

**T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YEREL GAZETELERDE OKUR TEMSİLCİLİĞİ  
UYGULAMALARI:  
SAKARYA YEREL GAZETELER ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Zülfükar ÖZÇELİK**

**Enstitü Anabilim Dalı: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık**

**Tez Danışmanı: Dr.Öğr.Üyesi Mehmet GÜZEL**

**MAYIS – 2019**

T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ




YEREL GAZETELERDE OKUR TEMSİLCİLİĞİ  
UYGULAMALARI:  
SAKARYA YEREL GAZETELER ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zülfükar ÖZÇELİK

Enstitü Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 21./05/2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Prof. Dr. Emel Ş. Başfırk	Basarılı	
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜZEL	Basarılı	
Dr. Öğr. Üyesi Meltem GÜNÖRS	Basarılı	



SAKARYA  
ÜNİVERSİTESİ

T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU

Sayfa : 1/1

Öğrencinin

Adı Soyadı	:	Zülfükar ÖZÇELİK
Öğrenci Numarası	:	1660Y64015
Enstitü Anabilim Dalı	:	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
Enstitü Bilim Dalı	:	
Programı	:	<input checked="" type="checkbox"/> YÜKSEK LİSANS <input type="checkbox"/> DOKTORA
Tezin Başlığı	:	YEREL GAZETELERDE OKUR TEMSİLCİLİĞİ UYGULAMALARI: SAKARYA YEREL GAZETELER ÖRNEĞİ
Benzerlik Oranı	:	%13

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

  
18.06.2019  
Öğrenci İmza

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere .....@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

  
18.06.2019  
Öğrenci İmza

Uygundur

Danışman  
Unvanı / Adı-Soyadı: Dr.Öğr.Üyesi / Mehmet GÜZEL

Tarih: 18.06.2019

İmza: 

KABUL EDİLMİŞTİR

REDDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

## **ÖNSÖZ**

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, gelişmesinde ve sonuçlanmasında bana önemli katkı lar sağlayan değerli danışmanım Dr.Öğr.Üyesi Mehmet GÜZEL'E teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Çalışmanın ortaya çıkma sürecinde fikirleriyle ve önerileriyle desteklerini yanımda bulduğum çok değerli akademisyenlere, araştırmanın veri toplama sürecinde çalışmanın şekillenmesine ve sonuçlanmasına görüşleriyle değer katan Sakarya'da günlük süreli yayımlanan yerel gazetelerin temsilcilerine, aileme ve arkadaşlarıma da şükranlarımı sunarım.

**Züfekar ÖZÇELİK**

**21/05/2019**

# İÇİNDEKİLER

<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>v</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BÖLÜM 1: GAZETECİLİK, ETİK VE OKUR TEMSİLCİLİĞİ</b> .....	<b>6</b>
1.1. Etik .....	6
1.1.2. Gazetecilik Mesleği ve Etik .....	7
1.1.3. Özdenetim .....	11
1.1.3.1. Basında Özgürlük ve Sorumluluk .....	11
1.1.3.2. Basında Özdenetim.....	13
1.1.4. Dünya’da Okur Temsilciliği .....	16
1.1.4.1. Ombudsmanlık .....	16
1.1.4.2. Basın ve Okur Temsilciliği.....	17
1.1.5. Türkiye’de Özdenetim .....	21
1.1.5.1. Basın Birliği.....	22
1.1.5.2. Basın Konseyi.....	24
1.1.6. Türkiye’de Okur Temsilciliği .....	26
1.2. Yerel Basın.....	30
1.2.1. Türkiye’de Yerel Basın .....	33
1.2.2. Yerel Gazetelerin İşlevi ve Önemi.....	35
1.2.3. Yerel Gazetelerin Genel Sorunları .....	38
1.2.4. Yerel Basında Okur Temsilciliği .....	41
1.2.5. Sakarya’da Yerel Gazeteler .....	42
<b>BÖLÜM 2: YEREL GAZETELERDE OKUR TEMSİLCİLİĞİ</b>	
<b>UYGULAMALARI: SAKARYA YEREL GAZETELER ÖRNEĞİ</b> .....	<b>45</b>
2.1. Araştırmanın Yöntemi.....	45
2.1.2. Çalışmanın Sınırlılıkları .....	47
2.1.3. Verilerin Toplanması .....	47
2.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi.....	49

2.2.1. Yerel Gazetelerde Okurla İletişim .....	49
2.2.2. Okur Eleştirilerinde Çeşitlilik .....	52
2.2.3. Talep ve Eleştirilere Cevap Verme .....	55
2.2.4. Yerel Gazetelerde Özdenetime Verilen Önem .....	57
2.2.5. Okur Temsilciliği: Yerele Uzak Bir Uygulama .....	59
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>63</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>68</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>73</b>

## KISALTMALAR

- BİK** : Basın İlan Kurumu  
**KKTC** : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti  
**ONO** : Uluslararası Okur Temsilcileri Örgütü  
**TGC** : Türkiye Gazeteciler Cemiyeti  
**vb** : ve benzeri

