorum

38-Yerel gazeteleri daha çok nerede okuyorsunuz?

A) İşyerimde
B) Gündüz evimde
C) Gece evimde
D) Kahvehenede
E) Cafetaryada
F) Komşumun işyerinde
G) Komşumun evinde

39-Yerel gazetede okumayı ilk tercih ettiğiniz sayfa;

A) Birinci sayfa
B) Spor Sayfası
C) Baş yazı
D) Köşe yazıları
E) Bulmaca-Fal
F) Ekonomi köşesi
G) Faydalı bilgiler köşesi
H) Varsa yazı dizileri
I) Okuyucu şikayetleri ve mektupları köşesi
İ) Küçük ilanlar
J) Resmi ilanlar, ihaleler
K) Reklamlar
L).Farketmiyor

40-Aşağıda yerel bir gazeteden elde edilen faydalara ilişkin ifadeler bulacaksınız. Yerel bir gazete okuyarak elde edilen faydalardan sizin için geçerli olanların yanına lütfen çarpı (X) işareti koyunuz.

A) Eskişehir.'de olup bitenler hakkında bilgi ediniyorum

B) Şehri yönetenlerin çalışmaları hakkında bilgi ediniyorum

C) Yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin bilgi ediniyorum

D)-Yerel ekonomi hakkında bilgi ediniyorum

E) Yerel spor takımları hakkında bilgi ediniyorum

F) Belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi ediniyorum

G) Resmi kurumların faaliyetleri hakkında bilgi ediniyorum

H) Günlük olarak ihtiyaç duyduğum acil bilgileri ediniyorum. (nöbetçi eczaneler, otobüs işletmeleri, önemli telefonlar gibi)

I) Beni dinlendiriyor ve eğlendiriyor. (Bulmaca, fal çizgi romanı gibi köşeleri sayesinde)

İ)-Bu gazetelerden şehir hakkında bilgi sahibi oluyor, yakın çevreme bu bilgileri aktarma fırsatını buluyorum

J) Bu gazeteler yaşamımı tek düzelikten kurtarıyor, renklendiriyor ve başkalarının yaşamlarını izleyebiliyorum

K)-Yayınlanan küçük ilanlardan, resmi ilanlardan ve reklamlardan yararlanıyorum

41-Eskişehir'de bulunan, aşağıdaki hangi yerel gazeteleri çerik (haber-yorum-araştırma) açısından doyurucu buluyorsunuz.

A) Sakarya---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

B) İstikbal---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

C) Milli İrade---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

D) Son Haber---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

E) İki Eylül---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

F) Eskişehir 2000---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

42-Eskişehir'de bulunan, aşağıdaki hangi yerel gazeteleri biçim (sayfa düzenlemesi ve reklendirilmesi) açısndan beğeniyorsunuz?

A) Sakarya---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

B) İstikbal---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

C) Milli İrade---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

D) Son Haber---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

E) İki Eylül---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

F) Eskişehir 2000---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

43-Eskişehir'de bulunan, aşağıdaki hangi yerel gazeteleri fotoğraf açısından doyurucu buluyorsunuz?

A) Sakarya---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

B) İstikbal---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

C) Milli İrade---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

D) Son Haber---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

D) İki Eylül---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

F) Eskişehir 2000---Evet/ Hayır/ Bazen/ Fikrim Yok

44-Yerel gazetelerin, okurlarını yönlendirici bir güce sahip olduğuna inanıyor musunuz?

A) Evet inanıyorum

B) Hayır inanmıyorum

C) Emin değilim

45-Sizce yerel gazeteler, şehir yöneticileri üzerinde etkili oluyor mu?

A) Evet oluyor

B) Hayır olmuyor

C) Emin değilim

46-Sizce yerel gazeteler, yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin ekonomik yaşamı üzerinde etkili oluyor mu?

A) Evet oluyor B) Hayır olmuyor

C) Emin değilim

47-Sizce yerel gazeteler, yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin kültür ve sanat yaşamı üzerinde etkili oluyor mu?

A) Evet oluyor B) Hayır olmuyor

C) Emin değilim

48-Sizce yerel gazeteler, yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin siyasetçileri üzerinde etkili oluyor mu?

A) Evet oluyor B) Hayır olmuyor

C) Emin değilim

49-Sizce yerel gazeteler, yayınladıkları haber ve yorumlar ile şehrin spor takımları üzerinde etkili oluyor mu?

A) Evet oluyor B) Hayır olmuyor

C) Emin değilim

50-Sizce yerel gazeteler, şehrin sorunlarına yeterince eğiliyor mu? (Bu sorunlar, şehrin belediye, emniyet, vilayet gibi yönetim birimlerini ilgilendiren konularda olabilir)

A) Evet eğiliyor B) Hayır eğilmiyor

C) Emin değilim

51-Sizce yerel gazeteler, Eskişehir'de yaşayanlar üzerinde, güncel konularda, ortak bir düşünce oluşmasını sağlayabiliyor mu?

A) Evet sağlayabiliyor

B) Hayır sağlayamıyor

C) Kısmen sağlıyor

52-Yerel bir gazeteden beklentileriniz nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

A) ( ) Daha fazla yerel haber

B) ( ) Daha doğru haber

C) ( ) Daha fazla yorum

D) ( ) Daha fazla araştırma

E) ( ) Daha fazla spor haberi

F) ( ) Daha fazla kültür-sanat haberi

G) ( ) Daha fazla ekonomi haberi

H) ( ) Daha fazla polis-adliye haberi

I) ( ) Daha fazla siyasi haber

İ) ( ) Daha fazla magazin haber

J) ( ) Daha fazla eğlence

K) ( ) Daha fazla fotoğraf

L) ( ) Daha fazla söyleşi-röportaj

M) ( ) Daha fazla reklam-ilan

N) ( ) Daha güzel bir mizanpaj (tasarım)

O) (..) Daha fazla ulusal haber

53-Yerel basında görev yapan gazetecilere duyduğunuz güven her geçen gün ;

A) Artıyor B) Değişmiyor

C) Azalıyor

54-Şimdiye kadar bir yerel gazeteye, katıldığınız ya da katılmadığınız bir konuda görüşlerinizi ilettiniz mi?

A) Evet ilettim B) Hayır iletmedim

C) Düşündüm ama gerçekleştirmedim

Eğer üstteki soruya cevabınız "evet ilettim" ise 55, 56, 57'inci sorulara devam ediniz. Ancak eğer cevabınız "hayır iletmedim ya da düşündüm ama gerçekleştirme-dim" olduysa 58'inci soruya geçebilirsiniz.

55-Eğer ilettiyseniz, bu görüşleriniz ilettiğiniz gazetede yer aldı mı?

A) Evet yer aldı B) Hayır yer almadı

C) Bilmiyorum

56-Görüşlerinizi ilettiğiniz gazetede, size yönelik bir cevap yazıldı mı?

A) Evet yazıldı B) Hayır yazılmadı

C) Bilmiyorum

57-Görüşlerinizi gazeteye hangi yöntemle ilettiniz?

A) Mektupla ilettim B) Telefonla ilettim

C) Faksla ilettim D) Kendim bizzat gittim

E) Başkası aracılığıyla gönderdim

58-Son bir yıl içinde bir yerel gazetede siz ya da bir yakınınıza ilişkin haber, fotoğraf ya da yorum yayımlandı mı?

A) Evet yayımlandı

B) Hayır yayımlanmadı.(59 soruya geçebilirsiniz)

59-Yayımlandıysa yaşamınızda nasıl bir değişiklik oldu?

A) Olumlu oldu B) Olumsuz oldu

C) Değişiklik olmadı

60-Yerel gazetelere bir konuda haber yapmalarını ya da araştırmalarını sağlayıcı bilgi ulaştırdığınız oldu mu?

A) Evet oldu B) Hayır olmadı

C) Düşündüm ama gerçekleştirmedim

61-Yerel gazetelere bugüne değin yayımlanmak üzere mektup ya da yorum yazısı gönderdiniz mi?

A) Evet gönderdim. B) Hayır göndermedim

C) Düşündüm ama gerçekleştirmedim

62-Genel olarak baktığınız zaman yerel gazetelerin gelecekteki önemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

A) Önemi artacak . B) Önemi değişmeyecek

C) Önemi azalacak

Çalışmamıza katkıda bulunduğunuz için teşekkür ediyoruz.

EK-2- ANKET BULGULARINA İLİŞKİN TABLOLAR

TABLOLAR LİSTESİ

EK-2-TABLO: 1-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Cinsiyet Dağılımı

EK-2-TABLO: 2-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Medeni Durumu

EK-2-TABLO: 3-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evdeki Çocuk Sayısı Dağılımı

EK-2-TABLO: 4-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Oturdukları Konutun Mülkiyet Durumu Dağılımı

EK-2-TABLO: 5-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evde Çalışan Kişi Sayısı Dağılımı

EK-2-TABLO: 6-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Eğitim Durumu Dağılımı

EK-2-TABLO: 7-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalışma Durumu Dağılımı

EK-2-TABLO: 8-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalıştığı İşteki Konumuna İlişkin Dağılım

EK-2-TABLO: 9-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Haneye Giren Toplam Aylık Gelir Dağılımı

EK-2-TABLO: 10-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Düzeyde Halkı Yönlendirme Konusunda Hangi Kitle letişim Aracı Daha Etkili?

EK-2-TABLO: 11-Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Ulusal Gazete Okuyor

EK-2-TABLO: 12-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Ulusal Gazete

EK-2-TABLO: 13-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu İkinci Ulusal Gazete

EK-2-TABLO: 14-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Üçüncü Ulusal Gazete

EK-2-TABLO: 15-Eskişehir Yerel Basın Okurları Günlük Yaşamlarında Yerel Bir Gazete Okumaya İhtiyaç Duyuyorlar mı?

EK-2-TABLO: 16-Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Yerel Gazete Okuyorlar?

EK-2-TABLO: 17-Eskişehir Yerel Basın Okurları Düzenli Olarak Okudukları Yerel Gazeteyi Satın Alarak mı Okuyorlar?

EK-2-TABLO: 18-Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Alarak Okudukları Yerel Gazeteyi Nereden Satın Alıyorlar?

EK-2-TABLO: 19-Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Almak İstediklerinde Yerel Gazeteyi Herzaman Kolaylıkla Bulabiliyorlar mı?

EK-2-TABLO: 20-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Daha Çok Nerede Okuyorlar?

EK-2-TABLO: 21-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelerin Okuyucularını Yönlendirici Bir Güce Sahip Olduğuna İnanıyorlar mı?

EK-2-TABLO: 22-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Ekonomik Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?

EK-2-TABLO: 23-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Kültür ve Sanat Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?

EK-2-TABLO: 24-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Spor Takımları Üzerinde Etkili Oluyor mu?

EK-2-TABLO: 25-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Eskişehir'de Yaşayanlar Üzerinde Güncel Konularda Ortak Bir Düşünce Oluşmasını Sağlıyor mu?

EK-2-TABLO: 26-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Basında Görev Yapan Gazetecilere Duyduğu Güven Dağılımı

EK-2-TABLO: 27-Eskişehir Yerel Basın Okurları Görüşlerini Gazeteye Hangi Yolla İletti?

EK-2-TABLO: 28-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Bir Yıl İçinde Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya da Bir Yakınına İlişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı mı?

EK-2-TABLO: 29-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Bir Yerel Gazeteye Bir Konuda Haber Yapmalarını Ya da Araştırmalarını Sağlayıcı Bilgi Ulaştırdığı Oldu mu?

EK-2-TABLO: 30-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelere Bugüne Değin Yayımlanmak Üzere Mektup Ya da Yorum Yazısı Gönderdi mi?

TABLOLAR

EK-2-TABLO: 1-

Eskişehir Yerel Basın

Okurlarının Cinsiyet Dağılımı

CİNSİYET	OKUYAN
Kadın	28,5
Erkek	71,5

EK-2-TABLO: 2-

Eskişehir Yerel Basın

Okurlarının Medeni Durumu

MEDENİ DURUM	OKUYAN
Bekar	19
Evli	78
Diğer	3

EK-2-TABLO: 3-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Evdeki Çocuk Sayısı Dağılımı

ÇOCUK SAYISI	OKUYAN
Çocuk yok	20,3
1 çocuk	19,3
2 çocuk	37,5
3 çocuk	17,2
4 çocuk	3,6
5 ve daha fazla	2,1

EK-2-TABLO: 4-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Oturdukları Konutun Mülkiyet Durumu

OTURULAN KONUTUN MÜLKİYET DURUMU	OKUYAN
Ev sahibi	67,3
Kira	25,6
Kirasız-aile yanı	5
Lojman	2
Diğer	0

EK-2-TABLO: 5-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Evde Çalışan Kişi Sayısı Dağılımı

EVDE ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI	OKUYAN
1 kişi	55,1
2 kişi	33
3 kişi	10,8
4 kişi	1,1

EK-2-TABLO: 6-

Eskişehir Yerel Basın

Okurlarının Eğitim Durumu Dağılımı

EĞİTİM DURUMU	OKUYAN
Okur-yazar	2
İlkokul	27,5
Ortaokul	14,5
Lise	37
Üniversite	17,5
Lisansüstü	1,5

EK-2-TABLO: 7-

Eskişehir Yerel Basın

Okurlarının Çalışma Durumu Dağılımı

ÇALIŞMA DURUMU	OKUYAN
Tam gün	61,6
Yarım gün	5,1
Çalışmıyor	33,3

EK-2-TABLO: 8-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Çalıştığı İşteki Konumuna İlişkin Dağılım

ÇALIŞTIĞI İŞTEKİ KONUMU	OKUYAN
Yönetici	5,8
Böl. Yöneticisi	2,5
Düz İşçi	19,8
Memur	27,3
Büro Elemanı	1,7
Öğretmen	4,1
Polis	0,8
Subay	0,8
Kendi İşçi	19,8
Diğer	17,4

EK-2-TABLO: 9-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

Haneye Giren Toplam Aylık Gelir Dağılımı

HANEYE GİREN TOPLAM AYLIK GELİR	OKUYAN
8 milyondan az	3
8-12 milyon	5,6
12-16 milyon	13,1
16-20 milyon	11,6
20-25 milyon	12,6
25-30 milyon	8,6
30-40 milyon	14,6
40-50 milyon	12,1
50-60 milyon	8,6
60-70 milyon	4
70-80 milyon	2
80 ve daha fazla	4

EK-2-TABLO: 10-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Düzeyde Halkı

Yönlendirme Konusunda Hangi Kitle letişim Aracı Daha Etkili?

