

BAŞKENTTE YEREL BASIN ANLAYIŞI: YEREL GAZETE YÖNETİCİLERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME (ETİMESGUT ÖRNEĞİ)

Adalet GÖRGÜLÜ AYDOĞDU

Dr. Öğr. Gör. , Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Ankara

Özet

Hiç kuşkusuz ki kitle iletişim araçları toplum üzerinde önemli görevler üstlenmektedirler. Toplumun bilgilendirilmesinin ve olaylardan haberdar edilmesinin yanı sıra basın, kamuoyu yaratma ve etkileme konusunda demokrasinin vazgeçilmez bir önkoşulu olarak çağdaş toplumların en etkili gücü haline gelmiştir. Bu bütünün ayrılmaz bir parçası olan yerel medya; işlevleri, görevleri ve sorumlulukları açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Çünkü o yöresinin sesidir, tarihidir, belleğidir. Ülkelerin gelişmişliğinin bir göstergesi olarak da kabul edilen yerel basın Türkiye’de köklü geçmişine rağmen günümüzde henüz hak ettiği değeri bulamamıştır. Bu araştırmanın amacı Ankara Etimesgut’ta yerel medyada çalışan gazete yöneticilerinin gazetecilik mesleğine yönelik algılarını saptamak ve yerel basının sorunları belirleyip çözüm önerileri sunmaya çalışmaktır. Etimesgut ilçesinde çıkarılan yerel gazete yöneticileriyle derinlemesine görüşme yapılan bu çalışma, Ankara yerel basınının genel profilini göstermesi açısından da önem arz etmektedir. Ankara il merkezinde çıkan yerel gazeteler ve bu gazetelerde çalışan gazeteciler hakkında hiçbir akademik çalışma yapılmamış olması bu çalışmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *basın, yerel basın, ulusal basın, Ankara, Etimesgut*

LOCAL PRESS UNDERSTANDING IN THE CAPITAL CITY: A REVIEW AIMED AT LOCAL NEWSPAPER ADMINISTRATORS (ETİMESGUT EXAMPLE)

Abstract

Mass media committed important tasks on society. Besides being apprised about the events and being kept informed the public, the press is the most influential force of contemporary society as an indispensable prerequisite of democracy in creating and influencing public opinion. As an integral part of the whole, the local press has a particular importance

with regard to its functions, duties and responsibilities. Because the local press is the voice, history and memory of the current region. Although it has a deep-rooted past in Turkey, the local press that is considered as an indicator of countries' level of development, today, has not yet found the value it deserves. The aim of this research is to determine the perceptions on the journalistic profession of newspaper administrators working at the local press in Etimesgut, Ankara, and to identify the problems of the local press and to propose solutions. This study, conducted by performing deep meetings with the local newspapers administrators published in the Etimesgut district, is also important for showing the general profile of Ankara's local press. The fact that there are no academic studies about the local newspapers and the journalists working in these newppapaers published in Ankara province proves the necessity of this study.

Keywords: *press, local press, national press, Ankara, Etimesgut*

Giriş

Küreselleşmenin önemli dinamiklerinden biri olarak yerellik olgusunun ön plana çıktığı günümüzde dünyada birçok ülkede ulusal basından daha etkin bir konuma ve işleve sahip olan yerel basın, Türkiye’de köklü bir geçmişe sahip olmasına rağmen gereken önem ve itibara kavuşamamıştır. Başta ekonomik sorunlar olmak üzere birçok sorunla mücadele eden yerel basın, ulusal basın karşısında ayakta kalmak için direnmektedir.

Günümüzde yerel medyanın; yayımlandığı yörenin sorunlarını çözmeye yardımcı olmak, kamuoyu oluşumuna katkı sağlamak, yerel yönetimler ve halk arasındaki ilişkileri sağlamak, yerel yönetimleri denetlemek gibi işlevleri bulunmaktadır. Türkiye’de henüz hak ettiği ilgiyi göremese de yerel basın demokrasinin en önemli dayanaklarından biridir. Ulusal basın dünya ve Türkiye’ye ilişkin haberler vererek daha geniş bir kitleye ulaşırken, yerel basın belli bir yöreye ait haberleri veren, o yörenin sorunlarını aktaran bu açıdan daha dar bir çevreye hitap eden basın kuruluşlarıdır. Yerel basın ve ulusal basın birbirinden beslenmektedir. Ulusal basının ulaşamadığı haberler yerel basın tarafından verilmektedir. Diğer bir deyişle ulusal basının bıraktığı boşluk yerel basın tarafından doldurulmaktadır. Aynı şekilde yerel basın da ulusal basının haberlerini kullanabilmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumunun (2017-Temmuz) yazılı medya istatistiklerine göre yayımlanan gazetelerin %90,7'si yerel, %6,6'sı yaygın (ulusal), %2,6'sı ise bölgesel yayın yapmaktadır. Dergilerin %54,8'i yaygın (ulusal), %39,3'ü yerel, %5,8'i bölgesel yayın yapmaktadır. Gazetelerin toplam tirajının %82'sini yaygın (ulusal), %16,5'ini yerel ve %1,5'ini ise bölgesel yayımlanan gazeteler; dergilerin ise %71,6'sını yaygın (ulusal), %24,3'ünü yerel ve %4'ünü bölgesel yayımlanan dergiler oluşturmaktadır (www.tuik.gov.tr). Ancak yerel basında gazete kapanması veya yeni bir gazetenin yayın hayatına başlaması durumunun çok sık görülmesi nedeniyle bu sayı sürekli değişmektedir. Üstelik Yaşın'ın de (2009: 117) ifade ettiği gibi seçim dönemi gibi dönemlerde reklam pastasından pay almak isteyen başka meslek gruplarının temsilcileri gazete çıkarma girişiminde bulunmaktadır. Dolayısıyla seçim dönemlerinde yerel gazetelerin sayılarında propaganda ve siyasi reklam pastasından pay almak isteyen girişimciler nedeniyle artış görülmektedir. Diğer yandan Türkiye'de yerel basın niceliksel bakımdan önemli bir orana sahip olmasına rağmen, niteliksel bakımdan sıkıntılar yaşanmakta ve yerel basın kuruluşlarının büyük bir kısmı kendisinden beklenen işlevleri yerine getirememektedir. Günümüzde "naylon gazeteler" hüviyetine bürünen yerel basın, bu işi gerçekten yapmak isteyenlerin de işini zorlaştırmaktadır.

Ankara Etimesgut ilçesi yerel gazetelerinin yöneticilerinin sektör ile ilgili görüşlerine yer verilen bu çalışmada, Ankara yerel basınının genel profili de ortaya konularak, bir durum analizi yapılmıştır. Ankara basını denilince akla bir döneme damgasını vuran Rüzgarlı Sokak gelmektedir. Günümüzde Rüzgarlı Sokak basın anlayışı hakim olmasa da Ankara'nın tüm ilçelerinde yerel gazetecilik bir meslek olarak devam etmektedir. Ancak siyasetin merkezi olan Ankara'da ulusal basının etkinliği, yerel basını gölgede bırakmaktadır.

Türkiye'de Yerel Basının Genel Durumu

Ülkemizde henüz yeterince etkin ve işlevsel olmayan yerel basın, Batılı ülkeler ve Amerika'da çok önemli bir konuma sahiptir. Basın bu ülkelerde yerel anlamda doğmuş ve yerel anlamda büyümüştür. Bu ülkelerde en popüler ve en etkin gazeteleri yerel gazeteler oluşturmaktadır (Vural,

1999: 42). Çünkü bu yerlerde çıkan yerel gazeteler, her şeyden önce bulunduğu yöreyle bütünleşmekte ve o yörede yaşayan insanların adeta sesi olmaktadır (Büyükbaykal, 2005: 84). Aslında batı toplumlarında yerel medyanın gelişmişliği, demokratikleşmenin ve sosyalleşmenin bir ölçütü olarak görülmektedir. Zira yerel medya ulusal medyaya bir lokomotif görevi de görmektedir (Yağbasan, 2003: 295).

5187 sayılı kanunun 2. maddesinde basın kavramı yaygın, yerel ve bölgesel süreli yayın olarak ifade edilmektedir. “Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları” yerel süreli yayın olarak tanımlayan kanun, “Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan süreli yayını” ise bölgesel süreli yayın şeklinde açıklamıştır. Kanuna göre “Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere, ülkenin en az yüzde yetmişinde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınları” yaygın süreli yayınlar kapsamında ele alınmaktadır (www.byegm.gov.tr). Yaygın basın, çoğu zaman ulusal basın ya da İstanbul basını ile eşanlımlı kullanılmaktadır.

Türkiye’de medya yerel, bölgesel ve yaygın medya şeklinde tanımlanırken, gazetecilerle ilgili yasalarda ulusal, bölgesel ya da yerel gazeteci şeklinde bir ayırım yapılmamaktadır. Gürelî’nin de belirttiği gibi (2007: 172) “yaygın gazeteler, dergiler ve televizyonlarda çalışan gazeteciler ile bölgesel ve yerel gazeteler, dergiler ve televizyonlarda çalışan gazeteciler arasında meslek ya da yaptıkları iş açısından bir fark yoktur.”

Genel yaklaşımıyla yerel medya, sınırları dar ve tanımlanmış bir bölgede -ki bu bölge yalnızca bir kent ya da kasaba olabilir- o bölge haklarını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye ve o bölgede kamuoyunun serbest dolaşımını sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, bölge halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan kitle iletişim aracı ya da araçların bütünüdür (Vural, 1996: 1060). Başka bir tanıma göre ise “Ülke geneli yerine daha dar dağıtımla bir ya da birkaç il ya da ilçedeki okura ulaşan, belirli il ya da bölgeye ilişkin haberlerin yoğunlukta bulunduğu basılı periyodik yayınların bütünüdür” (Yüksel ve Gürcan, 2005: 10). Kavram kendi içinde merkeze ait olmamayı ve coğrafi sınırlılığını içermesinin

yanı sıra yaygın basında yer almayan bir içeriği ve gündemi de temsil etmektedir (Yaşın, 2009: 116).