**Sakarya Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Özeti**

<b>Yüksek Lisans</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Doktora</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Tezin Başlığı:</b> Yerel Gazetelerde Okur Temsilciliği Uygulamaları: Sakarya Yerel Gazeteler Örneği			
<b>Tezin Yazarı:</b> Zülfükar ÖZÇELİK		<b>Danışman:</b> Dr.Öğr.Üyesi Mehmet GÜZEL	
<b>Kabul Tarihi:</b> 21 Mayıs 2019		<b>Sayfa Sayısı:</b> v (ön kısım) + 73 (tez)	
<b>Anabilim Dalı:</b> Halkla İlişkiler ve Reklamcılık			
<p>Temeli basın kuruluşlarındaki mesleki ve etik ilkelerin uygunluğunu arttırmak, okurla gazete arasındaki iletişimi sağlıklı bir şekilde işletmek ve yüksek kalitede bir gazetecilik pratiği sağlamak olan ombudsmanlık sistemi Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de yaygınlaşmaktadır. Okurların eleştirilerini, beklentilerini iletebildikleri ve mesleki ilkelerin uygulanmasına yönelik bir sistem olan ombudsmanlık, basında farklı adlarla anılarak kullanılmaktadır. Her ne kadar söz konusu kavram, gazetelerde “ombudsman” ifadesiyle kullanılsa da Türkiye’deki gazetelerde genellikle “okur temsilciliği” olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmanın odak noktası da okur temsilciliği kavramıdır. Bir özdenetim sistemi olan okur temsilciliği gazetelerin okurlarıyla kurduğu çift yönlü bir iletişim sürecidir. Gazetenin fiziksel özellikleri ve içeriklerinin okura etkilerini ve gazete ürünlerinin mesleki ilkelere uygunluğunu takip eden bu sistemde okur, eleştiri ve önerilerini gazetede okur temsilcisi aracılığıyla paylaşabilmektedir. Okur temsilciliği okur-gazete ilişkisini güçlendiren ve okurun gazeteyle bağını sağlamlaştıran önemli bir sistemdir.</p> <p>Çalışma, yaygın gazetelerde kullanılan okur temsilciliği sisteminin yerel gazetelerdeki uygulamasını incelemektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, Sakarya’daki yerel gazetelerle okuyucuları arasındaki ilişkilerin boyutlarını ve okur temsilcisine ihtiyaç duyup duymadıklarını ortaya koymaktır. Çalışmanın amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemi tercih edilerek yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Konu gazete yöneticilerinin ilgili sorulara verdikleri cevaplar ekseninde incelenmektedir. Bu çerçevede çalışma yerel gazetelerde okur temsilciliği uygulamasına ve akademik alandaki çalışmalara katkı sağlaması açısından önemlidir. Çalışmada yerel gazetelerin okuyucusuyla olan iletişimi, okurdan gelen eleştirilerin hangi yolla cevaplandırıldığı, okur temsilciliği uygulamasının varlığı ve gazete yöneticilerinin okur temsilciliğine olan yaklaşımı ortaya konulmaktadır.</p>			
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Yerel Gazeteler, Okur Temsilciliği, Ombudsman, Özdenetim.			



**Sakarya University**  
**Institute of Social Sciences Abstract of Thesis**

<b>Master Degree</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Ph.D.</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Title of Thesis:</b> Readers' Representative Practices in Local Newspaper: The Case of Sakarya Local Newspapers.			
<b>Author of Thesis:</b> Zülfükar ÖZÇELİK		<b>Supervisor:</b> Assist. Prof.Member Mehmet GÜZEL	
<b>Accepted Date:</b> 21 May 2019		<b>Number of Pages:</b> v (pre text) +73 (main body)	
<b>Department:</b> Public Relations and Advertising			
<p>Ombudsmanship system is wide spreading both in Turkey and around the globe. It is a system, which raises the compliancy of professional and ethical principles in press and maintains the communication between the newspaper and the reader through a higher quality of journalism practices. Ombudsmanship is a system where readers can share their critiques along with their expectancies and defined under various different names. Although the mentioned concept is generally named as ombudsman in journalism, it is mostly defined as readers' representative. In this research, the term readers' representative is taken as the focus point. Readers' representation system, a self-control mechanism is a two way communication built between the newspaper and its readers. The reader can criticize and share her suggestions with the readers' representation in this system that analyzes the effects of the physical features of the newspaper and its content to see if it's in accordance with the professional principles. Therefore, readers' representation system strengthens the relationship between the reader and the medium.</p> <p>In this thesis, readers' representation system as executed in local newspapers is the main area of research. The aim of the research is to determine all dimensions of the relationship between the readers and the local newspapers in Sakarya and suggest if readers' representation system is needed. Qualitative method and half structured interview technique is used and analyzed in context of the answers supplied by the newspapers' administrative figures. In this regard, this research is expected to add value to the practices of local journalism and readers' representation system in an academic frame.</p> <p>Communication practices between the local newspapers and their readers, methods for handling the review of the readers, status of the readers' representative and approach of the local newspaper administrations to the readers' representative is also presented in this work.</p>			
<b>Keywords:</b> Local Newspapers, Readers' Representative, Ombudsman, Self Audit.			

## GİRİŞ

Basın, kamuoyunun çıkarlarını ve haberdar olma taleplerini karşılama sorumluluğunu, okur, çalıştığı kurum, mesleki ilkeler ve yasalar çerçevesinde gözetmek durumunda olan ve birçok yönüyle işletme özelliği taşıyan kuruluşlardır.