YEREL DÜZEYDE HANGİ KİTLE İLETİŞİM ARACI DAHA ETKİLİ?	OKUYAN
Yerel Gazete	26
Yerel TV	56,5
Yerel Radyo	14
Hiçbiri	3,5

EK-2-TABLO: 11-

Eskişehir Yerel Basın Okurları

Haftada Kaç Gün Ulusal Gazete Okuyor

HAFTADA KAÇ GÜN ULUSAL GAZETE OKUYOR?	OKUYAN
1-2 Gün	9
3-4 Gün	9,6
5 Günden Fazla	5,6
Hergün	75,8

EK-2-TABLO: 12-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

En Sık Okuduğu Ulusal Gazete

EN SIK OKUDUĞU ULUSAL GAZETE	OKUYAN
Hürriyet	42,7
Milliyet	15,7
Cumhuriyet	2,8
Sabah	16,9
Zaman	2,8
Türkiye	10,1
Akşam	1,1
YeniYüzyıl	1,1
Yeni Günaydın	0,6
Diğer	6,2
Spor Gazetesi	

EK-2-TABLO: 13-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

En Sık Okuduğu İkinci Ulusal Gazete

EN SIK OKUDUĞU İKİNCİ ULUSAL GAZETE	OKUYAN
Milliyet	25,8
Cumhuriyet	6,2
Sabah	23,7
Zaman	3,1
Türkiye	17,5
Akşam	1
Yeniyüzyıl	1
Posta	4,1
Meydan	1
Yeni Günaydın	1
Spor Gazetesi	7,2
Diğer	8,2

EK-2-TABLO: 14-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

En Sık Okuduğu Üçüncü Ulusal Gazete

EN SIK OKUDUĞU ÜÇÜNCÜ ULUSAL GAZETE	OKUYAN
Cumhuriyet	10,8
Sabah	32,4
Zaman	5,4
Türkiye	2,7
Akşam	8,1
YeniYüzyıl	5,4
Posta	5,4
YeniGünaydın	2,7
Spor Gazetesi	16,2
Diğer	10,8

EK-2-TABLO: 15-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Günlük Yaşamlarında Yerel Bir Gazete Okumaya İhtiyaç Duyuyorlar mı?

GÜNLÜK YAŞAMINDA YEREL BİR GAZETE OKUMAYA İHTİYAÇ DUYUYOR MU?	OKUYAN
Duyuyor	72,5
Duymuyor	10
Bazen	17,5

EK-2-TABLO: 16-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Haftada Kaç Gün Yerel Gazete Okuyorlar?

HAFTADA KAÇ GÜN YEREL GAZETE OKUYOR?	OKUYAN
Hergün	44,2
Düzensiz	16,1
1-2 Gün	8,5
3-4 Gün	15,1
5-6 Gün	16,1

EK-2-TABLO: 17-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Düzenli Olarak Okudukları Yerel Gazeteyi Satın Alarak mı Okuyorlar?

DÜZENLİ OLARAK OKUDUĞU YEREL GAZETEYİ SATIN ALARAK MI OKUYOR?	OKUYAN
Satın Alıyor	34
Satın Almıyor	66

EK-2-TABLO: 18-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Alarak

Okudukları Yerel Gazeteyi Nereden Satın Alıyorlar?

SATIN ALARAK OKUDUĞU YEREL GAZETEYİ NEREDEN SATIN ALIYOR?	OKUYAN
Abone	14,7
Bayiiden Alıyor	77,9
Gazeteden Alıyor	7,4

EK-2-TABLO: 19-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Satın Almak

İstediklerinde Yerel Gazeteyi Herzaman Kolaylıkla Bulabiliyorlar mı?

SATIN ALMAK İSTEDİĞİNDE YEREL GAZETEYİ HERZAMAN KOLAYLIKLA BULUBİLİYOR MU?	OKUYAN
Evet	95,9
Hayır	1,4
Bazen	2,7

EK-2-TABLO: 20-

Eskişehir Yerel Basın Okurları

Yerel Gazeteyi Daha Çok Nerede Okuyorlar?

YEREL GAZETEYİ DAHA ÇOK NEREDE OKUYOR?	OKUYAN
İş Yerimde	41,9
Gündüz Evimde	16,7
Gece Evimde	2,5
Kahvede	34,8
Cafede	1,5
Komşu İşyerinde	1,5
Komşu Evinde	1

EK-2-TABLO: 21-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelerin Okuyucularını Yönlendirici Bir Güce Sahip Olduğuna İnanıyorlar mı?

YEREL GAZETELERİN OKURLARINI YÖNLENRİCİ GÜCÜ SAHİP OLDUĞUNA İNANILIYOR MU?	OKUYAN
İnanıyor	39,5
İnanmıyor	39,5
Emin Değil	21

EK-2-TABLO: 22-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Ekonomik Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?

YEREL GAZETELER KENTİN EKONOMİK YAŞAMI ÜZERİNDE ETKİLİ OLUYOR MU?	OKUYAN
Oluyor	42
Olmuyor	36
Emin Değil	22

EK-2-TABLO: 23-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Kültür ve Sanat Yaşamı Üzerinde Etkili Oluyor mu?

YEREL GAZETELER KENTİN KÜLTÜR VE SANAT YAŞAMI ÜZERİNDE ETKİLİ OLUYOR MU?	OKUYAN
Oluyor	52,8
Olmuyor	22,6
Emin Değil	24,6

EK-2-TABLO: 24-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yayınladıkları Haber ve Yorumlar İle Kentin Spor Takımları Üzerinde Etkili Oluyor mu?

YEREL GAZETELER KENTİN SPOR TAKIMLARI ÜZERİNDE ETKİLİ OLUYOR MU?	OKUYAN
Oluyor	62,5
Olmuyor	14,5
Emin Değil	23

EK-2-TABLO: 25-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Eskişehir'de Yaşayanlar Üzerinde Güncel Konularda Ortak Bir Düşünce Oluşmasını Sağlıyor mu?

YEREL GAZETELER ESKİŞEHİRDE YAŞAYANLAR ÜZERİNDE GÜNCEL KONULARDA ORTAK DÜ'ÜNCE OLUŞMASINI SAĞLIYOR MU?	OKUYAN
Sağlıyor	30,2
Sağlamıyor	30,2
Kısmen	39,7

EK-2-TABLO: 26-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Basında Görev Yapan Gazetecilere Duyduğu Güven?

YEREL BASINDA GÖREV YAPAN GAZETECİLERE DUYDUĞU GÜVEN HERGEÇEN GÜN;	OKUYAN
Artıyor	22
Değişmiyor	57,5
Azalıyor	20,5

EK-2-TABLO: 27-

Eskişehir Yerel Basın Okurları

Görüşlerini Gazeteye Hangi Yolla İletti?

GÖRÜŞLERİNİ GAZETEYE HANGİ YOLLA İLETTİ?	OKUYAN
Mektup	15
Telefon	35
Kendim	40
Başkasıyla	10

EK-2-TABLO: 28-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Bir Yıl İçinde Bir Yerel Gazetede Kendisi Ya da Bir Yakınına lişkin Haber, Fotoğraf Ya da Yorum Yayınlandı mı?

SON BİR YILDA KENDİSİ YA DA YAKININA İLİŞKİN BİR YEREL GAZETEDE HABER, FOTOĞRAF YA DA YORUM YAYINLANDI MI?	OKUYAN
Evet	25
Hayır	75

EK-2-TABLO: 29-

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Bir Yerel Gazeteye Bir Konuda Haber Yapmalarını Ya da Araştırmalarını Sağlayıcı Bilgi Ulaştırdığı Oldu mu?

BİR YEREL GAZETEYE BİR KONUDA HABER YAPMALARINI YA DA ARAŞTIRMALARINI SAĞLAYICI BİLGİ ULAŞTIRDIĞI OLDU MU?	OKUYAN
Oldu	13,1
Olmadı	86,4
Düşündüm ama yapmadm	0,5

EK-2-TABLO: 30-

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelere Bugüne Değin Yayımlanmak Üzere Mektup Ya da Yorum Yazısı Gönderdi mi?

YEREL GAZETELERE BUGÜNE DEĞİN MEKTUP YA DA YORUM YAZISI GÖNDERDİ Mİ?	OKUYAN
Gönderdi	7,5
Göndermedi	92,5

EK-3-ANKET BULGULARINA İLİŞKİN GRAFİKLER

GRAFİKLER LİSTESİ

EK-3-GRAFİK: 1-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaş Dağılımı Grafiği

EK-3-GRAFİK: 2-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Cinsiyet Dağılımı Grafiği

EK-3-GRAFİK: 3-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Medeni Durumu Grafiği

EK-3-GRAFİK: 4-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evlerinde İkamet Eden Kişi Sayısı Dağılım Grafiği

EK-3-GRAFİK: 5-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Oturdukları Konutun Mülkiyet Durumu Grafiği

EK-3-GRAFİK: 6-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaşamı Bugüne Kadar Daha Çok Nerede Geçti?

EK-3-GRAFİK: 7-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalışma Saatlerine İlişkin Grafik

EK-3-GRAFİK: 8-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalıştığı İşteki Durumuna İlişkin Grafik

EK-3-GRAFİK: 9-Eskişehir Yerel Basın Okurları Çalışmıyorsa Kendini Nasıl Tanımlar?

EK-3-GRAFİK: 10-Eskişehir Yerel Basın Okurları Dini İnançlarına Göre Kendini Nasıl Tanımlar?

EK-3-GRAFİK: 11-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel Gazeteden mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?

EK-3-GRAFİK: 12-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel TV'den mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?

EK-3-GRAFİK: 13-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel Radyo'dan mı Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?

EK-3-GRAFİK: 14-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yakın Çevresinden mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?

EK-3-GRAFİK: 15-Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Ulusal TV'den mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?

EK-3-GRAFİK: 16-Eskişehir Yerel Basın Okurları Düzenli Olarak Ulusal Gazete Okuyor mu?

EK-3-GRAFİK: 17-Eskişehir Yerel Basın Okurları Günde Kaç Saat Ulusal Gazete Okuyor ?

EK-3-GRAFİK: 18-Eskişehir Yerel Basın Okurları Ulusal Gazeteleri Satın mı Alıyor ?

EK-3-GRAFİK: 19-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Günde Yerel Gazete Okumaya Ayırdıkları Zaman Grafiği

EK-3-GRAFİK: 20-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Yerel Gazete ?

EK-3-GRAFİK: 21-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Satın mı Alıyor ?

EK-3-GRAFİK: 22-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Kaç Yıldır Okuyor ?

EK-3-GRAFİK: 23-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Kolaylıkla Buluyor mu ?

EK-3-GRAFİK: 24-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetede Okudukları İlk Sayfa Grafiği

EK-3-GRAFİK: 25-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Sakarya Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?

EK-3-GRAFİK: 26-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İstikbal Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?

EK-3-GRAFİK: 27-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Milli İrade Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?

EK-3-GRAFİK: 28-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Haber Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?

EK-3-GRAFİK: 29-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İki Eylül Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?

EK-3-GRAFİK: 30-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Eskişehir 2000 Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 31-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Sakarya Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 32-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İstikbal Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 33-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Milli İrade Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 34-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Haber Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 35-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İki Eylül Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 36-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Eskişehir 2000 Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 37-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Sakarya Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 38-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İstikbal Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 39-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Milli İrade Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 40-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Son Haber Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 41-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre İki Eylül Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 42-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Eskişehir 2000 Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?

EK-3-GRAFİK: 43-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Yerel Yöneticiler Üzerinde Etkili Oluyor mu?

EK-3-GRAFİK: 44-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Siyasetçiler Üzerinde Etkili Oluyor mu?

EK-3-GRAFİK: 45-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazeteler Şehrin Sorunlarına Eğiliyor mu?

EK-3-GRAFİK: 46-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Yerel Gazetelerin Gelecekteki Önemi Nasıl Olacak?

EK-3-GRAFİK: 47-Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazetelere Bugüne Kadar Hiç Görüş İletti mi?

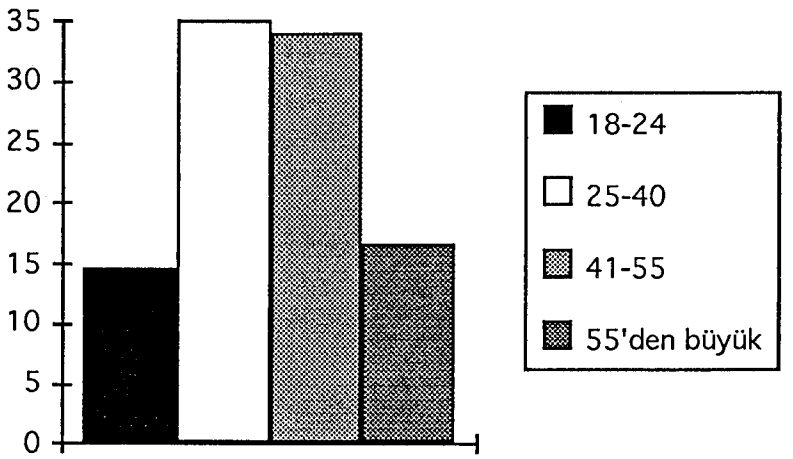
EK-3-GRAFİK: 48-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının İlettiği Görüş Gazete Yer Aldı mı?

EK-3-GRAFİK: 49-Eskişehir Yerel Basın Okurlarının İlettiği Görüşe Gazete Cevap Yazdı mı?

EK-3-GRAFİK: 50-Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Kendisi Ya da Bir Yakınıyla İlgili Yayınlanan Bir Haber, Yorum Ya da Fotoğraftan Sonra Yaşamında Nasıl Bir Değişiklik Oldu?