İnsanlar doğaları gereği yakın çevresinde meydana gelen olaylar ya da sorunlarla ilgilenme, bunlar hakkında bilgi sahibi olma eğilimindedir. Doğrudan bölge halkıyla iç içe yaşayan yerel basın mensubu, bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır, bölgeyi ve bölge halkını iyi tanır. Bu açıdan yerel basının rolü büyüktür (Tokgöz, 2000: 179; Erdem, 2007: 116, Girgin, 2001: 162). Bireylerin yaşadığı çevreyle iletişimini sağlayabilmesinde, kendini yerel kültürün bir parçası kabul edebilmesinde, yerel kimliğini geliştirebilmesinde ve yaşadığı yerin sorunlarına, kederlerine ya da sevinçlerine katılabilmesinde bir diğer deyişle sosyalleşmesinde yerel medya son derece etkili bir araç kabul edilmektedir (Vural, 2001: 120).

Toplumların gelişmesi açısından yerel basının önemine vurgu yapan Gezgin'e göre (2007: 177-178) yerel basının üç işlevi bulunmaktadır. Bunların ilki yöneten ve yönetilen ilişkisinde kamu hizmetlerinin halka doğru ve eksiksiz duyurulmasını sağlamaktır. Halk adına yönetenlerin denetlenmesi ve kamuoyu oluşumunu sağlamak yerel basının sorumluluklarından biridir. Yerel yönetimlerin hizmetlerinin duyurulmasında yerel yönetim ile yurttaşlar arasında ilişkinin sağlanması da diğer önemli işlevlerinden biridir. Demokrasinin sağlıklı bir şekilde işleminde önemli bir katkı sağlayan yerel basın ayrıca eğitim işlevi aracılığıyla toplumsal sorumluluk bilincinin yerleşmesine de yardımcı olmaktadır.

Yerel medya bulunduğu yöre, kent ya da bölge hakkında haberler veren, o yörenin sorunlarını aktaran, yönetimle halk arasında köprü vazifesi gören gazetelerdir. O yörenin sesidir, tarihidir, belleğidir.

“Genel olarak yerel basın kuruluşları, içinde faaliyette buldukları yöresel “yakın” çevrenin bellek arşivleyicileri ve zaman-mekânsal denetim enstrümanlarıdır. Yerel gerçekliğin kamusal yayıcıları olan bu tür medya kuruluşları özgün enformasyonun gerek üretimine ve dağıtımına, gerekse tüketimine hizmet ederlerken, yerel tarihsel bir belleğin simgesel düzeyde oluşumuna da katkıda bulunurlar. Bu bellek oluşturma işlevi önemlidir, çünkü “yerli olana tanıklığın” uyanık ve etkin bilincini ayakta tutar” (Köse ve Bakan, 2010: 11).

Sözen'in de ifade ettiği gibi (Sözen, 2004: 109) “yerel medya demek, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkartmak ve bu sorunlara ilişkin halkı bilgilendirmektir.” Bir bakıma yerel medya o yörenin insanlarını bilinçlendirerek, kamuoyu oluşumuna katkı sağlamaktadır. Isparta kent merkezinde yapılan bir araştırmada “yerel medyanın gazetelerin kamuoyu oluşumuna etkisi var mıdır?” sorusunu yanıtlayanların %17'si yerel gazetelerin kamuoyu oluşturma etkisinin olduğuna inanırken, %69'u kısmen inanmakta, %14'ü ise yerel gazetelerin kamuoyu oluşturduğuna inanmamaktadır (Alav, 2001: 164).

Ulusal basının ulaşamadığı haberleri veren yerel basın Kayacan'a göre (1996: 64) en ince ayrıntısına kadar ilgili olduğu yörenin sorunlarını yansıtmak, kamuoyunun ilgisini bu sorunlara çekmek, hiç değilse bölge halkının toplu sesi olmak durumundadır. Bu açıdan yerel basın, ulusal basının da en önemli haber kaynaklarından biridir. Ulusal basının bıraktığı boşluk yerel basın tarafından doldurulmaktadır. Türkiye'de ne yazık ki, yerel basının büyük çoğunluğu kendisinden beklenen işlevlerini yerine getirmemektedir. Bu konuya dikkat çeken Şeker (2007: 13) sayıca çok fazla gazete yayınlanmakla birlikte bu gazetelerin resmi ilan geliri için çıkarıldığına değinmektedir. Ona göre, “Düşük tirajlı, az sayfalı, özgün içeriğe sahip olmayan, niteliksiz çalışanlar tarafından hazırlanan bu gazeteler çoğunlukla okuyucuya ulaşmamakta, dar bir çevrede basılıp dağıtılmakta ve yerel gündemi oluşturabilecek güce sahip bulunmamaktadır.”

Dünden Bugüne Türkiye'de Yerel Basına Kısa Bir Bakış

Türkiye'de yerel gazetelerin tarihi, Osmanlı'da 7 Kasım 1864 tarihinde Tanzimat sonrası mahalli idarelerle ilgili düzenlemeler çerçevesinde eyalet sisteminin kaldırılarak vilayet sistemine geçişle yayımlanmaya başlayan vilayet gazetelerine kadar dayanır. Tuna Valisi Mithat Paşa'nın 1865'te Rusçuk'ta çıkardığı Tuna gazetesi, Türkiye'de bilinen ilk yerel gazete kabul edilir. Önceleri haftada bir, daha sonraları haftada iki kez çıkarılmaya başlanan Tuna, 1877'ye kadar 12 yıl boyunca sürekli yayınlanmıştır. Tuna'dan sonra yayınlanan ikinci yerel gazete 1866 yılında Erzurum'da yayınlanan Envar-i Şarkıyye gazetesidir. Bunu 1869 yılında yayınlanmaya başlayan Bursa'da Hüdavendigâr, Diyarbakır'da Diyarbakır,

Konya’da Konya gazeteleri izlemektedir (Bodur, 1997: 42-43; Tütengil, 1968: 148, Faraç, 1999: 22, Tokgöz, 2001: 10).

Türkiye’de yerel basının halkla bütünleştiği ve en etkin olduğu Kurtuluş Savaşı döneminde, yerel gazeteler Anadolu’nun düşman işgaline karşı direnişinin sesi olmuştur. Milli mücadele döneminde basının gücünü iyi bilen ve onu kullanmak isteyen Atatürk, Sivas Kongresi’nden sonra 14 Eylül 1919’da İrade-i Milliye adlı gazeteyi çıkartmıştır. O dönemde sesini duyurabileceği tek araç gazeteydi. Ankara’ya geldikten sonra Anadolu’nun Sesi gazetesini çıkarmaya başlamıştır. Bu gazete daha sonra Hâkimiyet-i Milliye adını almıştır (Vural, 1999: 117; Demir, 2007: 110, Faraç, 1999: 22-23).

Milli Mücadele Dönemi’nde Ankara’da yayın yapan gazeteler şunlardır: Hakimiyet-i Milliye, Yeni Gün, Sebilürreşad, Anadolu’da Peyam-ı Sabah, Kalem (Mizahi Kalem), Anadolu Duygusu, Anavatan, Milli Ordu, İlim Fen Felsefe Tetebbuyatı, Asya, Yeni Türkiye, Emek, Hayat, Mefkure, Ankara, Köy Hocası, Terbiye, Selamet ve Yeni Dünya (Akdoğan, 1997: 20).

Milli mücadeleye öncülük eden gazeteler arasında İzmir’de Hukuk-Beşer, Ankara’da Yeni Gün, Eskişehir’de Yeni Dünya, Milli Mücadeleyi destekleyenler arasında ise Yeni Edirne, Erzurum’da Albayrak, Adana’da Yeni Adana, Balıkesir’de Ses gazeteleri sayılabilir. Bu gazetelerden Yeni Adana (1918), Antalya (1922), Bartın (1924), Yeşil Giresun (1925), Kayseri’de Ülker (1927), Elazığ’da Turan (1930) halen yayınlarını sürdürmektedir (Faraç, 1999: 23). Bu gazeteler arasında günümüzde hala yayınına devam ettiren Yeni Adana gazetesi 1965 yılında Dünya Basın Başarı ödülünü kazanmıştır. Yeni Adana, bir gazetenin büyüklüğünün sayfalarının sayısına ve tirajının miktarına bağlı olmadığını göstererek yerel gazetecilik için önemli bir örnek olmuştur (Tütengil, 1968: 160).

Çok partili döneme geçişle birlikte basında yeni bir özgürlük ve yapılanma dönemi başladığı söylenebilir. 1970’li yıllara kadar, yerel basın yayınlandığı bölgelerde kamuoyu oluşmasında, halkla bütünleşmede ve bölge halkının haber almasında önemli işlevleri yerine getirebilmiştir (Kayacan, 1996: 31; Tokgöz, 2001: 11, Faraç, 1999: 23). İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra dünya yeniden şekillenirken, Türkiye’de bu değişime

ayak uydurmuştur. Kitle iletişiminde yeni bir dönem başlamıştır, gazetecilik anlayışı ve tekniği de değişmiştir. Çağdaş anlayışa ve modern teknolojiye sahip gazeteler karşısında yerel basın yavaş yavaş güç kaybetmeye başlamıştır. Bunlara televizyon ve bilgisayarın da eklenmesiyle birlikte gazetecilik büyük yatırım ve sermaye gerektiren bir sektör haline gelmiştir.

Yerel Basının Temel Sorunları

Türkiye’de çok köklü bir geçmişe sahip olan ve milli mücadele döneminde bir destan yazan yerel basın, günümüzde ulusal basın karşısında varolma mücadelesi vermektedir. Yerel basın günümüzde, ekonomik, teknik, yerel yönetici ilişkileri, nitelik, kalifiye eleman, baskı sayısı, dağıtım gibi çok yönlü sorunlarla ciddi ve ağır koşullar altında yaşamlarını sürdürmektedir (Bodur, 1997: 45).

Yerel basının sorunlarını iç ve dış faktörler başlığı altında inceleyen Vural’a göre yerel basının sorunları ulusal basına göre farklılıklar göstermektedir. Vural (1999: 140) iç faktörleri kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon yapısı, çalışma koşulları, ilke ve politikalar, içerik, ekonomik güç; dış faktörleri ise okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge, kentin yapısal ve kültürel özellikleri olarak sıralamıştır.

Yerel basının en önemli sorunlarından biri de teknolojik yetersizlikten kaynaklanmaktadır. Bu teknolojik yetersizlik, gazetelerin içeriğinden, sayfa düzeninden baskı ve dağıtımına kadar bir dizi olumsuzluğu beraberinde getirmektedir. Resmi ilan, reklam ve satış gelirleri yeterli olmadığından, gazetenin finanse edilebilmesi için gazete matbaalarının gazete basımı dışında ek işler için kullanılmasına yol açmaktadır (Girgin, 2001: 178; Gezgin, 2007: 193). Kayacan’ın da vurguladığı gibi (1996: 296) yerel basında teknolojinin gelişmesiyle önemli mesafe alanlar olduğu gibi yerinde sayanların da sayıları az değildir.