Gazeteci kamu yararı gözeterek halka bilgi-haber ulaştırmaya dönük faaliyet sürdürmektedir. Gazeteciliği doğruluk, tarafsızlık, hızlilik ve kamu yararı üzerine sağlam bir temele oturtmak ve bunları yaparken de mesleki ilkelere ve yasalara uygun hareket etmek gazetecilerden beklenen bir sorumluluktur. Gazeteciler bu sorumluluklarını yerine getirme noktasında okurdan veya yasalardan bir müdahale gelmesini engellemek veya en aza indirmek amacıyla bir özdenetim sistemine yönelmişlerdir. Gazeteciler de sorumluluklarını yerine getirmeye ve gazeteciliğin niteliğini koruyup geliştirmeye yönelik bazı uygulamalar geliştirmektedir. Bunlar arasında gazetecilerin kendi kendilerini denetlemeye yönelik kullandıkları ombudsmanlık sistemi Dünya’da yaygınlaşmaya devam etmektedir. Bu sistem gazetecilikte ombudsmanlık olarak kullanılsa da Türkiye’de yaygın ifadeyle “okur temsilciliği” olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar çalışmanın temelini oluşturan ombudsmanlığın kavramsal karşılığı okur temsilciliği olmasa da, bu çalışmada “ombudsmanlık” yerine “okur temsilciliği” kavramı kullanılmaktadır. Ombudsmanlık ve okur temsilciliği arasındaki farkı Bildirici, (2018:11) şu şekilde ifade etmektedir:

*“Okurun sözcülüğünün üstlenileceği, okurların hak ve çıkarlarının gözetileceği, okur şikâyetlerinin takip edileceği gibi bir işleve işaret ediyor “okur temsilcisi”. En azından sözcüklerin çağrıştırdığı anlam bu. Oysa medya ombudsmanlığı, temelde bir özdenetim mekanizması. Asli görevi de “yüksek kalitede gazetecilik yapılmasına katkıda bulunmak”, “haber kuruluşundaki sorumluluk bilincini yükseltmek”, “etik standartları gözetmek” ve “basın özgürlüğünü korumak”tır”.*

Bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere, okur temsilciliğinde okurun hak ve taleplerini takip etme, okur ile gazeteciler arasında bir köprü rolü üstlenme öne çıkarken, ombudsmanlık sisteminde ise okura yönelik yaklaşımdan çok mesleğe yönelik gereklilikler ve iyileştirmeler öne çıkartılarak “yüksek kalitede gazetecilik” amaçlanmaktadır.

Türkiye’de yaygın basında uygulanış şekli itibariyle ombudsmanlık örnekleri bulunmaktadır. Yaygın olarak okur temsilciliği kavramı karşımıza çıksa da bu durum

anlam itibariyle değil, ombudsmanlığın karşılığı gibi görüldüğünden kabul görmektedir. Yerel gazetelerde okur temsilciliği çalışmasında da bu ayrım dikkate alınarak okur temsilciğinin Sakarya yerel gazetelerindeki uygulamaları ve yaklaşımları ortaya çıkartılmaktadır.

Demokrasiyle özdeşleşen basının gazetecilik faaliyetinde okurun beklenti ve eleştirilerlerini dikkatlice değerlendirmesi gerekmektedir. Okurdan kopuk ve okuru göz ardı eden bir gazetecilik mümkün değildir. Okurun eğilimleri, beklentileri, gazetesiyile olan güven ve aidiyet bağı gazetecilik açısından önemlidir. Gazeteciler bu bağı güçlendirerek okuru gazetenin bir parçası haline getirmek ve okura karşı sorumluluklarına yeterli ilgiyi ve özeni göstermek durumundadır.

Gazetecilerin toplum üzerinde kamuoyu oluşturma gücü bulunmaktadır. Okur kitlesini salt etki etme ve yönlendirme amacıyla kullanmak, gazeteciliğin sorumluluk bilincine aykırıdır. Yücel'in de belirttiği gibi (2012: 46) :“Kamu görevini yerine getiren basın, yapısında barındırdığı gücünü sorumluluk bilinciyle ve kamu yararı gözeterek kullanmak mecburiyetindedir. Bu güç, iyi niyetli olmayan art niyetli kişilerin yönetimine verilmemelidir. Medya, devletin ve toplumun karşısında büyük bir güç olmasıyla birlikte tartışılmaktadır.” Bu tartışmalarda, basının “dördüncü kuvvet” veya başka bir ifadeyle “dördüncü güç” olarak nitelendirilen bu kavram:

*“1828’de ilk kez Lord Thomas Babington Macaulay’nin “Hallam’s Constitutional History” başlıklı makalesinde kullanılmıştır. Basına, “burjuva siyasal oluşumunun üç ana bölümünü halkın gözü ve kulağı olarak, doğruyu ve haklıyı temsil eden, siyasal gücü bir bakıma denetleyen, gözetleyen bir nitelik verilerek, halkın üretim ilişkilerinin dışında bağımsız ve ideal bir misyon verilmiştir” (Erdoğan, 1999: 34).*

Gazetelerden beklenen temel görev, gücünü kamuoyunun ilgilendiği veya ilgilenmesi gerektiğini düşündüğü bilgi ve haberlerin kamuoyuna doğru bir şekilde ve kamu menfaatini gözeterek ulaştırmasıdır. Ancak bu beklenti, bazen güçlü olmasından bazen de güç unsurlarından etkilenmesinden kaynaklanan nedenlerle gazetecileri yukarıda belirtilen amaçlardan saptırabilmektedir. Bu nedenle gazetecilik mesleği, mesleki sorumluluklara, bireysel hak ve özgürlüklere yönelik olumsuz örneklerinden dolayı belirli ilke ve kuralları üzerinden tartışılır hale gelmektedir. Gazetecilik alanında yapılan tartışmalar gazetecilikle ilgili yasaların yenilenmesini, mesleki ilkelerin oluşmasını ve bunları da denetleyen mesleki örgütlerin doğmasını beraberinde getirmiştir.