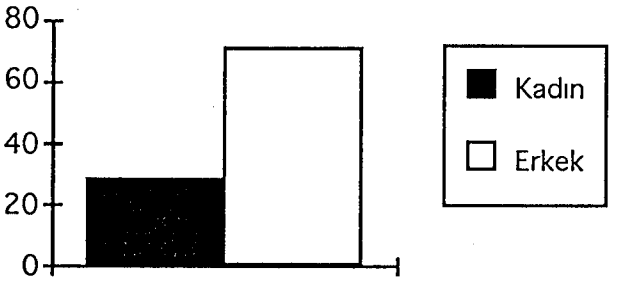
EK-3-GRAFİK: 1

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaş Dağılımı Grafiği



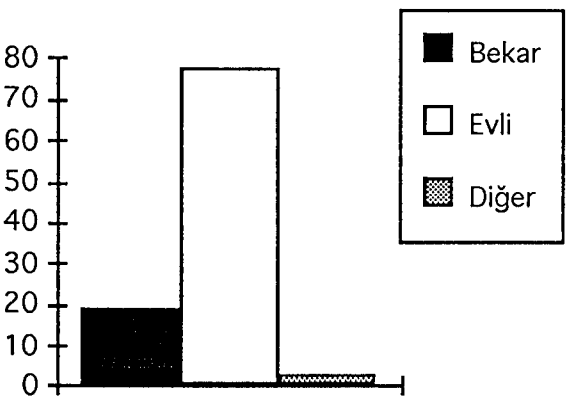
EK-3-GRAFİK: 2

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Cinsiyet Dağılım Grafiği



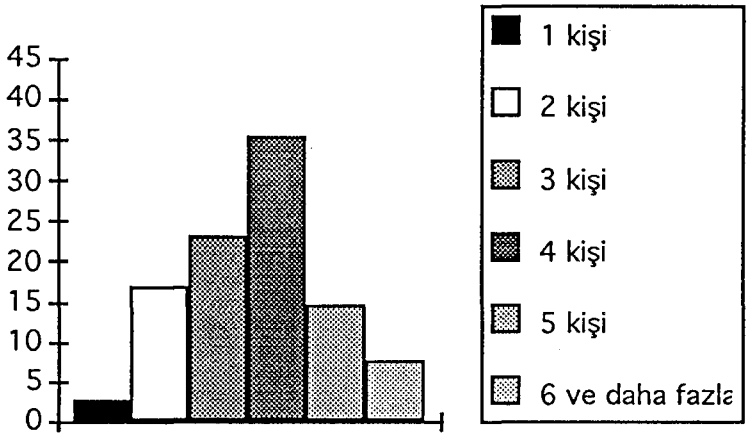
EK-3-GRAFİK: 3

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Medeni Durumu Grafiği



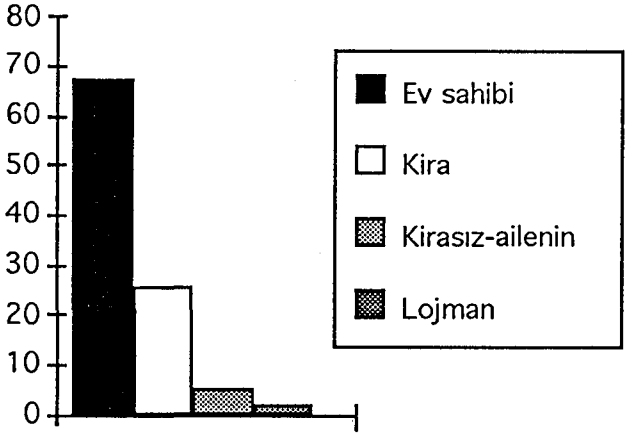
EK-3-GRAFİK: 4

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Evlerinde İkamet Eden Kişi Sayısı Dağılım Grafiği



EK-3-GRAFİK: 5

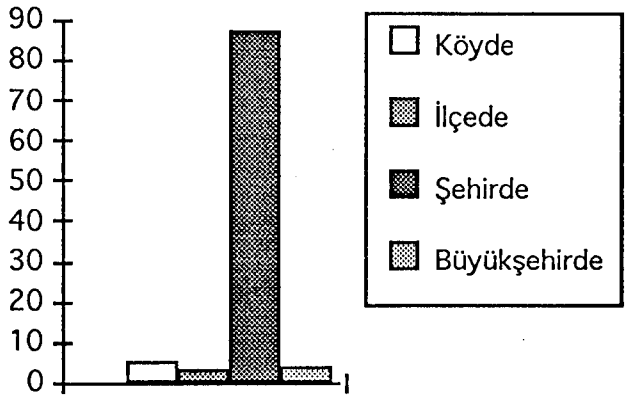
Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Oturdukları Konutun Mülkiyet Durumu Grafiği



EK-3-GRAFİK: 6

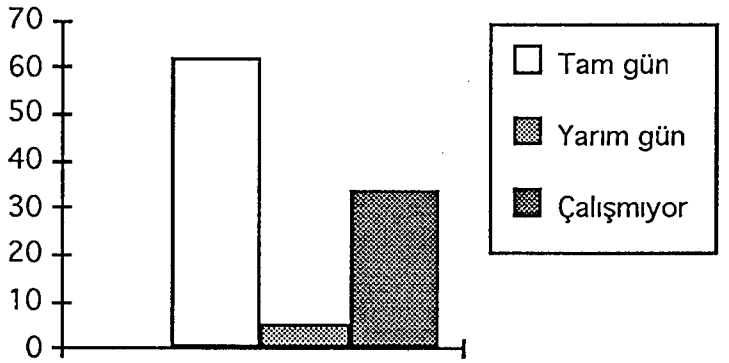
Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yaşamı

Bugüne Kadar Daha Çok Nerede Geçti?



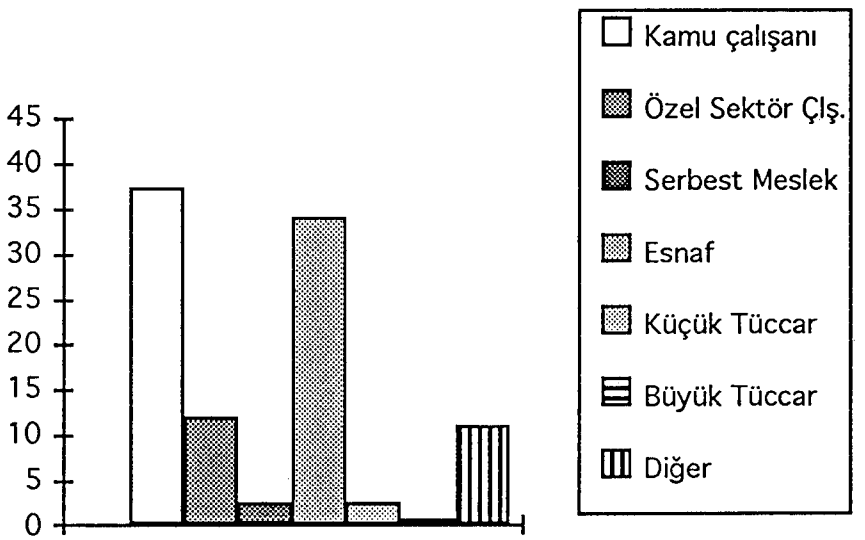
EK-3-GRAFİK: 7

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalışma Saatlerine İlişkin Grafik



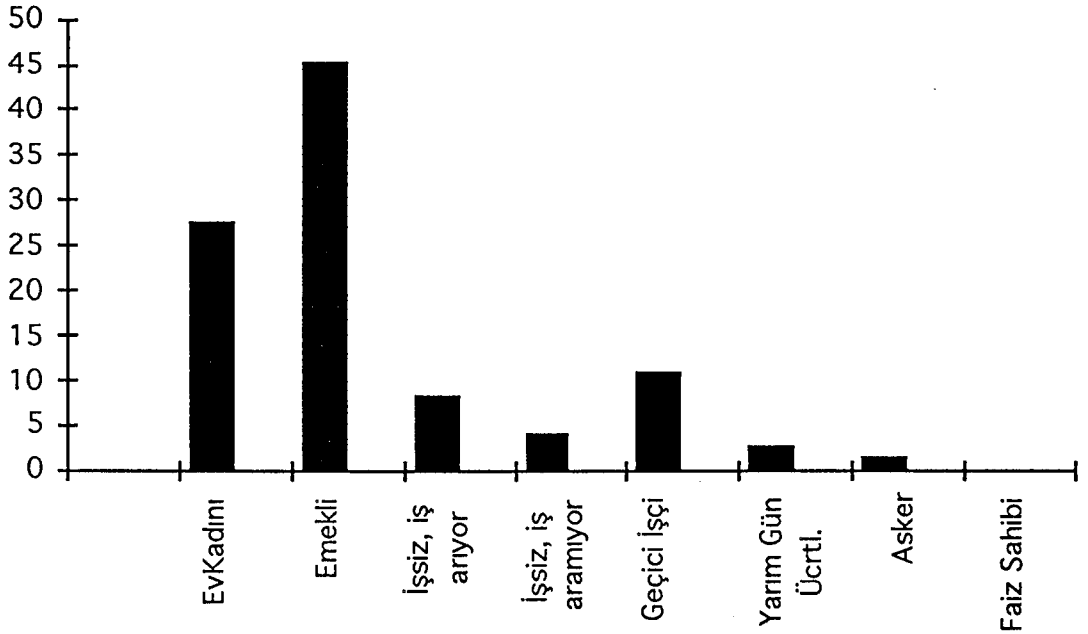
EK-3-GRAFİK: 8

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Çalıştığı İşteki Durumuna İlişkin Grafik



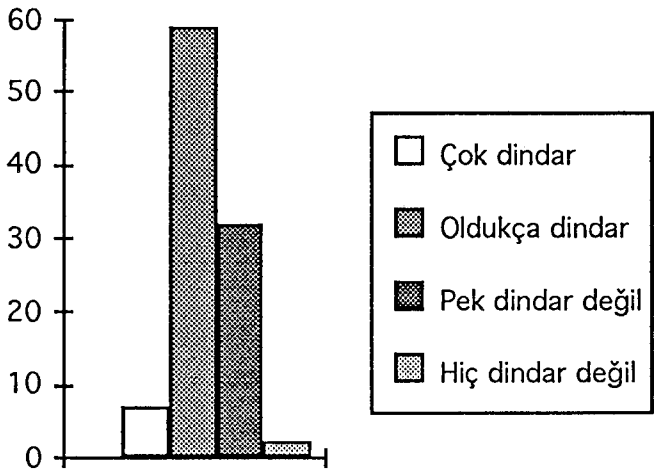
EK-3-GRAFİK: 9

Eskişehir Yerel Basın Okurları Çalışmıyorsa Kendini Nasıl Tanımlar?



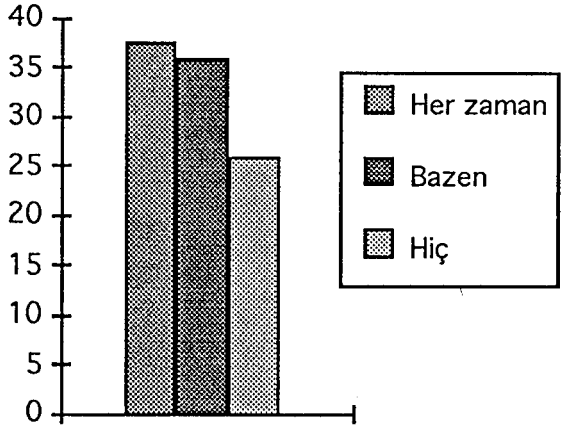
EK-3-GRAFİK: 10

Eskişehir Yerel Basın Okurları Dini İnançlarına Göre Kendini Nasıl Tanımlar?



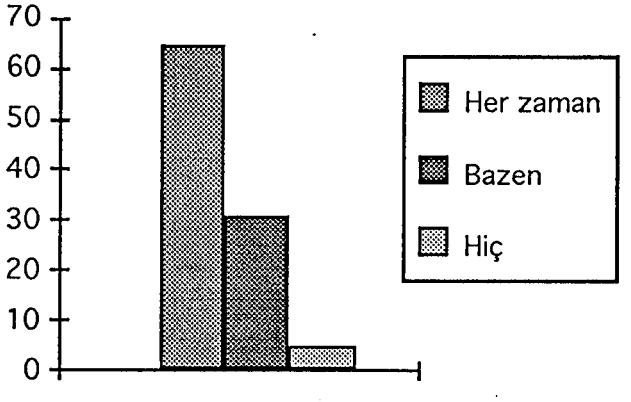
EK-3-GRAFİK: 11

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel Gazeteden mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?



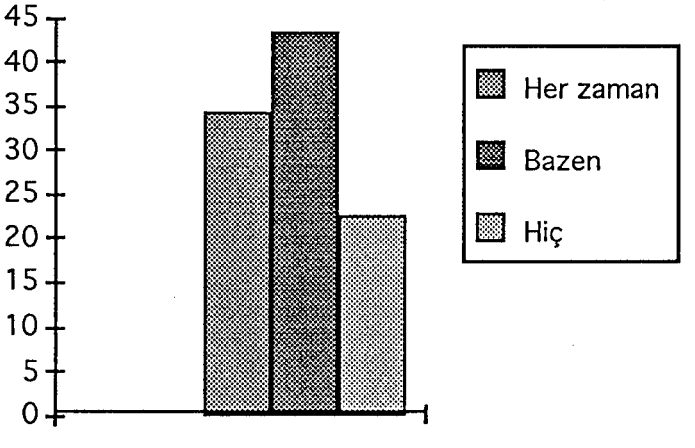
EK-3-GRAFİK: 12

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel TV'den mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?



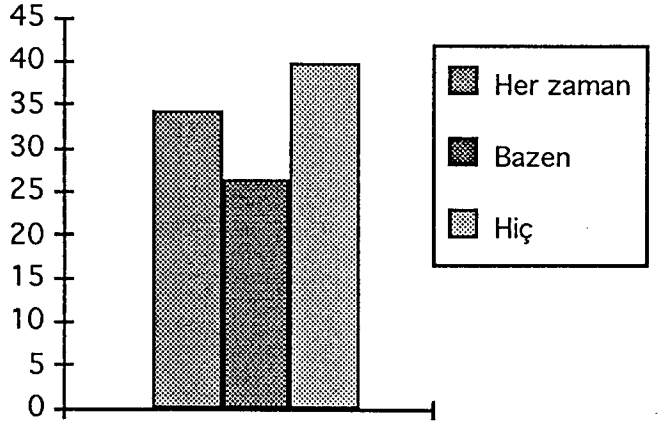
EK-3-GRAFİK: 13

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yerel Radyo'dan mı Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?



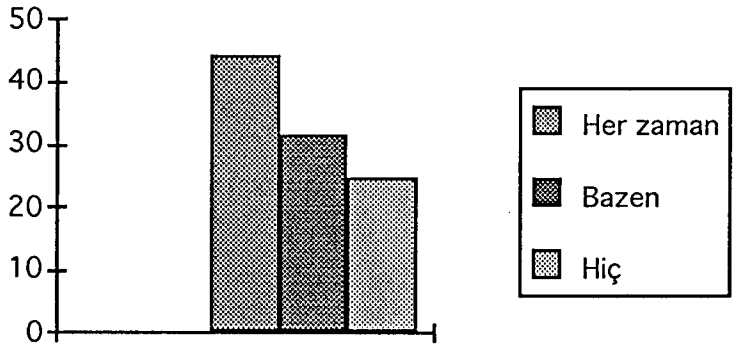
EK-3-GRAFİK: 14

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Yakın Çevresinden mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?



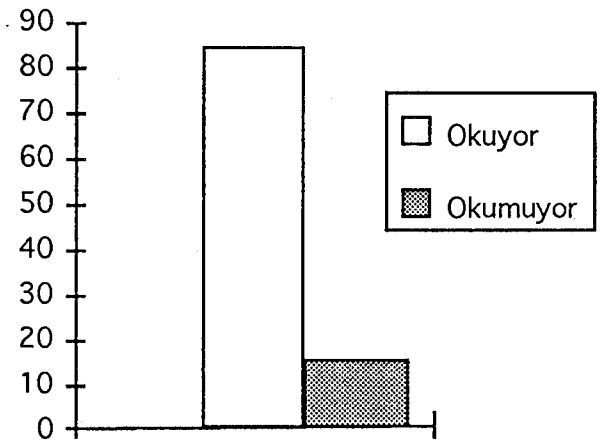
EK-3-GRAFİK: 15

Eskişehir Yerel Basın Okurları Eskişehir'deki Olayları Ulusal TV'den mi Öğreniyor? Hangi Sıklıkla?