Babadan oğula geçen gazete sahipliği, buna bağlı olarak ortaya çıkan editoryal bağımsızlık sorunu, çalışanların doyurucu bir ücret alamaması, basın kartı alabilme niteliklerini sağlayacak çalışma koşulları olmaması,

nitelikli çalışan bulunamaması, yeni teknolojiye ulaşamamak ve resmi ilan alabilmek için çıkan gazetelerin varlığı yerel basının temel sorunları olarak tanımlanmaktadır (Birsen, 2011: 139). Reklamın yerel medyaya az verilmesi de yerel medya için bir sorun teşkil etmektedir. Çünkü sermaye grupları reklama ihtiyaçları olduğu zaman yerel medyayı değil ulusal medyayı tercih etmektedir (Temel, Korkmaz, Somuncu ve Şilen, 2012: 131). Tüm bu sorunlara bakıldığında yerel gazetelerin temel sorununun ekonomik olduğu gözlemlenmektedir.

Yerel basının resmi ilan geliri ve siyasi çıkar elde etmek amacıyla kullanılması yerel basının gücünü olumsuz etkilemiştir (Vural, 1999: 126). İktidarla ya da yerel yönetimle olan yakın ilişkiler, gazetecilerin yönetimi halk adına denetleme işlevini zorlaştırmaktadır. Özellikle yerel yönetimler tarafından yapılan baskılar nedeniyle gazeteciler demokratik bir anlayış ve ortam içerisinde mesleklerini yapamamaktadırlar. Ancak Güreli'ye göre (2007: 173) özgür ve bağımsız basın, yönetilenler açısından bir şanstır. Yönetilenler, yönetimin perde arkasını; aksaklıkları, başarısızlıkları, yolsuzlukları, ulaşamadıkları bilgileri basından öğrenirler. Kendi seslerini, görüşlerini, beklentilerini basın aracılığıyla etkinleşmiş olarak yönetimlere iletme şansını bulurlar.

Ayrıca yöre insanlarıyla iletişim halinde olmak da yerel basın açısından bazı olumsuzlukları beraberinde getirmektedir. Kayacan'ın da belirttiği gibi (1996: 70) "Özellikle küçük yerlerde hemen hemen çoğu kişi, taşra muhabirinin, gazetecinin tanıdığıdır. Kimileri yakınıdır, arkadaşısıdır. Hatta akrabasıdır. Çevresindeki insanlarla ilgili olumsuzlukları yazdı mı, yerel gazetecinin vah haline".

Ekonomik şartlardan dolayı varlığını çok zor koşullar altında devam ettiren yerel basın kuruluşlarında ihtiyacın oldukça altında eleman istihdam edilmektedir. Yerel medya kuruluşları çalışanlarıyla yapılan bir çalışmada, yerel medya kuruluşlarının yarısından çoğunda (%56,7) yalnızca 1-5 arası fikir işçisi çalıştığı belirlenmiştir. Söz konusu araştırmada; mevcut elemanların büyük bir kısmının düşük ücretle çalıştırılan, kalifiye olmayan elemanlardan oluştuğu belirtilmektedir. Araştırmaya katılanlar bağlamında, yerel medya çalışanlarından her 10 kişiden yalnızca biri iletişim eğitimi almışken, her 10 kişiden 1,6'sı ilköğretim mezunu ve her 10 kişiden beşi lise mezunu olarak

tespit edilmiştir (Nalcioğlu, 2007: 199-200). Çalışanların niteliği bakımından incelendiğinde de iletişim fakültesi mezunlarının sayısı oldukça düşüktür. İletişim fakülteleri ve verdikleri mezun sayısı her geçen gün artmasına rağmen medya sektöründe istihdam oranı giderek azalmaktadır. Bu noktada yerel basın Erdem'e göre (Erdem, 2007: 211-212) "tünelin sonunda parlayan bir ışık" olarak tek çözüm gibi görünmektedir.

Başkent Yerel Basınının Genel Görünümü

Ulusal basın açısından önemli bir haber merkezi olma özelliğini taşıyan Ankara, aynı zamanda siyasetin merkezidir. İstanbul kaynaklı büyük ve orta büyüklükteki gazetelerin Ankara'da çok sayıda deneyimli gazetecilerin çalıştığı büroları vardır. Bu gazeteciler, İstanbul kaynaklı gazetelerin günlük haber içeriğine olduğu kadar, Ankara ve bölge sayfalarının da hazırlanmasına katkıda bulunmaktadır (Tokgöz, 2001: 22). Ulusal gazetelerin haber içeriklerinin büyük bir kısmını, ekonomi, spor, magazin ve kültür sanat gibi haber konuları açısından en önemli merkez olan İstanbul'daki olaylarla ilgili haberler ile yasama, yürütme, yargı, sendikalar ve siyasi partiler gibi kaynaklardan elde edilen Ankara haberleri oluşturmaktadır. Ancak, ulusal gazetenin, yayın yaptığı ülkenin tümünü kapsamı, kavraması ve gündemleştirmesi gerekmektedir (Erdoğan, 2006: 52).

Tevfik'e göre (1935: 19) Ankara'da yayınlanan ilk gazete 1904 yılında yayınlanan resmi haftalık "Ankara" gazetesidir. Bu gazeteyi Meram (1908), İnsaniyet (1911), Köy Hocası (1918), İkaz (1919), Yeni Gün (1919), Cerideyi Resmîye (1920), Hâkimiyet-i Milliye (1920), Anadolu'da Temaşa (1920), Yeni Dünya (1920), Öğüt (1921), Peyamı Sabah (1922), Tan (1923), Ankara Gazetesi (1925), İnkılap (1925), Millî İthalat ve İhracat (1925), Resmî Ceride (1925), Hoş gör (1930), Sergi ve Kongre (1930), Hız (1931) gazeteleri takip etmiştir.

Ankara basını denilince akla Rüzgârlı Sokak gelmektedir. Ulus semtinin ana sokaklarından birisi olan Rüzgârlı Sokak bir anlamda Ankara'nın basın ve yayın merkeziydi. Bu durumun nedeni Büyük Millet Meclisinin ve parti merkezlerinin burada bulunması olarak ifade edilebilir. Günümüzde başta Rüzgârlı Sokak olmak üzere Ankara'nın

hemen hemen tüm ilçelerinde hatta mahallelerinde yerel gazetecilik bir meslek olarak sürdürülse de Başkent yıllar öncesinin gerçek gazeteciliğin yapıldığı Ankara basınına özlem duymaktadır.

		Ankara	Türkiye
Yayın Sayısı	Dergi	2013	4058
		2014	4176
		2015	4071
		2016	3738
	Gazete	2013	3100
		2014	2944
		2015	2731
		2016	2527

Tablo 1: Ankara ve Türkiye’de 2013-2016 yılları arası dergi ve gazete sayısı (TÜİK yazılı medya istatistikleri)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) yazılı medya istatistik raporuna göre¹, Türkiye’de 2016 yılında 3738’i dergi, 2527’si gazete olmak üzere toplam 6265; Ankara’da 2016 yılında 965 dergi ve 79 gazete toplam 1044 yazılı medya bulunmaktadır.

		Ankara	
Yayın Sayısı	Bölgesel	2013	49
		2014	75
		2015	56
		2016	51
	Yaygın (Ulusal)	2013	716
		2014	708
		2015	777
		2016	725
	Yerel	2013	226
		2014	397
		2015	290
		2016	268

Tablo 2: 2013-2016 yılları arası Ankara’da yayın sayısı (TÜİK yazılı medya istatistikleri)

¹ Bu bilgiler 5 Mart 2018 tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/> adresinden alınmıştır.

Ankara’da bulunan yayınların coğrafi konumuna baktığımızda; 2013 yılında 49, 2014 yılında 75, 2015 yılında 56 ve 2016 yılında 51 bölgesel yayın yapılmıştır. Yaygın (ulusal) yayın sayısı ise 2013 yılında 716, 2014 yılında 708, 2015 yılında 777 ve 2016 yılında 725 olmuştur. Yerel basın ise 2013 yılında 226, 2014 yılında 397, 2015 yılında 290 ve 2016 yılında 268 yayın yapmıştır. Yerel basının özellikle 2014 yılında yayın sayısında büyük bir artış olduğu gözlenmektedir.

		Ankara	Türkiye	
Yayın Sayısı	Ofset	2013	951	7009
		2014	1148	6936
		2015	1106	6649
		2016	1037	6197
	Tipo	2013	40	149
		2014	32	184
		2015	17	153
		2016	7	68

Tablo 3: 2013-2016 yılları arasında Ankara ve Türkiye’de yayınların baskı türüne göre dağılımı (TUİK Raporu)

Ankara’da 2013 yılında 951 yayın ofset tekniğini kullanırken, bu sayı 2016’da 1037’ye yükselmiştir. Tipo yayın 2013’de 40 iken, 2016 yılında sadece 7 yayın bu tekniği kullanmıştır. Türkiye genelinde baktığımızda ise 2013 yılında 7009 yayın ofset tekniğini kullanırken, 2016 yılında bu sayı 6197’ye düşmüştür. Tipo yayın sayısı ise 2013 yılında 149’dan 68’e düşmüştür.

		Ankara	Türkiye	
Yayınların Tiraj Sayısı	Ölçüm bazında	2013	214.517.082	2.461.783.909
		2014	185.926.463	2.274.530.479
		2015	184.800.538	2.132.242.338
		2016	141.448.385	1.705.225.264

Tablo 4: Ankara ve Türkiye’de 2013-2014 yılları arası yayınların tiraj sayısı (TUİK Yazılı Medya İstatistikleri)

Tabloda da görüldüğü gibi Ankara’da bulunan yayınların toplam tirajı ölçüm bazında 2013 yılında 214.517.082 iken 2016 yılında bu sayı 141.448.385 olmuştur. Türkiye genelinde de yayınların tirajında azalma gözlenmektedir. 2013 yılında 2.461.783.909 olan tiraj sayısı 2016’da 1.705.225.264’e düşmüştür.