Dünya'yla birlikte Türkiye'de de birçok çalışmanın gerçekleşmesiyle gazetecilik alanında mesleki ilkeler belirlenmekte; ancak bu ilkeler siyasi, ideolojik, ekonomik veya nitelikli gazeteci eksikliği gibi nedenlerle uygulanma noktasında ideal olanı karşılayamamaktadır. Bu nedenlerle gazetecilik mesleğinin kendi değerlerini kendi içinde kontrol ederek hem okurla güven bağı arttırmak, hem de mesleki beklentileri karşılamak amacıyla özdenetim sistemi bir gereklilik haline gelmiştir. Türkiye'de yaygın basın organlarının okurla iletişimi, gazeteciliğin mesleki kültürü ve ilkelerine uygunluğu üzerine birçok uygulama hayata geçmiştir. Bunlardan bir tanesi de okur temsilciliği sistemidir.

Akademik çalışmalar incelendiğinde yaygın gazetelerde okur temsilciliği uygulamalarında birçok çalışma yer alırken yerel gazetelerde okur temsilciliğine yönelik çalışmalara yeterince yer verilmediği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda yerel basının özellikleri ve sorunlarını da dikkate alarak okurla iletişiminin ne ölçüde olduğu ve okur temsilciliği sisteminin yerel gazetelerdeki durumu, okur temsilciliği sistemine ihtiyaç olup olmadığı çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmayla Sakarya'daki yerel gazetelerde okur temsilciliği uygulamaları ve sonuçları araştırılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde etik, ahlak, gazetecilik mesleği ve meslek etiği kavramları özdenetim, ombudsmanlık, okur temsilciliği ile Dünya'da ve Türkiye'de okur temsilciliği, yerel basın ve Sakarya'da yerel gazeteler açıklanmaktadır. İkinci bölümde ise Sakarya'daki süreli yayın yapan yerel gazetelerde okur temsilciliği incelenerek yapılan araştırmada elde edilen bulgular paylaşılmaktadır.

### **Çalışmanın Konusu**

Okur temsilciliği uygulamasının örneklerine bakıldığında ülkeden ülkeye farklılıklar görülmektedir. Bir özdenetim aracı olarak kullanılan okur temsilciliği uygulaması Türkiye'de yakın tarihlerde başlamıştır. Bu çalışmanın konusunu Sakarya'da bulunan yerel gazetelerin okur temsilciliği sistemi uygulamaları ve bu sisteme bakış açılarını oluşturmaktadır. Çalışma "kamu yararı" gözeterek kamu ile çift yönlü iletişim sağlaması gereken genelde gazetelerin, özelde ise yerel gazetelerin sosyal sorumluluk ve meslek etiği kapsamında okurlarla iletişiminin boyutunu ve okur temsilciliği uygulamasına ilişkin bakış açılarını ele almaktadır.

## **Çalışmanın Amacı**

Bu çalışmada, Sakarya'daki yerel gazetelerle okuyucuları arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Çalışmada yerel gazetelerin okur temsilcisine bakış açılarını ve okur temsilcisine ihtiyacının bulunup bulunmadığı tespit edilmektedir. Halkla daha da iç içe olduğu varsayılan yerel gazetelerde okur temsilciliği uygulamalarının boyutlarını ortaya koymak bu çalışmanın temel amacıdır.

Dünya'da ve Türkiye'de yaygınlaşmaya başlayan okur temsilciliğinin yerel basındaki yansımalarının ne olduğu, Sakarya yerel basınının okurla olan iletişimini ne ölçüde sağladığı veya sağlayamadığı, okur eleştirilerinin yerel gazeteler tarafından dikkate alınıp alınmadığı bu çalışmanın sorununu oluşturmaktadır.

Çalışmada, Sakarya'da günlük süreli yayın olarak faaliyet gösteren Sakarya Yenigün, Yenisakarya, Sakarya Yenihaber, Sakaryahalk, Bizim Sakarya, Adapostası ve Adapazarı Akşam Haberleri gazetelerinin okur temsilciliği uygulamaları incelenmektedir.

## **Çalışmanın Önemi**

Türkiye'de yaygın basında okur temsilciliği örnekleri yakın tarihlerde başlamış ve günümüze kadar devam etmektedir. Literatür taramasında belirtilen örneklerde ulusal/ yaygın basında Yavuz Baydar ile Milliyet'te başlayan ombudsmanlık/ okur temsilciliği uygulamasının Sabah ve Hürriyet gibi tirajı yüksek başkaca gazetelerde de devam ettiği belirtilmektedir. Okur temsilciliğiyle ilgili yapılan çalışmalarda genelde okur temsilcisinin gazetesinde kendisine ayrılan köşesinde hangi konularda görüşlerini yazdığı yönünde çalışmalar bulunmaktadır. Bazı çalışmalarda da okur temsilcisiyle yapılan görüşmeler ve mesleki ilkeler incelenmektedir. Ancak yerel gazetelere yönelik okur temsilciliğiyle ilgili kapsamlı bir çalışma yapıldığı söylenemez. Bu çalışma, yerel gazetenin çalışanlarıyla okur arasındaki mesleki etik değerler açısından sorunların saptanması ve okur temsilcisine olan ihtiyacın olup olmadığı bağlamında önemlidir.