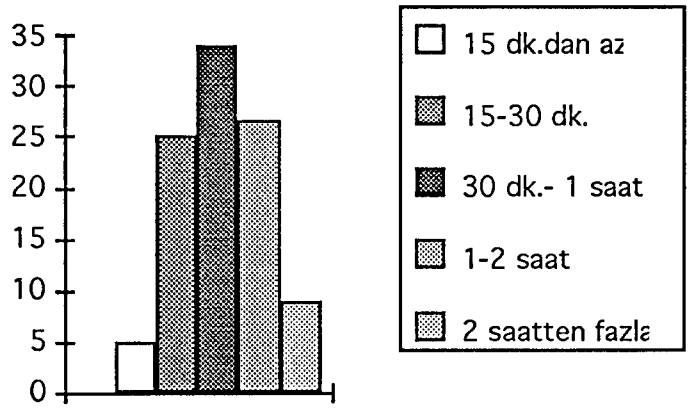
EK-3-GRAFİK: 16

Eskişehir Yerel Basın Okurları Düzenli Olarak Ulusal Gazete Okuyor mu?



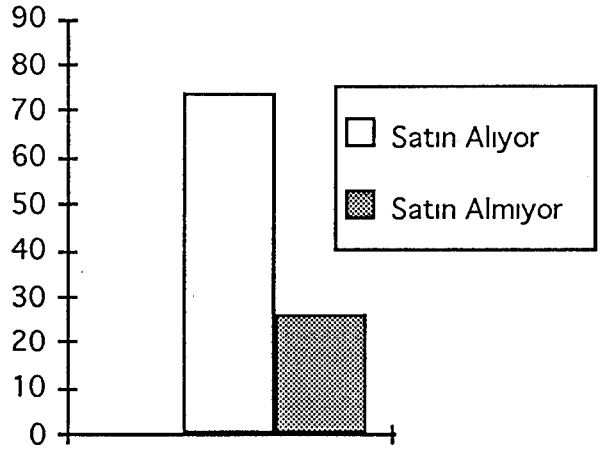
EK-3-GRAFİK: 17

Eskişehir Yerel Basın Okurları Günde Kaç Saat Ulusal Gazete Okuyor ?



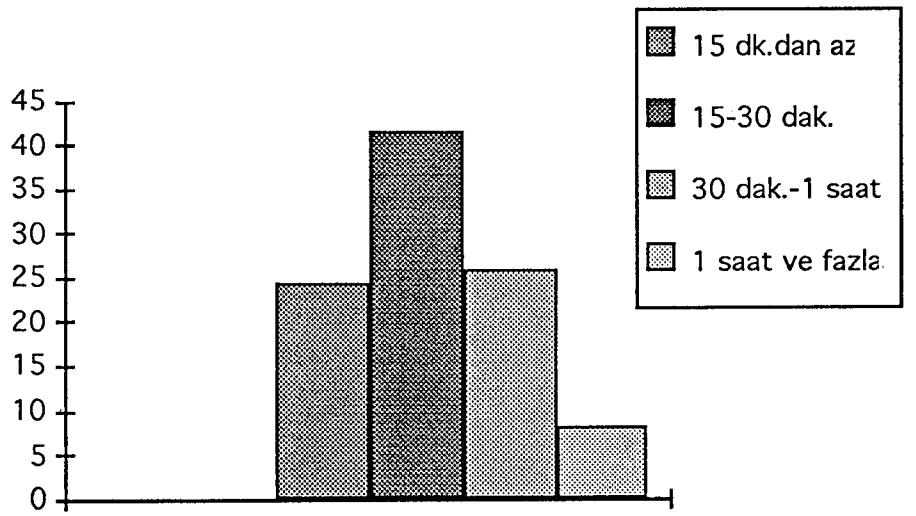
EK-3-GRAFİK: 18

Eskişehir Yerel Basın Okurları Ulusal Gazeteleri Satın mı Alıyor ?



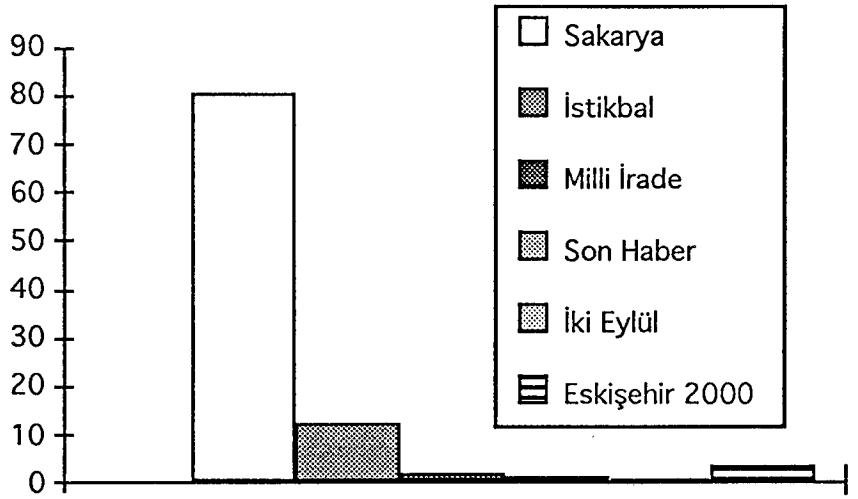
EK-3-GRAFİK: 19

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Günde
Yerel Gazete Okumaya Ayırdıkları Zaman Grafiği



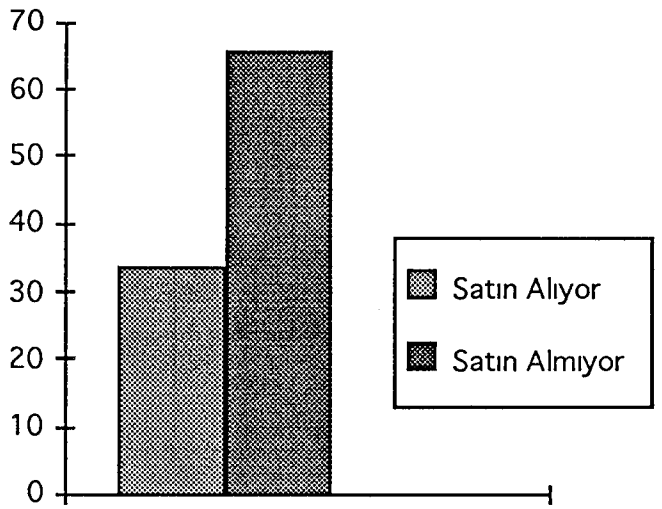
EK-3-GRAFİK: 20

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının En Sık Okuduğu Yerel Gazete ?



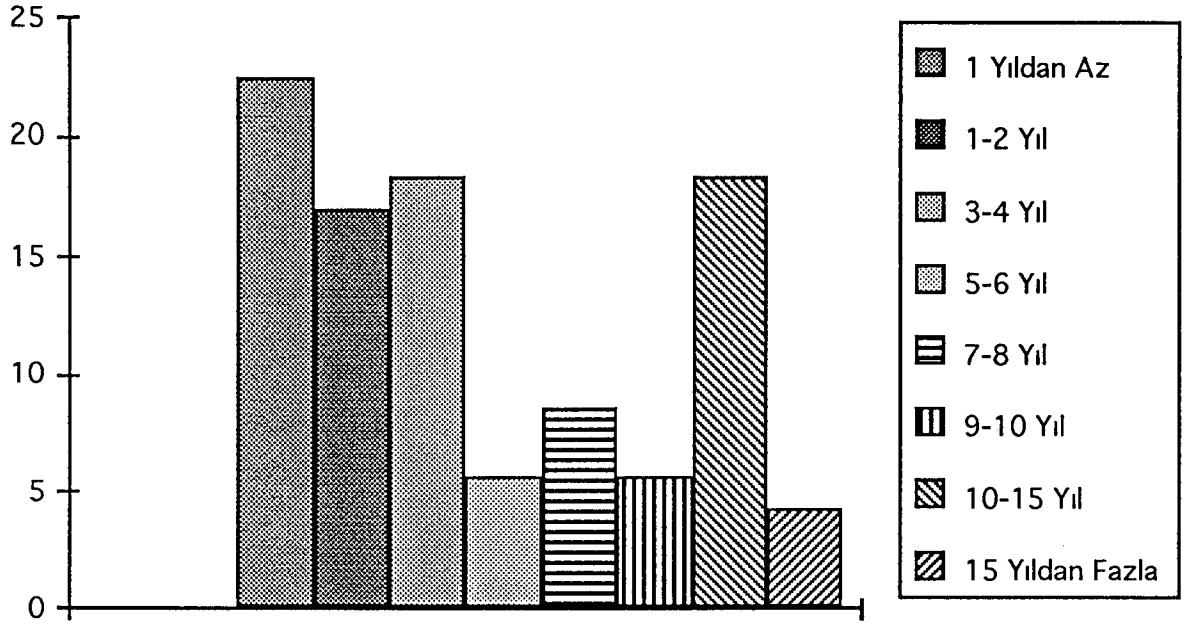
EK-3-GRAFİK: 21

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Satın mı Alıyor ?



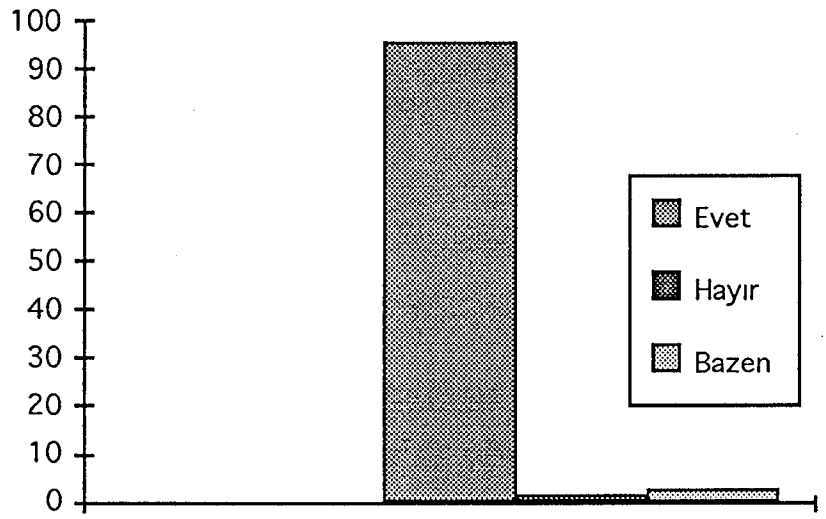
EK-3-GRAFİK: 22

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Kaç Yıldır Okuyor ?



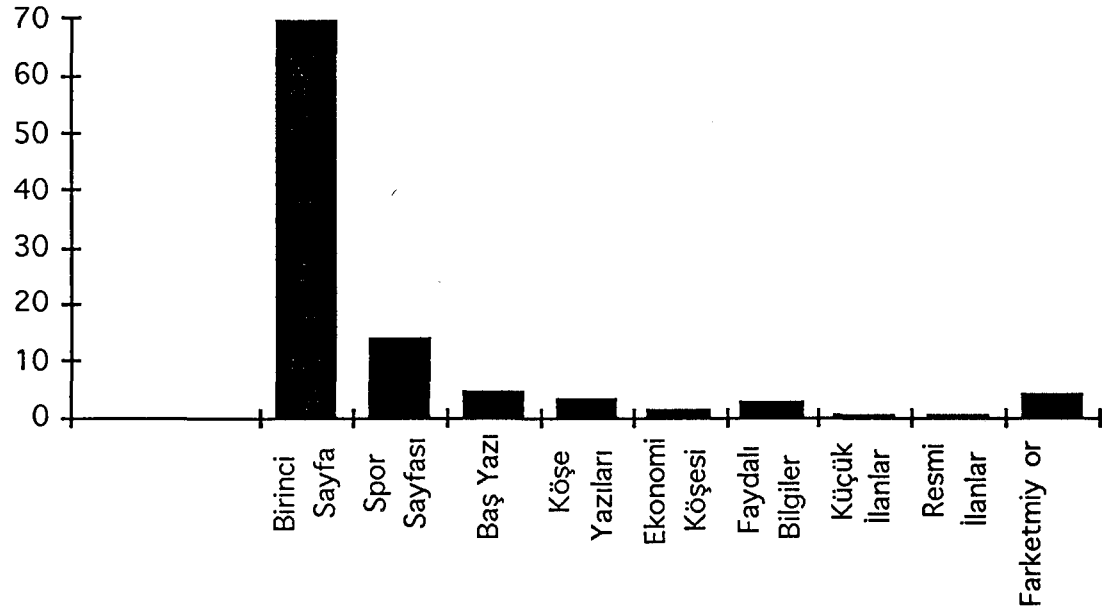
EK-3-GRAFİK: 23

Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel Gazeteyi Kolaylıkla Buluyor mu ?



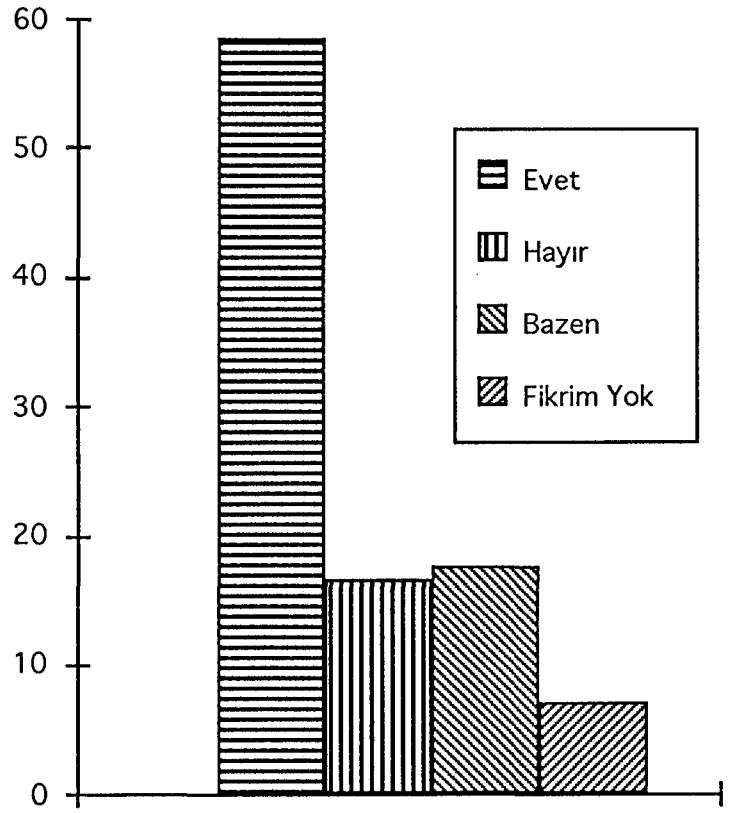
EK-3-GRAFİK: 24

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının Yerel Gazetede Okuduğu İlk Sayfa Grafiği?