	Ankara
Gazete Sayısı	18
Fikir İşçisi Sayısı	158
Erkek Sayısı	96
Kadın Sayısı	62
İletişim Fakültesi Mezunu Sayısı	49
İletişimle İlgili Meslek Yüksekokulu Mezunu Sayısı	3
Diğer Meslek Yüksekokulu Mezunu Sayısı	-
İlk ve Orta Öğretim Mezunu Sayısı	63
Diğer Fakültelerden Mezun Sayısı	43
Toplam Öğrenim Durumu	158
Sarı Basın Kartı Sahibi Sayısı	100
İŞKUR İşbaşı Eğitim Programı Kapsamında Çalışan Sayısı	12

Tablo 5: Ankara ilinde 2017 yılına ait resmi ilan yayınlama hakkını haiz süreli yayınlarında çalışan fikir işçilerinin cinsiyetleri ve eğitim durumlarına göre dağılımı (Basın İlan Kurumu Verileri)

Basın İlan Kurumu verilerine göre², 2017 yılında Ankara’da resmi ilan ve reklam yayınlayan gazete sayısı 18’dir. 96’sı erkek, 62’si kadın olmak üzere toplam 158 fikir işçisi çalışmaktadır. Bu fikir işçilerinin 49’unu iletişim fakültesi mezunları, 3’ünü ise iletişimle ilgili meslek yüksekokulu mezunları oluşturmaktadır.

² Bu bilgiler T.C. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) başvurusu sonucunda Basın İlan Kurumu tarafından verilmiştir.

Gazete	Ankara
24 Saat	3.149
Anadolu	3.061
Anayurt	3.714
Başkent	3.226
Duatepe	134
Gazete Ayrıntı	218
Güçlü Anadolu	3.264
Haber Vaktim	3.102
Haymana	450
Hisar	185
İstiklal	143
Nallıhan'ın Sesi	175
Polatlı Postası	473
Sonsöz	3.170
Şereflikoçhisar Çengel	250
Ticari Hayat	3.199
Tuzgözü Haber	198
Zafer	3.180

Tablo 6: Ankara ilinde resmi ilan yayınlayan gazeteler ve tirajları
(Basın İlan Kurumu Verileri)

Ankara ilinde resmi ilan yayınlayan gazeteler arasında 3.714 ile Anayurt gazetesi başı çekmektedir. Bu gazeteyi 3.264 tirajı ile Güçlü Anadolu ve 3.226 tirajı ile Başkent gazeteleri takip etmektedir.

Etimesgut'ta yayınlanan ilk yayın organı Ramazan Köse'nin *Etimesgut Gazetesi* sayılabilir. Daha sonra Mesut Çeçen *Odak*, Yalçın Güner *Etimesgut'a Sesleniş*, Tufan Barutçu *Etimesgut Bayrak*, Mahmut Riyad Bakır *Tiraj*, Alaattin Kara *Başkent Gündem*, Adnan Koca *Gazete Etimesgut*, Bülent Yurtseven *Bölge Flaş*, Yemliha Bozkurt *Kızılalma dergisi*, Alaattin Kara *Malumat* ile Etimesgut yerel basınında yer almışlardır (Yalçinkaya, 2016).³ Günümüzde ise merkezi Etimesgut'ta bulunan ve yayını devam eden yerel gazeteler şunlardır: *Gündem Flaş*, *Bi Gaste*, *Başkentte Pusula*, *Angara*, *Türkiye'nin Sesi* ve *Anadolu'nun Sesi*. Seçim dönemlerinde ise bu gazetelerin arasına yeni gazeteler eklenmektedir.

³ Yalçinkaya, Bekir, "Yerel Basın Nereden Nereye Geldi" (08.08.2016)<http://bekiryalçinkaya.tr.gg/Sincan-Yerel-Bas&%23305;n-Kimli&%23287;i.htm> (Erişim Tarihi: 05.03.2018)

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evreni, Ankara yerel basınında çalışan bütün gazete yöneticilerinden meydana gelmektedir. Araştırmanın örneklemini ise Ankara Etimesgut yerel gazetelerinin yöneticileri oluşturmaktadır. Etimesgut gazetelerinin genel profilini ortaya çıkarmak ve sorunlarını belirlemek amacıyla yürütülen bu çalışmada, nitel veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış (formel) görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, araştırmacı soruları önceden hazırlar; ancak görüşme sırasında araştırılan kişilere kısmi esneklik sağlayarak oluşturulan soruların yeniden düzenlenmesine, tartışılmasına izin verir. Bu görüşme tekniğinde, araştırılan kişilerin de araştırma üzerine kontrolleri söz konusudur (Ekiz, 2009: 63). Bu yöntemin seçilmesinin nedeni katılımcı sayısının az olması ve daha ayrıntılı bilgilere ulaşılmasının mümkün olmasıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda bir soru formu hazırlanmış ve sorular yüz yüze görüşmeler aracılığıyla gazete yöneticilerine yöneltilmiştir. Form, gazete ve görüşmenin yapıldığı yetkiliye ilişkin bilgilerle başlamakta, yerel gazetelerin durumu, sorunları, yerel yönetimle ilişkileri, yerel gazetelerin etik anlayışı ve yerel gazetelerin geleceğine ilişkin sorularla devam etmektedir. Etimesgut'ta çıkarılan gazete sayısı sınırlı olduğu için sadece 6 gazete yöneticisiyle görüşülebilmektedir. Görüşmelerden biri katılımcının şehir dışında bulunmasından dolayı telefonla yapılmış, diğer görüşmeler yüz yüze yapılmıştır. Görüşmelerin tümü ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmış ve deşifresi yapılmıştır. Çalışmada görüşülen gazete sahipleri isimleri belirtilmeden (K1, K2, K3 vb. gibi) kodlamalarla verilmiştir. Araştırma sadece Etimesgut ilçesinde yayınlanan gazetelerin yöneticileriyle sınırlandırılmıştır.

Bulgular

Etimesgut'ta düzenli olarak yayınlarına devam eden altı gazete bulunmaktadır: Başkentte Pusula, Gündem Flaş, Angara, Anadolu'nun Sesi, Türkiye'nin Sesi ve Bi Gaste.

Gazete Adı	Kuruluş Yılı	Sahibi	Yazı İşleri Müdürü	Gazetenin Türü	Yayın Süresi
Başkentte Pusula	2012	Zekeriya Murat	Zekeriya Murat	Siyasi	Aylık
Gündem Flaş	2000	İbrahim Keskin	İbrahim Keskin	Siyasi	Haftalık
Angara	2002	Orhan Aydan	Orhan Aydan	Siyasi	Aylık
Anadolu'nun Sesi	2002	Nebahat Çalık	M. Nuri Yıldırım	Siyasi, ekonomi haber ve	Aylık
Türkiye'nin Sesi	2010	Cafer Karamahmut	Cafer Karamahmut	Siyasi	Aylık
Bi Gaste	2018	Bekir Erdoğan	Şirin Doğan	Siyasi	Haftalık

Tablo 7: 2018 yılı itibarıyla Etimesgut İlçesinde yayınlarına devam eden gazeteler

Ofset tekniği ile basılan bu gazeteler ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Gazetelerin biri hariç hepsinin web sitesi ve sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Gazetelerden biri abonelik sistemiyle çalışmakta diğer gazeteler reklam ve ilan gelirleriyle yaşamlarına devam etmektedirler.



Grafik 1: Gazete sahiplerinin eğitim durumları

Gazete yöneticilerinin üçü lise, üçü üniversite mezunudur. Gazete yöneticilerinin ikisi basın yayın yüksekokulu mezunudur. Bu noktada Etimesgut'ta gazete yöneticilerinin çoğunluğunun alaylı olarak ifade ettiğimiz kişilerden oluştuğu söylenebilir. Gazete yöneticilerinin ikisi kadın, dördü erkektir. Gazete yöneticilerinden ikisi dışında hiçbiri şu anda

basın sektörü dışında herhangi bir faaliyetle uğraşmamaktadır. Araştırmaya katılan gazete yöneticilerinden ikisi dışında ailesinde gazetecilik mesleğiyle uğraşan bulunmamaktadır. Gazete yöneticilerinden üçünün ulusal basın tecrübesi bulunmaktadır. Gazetelerden birinin kendine ait matbaası bulunmaktadır.

Gazete sahiplerinin geneli Türkiye’de gazete sahibi olmanın kolaylığını dile getirmektedir. Bu demokratik bir ortam sağlanması ve çokselsliliğin oluşması açısından olumlu bir durumdur. Ancak gazetecilik pratiğinden yoksun, mesleği özümsememiş kişilerin gazete çıkararak gazeteci kimliğine kolaylıkla sahip olabilmeleri nitelik açısından bir sorun olma potansiyeli taşımaktadır. Katılımcılardan K2, kolaylıkla gazete çıkarılabilmesinden yakılarak şu görüşleri dile getirmektedir:

“Türkiye’de en kolay meslek sahibi olma işi gazetecilik. Savcılığa bir dilekçe yazıyorsunuz, gazete sahibi oluyorsunuz. Hiç araştırılmadan, neyle nasıl açılıyorsunuz, bunun eğitimini aldın mı, soran yok. Sadece gazetenin ismini araştırıyorlar daha önce bu gazetenin ismini alan var mı, yok mu diye. Zaten biz de internetten onu araştırıyoruz, ona göre ismini belirleyip gidiyoruz. Başka bir iş yapsan senden ustalık, kalfalık belgesi istenir, bazı evraklar istenir ama bizde yok.” (K2)

Bu noktada belki şöyle bir öneri getirebiliriz. Demokrasi ve çokselslilik açısından gazetelerin çıkarılışını engelleyebilecek herhangi bir nitelik ya da düzenleme çok olumsuz bir durum teşkil edecektir. Bu çok hassas bir durumdur. Ancak gazetecilik eğitimi almamış ya da bu alanda alaylı da olsa hiç çalışmamış kişilerin gazete çıkarmak istemeleri durumunda özellikle basın meslek ilkeleri ve etik konusuyla ilgili bir eğitim alması bir öneri olarak sunulabilir. Bu durum en azından etiksel açıdan yaşanabilecek sorunların önüne geçmede olumlu bir katkı sunabilir.

Yerel Gazetelerin Çalışma Koşulları

Gazetelerin aylık çıkması nedeniyle yerel gazetelerde ulusal basındaki haber koşturmacasının aksine sakin bir çalışma ortamı bulunmaktadır. Genellikle gazete sahibinin dışında bir ya da iki kişinin çalıştığı bu gazeteler, haberden ziyade reklam işiyle ilgilenmektedir. Bir gazete dışında hepsinin küçük de olsa bir ofisi ve tabelası bulunmaktadır.