Yerel basın, okurla daha yakın ilişkiler içinde olabilme özelliğiyle haber üretim ve sunma konusunda çeşitli olumlu ve olumsuz sonuçlara maruz kalmaktadır. Yöre halkının yerel gazetelerle sağladığı veya sağlayacağı iletişimin sistemli bir şekilde gerçekleşmesi yerel gazetecilere de katkı sağlayacaktır. Bu açıdan çalışma, konuya dair

başlatacağı tartışma ve ortaya koyacağı sonuçlarla okur temsilciliğinin yerel basında da yaygınlaşmasına sağlayacağı katkı açısından özgün ve önemlidir.

### **Çalışmanın Yöntemi**

Bu araştırmada gazetecilikte bir özdenetim olarak uygulanan ombudsman/ okur temsilciliği sisteminin yerel gazetelerde ne düzeyde uygulandığını ortaya koyarak, yerel gazetelerin okurla iletişimini, okur temsilcisine bakış açılarını ve okur temsilcisine ihtiyacının bulunup bulunmadığını tespit edilmektedir. Bu çerçevede Sakarya’da bulunan yerel gazete yöneticileriyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Nitel araştırma yöntemi bu çalışmanın amacına uygun olarak tercih edilmiştir. Bu yöntem “araştırmanın planlanması ve gerçekleştirilmesinde araştırmacıya esneklik sağlamaktadır. Araştırmanın tüm aşamalarında ihtiyaca göre yeni yaklaşımlar ve yeni yöntemler geliştirme, araştırmanın kurgulanmasında değişiklikler yapma özellikleri bu yöntemin temelini oluşturmaktadır. Bu yöntemin bir başka özelliği ise keşfedici olmalarıdır. Bu özelliğe sahip araştırmalar, üzerinde az çalışılmış konuları aydınlatmada fayda sağlayıcı ve kullanışlıdır” (Neuman, 2012: 228). Yapılan çalışmayla da yerel gazetelerde okur temsilciliği alanındaki uygulamalar keşfedilerek veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Böylelikle bu alandaki sınırlı sayıdaki çalışmalara katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemi bu çalışmada araştırmacının sonuca ulaşmasında da fayda sağlamaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle araştırmacı gazete yöneticileriyle daha önceden tanışmış olmamanın avantajını randevu aşamasında ve yöneticilerin sorulara verdiği samimi ve rahat cevap verme süreçlerinde yaşamıştır. Böylelikle yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak konunun farklı açılardan da derinlemesine incelenmesine imkan sağlanmıştır. Daha sonra, görüşmelerin konuyla ilgili bölümleri bir araya getirilerek bulgular sıralanmıştır.

## **BÖLÜM 1: GAZETECİLİK, ETİK VE OKUR TEMSİLCİLİĞİ**

Çalışmanın bu bölümünde okur temsilciliğinin temelini oluşturan etik, ahlak, gazetecilik meslek etiği ve özdenetim kavramları incelenerek okur temsilciliğinin Dünya’da ve Türkiye’deki ortaya çıkış ve uygulama amaçları tartışılmaktadır. Böylelikle okur temsilciliğinin gerekçeleri de okur temsilciliğine yerel basında ihtiyaç olup olmadığı tartışılabilecektir.

### **1.1. Etik**

Ombudsmanlığın çıkış noktasına baktığımızda ahlak, etik ve meslek etiği kavramlarıyla karşılaşılmaktadır. Ahlak ve etik kavramları yer yer birbirlerinin yerine de kullanılmaktadır. Atabek’in (2005: 2-3) çalışmasında bu iki kavramın ilişkilerinden bahsedilmekte; ancak ayrı yönlerinin bulunduğu ifade edilmektedir: “Ahlak, insanların toplum halinde yaşayabilmesini sağlayan ve zamanla ortak yaşam tecrübeleri sonucunda gelişmiş kurallar bütünüdür. Etik ise bu ahlak olgusu üzerinde düşünme, felsefe yapma ya da kısaca ahlak felsefesidir”. Özgen (1998:24) de ahlakın göreceli olma niteliği taşıdığını belirtirken: “Gündelik dilde etik kavramı, töreyi/ ahlakı vurguladığı gibi karakteri/ahlakılığı de vurgulamak amacıyla kullanılmaktadır”. Toplumsal işleyişin sağlıklı ve uyumlu bir şekilde sürdürülmesi amacıyla toplumun genel kabulleri olarak da adlandırılan ahlak, özelde de iş kollarının mesleki duruşunu belirlemede de kullanılmıştır. Etik kavramı da toplumun değer yargılarına ilişkin genel kabul edilmiş normları ifade etmektedir. Belsey ve Chadwick’in de vurguladığı gibi (2011:25), “Etik kavramı sıklıkla, insan davranışının doğruları ve yanlışlarıyla ilgili ilkelerin, uygun kuramlara dayanarak, nesnellik ve tarafsızlık yansımalarıyla ilgili kullanılmaktadır. Bunları ifade ederken, bu ilkeleri bildiğimizi iddia etmiyoruz. İnsanoğlu yaşadıkça bu ilkelerin araştırılması ve geliştirilmesine dönük araştırmalar ve de tartışmalar sürecektir. Ama etik ilkeleri dogmatik bildirilerden ayıran şey, ortaya konulan tartışmaların akla yatkın ve demokratik olmasıdır”.

Her mesleğin, gerek mesleği icra edenler, gerekse de o meslekten faydalananlar açısından yazılı olmayan ilkeleri ve kuralları gelişmiştir. Zamanla meslek ilkeleri, mesleki etik kurallar şeklinde tanımlanan etik, etik değerler olarak da anılmaktadır. Meslek etiği kavramı belirli eylem alanlarındaki uygulamalarla ortaya çıkmış ve her mesleğin özelinde uyması beklenen davranış kurallarını ortaya koymuştur.