EK-3-GRAFİK: 25

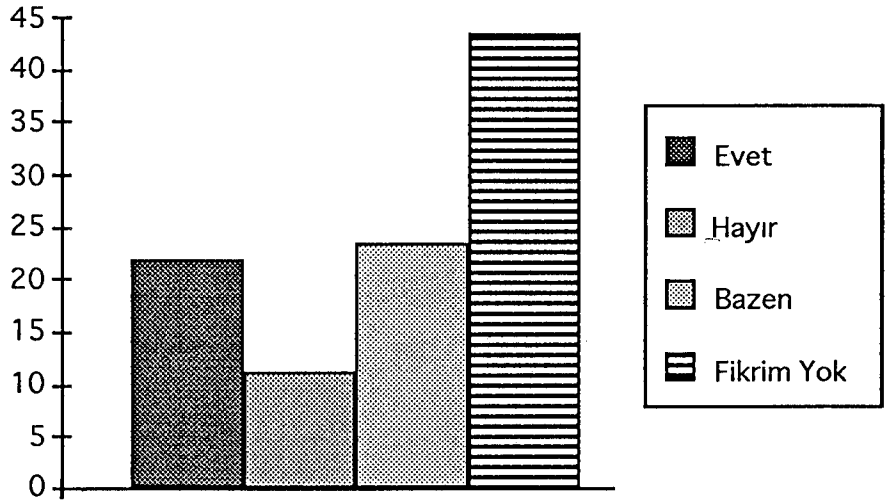
Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Sakarya Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?



EK-3-GRAFİK: 26

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

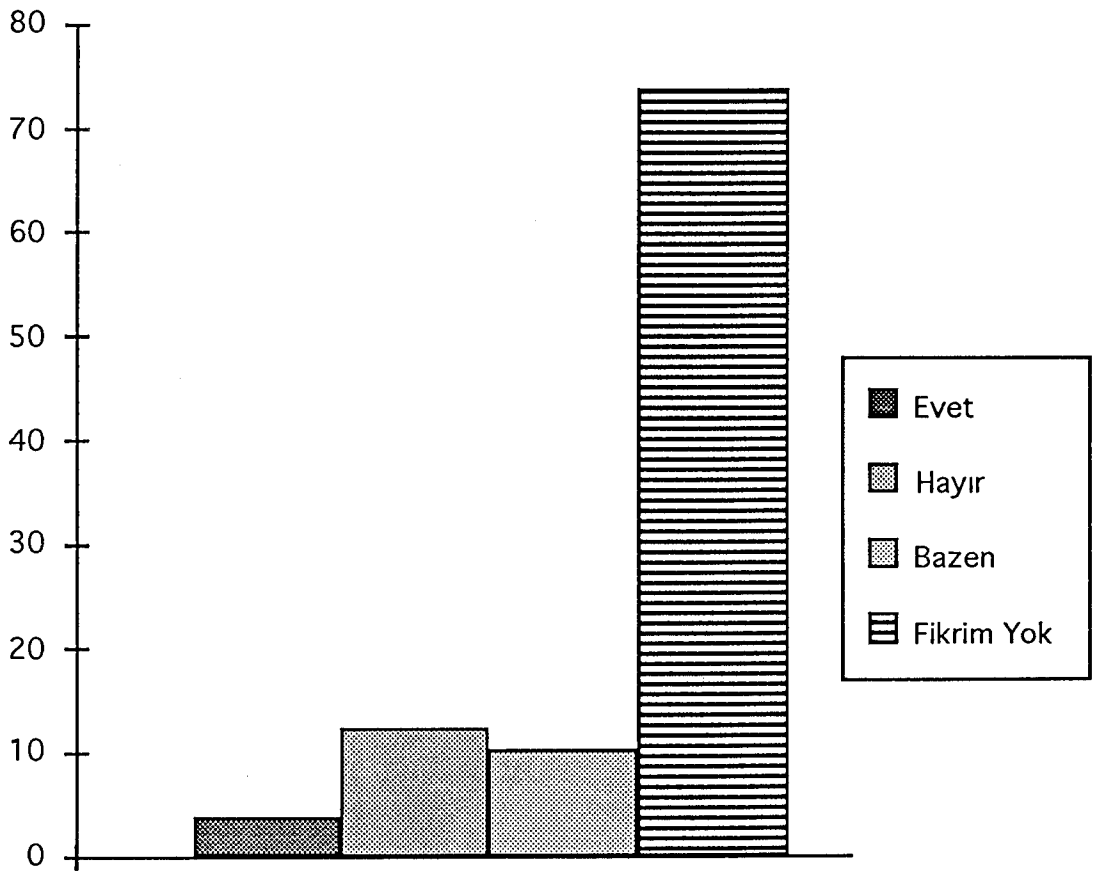
İstikbal Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?



EK-3-GRAFİK: 27

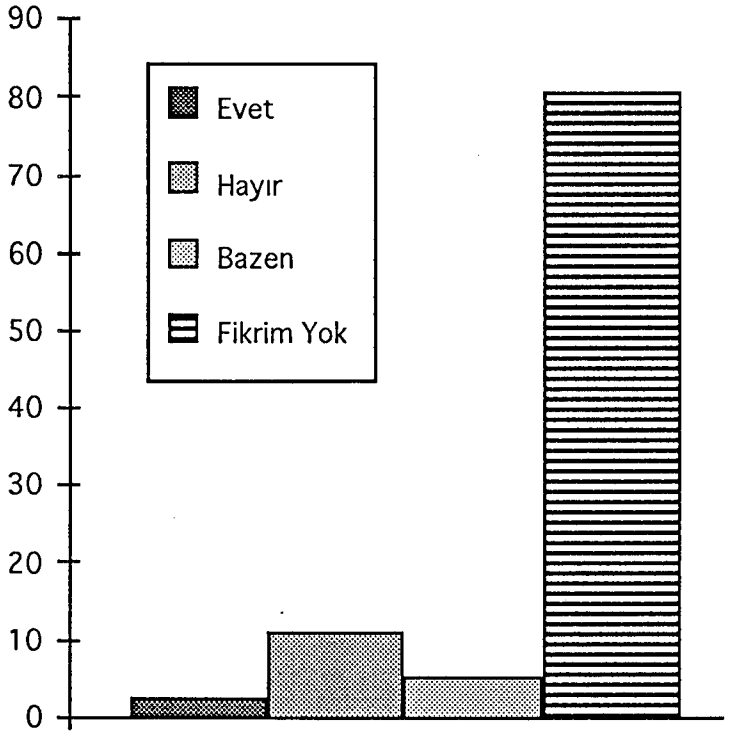
Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

Milli İrade Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?



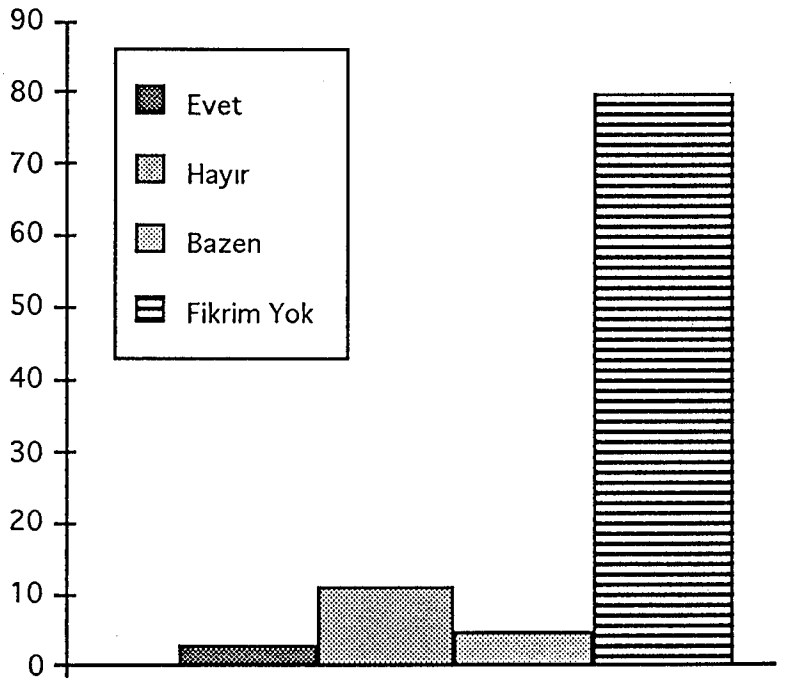
EK-3-GRAFİK: 28

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre
Son Haber Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?



EK-3-GRAFİK: 29

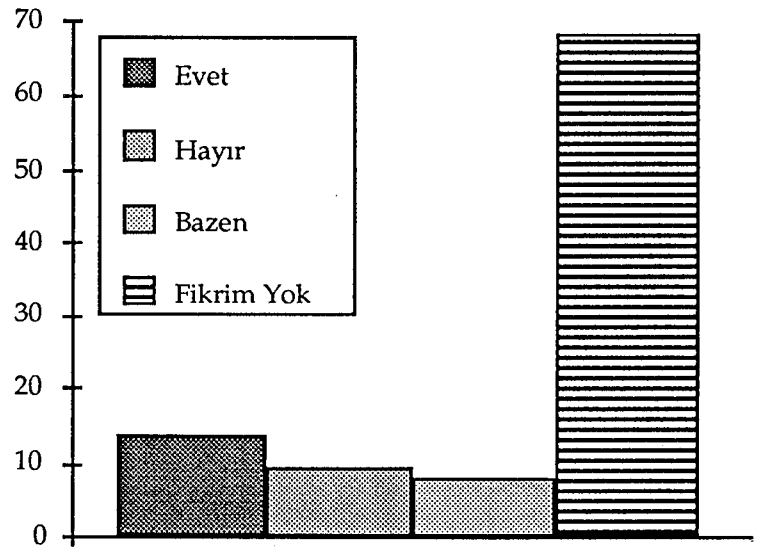
Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre
İki Eylül Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu ?



EK-3-GRAFİK:30

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

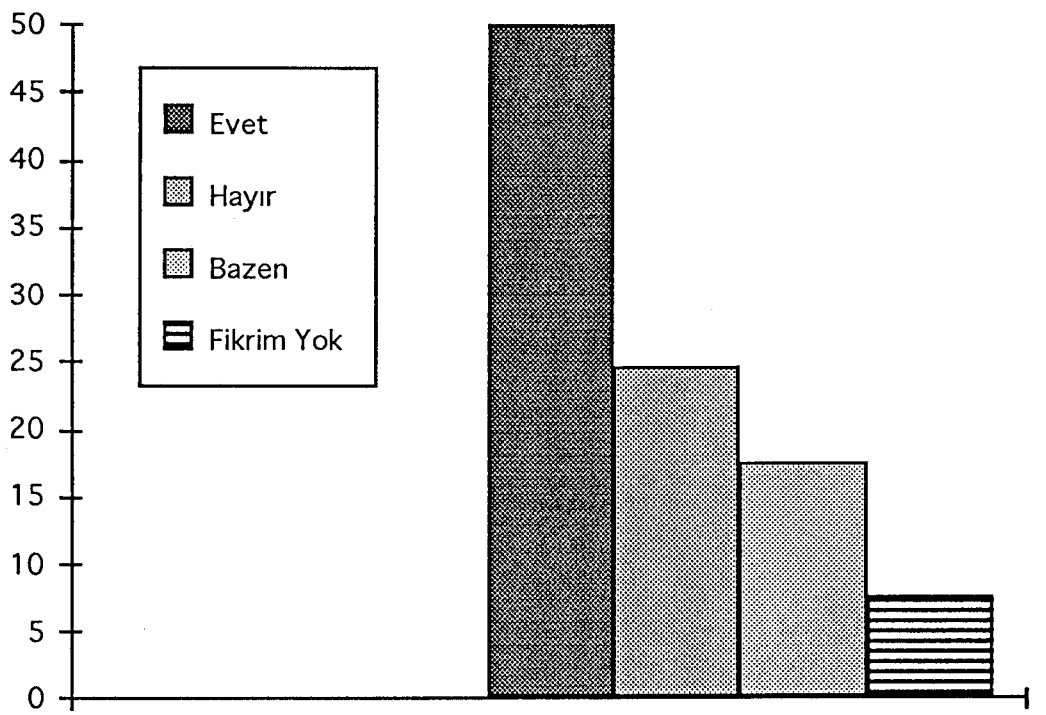
Eskişehir 2000 Gazetesi İçerik Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK:31

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

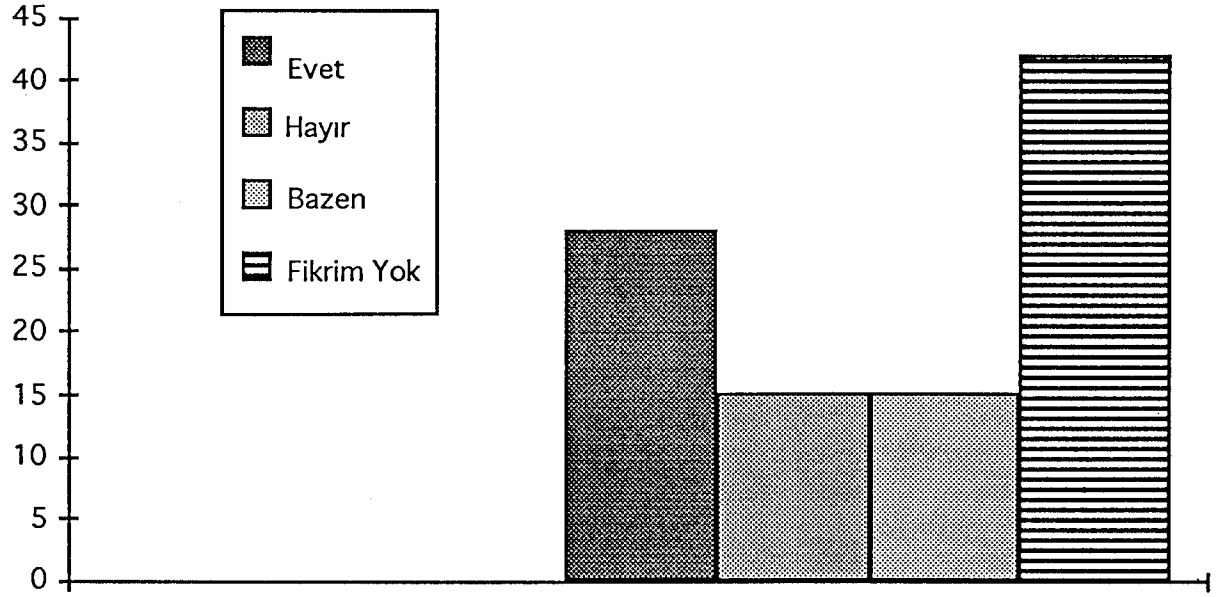
Sakarya Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK:32