Ofisine mutlaka her gün uğrayan K2, ofisindeki işleyişi bir markete benzettir. K3 de iş olmasa bile her gün ofisinde olmaya özen göstermektedir:

“Gazete aylık çıkmasına rağmen her gün gazeteye mutlaka gelirim. Kimin ne zaman geleceğini bilemezsiniz. Bizi tanıyan eş dost hepsi gelir. Bir market gibi işler burası. Halktan da gelenler olur, köşe yazarlarından da gelen olur, değerlendirmeler yaparız. Programlar oluyor, onları takip ediyoruz. Belediyeler, dernekler haber yapıp yolluyorlar ama bizi çağdırdıklarında haberi kendim yaparım.” (K2)

“Ağırlıklı reklam işiyle uğraşıyorum. Haberlerle gazetede diğer arkadaş ilgilenmektedir. Sabah 10’da mesaimiz başlar. Programa göre değişiyor. İş olmazsa oturuyoruz.” (K3)

Yerel Gazetelerin Haber Kaynakları

Yakın çevredeki gelişmelerden haberdar olabilmek ve doğru bilgi edinebilmek açısından haber kaynakları büyük önem taşımaktadır. Yerel gazete yöneticileri haber kaynaklarına ulaşmakta zorluk yaşamamaktadırlar. Sadece bir gazetenin dışında hiçbir gazete, haber ajansına abone değildir. Bir haber ajansına üye olan tek gazetenin sahibi olan K1’in bu konudaki görüşleri şöyledir:

“Ajans haberlerine aboneyiz. Aynı zamanda Ajans Press tarama sistemini kullanıyoruz. Bu açıdan ulusal basının sahip olduğu tüm donanımlara sahibiz. Ayrıca whatsapp ihbar hattımıza gelen bilgileri de değerlendiriyoruz, gidilmesi gereken yerlere gidiyoruz. Belediyeler, meclis üyeleri, muhtarlar, sivil toplum kuruluşları vb. ile irtibattayız, yaptığımız ziyaretlerde ya da sohbetlerde bile bazen haber yakalayabiliyoruz.” (K1)

Özellikle K3, yereli ilgilendiren haberler yapmalarından dolayı, daha çok ulusal ilgilendiren haberlere yer veren ajanslara abone olmayı düşünmemektedir:

“Ajanslar ücretsiz haber paylaşımı yapmıyor. Onlarla çalışmayı istemiyoruz çünkü biz daha yerel çalışıyoruz. Ajanslar ulusal çalıştıkları için yerel gazetelerin pek işine yaramaz. Ulusal gazetelere verdiğimiz bazı haberler var. Ama çok fazla yayınlamıyorlar çünkü işlerine gelmiyor. Bizim sansürümüz yok. Biz yakaladık mı yazarız” (K3).

K3, K2, K4, K5 haber kaynaklarıyla ilgili olarak şunları ifade etmektedir:

“Ankara’da bütün siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, iş adamları vb. ile zaman içinde tanıştık. Onlardan gelen bilgiler doğrultusunda gider haberimizi yaparız.” (K3)

“Genellikle belediyeler, dernekler, sivil toplum kuruluşları bizim haber kaynaklarımızdır. Kendi yaptığımız haberler %10-15’i ancak bulur. Çünkü her tarafa yetişecek bir gücümüz yok. Önemli olan toplantılarda haber kaynakları bizi arar, oraya gidilir ve haber yazılır.” (K2)

“Etraftan, çevreden arayıp bilgi veriyorlar, siyasilerden bilgi alıyoruz. Bir konu olduğunda arayıp bilgi veriyorlar, aktarıyorlar. Bölge gazetelerinden de destek alıyoruz. Biz de bir şey olduğunda onlara iletiyoruz.” (K4)

“Bir kaymakamla ya da belediye başkanı ile görüşürken, oradan çıkıp küçük bir sanayi sitesine gidip de görüşebilirsiniz. Etimesgut’u ilgilendiren ve haber değeri olan her şey bizim haber kaynağımız.” (K5)

Yerel Gazetelerin Birbirleriyle İşbirliği ve Rekabet Durumu

Yerel gazete yöneticileri birbirleriyle rekabet etmediklerini vurgulamaktadırlar. Ancak yerel gazeteler arasında herhangi bir işbirliği de söz konusu değildir. Birlik ve beraberlik içinde hareket edebilmek için daha önce bir dernek kurma girişimleri olsa bile kendilerinin ifadesiyle “kişisel çıkarlar” nedeniyle bu girişimlerinden bir sonuç elde edememişlerdir.

“Yerel gazeteler arasında bir birliktelik yok, bir çatı altında toplanamıyorlar. Bazı kuruluş ve dernekler var ama hangi yaraya parmak basıyor ya da hangi kanun teklifini hazırlayıp Meclis’in gündemine sokuyor? Baktığınız zaman ziyaretten başka bir şey yok. Bir birliktelik olmadığı için boşluktayız.” (K1)

“İki yıl önce bir dernek kurduk. Birlik beraberlik içinde hareket edip birbirimize destek olalım diye. Ama maalesef dernek yeterince işlevsel değil. Çoğu girmedi derneğe. Etimesgut ve Sincan’da yerel gazeteciler ayaklar altında. Etimesgut Sincan sınır, birbirine yakın olduğu için birlikte anılır. Hepsi de iç içedir.”

Onların gittiği programa biz de gideriz, bizim gittiğimiz programa onlar da gelir ama öbür taraftan bu tarafa kimse gelmez.” (K2)

K3 ve K1 ise diğer yerel gazeteleri rekabete girmesini girmeye değer nitelikte bulmamaktadır:

“İşbirliği yok. Kendimden başka rekabet edecek kimseyi görmüyorum. Ben kendimle savaşıyorum. Başka birini rakip olarak görmüyorum. Kim ne yaparsa yapsın. Ben işimi yapmaya çalışıyorum. Sincan’da bir dernek kuruldu ama yeterince işlevsel değil. Kurumsallaşmayan hiçbir şeyin yanında olmam.” (K3)

“Rekabeti çok seviyorum. Bu kaliteyi getirir. Ancak burada rekabet edebileceğim kendi ayarımda kimse yok.” (K1)

Her ne kadar yöneticiler aralarında rekabete dayanan bir ilişki olmadığını söylese de K2’nin açıklamaları aslında üstü örtülü bir ticari rekabete işaret etmektedir:

“Gazeteciler birbirlerinin içeriğine, dizaynına bakmaktansa önce reklam sayfasına bakarlar. Senin reklam aldığın yere, ertesi gün reklam sahibine gidip bin lira ise reklam parası yarı parasını ister. Sonra ikinci sefer siz gidip reklam alamazsınız. Gazeteciler birbirlerinin kuyusunu kazıyorlar.” (K2)

Yerel Gazetelerin İçeriği

Yerel basında içerik bakımından da önemli eksiklikler göze çarpmaktadır. Ağırlıklı olarak Etimesgut ve Ankara haberlerine yer verilmektedir.

“Gazetenin merkezi Etimesgut olduğu için benim gazetemın manşetleri de yüzde 99 Etimesgut’tur. Hangi parti olursa olsun fark etmez. Buranın iktidarı kimse mecburen oranın haberinin vereceksin. Herkesin kendi bölgesinin haberini manşete çekmesi gerekir. Ancak bu bizim gibi yerel gazeteler için büyük sıkıntı oluşturuyor. Vatandaşa bunu anlatmakta sıkıntı yaşıyoruz. Vatandaş başka yerin haberini zaten diğer gazetelerden okur. Önemli olan yerel haberleri bulup, buranın haberini vermektir. Ancak bazı gazeteler var ki merkezi Etimesgut ya da Sincan olsa bile oranın

belediye başkanı ile aralarında bir sürtüşme varsa oranın haberini genellikle vermezler.” (K2)

“Biz zaten ulusalda yayınlanan haberleri gazetemize pek koymuyoruz. Yerel haberler üzerinde çalışıyoruz. Haber değeri yoksa haber yapmıyoruz.” (K3)

K4 ise Etimesgut ve Ankara haberleriyle yetinmediklerini, Ankara dışından haberlere de yer verdiklerini ifade etmektedir:

“Adres burası ama sadece buraya ait değil Ankara’ya yönelik veya Ankara dışından da haberler giriyorum.” (K4)

İçerik anlamında değerlendirildiğinde gazetelerde özel haber niteliği taşıyan haberlerin ya çok az ya da hiç olmadığı görülmektedir. K1 bu durumu eleştirmektedir:

“Gazetelere bakarsanız özel haber bulamazsınız. Hep sağdan soldan alınan kopyala yapıştır haberler vardır. Gazetecinin kendi yazdığı düzenli olarak birkaç haber bulamazsınız. Haber yazma kültürü bitmiş zaten. İnternetle uyumlu hale gelemediğimiz için haber mecburen bayatlıyor. Dolayısıyla internet kullanmayan vatandaşlara daha fazla hitap ediyoruz sanırım.” (K1)

Aynı gazete yöneticisi kurumlardan ya da belediyelerden gelen haberlerin gazetelerde olduğu gibi verildiğine dikkat çekmektedir.

“Ne ajans haberlerini ne de belediye haberlerini bize geldiği gibi kullanmıyoruz. Haberlere kendi ruhumuzu katarak yeniden yazıyoruz. Ancak kimi arkadaşlar var ki; kendilerine yollanan haberleri noktasına virgülüne dokunmadan, yazım yanlışlarıyla olduğu gibi vermektedirler. Haberler nasıl geldiye öyle kullanılıyor.” (K1)

Gazetelerin Dağıtımı ve Halka Ulaştırılması

Gazetelerin dağıtımı ya kendileri tarafından ya da ücretli olarak tutulan öğrenciler aracılığıyla yapılmaktadır. Ancak gazeteler bedava dağıtılmasına rağmen halk tarafından çok fazla ilgi görmemektedir.