Bazı etik kurallar yasalar tarafından da yargıyı ilgilendiren bir aşamaya geçse de etik kuralların genel itibariyle yaptırımı toplumsal baskı ve dışlamadır. Bireysel olarak toplum içindeki davranışların genel kabul gören özellikleri etik konusunun dahilindedir. Diğer taraftan meslek etiği de o mesleğin ilkelerini ortaya koyması bakımından değerlendirilmektedir. Bir meslek içinde farklılıkların oluşmasını engellemek için ortaya çıkan meslek örgütleri, ilgili mesleğin etik kurallara uymasını telkin ve denetleme işlevi görebilmektedir. Ruhdan Uzun, (2007:17) İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar adlı çalışmasında Meslek etiğini şu şekilde tanımlamaktadır:

*“Belirli bir mesleğin gerçekleşmesinde kişinin ne yapması veya ne yapmaması gerektiğiyle ilgilidir. Meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkelere ve mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanır. Burada, emeğe bir değer yüklenir. Yapılan iş yalnızca teknik kurallar aracılığıyla değil, başka insanları doğrudan veya dolaylı bir şekilde alakadar eden ahlaki kurallar temelinde gerçekleştirilecek bir etkinlik olarak tanımlanır.”*

Bir mesleği yerine getiren kişinin işiyle ilgili becerisi kadar davranış ve tutumlarıyla da “yetkin” olması beklenilir. Belli bir birikim ve tecrübe sonucu gelişen mesleki ilkeler mesleği icra eden ve mesleğin paydaşları tarafından yürütülen iletişime olumlu katkı sağlamaktadır. Güven ve kalite sorununu en aza indirmeyi amaçlayarak temelde kar elde etmek isteyen meslekler özdenetim uygulamalarıyla mesleki ilkelerin ne denli uygulanıp uygulanmadığını inceleyebilmektedir. Demokrasi, serbest piyasa, liberal yaklaşımlar basının özgürlüğü ve etik tartışmalarına hem katkı sağlamakta hem de sorunlar oluşturmaktadır. Bu durum gazeteciliğin meslek olarak kabul edilmesinden sonra gazetecilikte etik konularıyla ilgili çalışmalarını da arttırmıştır.

### **1.1.2. Gazetecilik Mesleği ve Etik**

Gazete ve gazetecilik alanında birçok tanım yapılmaktadır. Atilla Girgin’e (2014:146) göre gazete: “yazı ve fotoğraf kullanarak, halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük veya haftalık periyodik aralıklarla yayımlanır. Haberlerin ardında yatan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur”. Gazeteyi ortaya koyan gazetecilerin ticari bir işletmemi işlettikleri yoksa kamu yararına yönelik bir çalışma mı yaptıkları sorusu ise mesleki tartışmaların merkezini oluşturmuştur. Tokgöz, (2015:131) bu konuya yönelik şöyle demektedir: “ Haber mektupları şeklinde başlayan gazetelerin 19. yüzyılda kapitalizmin de etkisiyle,



günümüzdeki kitle gazeteleri şekline dönüşmüştür. Bu nedenle piyasa koşulları gazetelerin ticari bir kuruluş olarak işleyiş mantıklarını belirlemektedir”.

Gazeteciliğin bir meslek olarak kabul edilmesiyle birlikte mesleğin çeşitli tanımları da geliştirilmiştir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin web sitesinde bulunan tanımlamada gazeteci şöyle tanımlanmaktadır: “ Düzenli bir şekilde, günlük ya da süreli faaliyet gösteren yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olan, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir” (TGC:2018) denilerek gazetecinin asıl işinin gazetecilik olduğu vurgulanmaktadır. Gazetecilik ise klasik anlamda, “kişilerin sorunlarının çözülmesine yardımcı olan bilgilerin ulaştırılmasıdır” (Tokgöz, 2015:132). Temel işlevi de bu bilgileri, haberleri meraklılarına ve ilgililerine aktarmaktır. Gazete, “409 yıl önce Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien ile insan hayatındaki yerini aldı. Daha sonra iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin etkisiyle basın, ülke sınırlarının fiziki yapısını sanal bir şekilde ortadan kaldırmış bir özelliğe kavuşmuştur. Artık günümüzde insanların vazgeçilmez bir iletişim aracı haline gelmiştir” (Yeşil, 2013:1669).

Zamanla gazetelerin ticareti etkilemesi, ardından da siyaseti ve genel olarak bireysel ve toplumsal algıyı etkilemesi, gazeteyi ve gazeteciliği hem cazip hem de sorgulanır hale getirmiştir. Taş'ın (2009: 10) da belirttiği gibi :

*“ Gazeteciyi, tüketici okura haber ‘ürün’ü sağlayan bir profesyonel olarak tanımlayan popüler basın, liberal kamu etiğinde tanımladığı şekliyle gazetecinin eğitici rolüne ilişkin normatif kavrayışta da bir zayıflamaya işaret eder. Çünkü insanlara neyin basın yoluyla kamusallaştırılması gerektiğiyle ilgili normatif bir iddia getirme yetkisi, artık ne elitlerin ne de basının kamusal işlevlerinin savunucusu olan gazeteciler ve editörlerin elindedir, bu yetki pazar mekanizmalarına devredilmiştir.”*