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

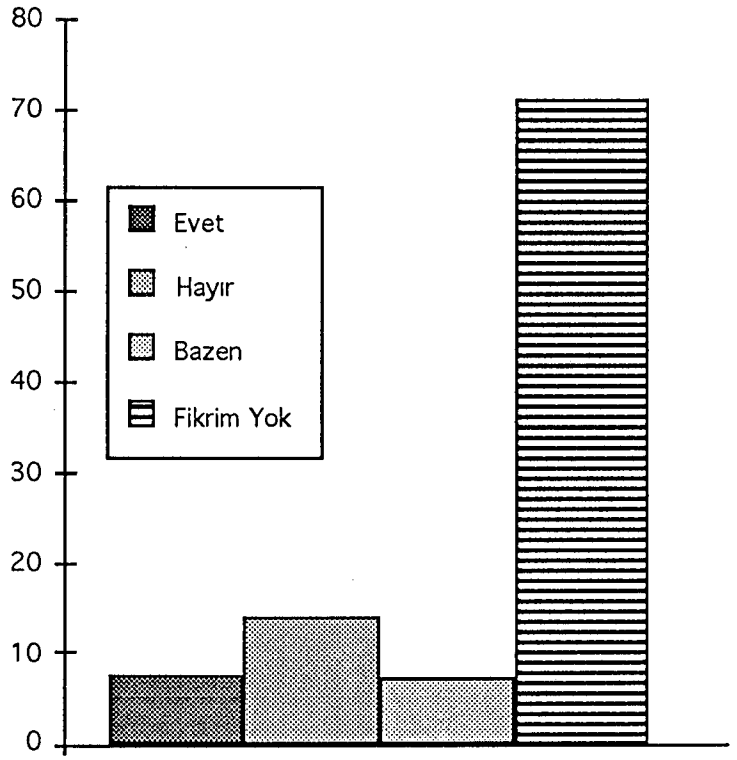
İstikbal Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK:33

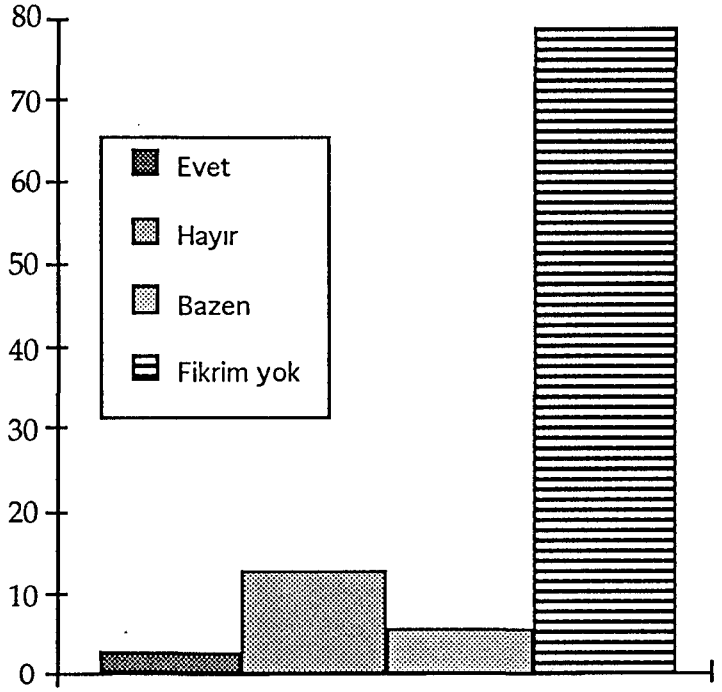
Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

Milli İrade Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



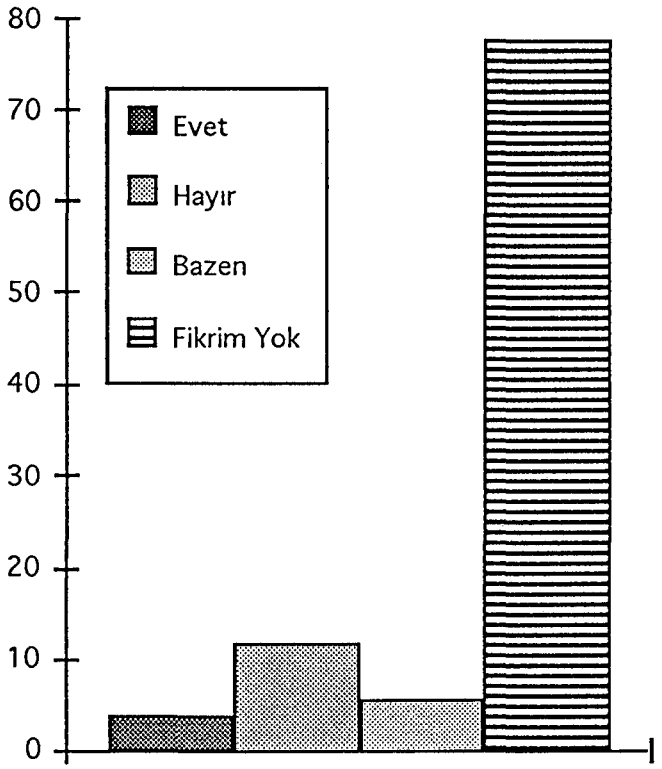
EK-3-GRAFİK:34

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre
Son Haber Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 35

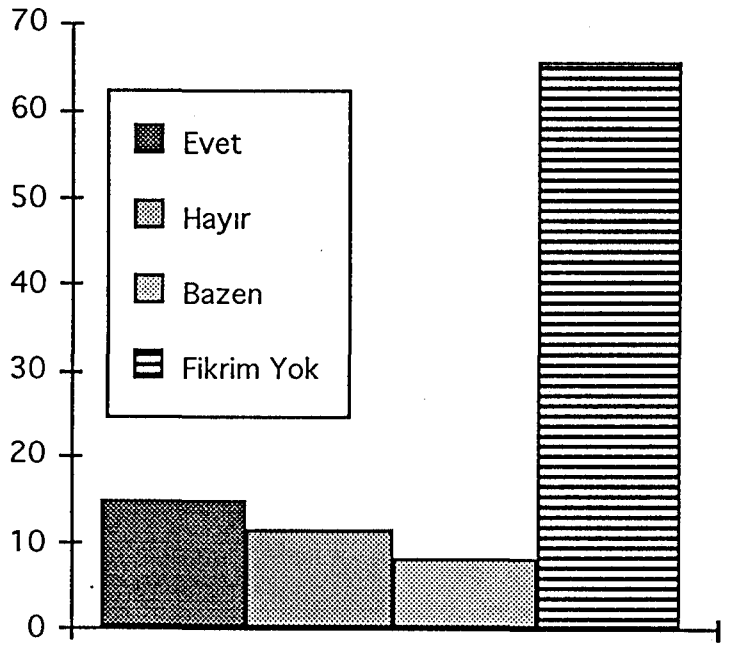
Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre
İki Eylül Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 36

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

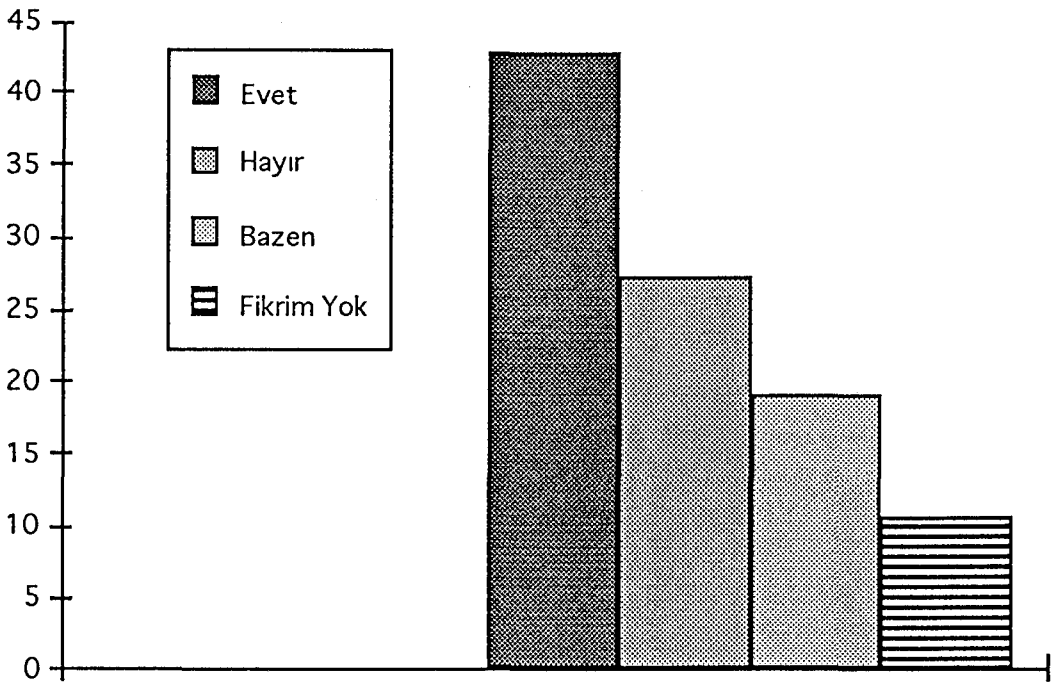
Eskişehir 2000 Gazetesi Biçim (Tasarım) Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 37

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

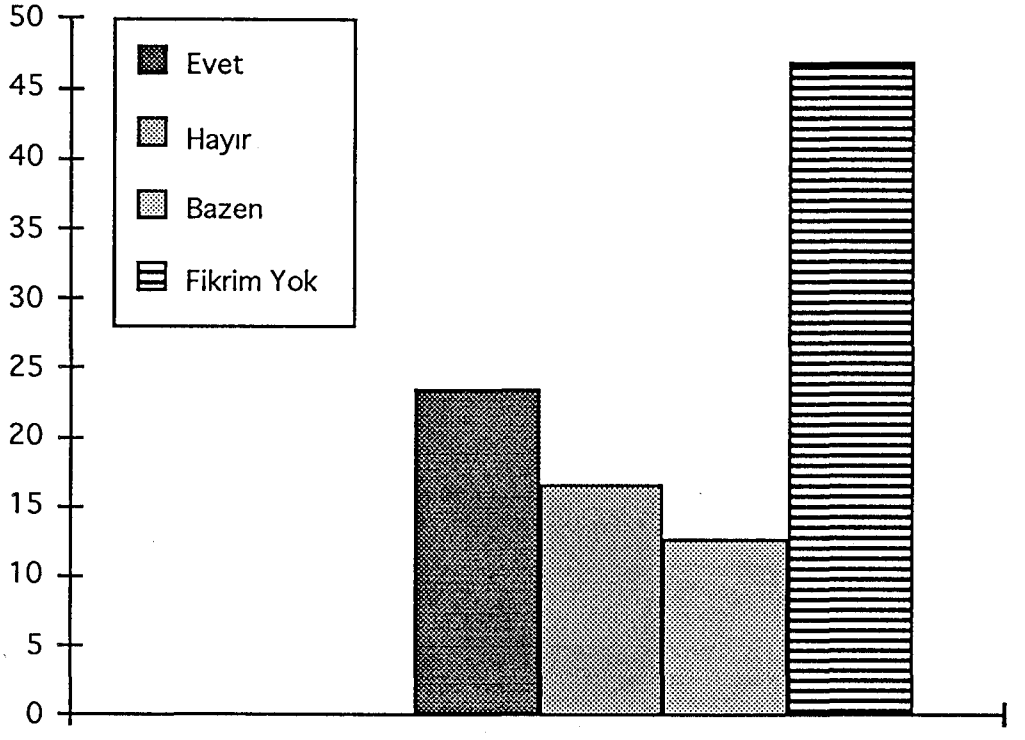
Sakarya Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 38

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

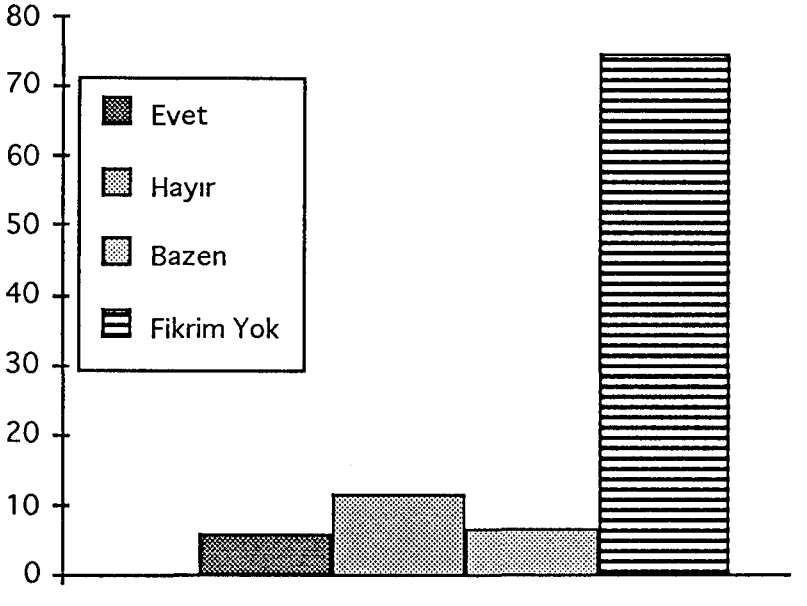
İstikbal Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 39

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

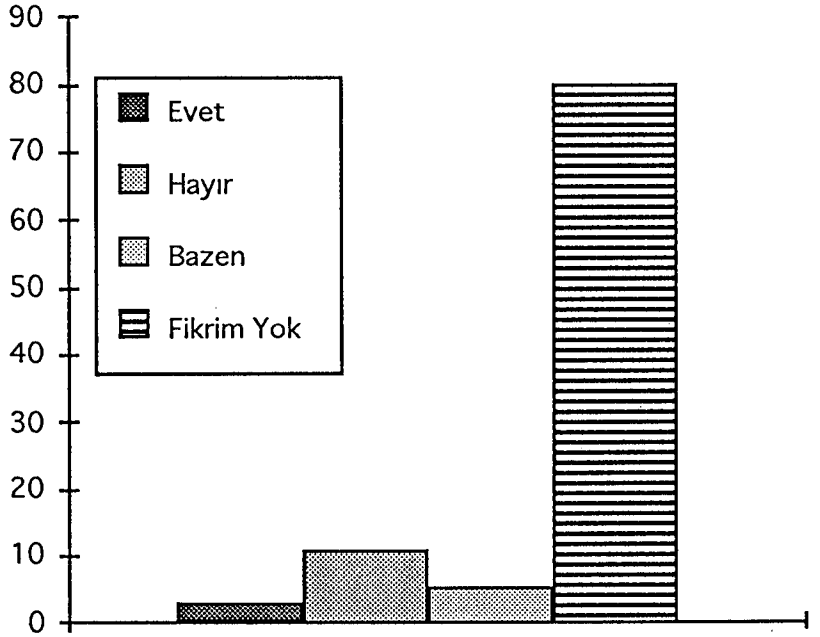
Milli İrade Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 40