“Gazete çıktığı zaman kendimiz dağıtıyoruz. Esnafa ve cami önlerinde dağıtıyorum.” (K2)

“İki üniversite öğrencim var. Gazete çıktığı zaman dağıtımını onlar yapıyor. Harçlıklarını da veriyorum. Gazete çıkardığım gün on tane arşive koyup dağıtırız. Ertesi güne bir tane kalmaz.” (K3)

“Gazeteyi ücretli dağıtım elemanlarına dağıttırıyoruz. Eskiden sponsorlarımız vardı. Reklam alabiliyorduk ama şimdi internet gazeteleri de çıktı. Yazılı basın arka planda kaldı. Genelde insanlar artık gazeteyi takip etmiyor. Hatta düşünün benim gittiğim bayiler var. Geçenlerde ulusal gazetelerden biri gün boyu sadece dört adet satmış. Onlar da bile satış azaldı. Belki ben onlardan daha fazla dağıtıyorum.” (K4)

Yerel Gazeteler ve İstihdam

Gazete yöneticileri ekonomik sorunlardan dolayı personel çalıştıramamaktadır. Mevcut elemanları ise çok düşük ücretle çalışmaktadırlar. Nitelikli eleman bulma konusunda da sıkıntılar yaşayan katılımcılar, iletişim fakültelerinde verilen eğitimin yeterli olmadığını düşünmektedirler.

“İletişim fakülteleri gazeteci yetiştiremiyor. Ne manşet seçmeyi ne gazeteyi okutturmaya ne internete haber yüklemeyi biliyorlar. Yetiştirilir mi yetiştirilir. Ancak yerel basının onları istihdam edecek gücü de yok zaten. Gazeteler baskı maliyetini zor karşılarken, nasıl istihdam sağlasın? Çoğu gazetenin ofisi bile yok.” (K1)

“Şu anda ekonomik durumun yetse bile o kapasite yok. Aldığın elemanın çok tecrübeli olması lâzım. O da gelip de yerel bir gazetede çalışmaz. Gönderdiğin elemanın peşinden sende gidiyorsan zaten elemana gerek yok. Bir de o elemanın masrafını çıkaracak reklam alması gerekir, gazetenin ayakta kalmasını sağlamak için.” (K2)

“Yerel gazetelerin maddi güçlerinden dolayı eleman çalıştırmaları çok zor. Ulusal basın da her diploma alanı istihdam etmiyor. Bir eleman ilanı verdiğim zaman bir ayda en az 300 kişi başvuruyor. Mezunların da yeterli olduğunu düşünmüyorum. Okuldan mezun bir arkadaşın bizim gazetede çalışabilir seviyeye gelmesi için en az 6 ay burada çalışması gerekiyor. Yerel gazetede çevre çok geniş olacak. Herkesi tanıyacaksın. İktidarı da muhalefeti de tanıyacaksın. Yoksa bu gazete ne okunur ne satılır ne de reklam alır.” (K3)

“Bu mesleği ilerde yapmak istiyorlarsa gelip yapsınlar ama maaşı için geliyorlarsa bu işten vazgeçsinler. Kendilerini yetiştirmek istiyorlarsa bir yerel gazetede çalışmaları gerekir. Okulda haber yazımını öğreniyorlar ama haber yaratıcılıkları, girişimcilikleri yok. Her işin bir başlangıcı vardır ama ustalaşmak zaman ister. Yoksa kapımız hepsine açık.” (K3)

“İş ilanı verdiğimizde ilk sordukları soru ne kadar maaş veriyorsunuz? Mesleği öğrenmek ya da kendilerini yetiştirmek gibi bir düşünceleri yok. Bizim iş bir devlet memurluğuna ya da bankacılığa benzemez.” (K5)

Yerel Gazetelerin Temel Sorunları

Yerel gazete yöneticilerinin en önemli sorunlarının başında ekonomik sıkıntılar gelmektedir. Ticari bir kuruluş olarak gazeteler, ayakta kalabilmek için reklam ve ilan gelirine ihtiyaç duymaktadırlar. Ticari kaygılardan dolayı asli görevini yerine getiremeyen yerel basında, gazetelerin ve gazetecilerin itibarı ayaklar altına alınmaktadır.

“Yerel basın maddi yönden birilerine kul köle oluyor, bunu kabul etmek lazım. Ben aylık çıkarıyorum ama ‘her ay çıkarıyor musun’ dersen zor. Çünkü kimseye sırtımızı dayamıyoruz. Ancak dolaşyoruz reklam bulabilirsek o ay bulduğum reklamlarla çıkarıyorum, bulamazsam o ay çıkarmıyorum. Basının hepsinin sorunu mali sorunlar. Diğer sorunlar, her şey buna bağlı. Devlet desteği olmadığı müddetçe bu sorunlar giderilemez.” (K2)

“Etimesgut gibi büyük bir ilçe için gazetelerin sayısı yeterli değil. Doğruları yazan insanları kimse sevmez. Bir kurumla ilgili halkı ilgilendiren bazı konuları yazdığınızda kimse sizi sevmez, kimse size reklam vermez. Bizim arkadaşlarımız genelde ilçe bazında mecburen onlara boyun eğmek zorundalar. Onlar ne diyorsa onu yazıyorlar. Bu da bu mesleği yere seriyor. Özgür bir şekilde bu işi yapamıyoruz. Yerel gazeteyi hafife alanlar oluyor. ‘Yerelsin senin gazetenı kim okur, yazsan ne olur’ diyenler oluyor. Şunu unutuyorlar yerel gazete baskısı kadar da gezerken, çarşıda, pazarda gazetenin baskısından daha çok haber yayıyor.” (K3)

“En önemli sıkıntımız reklam alamıyoruz. Reklam olmazsa gazete çıkmaz. Ondan sonra diğerleri halledilir.” (K4)

Bir kişi hakkında olumsuz haber yapılmasının reklamların kesilmesi anlamına da geldiğini belirten gazete yöneticilerinden biri reklam verenlerin gazetenin sahibi gibi davrandıklarını belirtmektedir. Hatta K2, bu konuyla ilgili sıkıntıları yaşadığı bir olaydan yola çıkarak şöyle aktarmaktadır:

“Burada bir kaza oldu, haberini verdim ve dolmuşçuları eleştirdim. Hemen bir telefon geldi ‘Biz sana reklam veriyoruz, niye bizim aleyhimize haber yapıyorsun’ diye. Yanlış yerde durdu, kaza yaptı ve yöneticileri göreve davet ettim. 50 ya da 100 liralık ilan verdim diye gazetenin sahibi gibi davranıyorlar. Ben bir daha gidip reklam istemedim. Ben istediğim şekilde haberimi yaparım. Onu bile koz olarak kullanıyorlar. Bu bizim lehimize, bundan sonra daha dikkatli olalım, çekidüzen verelim demiyorlar.” (K2)

Katılımcı K5 ise her isteyenin gazetecilik yapabilmesini eleştirmektedir. Gazetecinin bir standardı olması gerektiğini belirten K5, bu mesleğin işi bilmeyen insanlar tarafından yapıldığını ifade etmektedir:

“En önemli sorun, yetişmiş eleman sıkıntısı. Gazete sahiplerinin de gazeteci kökenli olması gerekiyor. Bugün sokakta geçen vatandaş istediği zaman gazete çıkarabilir. Bunun kıstası yok. Berber sertifikası olmadan dükkân açamıyor, ama vatandaş gazete çıkarabiliyor, istediğini de yazabilir. Kimse de bir şey demiyor. Haber yazmayı bilmeyen, eli kalem tutamayan, röportaj yapamayan, konuşmasını bile bilmeyen insanlar gazetecilik yapıyor.” (K5)

Yerel Gazetelerin Yerel Yönetimle İlişkileri

Yerel basının en önemli görevlerinden biri de yerel yönetimle halk arasında bir köprü oluşturmak, halk adına yönetimi denetleyerek, sorunlara çözüm üretilmesinde aktif bir oynamaktır. Yerel basının işlevlerini gereğince yerine getirmesi durumunda yerel basının başarılı olma şansı artacaktır. Nitekim gazete sahipleri arasında Etimesgut'ta yerel seçimlerin kaderini değiştirdiklerini iddia edenler de bulunmaktadır.

“Yerel yönetimlerle her zaman aynı şekilde hareket edilmez. Bazen kavga, bazen iyi geçinmeler olur. Şu anda bizim bir sorunumuz yok.

İstedığımız gibi hareket edebiliyoruz, gidip görüşüyoruz. Yapılan haberleri gönderiyorlar, bizleri programlara davet ediyorlar.” (K2)

“Siyaset aracı olarak en iyi kullanılan yer yerel basındır. Gazeteler ayakta kalabilmek için yerel yönetime yakın durmaktadır.” (K2)

“Ben, gazetem olarak her yerel yönetime aynı mesafedeyim. Siyaset malzemesi olarak özellikle seçim dönemlerinde kullanılıyor. Seçim zamanı Ankara’da yerel gazetelerin yüzde 80’i mantar gibi ortaya çıkar. Seçim biter, sadece üç beş gazete kalır. Bu tamamen fırsatçılık. İki taraflı çıkar ilişkisi oluyor. Ama genellikle dik duran arkadaşlar baskılarına devam ediyor.” (K3)

“Sadece yerel yönetim değil kim olursa olsun hakkında olumsuz bir şey yazdığınızda, kuyruğuna dokunduğunuzda sorun yaşarsınız, mahkemelik olursunuz. Gazetecilik yapmanın şu anda hiçbir anlamı yok. Eskiden mesleğimi severek yapardım ama şu anda kimse eleştiriye kaldıramıyor, hemen mahkemeye koşuyorlar. Mahkemede adamınız varsa sorun olmuyor. Yani parası olan her zaman kazanıyor.” (K4)

“Yerel yönetimle ilişkilerimizi dengeli bir şekilde yürütüyoruz. Ya havuz medyasına gireceksiniz ya da dışında kalacaksınız. Biz ortasında duruyoruz.” (K5)

Yerel Gazetelerin İşlevleri

Yerel basın, öncelikli olarak bulunduğu yörenin haberlerini vermek, sorunlarını dile getirmek, yerel yönetimle halk arasında bir köprü oluşturmak ve kamuoyu oluşumuna katkı sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır. Ancak yerel gazetecilik anlayışının ticari yanı ağır basan bir faaliyete bürünmesi aynı zamanda bu gazetelerin çoğunun reklam ve ilan almak için kurulan naylon gazeteler hüviyetine kavuşmasına neden olmaktadır. Gazeteciliği her şeyiyle bir meslek olarak idrak etmiş, her şeye rağmen gazetecilik yapma derdinde olanlar bu şekilde anılmaktan hoşnut değildir.