Gazetelerin, Pazar mekanizmaların etkisinden çıkarak, kar amacı güden bir işletme haline dönmesi, gazetelerin toplum adına hareket etmesiyle ve kamu menfaati bekliliği ile demokrasinin yansımaları olarak “dördüncü güç” olma iddiasını olumsuz etkilemiştir. Bu yozlaşma gazeteciliği diğer güçler karşısında kendisini korumaya, Pazar koşullarından, politik baskılardan ve yasal yaptırımlardan etkilenmemeye, gücünü kamu menfaatine uygun kullanmaya yönelik adımlar atmaya yönlendirmiştir. Bu yönelim

gazetecilik meslek etiğini ve beraberinde özdenetimi ön plana çıkarmaktadır. Bu noktada, gazetecilik mesleğinde uygulanması beklenen temel etik kuralları, meslek örgütlerinin kurulmasıyla yazılmaya başlanmıştır. “ 20. Yüz yılın başlarında kurulmaya başlayan mesleki örgütler (sendikalar, dernekler vb.) yayımladıkları bildirilerde temel mesleki etik kurallarından bahsetmişlerdir. Daha sonraki yıllarda gazeteler de sadece kendi kurumlarını ve çalışanlarını kapsayan, gazetecilik mesleğiyle ilgili kendilerine özgü etik kuralları belirleme yolunu seçmişlerdir” (Alemdar, 1990: 24-25).

Diğer mesleklerin hedef kitlede oluşturmak istediği güven kavramı, gazetecilikte çok daha önemli hale gelmektedir. Ticari işletmelerin kar amaçlı halkla ilişkiler faaliyetleri yerine getirmesi, gazetecilikte sadece bir okurun devamlılığı olarak incelenmemelidir. Çünkü gazeteciliğin temel amacı salt okuyucu sayısını arttırmak ve böylelikle gazetenin tirajını yükseltmek değildir.

Oğuzhan Taş’ın da belirttiği gibi, medyanın bir ticari işletme olma niteliğini savunmaya başlaması medya etiğinin önemini de arttırmıştır. Taş, (2009: 3-4) Okur kitlesindeki güvensizlik durumunun piyasa koşulları tarafında da arttığını açıklayarak Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri adlı kitapta şöyle demektedir:

*“Medyanın ekonomik, siyasi denetim ve baskılardan uzak olma temeliyle sarıldığı liberal toplumlardaki özgürlüğü, kendi konumunu ticari bir işletme olarak açıkça savunmaya başlamasıyla birlikte bu özgürlüğü de tehlikeye girmiş ve bir çıkış noktası olarak da medya etiğini öne çıkarmışlardır. Buna göre, medya etiğinin, piyasanın manipülatif gücünün panzehiri olarak işlev görebileceği, endüstrinin etik ilkelere bağlı hareket ederek halkla olan güven ilişkisinin korunabileceği, kısaca medyanın demokratik işlevlerinin kendi kendini denetleyerek (self-regulation) yerine getirebileceği savunulmuştur.”*

Gazetecinin bir işletme elemanı gibi davranması beklenilemez. Kamu yararı önceliğiyle hareket etmesi beklenen gazetecinin aynı zamanda ideolojik, siyasi ve ekonomik beklentilerini bir kenara bırakıp halkın menfaatlerini gözeterek bilgileri okuyuyla paylaşması beklenilir. Bu sorumluluğunu yerine getirirken de gazetecinin okuyucuya güven vermesi için etik çerçevelerin geliştirildiğini belirten Limor (2006:155), şöyle demektedir:

*“Etik ilkeler, hem medya kurumları içindekilere hem de dışındakilere seslenir. Neyin yapılması ve özellikle de neyin yapılmaması gerektiğini profesyonel bir*

*şekilde ortaya koyan ilkeler, değişik konulara ilişkin mesleki değerler olarak hizmet ederler. Bu kapsamda, medya kurumlarının farklı türlerde etik ilkeleri meydana getirdikleri vurgulanmalıdır. Bu ilkelerin bazıları yerel, bazıları ise ulusal veya uluslar arası olabilmektedir. İlkeler sadece gazeteciler tarafından oluşabildiği gibi, gazeteciler ve kamu temsilcilerinin bir araya gelmesiyle de oluşturulmuştur”*

Belirlenen ilkelerle basının görev anlayışı ve bu anlayışın uygulanış biçimini de şekillenmektedir. Kabacalı'nın (1999:17) da belirttiği gibi basın, “ kişilerin ifade özgürlüğünün gerçekleşmesine ve kamuoyunun şekillenmesine zemin oluşturur. Bireyler görme, dinleme ve konuşma ile ifade özgürlüğünü kullanabildikleri gibi “görülmüş olma” ve “duyulmuş olma” gibi özgürlüklere de sahip olmaları gerekir. Bu tür özgürlüklerin savunucuları da ülkenin kitle iletişim araçları olmalıdır ”. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin ilan ettiği Türkiye Gazeteciler Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde de gazetecinin sorumluluğunu şöyle tanımlamaktadır:

*“Gazeteci, halkın doğru haber alma, bilgi edinme hakkı adına basın özgürlüğünü dürüst biçimde kullanır. Bu amaçla halkı her türlü sansür ve otosansürle ilgili bilgilendirmeli ve bu baskılarla mücadele etmelidir. Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir. Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır. Gazeteci, iletmediği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır. Gazetecinin özgürlüğünün içeriğini ve sınırlarını, öncelikle sorumlulukları ile meslek ilkeleri belirler” (TGC, 2018).*

“Her ne kadar etik ilkeler, gazetecilik sürecinde yaşanan sorunlara yönelik bazı öneriler sunuyor gibi gözükse de etik ilkelerin ihlallerinin ortadan kalkmadığı da bir gerçektir” (İrvan, 2003:84) Bunun temel nedenleri arasında basının “geçim derdi” olarak ticari kaygı başı çekmektedir. Kar elde etmeye yönelik bir bilinçle hareket etmeye başlayan basın, elbette yanıltıcı haberlere de yer vermeyi normalleştirecektir. Yeşil, (2013: 1670) gazetecilikte etik tartışmalarını aktardığı çalışmasında, Amerika'da gazetelerin Birinci Dünya Savaşı sırasında yanıltıcı haberler vermeleri sonucu kamuoyunun basına karşı gittikçe artan tepkileri üzerine gazetecilerin etik kuralları olması ve bu kurallara uyması konusundaki tartışmaların ilk defa gündeme geldiğini belirtmektedir.