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

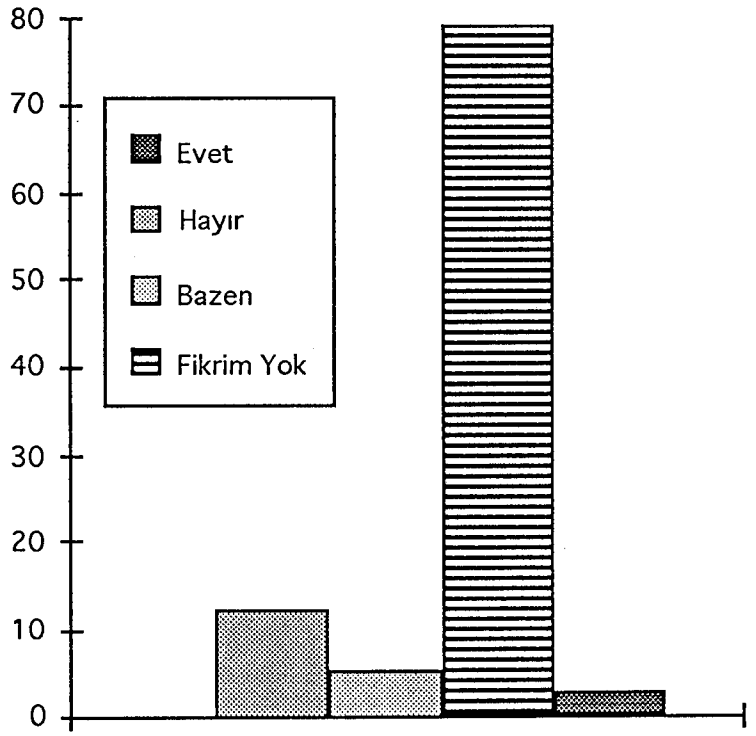
Son Haber Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 41

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

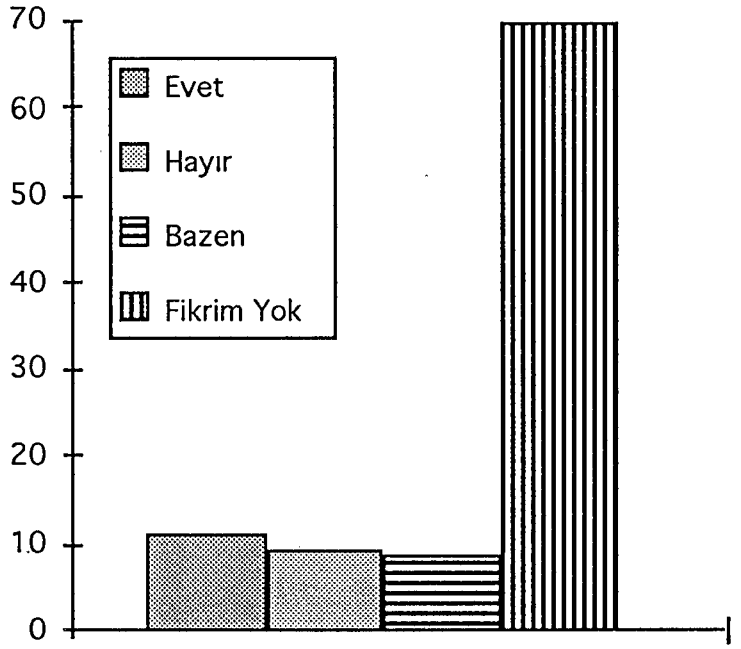
İki Eylül Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 42

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

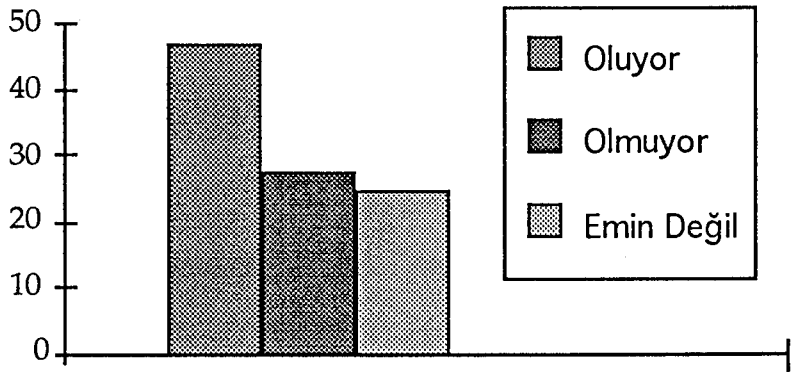
Eskişehir 2000 Gazetesi Fotoğraf Açısından Doyurucu mu?



EK-3-GRAFİK: 43

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

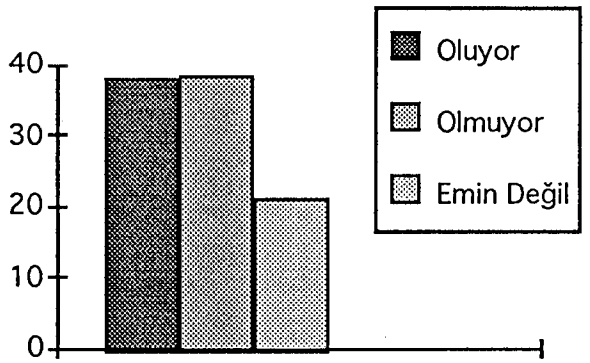
Yerel Gazeteler Yerel Yöneticiler Üzerinde Etkili Oluyor mu?



EK-3-GRAFİK: 44

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

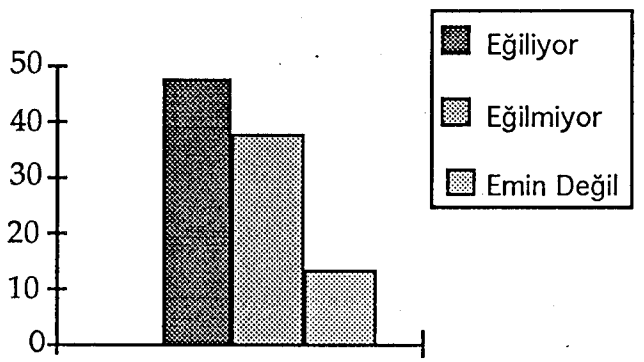
Yerel Gazeteler Siyasetçiler Üzerinde Etkili Oluyor mu?



EK-3-GRAFİK: 45

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

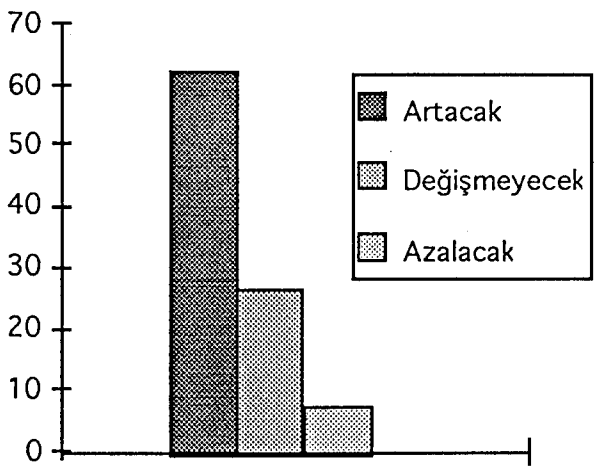
Yerel Gazeteler Şehrin Sorunlarına Eğiliyor mu?



EK-3-GRAFİK: 46

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre

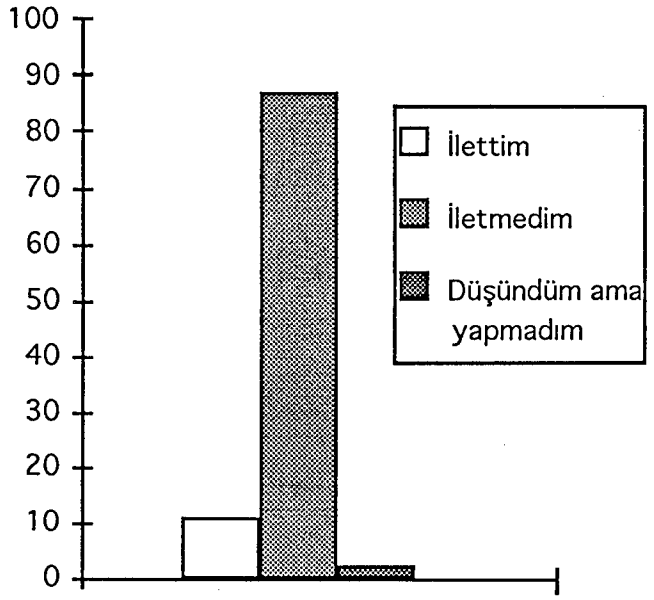
Yerel Gazetelerin Gelecekteki Önemi Nasıl Olacak?



EK-3-GRAFİK: 47

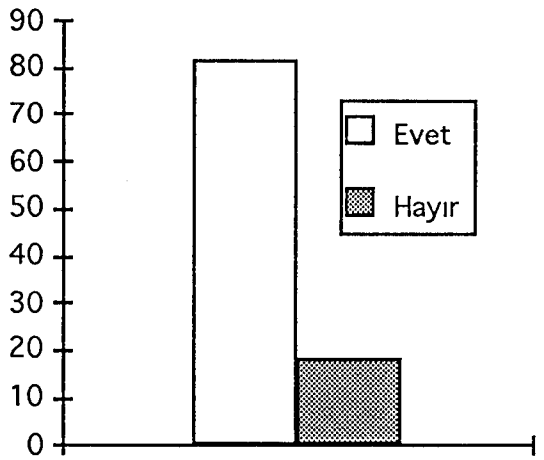
Eskişehir Yerel Basın Okurları Yerel

Gazetelere Bugüne Kadar Hiç Görüş İletti mi?



EK-3-GRAFİK: 48

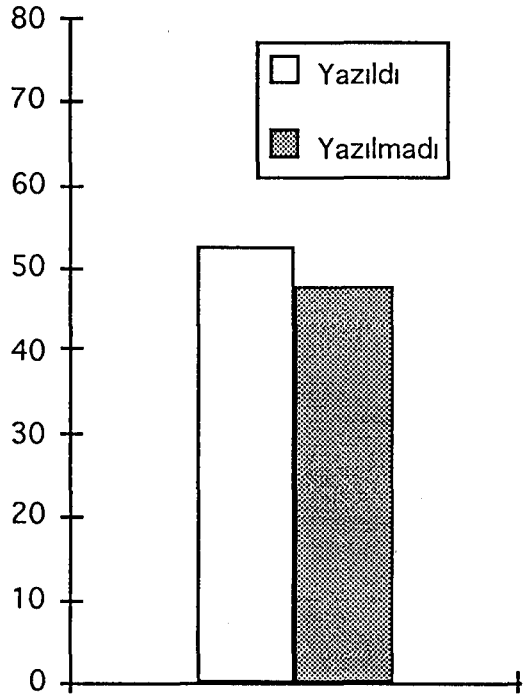
Eskişehir Yerel Basın Okurlarının İlettiği Görüş Gazete Yer Aldı mı?



EK-3-GRAFİK: 49

Eskişehir Yerel Basın Okurlarının

İlettiği Görüşe Gazete Cevap Yazdı mı?

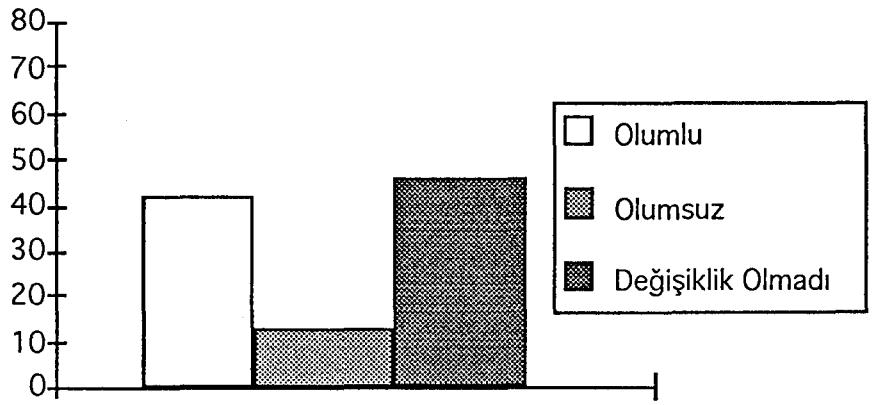


EK-3-GRAFİK: 50

Eskişehir Yerel Basın Okurlarına Göre Kendisi Ya da

Bir Yakınıyla İlgili Yayınlanan Haber, Yorum Ya da

Fotoğraftan Sonra Yaşamında Nasıl Bir Değişiklik Oldu?



2. Türk Basın Kurultayı. Basın Yayın Genel Müdürlüğü Yayınları, Başbakanlık Basımevi, Ankara, Kasım, 1976.

1994 Yılı Eskişehir İli Ekonomik Durum Raporu. T.C. Eskişehir Valiliği Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, Eskişehir, 1995.

AHMET, E. "Yerel Basının İşlevi ve Sorunları", **Bilim ve Sanat,** İstanbul, Aralık 1981.

AHMET, Esin. "Türkiye'de Yazılı Basında İşletmecilik Sorunları", **1983 İletişim Yılı Nedeniyle Yazılı ve GÖrsel Basınla İlgili Bazı Konular,** Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, Yayın No: 4, İstanbul, 1983.

AKCAN, Lütfi. "Anadolu Basını Yerel Basın", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

AKYOL, Taha. **Yerel Basın Kurultayı Paneller.** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

ALBEK, Suzan. **Dorylaion'dan Eskişehir'e.** Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık Bilimsel Araştırmalar Vakfı Yayınları, Yayın No: 89, Eskişehir, 1991.

ALEMDAR, Korkmaz. **Devlet ve Basın,** Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, No: 6, Ankara, Ekim 1993.

----------, **Yerel Basın Kurultayı Paneller,** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

----------, Raşit Kaya. **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar,** Savaş Yayınları, Ankara, 1983.

----------. İrfan Erdoğan, **İletişim ve Toplum,** Bilgi Yayınevi, Birinci Basım, Ankara, Mayıs 1990.

ALİCAN, Cahit. "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve Halk Eğitimi". **Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı,** Yayın No: 1, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara, 1973.

ALTINAL, Şengül. "Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevine Örnek Olarak Hakimiyet-i Milliye Gazetesi (1920-1934)", Yayımlanmamış Doktora Tezi, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul, 1992.

ALYANAK, Kemal. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**. Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

ARAT, Ümit. "Demokrasilerde Kamuoyunun Oluşumu İçin Gerekli Koşullar", **Marmara'nın Sesi**, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, İstanbul, 1990.

ASLANEL, M. Nazan, "Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya, 1993.

ATILGAN, Semra. "Demokratikleşmede Yerel Basının İşlevi". **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**. Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992.

AZİZ, Aysel. **Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim**, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 1982.

BARDAKÇI, İlhan. **Gazetecilik Rejimleri, Tarihi, Tekniği**, Töyko Matbaası, Ankara, 1968.

BALKAYA, Nilüfer. **Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Anadolu Basını Şefliği**, Ankara, Ocak 1997.

BARAZ, Turhan. **"Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını 1908-1986"**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 285, Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 134, Eskişehir, 1988.

----------, "Eskişehir'de Bir Yerel Basın Taramasının Düşündürdükleri", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 354, AÖF Yayınları No: 144, Sayı: 6, Eskişehir, Haziran 1989.

BERKSOY, Turgay. "Sosyal Fayda ve Maliyetleri Yönünden Basın Sektörü ve Promosyonların Değerlendirilmesi", **Marmara İletişim Dergisi,** Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3, İstanbul, Temmuz 1993.

BLUMER, Herbert. **The Free Press.** Derleyen: Bernard Berelson, Morris Janowitz, Illinois, USA, 1950.