“Yerel basın halkın sesidir ancak görevini tam olarak yapamıyor. Her şeyin başı maddiyat. Eğer ki kendi maddi gücünüz varsa gazetecilik yapmak kadar zevkli bir meslek yok.” (K2)

“Gazetecilik bölgelerindeki insanları aydınlatmak için en önemli araçlardan biridir. Ancak maddi yönünü temin edemezseniz hiçbir şey yapamazsınız. Bir yere ya da birilerine bağımlı olursanız, vatandaşın istediği haberi yapamazsınız.” (K3)

“Yerel gazetelerin görevini yaptığını düşünmüyorum. Bana göre sadece yerel değil ulusal gazetecilik de bitmiş durumda. İnternet haberciliği daha çok tıklanıyor. Haftalık ya da aylık çıkan bir gazetenin sıcak haber verme şansı çok az. İnsanlar da sıcak haberi çok daha fazla okuduğu için gündemi ne kadar takip ediyoruz desek de haberler bayat oluyor ister istemez.” (K1)

Halkın Yerel Gazetelere Bakışı

Yerel gazeteler, halk tarafından yeterli düzeyde ilgi görmemektedir. Hatta Etimesgut halkının çoğunluğu, yerel gazetelerin adını dahi bilmemektedir. Peki, bunun sorumlusu gazete yöneticileri midir yoksa halk mıdır? Gazete yöneticilerinin geneli halkın okuma alışkanlığı olmadığını belirtmektedir. Ancak gerek ulusal gerek yerel olsun yazılı basın genel anlamda okuyucu kaybetmektedir. Bunda Türkiye’de okuma kültürü ve bilincinin henüz tam olarak yerleşmemesi en büyük etkidir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü’nün (UNESCO) verilerine göre Türkiye, kitap okuma oranında dünyada 86’ncı sırada, yoksul Afrika ülkeleriyle aynı kategoride bulunmaktadır. TÜİK’e göre ise Türkiye’de kitap, ihtiyaç listesinin 235’inci sırasında yer almaktadır. Dünyada kitap için kişi başına harcanan para ortalama 1,3 dolarken, Türkiye’de çeyrek dolardır (www.cnnturk.com). Böylesi bir tablo ise yaygın basını olduğu kadar yerel basını da olumsuz yönde etkilemektedir.

“Vatandaş gazete almayı sevmiyor. Ama önüne gelen gazeteyi de okuyor. Okurken resmi okuyor, metni okumuyor.” (K1)

“Halk maalesef iyi bir okuyucu değil. Çünkü okumuş olsalar gazetenin içeriğini bilmiş olsalar, hiçbir gazeteye bu onun, şunun gazetesi diye bakmazlar. Çünkü benim her görüşten köşe yazarım var gazetede. Vatandaş gazetelere parti ayrımı yaparak bakıyor. Gazetenin içeriğine bakmıyorlar. Kendine yakın hangi gazete varsa onu alıyorlar. Bu şekilde alıştırılmış vatandaş. Hele seçim zamanları bu işler ayyuka çıkar. Gazeteler partiyle anlaşır ve onların haberini verirler. Seçim zamanı hiçbir gazete bedava

çalışmaz. Gazetenin ayakta durması seçim zamanında elde ettikleri parayla. Onunla epey süre idare ederler. Ama bu işin bu şekilde olduğunu herkes biliyor. Kim parayı verirse o gazete onun haberini yapar.” (K2)

“Türk milletinin okuma alışkanlığı yok. Kendisi ile ilgili haberi yoksa vatandaş bunu alıp atıyor. Aykırı haberler yapılıyorsa okunuyor.” (K3)

Yerel Basın ve Etik Değerler

Ulusal basının bir parçası olan yerel basın, etik açıdan da ulusal basınla benzerlik göstermektedir. Gazete sahiplerinin hepsi etik değerlere dikkat ettiklerini belirtmekte ancak bir yandan da şunu vurgulamaktadır: “Gazeteler gücünü şantaj aracı olarak kullanmaktadırlar.”

“Etik değerlere çok dikkat ederim. Hiç kimseye belden aşağı vurmadım. Kimsenin yaşamı da beni ilgilendirmez. Haber değeri varsa yazarım. Bazı gazeteler siyasileri gizli gizli takip ediyorlar, fotoğraflarını çekiyorlar. İlerde şantaj olarak kullanmanın yoluna gidiyorlar. Yerel basında mahkemelerin bir kısmı bundandır.” (K2)

“Etik kavramlara yerel basın hiç dikkat etmiyor. Bu da ekonomik zaaftan ileri geliyor. Yerel basın deyince kime sorarsanız sorun şantajcı denilir. Kötü haber yaptın mı sen karşının şantajcısın. İyi haber yaptın mı karşı taraf sizi buranın yalakası diye nitelendiriyor.” (K1)

“Yalan haber yapanlar da var, birisine kızgın ya da arası açık diye ‘hayatını söndüreyim, kirli işlerini ortaya çıkarayım’ diyenlerde. Bazen arkadaş ortamında güvenilip sohbetlerimiz oluyor. Bunların gizli kalması gerekiyor, tutup bunları yazarsanız bu sana olan güveni yitirir, gazeteciliğini bitirir.” (K2)

“Bilgilere, belgeler dayanmadan iddialarda bulunursanız adliyeden bu tarafa gelemesiniz. Gittiğimiz de oluyor. Yaptığın haber o kurumu sarsıyor ve sonra sizi dava ediyor. Masa başında oturup haber yazarsanız her türlü cezalandırırınız. Ama bilgilere, belgelere dayandırarak gerçek haber yazarsanız bir sıkıntı yaşamazsınız.” (K3)

“Kulaktan dolma bir dedikoduyu oturup da sayfalarımda asla yazmam. Gazetecilik güven meselesidir. Siz ona o güveni verirseniz sizin yanınızda

istediğini konuşur, çünkü senin yazmayacağını ve onun aleyhinde kullanmayacağını bilir.” (K5)

Yerel Basının Ulusal Basın Karşısındaki Konumu

Ulusal gazetelerin Ankara sayfaları hatta ekleri çıkarmaya başlamaları Etimesgut basınına çok fazla etkilememiştir. Onlara göre yerel basının gücü göz ardı edilmektedir. Yerel basın istediğini iktidara getirir, istediğini de iktidardan indirir.

“Ulusal basın yerel basını hiçbir zaman etkileyemez. Ekleri de ekleyemez. O eklerde verilen haberleri zaten biz de veriyoruz. Eklerde haberler Ankara genelini vermez. Bir iki belediyenin haberini yapıyorlar. Ulusal haberden gelip de buradan kolay kolay haber yapamazlar bir çıkarı olmadıkça.” (K2)

“Yerel basın ulusal basından çok daha güçlü. İstedikini iktidara getirir, istediğini götürür.” (K2)

“Ulusal gazetelerin Ankara ekleri aslında yerel gazetelerden daha az basılıyor, vatandaş gazetesinin tirajına bakıyor ama bunun farkında değil. Ben onlardan daha çok dağıtıyorum. Bu açıdan yerel gazetelerin ulusal gazetelerden daha etkili olduğunu söyleyebilirim.” (K3)

“Benim gazetem haberlerini ulusal basın alıp kullanıyor, manşete çıkıyorlar. Ya da yaptığımız haberin bir değişimini yapıyorlar. Bizi takip ediyorlar. Bu anlamda ben onlarla değil ama onlar benimle rekabet etmeye başladılar diyebilirim. Rekabet kalitesi güzel olunca beni heyecanlandırıyor.” (K1)

“Yerel gazete kendini sevdirmişse o bölgede, insanların ona güveni varsa o gazete tutuluyor. Ulusal gazeteler taraflı olduğu için fazla itibar görmüyor.” (K4)

Yerel Basının Geleceği

Gazete yöneticilerinin hemen hepsi yerel basının geleceğine karamsar bakmaktadırlar. Aralarındaki şahsi sorunları bir kenara bırakıp, birlik beraberlik olmadıkça yerel basının durumunun daha da kötüye gideceğini düşünmektedirler.

“Geleceği karanlık belki bundan sonra daha da kötüye gider ya da komple siyasilerin egemenliğine girer. Yerel basın bir saygınlık kazanması için önce kendi aralarında birlik beraberlik sağlaması ve birbirleriyle kavga dövüşü bırakması gerekir.” (K2)

“Yerel basının kurumsallaşmadığı sürece geleceği olmaz. Günübirlilik yaşam olur.” (K3)

“Mutlaka bu işin bir yasal çerçevede bir düzenlemesi ve daha etkili denetimlerin yapılması gerekir. Yoksa bu işin geleceği olmaz.” (K1)

“Bugün gazeteler parayı veren düdüğü çalar konumuna geldi. Kim güçlüyse o gazete biraz daha ön planda tutuluyor.” (K4)

“Sadece yerel gazeteler değil ulusal gazetelerin bile geleceği parlak değil. Eskiden mutlaka birkaç gazete alır, okurdum ama şimdi buna ihtiyaç duymuyorum çünkü gazeteleri internetten takip ediyorum.” (K6)

Yerel Basın ve Özeleştir

Başta ekonomik sorunlar olmak üzere yerel basın birçok sorun yaşamaktadır. Ancak yerel basın halkın sesini gerçekten duyurabiliyor mu? Görev ve sorumluluklarını yeterince yerine getiriyor mu? Bu noktada yerel basının da kendini gözden geçirmesi ve özeleştir yapması gerekmektedir.

“Kendilerine çekidüzen vermediği müddetçe yerel basın bu sıkıntıları her zaman yaşar. Biz ne yapıyoruz, nereye gidiyoruz. Kendimizi de eleştirmemiz lazım. Bu kadar çok yerel gazete var ama kimse yerel basını önemsemiyor. Ne siyasiler ne esnaf ne de dernekler. Çünkü şu zihniyet var. Biz parayı veririz, haberi yaptırırız. Yerel gazeteciliği bu duruma getirmişler.” (K2)

“Ruhumuzda şantajcılık var. Ve kimi zaman bunu idarecilere bir güç olarak kullanıyoruz. Akıllı olanlar bunu ekonomiye çeviriyor, deli olan, cesareti olan ise yazıyor.” (K1)

“Gerçekten bu işi kimseye bağımlı kalmadan yapan arkadaşlarımız var. Ankara genelinde bu bir elin parmağını geçmez. Ama bu işi farklı amaçlarla yapanların haddi hesabı yok.” (K3)

“Önce yerel gazeteler kendileri saygın olsun ki karşıdaki insanlar da ona saygı göstersinler. İşi olmayan gazete kurabiliyor. Bunun engellenmesi lazım. Bu da saygınlığı yok ediyor. Bence yerel gazetelerin çoğu kapanmalı. Eğer beni de kapatacaklarsa kapatsınlar. Gerçek manada işini yapanları engellemesinler.” (K4)

Sonuç

Siyasetin merkezi olan Ankara’da ulusal gazetelerin ya da televizyonların büyük çoğunluğunun bürosu bulunmaktadır. Ankara’da ulusal basının etkinliği, yerel basını arka planda bırakmaktadır.

Etimesgut’ta bulunan yerel gazeteler gelişen teknolojiye ayak uydurmayı başarmışlardır. Ofset tekniği ile basılan gazetelerin biri dışında hepsinin web sitesi ve sosyal medya ortamları bulunmaktadır. Yerel gazetelerin tasarımı da ulusal gazeteleri aratmayacak niteliktedir. Anadolu’da birçok yerel gazete hala eski matbaa sistemlerine göre basılmakta ve internet haberciliği yapamamaktadır. Bu açıdan Ankara yerel medyasının daha şanslı olduğu söylenebilir.

Demokratik toplumlarda önemli bir güç olan yerel gazeteler halkın sesini yeterince duyuramamaktadır. Yerel gazetelerin çoğunda ilan ve reklam odaklı bir gazetecilik anlayışı hâkimdir. Bu durum yerel basının özgürlüğünü zedelemekte ve halkın haber alma olanaklarını kısıtlamaktadır.

Gazete yöneticileri açısından yerel gazetelerin en önemli sorunu maddi imkânsızlıklardır. Bu aynı zamanda yerel gazetelerin yaşadığı birçok sorunun da nedeni olarak görülmektedir. Gazete yöneticileri ekonomik sorunları çözüldüğü takdirde daha kaliteli bir gazete çıkarabileceklerini ifade etmektedirler.

Yerel yönetim- gazeteci/gazete arasında ilişkide belirleyici unsuru ilanlar ve reklamlar oluşturmaktadır. İlan ve reklam alabilmek açısından yerel yönetimle hatta reklam verenlerle iyi geçinmek önemli bir unsurdur. Bu durum dördüncü bir kuvvet olarak basının denetleme görevini yerine getirebilmesi bakımından olumsuz etkindir. Aynı zamanda ticari kaygıların ön planda tutulduğu bir gazetecilik anlayışı gazetelerin ve gazetecilerin itibarını da zedeleyici bir etkiye sahiptir.

Yerel basın gazetecilerin yetiştiği bir okul niteliği taşımaktadır. İletişim fakültesi mezunlarının istihdamı açısından ulusal basının yetersiz kalması nedeniyle bu sorunun çözümünde de yerel basın kilit bir rol oynayabilir. Ancak yerel gazetelerin ekonomik sorunları eleman istihdamı önünde bir engel teşkil etmektedir. Yerel gazete sahiplerinin iletişim fakültesi mezunlarının nitelikli ve yeterli olmadığını düşünmesi de iletişim fakültelerinde verilen eğitimin gerek teorik gerekse de pratik bakımdan sorgulanması gerektiğini düşündürmektedir.

Yerel gazetelerde çalışanlar içinde iletişim fakültesi mezunlarının sayısı oldukça düşüktür. Her ne kadar gazete sahipleri iletişim fakültesi mezunlarını yetersiz buluyor olsa da yerel gazetelerde çalıştırılmak için gazetecilik eğitimi almış ve bu mesleğin ruhunu özümsemiş kişilerin tercih edilmesi kaliteyi artıracaktır. İletişim fakültesi mezunlarının yerel medyada çalışmasını sağlayıcı düzenlemeler de yapılabilir. Yerel basın ile iletişim fakülteleri arasında yapılacak işbirlikleri vasıtasıyla iletişim fakültesi mezunları yerel gazetelerle buluşturulabilir ve mezunların istihdamına katkı sağlanabilir.

Yerel basın temsilcilerinin de yakındığı gibi herhangi bir yeterlilik/standart aranmadan herkesin kolaylıkla gazete çıkarabildiği ve hatta gazetecilik yapabildiği bir ortamda bu durumun neden olabileceği dezavantajları ortadan kaldırmak ve kalitenin artmasını sağlayabilmek açısından özellikle de iletişim fakültesi mezunu olmayan yerel gazete temsilcilerine ve çalışanlarına yönelik bir eğitim programı düzenlenebilir. İletişim fakülteleri tarafından düzenlenecek eğitim programları vasıtasıyla gazetecilikle ilgili temel bilgiler verilebilir, haber yazım teknikleri öğretilir ve yerel gazete sahipleri ve çalışanlarının basın meslek ilkeleri ve etik kuralları konusunda bilgilendirilmesi sağlanabilir. Böyle bir eğitim yerel gazete çıkarılabilmesi bakımından zorunlu tutulabilir.

Haber eksikliğini gidermek ve haber çeşitliliğini artırmak için vatandaş gazeteciliği olarak tanımlanan gönüllü gazetecilik türü yerel medyada yaygınlaştırılabilir. Ayrıca Etimesgut yerel basınına bir araya getirecek, bir örgütlenme ihtiyacı olduğu da görülmektedir.



Yerel gazetecilik açısından önemli bir potansiyel taşıyan Etimesgut'ta yerel gazetelerin niteliği daha da artırılabilir ve içerikleri zenginleştirilebilir. Her ne kadar yerel gazeteler ekonomik sorunlar başta olmak üzere birçok sorun yaşasa da öncelikli olarak yerel medyanın kendini gözden geçirmesi ve öz eleştiri yapması gerekmektedir. Yerel gazetelerin desteklenmesi de yerel gazetelerin yayın hayatına devam edebilmesi ve niteliğini arttırıcı bir rol oynayabilir.

Kaynaklar

- Akdoğan, C. (1997), *Milli Mücadele Döneminde Ankara Basını*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Birsen, H. (2011), "Yerel Basın Yöneticilerinin Bakış Açılıyla Eskişehir Yerel Basını" *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi e-gifder*, Sayı:1, ss. 116 - 1421.
- Bodur, F. (1997), *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Büyükbaykal, G.N (2005), "Türkiye'de Yerel Basının İşlevi ve Önemi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 23, ss. 83-88.
- Demir, V. (2007), *Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi*, Birinci Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Ekiz, D. (2009), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayınları.
- Erdem, B. N. (2007), "12 Eylül İhtilal'inin Yerel Basının Haber Seçimleri Üzerindeki Etkisi: Hâkimiyet Gazetesi Örneği", *Türkiye'de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erdem, B. K. (2007), "Birbirinin Çözümü Olan İki Sorun: Yerel Basında Profesyonel Kadro Eksikliği ve İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorunu", *Türkiye'de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2006), "Türkiye'de Ulusal ve Yerel Gazetelerin Habercilik Anlayışları: Deprem Haberlerinin Karşılaştırmalı Analizi", *Selçuk İletişim Dergisi*, 4 (3), 51-64.
- Faraç, M. (1999) "Türkiye'de Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi", *Türkiye'de ve Almanya'da Yerel Gazetecilik*, Konrad Adenauer Vakfı.
- Gezgin, S. (2007), "Türkiye'de Yerel Basın", *Türkiye'de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Girgin, A. (2001), *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Gürel, N. (2007), "Yerel Basının İşlevi ve Demokrasilerde Önemi", *Türkiye'de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kayaçan, İ. (1996) *Basınımızın Anadolu Cephesi*, Ece Yayınları.
- Köse, H. ve Bakan, U. (2010) "Erzurum Yerel Gazetelerinin Hizmet Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi (VZA) Yöntemiyle Ölçülmesi", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı: 13, Kış, 7-28.
- Nalcioğlu, B. U. (2007), "Türkiye'de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Türkiye'de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s. 197-209.
- Orhan, A. (2001), *Kitle İletişim ve Yerel Medya*, Birinci Baskı, Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Sözen, E. (2004), "Yerel Medya Ne Kadar Yerel", *X. Yerel Medya Eğitim Semineri* (20-21 Şubat 2004), Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları.

- Şeker, M. (2007), *Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler*, Konya: Tablet Yayınları.
- Temel, M., Korkmaz, A., Somuncu, B. ve Şilen, K. (2012), “Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Bir Alan Araştırması”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:9, Sayı: 19, s.125-157.
- Tevfik, İ. H. (1935), *Ankara Vilayeti Gazete ve Mecmuaları*, Filibe: Tefeyyüz Matbaası.
- Tokgöz, O. (2001), “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi”, *İletişim Dergisi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9.
- Tokgöz, O. (2000), *Temel Gazetecilik*, 4. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Tütengil, C. O. (1968), *Türkiye’de Bölge Gazeteciliği*, İstanbul Matbaası.
- Vural, A. M. (1999), *Yerel Basın ve Kamuoyu*, Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: 1141.
- Vural, A. M. (1996), “Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın”, *Yeni Türkiye Dergisi* Medya Özel Sayısı, Sayı: 12, s.1053-1067.
- Vural, A. M. (2001), “Toplumsal Gelişim Sürecine Katkı Sağlayan Bir Araç Olarak Yerel Medya”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(11), 115-126. <http://dergipark.gov.tr/iuifd/issue/22878/244564>
- Yağbasan, M. (2003), “Yerel Medyanın Etkinliği (Elazığ İli Örneği)”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, ss. 291-308.
- Yaşın, C. (2009) “Türkiye’de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 28, ss. 115-151.
- Yüksel E. ve Gürcan H.i. (2005), *Haber Toplama ve Yazma*, Konya: Tablet Kitabevi.
- Yalçınkaya, B., “Yerel Basın Nereden Nereye Geldi” (08.08.2016) <http://bekiryalcinkaya.tr.gg/Sincan-Yerel-Bas&%23305;n-Kimli&%23287;i.htm> (Erişim Tarihi: 05.03.2018)
- “Türkiye Kitap Okuma Oranında Kaçınıcı Sırada”, (21.02.2017) <https://www.cnnurk.com/video/turkiye/turkiye-kitap-okuma-oraninda-kacincici-sirada>, (Erişim Tarihi: 24.03.2018)
- <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/> (Erişim Tarihi: 15.03.2018)
- <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Asp?MevzuatKod=1.5.5187&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=> (Erişim Tarihi: 16.03.2018)