BLUMLER, J.G., M. Gurevitch, "The Political Effects of Mass Communications", **Culture, Society and the Media,** Methuen, London, 1984.

BODUR, Feyyaz. "Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı-Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Bir Model Önerisi-", Yayımlanmamış Doktora Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,** Eskişehir, 1996.

BRETON, Philippe. "İletişim İdeolojisi ve İletişim Araçlarının Gücü", **Medya Dünyası,** Editör: Jean-Marie Charon. Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992.

BÜYÜKERŞEN, Yılmaz. "Ekonomik Kalkınmada İletişimin Önemi", **İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları,** Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Ortak Semineri 1983, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1984.

CEMAL, Hasan. "Basın Özgürlüğü ve Basının Sorumluluğu" **Türkiye Gazeteciler Sendikası** Basın Paneli, İstanbul, 1983.

CONVERSE, Philip E. "Changing Conseption of Public Opinion in the Political Process", **Public Opinion Quarterly,** 51. Published By The University of Chicago Press, USA, 1987.

COOK, F. "Media and Agenda-Setting", **Public Opinion Quarterly,** 47. Published by The University of Chicago Press, USA, 1983.

DAVER, Bülent. **Siyaset Bilimine Giriş**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1972.

DEMİREL, Süleyman. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

DEMİRKENT, Nezih. **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, Altın Kitaplar Yayınevi, Altın Kitaplar Matbaası, İstanbul, 1982.

----------, Nezih. "Yerel Basın Yaygın Basın İlişkileri Paneli", **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

DONNADİEU, Jean-Louis. "Dünyada Enformasyon Özgürlüğü: Bir Demokrasi Göstergesi". **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992.

DÖKMEN, Üstün. **Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çatışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1995.

DUVARGER, Maurice, **Sosyal Bilimlere Giriş**, Çeviren: Ünsal Oskay, Birinci Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1973.

Dünya Gazetesi, "Demokrasinin Kökünde Güçlü Yerel Basın Olduğu Unutulmamalı" Medya Köşesi, Salı Yazıları, İstanbul, 19 Aralık 1995.

Ekonomik Forum. "Nasıl Bir Yerel Yönetim?" TOBB Aylık Dergisi, 15, Yıl: 3, Sayı: 7, İstanbul, Temmuz 1996.

EREN, Fikret. "Basında Hukuki Sorumluluk", **Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, Ankara, Mayıs 1986.

ERGENEKON, Gökberk. **Yerel Basın Kurultayı Paneller.** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

Eskişehir. Eskişehir Valiliği Yayınları, Eskişehir, 1989.

FILLION, Patrick. "Yazılı Basının Okunması, Eğilimler ve Çelişkiler", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992.

FORRER, Cristophe Veyrin. "Populer Günlük Basını Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992.

GANNE, Valerie. "Günlük Basının Karmaşa Dolu Dünyası", **Medya Dünyası**, Editör: Jean-Marie Charon. Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Baskıyı Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, Aralık 1992.

GEVGİLİLİ, Ali. "Dünya'da ve Türkiye'de Çağdaş Basının Gelişimi ve Sorunları", **Basın Yayın Yıllığı**, Sayı: 1, No: 3, İstanbul, 1988.

GİRİTLİ, İsmet. **Çağımızda Haberleşme**. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, Mart 1986.

GÖKÇE, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş.**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1993.

----------, "Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Yayın No: 24, Sayı: 14, Eskişehir, Nisan 1996.

----------, **İletişim ve Kitle İletişim Bilimlerine Giriş, İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi**, Selçuk Üniversitesi, Konya, 1993.

----------, "Kitle Haberleşme Araçlarının Etkileri ve Teori Sorunu", **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 1-2, Aralık 1989.

GÖLCÜKLÜ, Feyyaz. **Haberleşme Hukuku**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1970.

HENNESSY, Bernard. **Public Opinion.** 5. Ed., Brooks/Cole Publishing Co., California, USA, 1977.

HEPER, Doğan. "Haber, Fotoğraf ya da Görüntünün Kamuoyu Oluşturmasındaki İşlevi", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri,** Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart 1986.

IŞIK Cahit, Kenan Şanlıer. **Sosyo Ekonomik Gelişmede Eskişehir Nereden Nereye?** Eskişehir Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2, Eskişehir, 1988.

İÇEL, Kayıhan. "Günümüzde Basının Kamusal Görevleri". **Gazeteciler Cemiyeti Yayınları,** İstanbul, Mart 1986.

------, **Kitle Haberleşme Hukuku,** İkinci Basım, İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, Yayın No: 1, İstanbul, 1985.

------, "Devletle Basın Arasındaki Karşılıklı İlişkiler", **Basın ve Basının Karşılaştığı Hukuki Sorunlar,** Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, Yayın No: 3, 1983 Yılı I. Seminer Tutanakları, İstanbul, 1984.

İNÖNÜ, Erdal. **Yerel Basın Kurultayı Paneller.** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

İNUĞUR, M. Nuri. **Basın ve Yayın Tarihi,** İkinci Basım, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1982.

İZGİ, Nizamettin. "Yerel Basın Mensubuna Karşı Tutumlar". **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler.** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, No: 2, Adana, 1992.

KAMACIOĞLU, Yalçın. "Haber, Fotoğraf ya da Görüntünün Kamuoyu Oluşturmadaki İşlevi", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri,** Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart 1986.

KAPANİ, Münci. **Politika Bilimine Giriş,** Bilgi Yayınevi, Dördüncü Baskı, İstanbul, 1988.

KATZ, Daniel. "The Functional Approach to the Study of Attitudes", **Reader in Public Opinion and Mass Communication.** Editör: Morris Janowiltz-Paul M. Hirsch, The Free Press A Division of Mac Millian Publishing Co. İnc. New York, USA, 1981.

KAVAKLI, Oğuzhan. "Yerel Basının Sorunları", **Türkiye'de Yerel Basının Sorunları Paneli**, Balıkesir Gazeteciler Cemiyeti, Balıkesir, 9 Mayıs 1996.

----------, "Yerel Basın", **Yerel Basın Paneli**, İzmir Gazeteciler Cemiyeti, 1. Tüyap İzmir Kitap Fuarı, İzmir, 15 Mart 1996.

KAYA, A Raşit. **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Birinci Baskı, Ankara, Ekim 1985.

KAYACAN, İsa. **Basınımızın Anadolu Cephesi**, Ece Yayınları: 101, Ankara, 1996.

KAYPAKOĞLU, Serdar. "Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Uluslararası Entegrasyona Etkileri", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3, İstanbul, Temmuz, 1993.

KEÇELİ, Nail. **İletişim Olayları İçinde Yazılı Basının Durumu**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1984.

KIŞLALI, Ahmet Taner. **Siyaset Bilimi**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1987.

----------, **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, İkinci Basım, İmge Kitabevi, Ankara, 1993.

KOÇAK, Abdullah."Sosyal Davranış ve Kamuoyu Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya, 1996.

KOLASA, J. Blair. **İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş**. Çeviren: Kemal TOSUN, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yayınları, İstanbul, 1979.

KOLOĞLU, Orhan. "Kamuoyu,Tanzimat, 21.Yüzyıl", **Marmara'nın Sesi**, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, İstanbul, 1990.

----------, **Kuvayi Milliye'den Günümüze Türk Basını**, Kültür Bakanlığı Yayınları/1563, Yayınlar Dairesi Başkanlığı Demokrasi Klasikleri Dizisi/2, Ankara, 1993.

----------, "Türkiye'de Yerel Basın", **Medya**, Aylık Pazarlama İletişim Dergisi, Cilt: 6 , Sayı: 2, İstanbul, Nisan 1993.

KÖSE, A. Vasi. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**. Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

KURTBÖKE, Oktay. **Yazılı Basında Habercilik**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, Mart 1986.

MacBRİDE, Sean. "Bir Çok Ses Tek Bir Dünya", Editör: Ertuğrul Özkök, **UNESCO Türkiye Milli Komisyonu**, Ankara, 1993.

McQUAİL, Denis. Sven Wındahl. **Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri.**, Yayına Hazırlayanlar: Banu Dağtaş. Uğur Demiray, Anadolu Üniversitesi, ESBAV Yayınları, Yayın No: 92, Eskişehir, Ocak 1994.

NİMMO, Dan. **Political Communication And Public Opinion In America.** Good Year Publishing Company, California, USA, 1968.

OGLE, Marbury Bladen Jr. **Public Opinion and Political Dynamics**, Boston, Houghton Mifflin Co., USA, 1950.

OKTAY, Ahmet. "Yerel Basın Üzerine", **Milliyet Gazetesi**, İstanbul, 19 Mayıs 1992.

ONARAN, Alim Şerif. **Kamuoyu**. Filiz Kitabevi, İstanbul, 1984.

OSKAY, Ünsal. **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Üçüncü Basım, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları No: 7, Ankara, 1985.

OTAN, Ümit. **Babıtelli**, İzmir Kitaplığı, İzmir, 1995.

OZANKAYA, Özer. "Türkiye'de Yığın İletişiminin Demokratik Siyasal Kültür Gelişimindeki Yeri ve Önemi", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Ankara, Ocak-Aralık 1980.

ÖKE, M. Kemal. **Gazeteci**, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları No: 11, Ankara, Aralık 1994.

ÖKTEM, Niyazi. "Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 19, İstanbul, Mart 1986.

ÖZTÜRK, Ahmet. "Türkiye'nin Demokratikleşme Sürecinde Yaşadığı Basın Özgürlüğü Sorunu". **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 4, İstanbul, Ekim 1993.

ÖZTÜRK, Yaşar. "Yerel Anadolu Basını", **Yerel Basın Kurultayı Bildiriler**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992.

PRİCE, Vincent, Roberts Donald F., **"Public Opinion Process"**, in Handbook of Communication Science, Editörs: Charles R. Berger and Steven H. Chaffee, Sage Publications, Second Printing, London, UK, 1989.

QUALTER, H. Terence. **Opinions Control In The Democracies**, Macmillan Publications, London, UK, 1983.

ROSHCO, B. **Newsmaking**, University of Chicago Press, Chicago, USA, 1975.

SAMANCI, Gültekin. **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

SAUVY, Alfred. **Kamuoyu**. Çeviren: Süheyl Gürbaşkan, İstanbul Reklam Yayınları, Yayın No: 38, İstanbul, 1974.

SAYILGAN, Şevket. "Ekonomi Politikalarının Başarısında Basının Rolü", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 4, İstanbul, Ekim 1993.

SEARS, David. **Public Opinion**, Prentice Hall Inc, New Jersey, USA, 1964.

SEÇİM, Filiz. "Eskişehir Basını", Yayımlanmamış Doktora Ders Ödevi, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bilim Dalı**, İstanbul, 1986.

SELÇUK, İlhan. **Yerel Basın Kurultayı Paneller,** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

SEVERİN, Werner, J. James W, Tankard, Wr. **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları,** Çeviren: Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir, 1994.

SEVSAY, Emel. "Modernleşme ve Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları", **Marmara İletişim Dergisi,** Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 2, İstanbul, 1993.

SEZER, Duygu. **Kamu Oyu ve Dış Politika,** Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Yayın No: 339, Ankara, 1972.

SEZGİN, Ümit. "Taa Oradakilere Veda", **,Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

ŞAHİN, Haluk. **Yeni İletişim Ortamı-Demokrasi ve Basın Özgürlüğü,** Basın Konseyi Bilimsel Araştırmaları, İstanbul, 1991.

TOLAN, Barlas. Galip İsen. Veysel Batmaz. **Sosyal Psikoloji,** Adım Yayınları, Ankara, 1991.

TOKGÖZ, Oya. "Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi,** Ankara, Eylül-Aralık 1978.

----------, "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi", **Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı,** Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara, 1979-1980.

----------, "Türkiye'de Yazılı Basının Yerel Olarak Gösterdiği Özellikler", **Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı,** Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara, 1981.

TOPÇUOĞLU, M. Nuri. **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, Vadi Yayınları, Ankara, 1996.

TOPUZ, Hıfzı. "Yerel Kültürleri Ortaya Çıkartmaya Çalışıyoruz", **Medya**, Aylık Pazarlama Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, İstanbul, Nisan 1993.

----------, **100 Soruda Türk Basın Tarihi**, Gerçek Yayınevi, İstanbul, 1973.

----------, **Seçimlerde İletişim Politikaları**, TÜSES Yayınları, İstanbul, 1991.

TOSUN, Gülgün. "Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişiminin Rolü Ve Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Basının Etkisi", **Açıköğretim**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, C: 1, Sayı: 1, Eskişehir, Haziran 1994.

TURAM, Emir. **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, İrfan Yayımcılık, İstanbul, 1994.

TURAN, İlter. **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, Der Yayınları, Üçüncü Baskı, İstanbul, 1986.

TURAN, Yusuf. "Demokratikleşmede Yerel Basının İşlevi", **Yerel Basın Kurultayı Paneller**, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 4, Adana, 1992.

TUTAR, Hilmi. **21. Yüzyıl'da Türk Basını**, Ankara, 1993.

Türk Basınının Sorunları Sempozyumu. Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları, Yayın No: 95, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, Ankara, 26-27 Mayıs 1986.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü. Cilt: 1, Ankara, 1988.

Türkiye'de Süreli Yayınlar 1995, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, Ocak 199

ULUS, Selma. "Yerel Basınımız", **Marmara İletişim Dergisi**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 3, İstanbul, Temmuz 1993.

UNAT, Nermin Abadan. **Halk Efkarı Mefhumu ve Tesir Sahaları.** Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayınları, Ankara, 1956.

USMAN, Erkin. "Ege'de Yerel Basın ve Toplumdaki Yeri",**Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

ÜNAL, Şinasi. "Yerel Basın ve Sorunları", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

VAROL, Muharrem. "Yerel Basın ve Yerel Düzeyde Siyaset". **Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı VIII.**, Ankara, 1983-1985.

VURAL, Ali Murat. "Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Yerel Basın", **Kurgu,** Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 465, Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 211, Sayı: 8, Eskişehir, Haziran 1990.

----------, "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

----------, "Yerel Gazetelerimizin Genel Görünümü".**Yerel Basın Kurultayı Bildiriler.** Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No: 2, Adana, 1992.

YALÇIN, Aydın. "Efkar-ı Umumiye", **Siyasal Bilimler Dergisi,** No: 170, Ankara, 1945.

YUMLU, Konca. **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları,** Nam Basım Ltd. İzmir, 1994.

YURDAGÜL, Hikmet. "Basın Elbetteki Milletin Müşterek Sesi ve Hissidir", **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,** Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, Ankara, Kasım 1996.

YUST, K. **Kemalist Anadolu Basını**, Yayına Hazırlayan: Orhan Koloğlu, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Yayın No: 17. Birinci Basım, Ankara, Nisan 1995.

YÜKSEL, A Haluk. **İkna Edici İletişim**. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları No: 94, İkinci Basım, Eskişehir, 1994.

----------, Uğur Demiray. **Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri**, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi Ve Yaygın Eğitim Vakfı, Eğitim Araştırma Ve Bilimsel Yayınlar Dizisi, No: 002, Eskişehir, Mart 1988.