“ Onsekizinci yüzyıl, devlet, kamu ve basın arasındaki sınırların netleştiği ve basının kendisini “dördüncü kuvvet” olarak tanımladığı bir yüz yıl olmuştur” (Taş, 2009: 7). 19.

yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise gazetecilik, toplumda yüce amaçları olan bir meslek olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Tokgöz, 2015:148). Modern toplum kendi adına yanlış giden “şeylerin” gazeteler tarafından takip edilmesini veya bilmesi gerekeni gazetelerin ulaştırmasını bekler hale gelmiştir. Ne var ki bu beklenti gazeteciler tarafından önemli ölçüde dikkate alınmamaktadır. Bunun nedeni gazetecilerin yüce amaçları olan bir meslek imajını kendi imajları olarak algılaması ve okuru yetersiz görmeye başlamasından kaynaklanmaktadır. “Gazetecilerdeki okur kitlesi imajı olumsuzdur ve gazeteciler, ortalama okurun eleştirel bakış açısına, açıklığa ve tolerans gibi olumlu kişisel özelliklere sahip değildir. Redaktörlerin üçte biri okurlarının küçük burjuva olduğunu ve yüzeysel bilgilere sahip bulunduğunu düşünmektedir. Gazeteciler ile izleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşim yolları sınırlıdır ve kural olarak bu yollar gazeteciler tarafından aranmamakta ve yararlanılmamaktadır. Gazetecilerin izleyiciye karşı olumlu bir tutum geliştirmeleri, klinik yaklaşımları tarafından engellenmektedir” (Donsbach, 1982) Aktaran (Alver, 2011:144-145). Dolayısıyla meslek etiği tartışmalarını okurdan kopuk yürütmek basın kuruluşlarının eleştirildikleri başta sorumluluk olmak üzere işlev ve prestij kaybını yeniden kazanmalarına imkan tanıyamamaktadır.

Söz konusu gazetecilik mesleğinin okuru da yok saymadan tepkileri ve yasal yaptırımları kendi kendine bir özdenetim yöntemiyle ve meslek ilkeleriyle giderme çabası biraz da gazetecilik psikolojisinin yansıması olmuştur.

### **1.1.3. Özdenetim**

Bu bölümde basında uygulanan özdenetim sisteminden, amaçlarından bahsedilmektedir. Bu kapsamda konuyla ilgili literatürden faydalanılarak okur temsilciliğinin uygulanma gerekçelerine de yer verilmektedir. Basında özgürlük ve aynı zamanda basının sorumlulukları bu bölümün inceleme alanıdır.

#### **1.1.3.1. Basında Özgürlük ve Sorumluluk**

Demokrasiyle birlikte gelişen basının, yasal yaptırımlardan en az şekilde etkilenip bir otokontrol sistemiyle kendi kendini kontrol etmesi ve belirlenen ilkelere uygunluğu basının özgürlüğünü arttırmaktadır. Basın, özgürlük ve sorumluluk arasında bir denge oluşturması halinde okurunun da saygınlığını kazanacaktır. Bu saygınlık ise kendisine adfedilen “dördüncü güç” sıfatını koruyacaktır. “Basını dördüncü güç olarak tanımlayan

bu anlayış, gazeteciliğin ekonomik ve siyasal güç olmasına katkıda bulunmuştur”. (Spark, 1995: 52). Basının kendisinden beklenen işlevlerine uygun olarak kullanılması gerektiğini Girgin şu şekilde ifade etmektedir:

*“Toplumsal yaşamda demokratik yapılanmanın gelişmesi, şekli ve düzeyini önemli ölçüde belirleyen basın ve kamuoyudur. Basın çok önemli bir iletişim kurumudur. Yönetenlerle yönetilenler arasında köprü oluşturarak, toplumda sağlıklı duygu, düşünce ve kanaatlerin oluşmasını etkiler. Basının görevlerine uygun olarak kullanılmasıyla kamuoyunun etkin ve sağlıklı hale gelmesine katkı sağlamaktadır. Basın kurumu, doğru bir şekilde bilgilendirilmiş, düşünsel altyapısına katkıda bulunmuş, duygu ve düşünceleri özgür bir biçimde oluşması sağlanmış kamuoyunun sesi ve tepkisidir. Böyle bir basın, bulunduğu ülkenin demokratik kalkınmasının da baş mimarı niteliğine kavuşabilir.” (Girgin, 2000:132)*

Liberal yaklaşımın gazeteciliği demokrasinin vazgeçilmezi olarak gördüğü gerçeği, gazeteciler ve gazete okurları arasındaki ilişkiyi de düzenleme zorunluluğu getirmektedir. “Liberal yaklaşıma bakıldığında basın kuruluşlarının demokrasiyle doğrudan bir bağı vardır ve serbest pazar ekonomisinde faaliyet gösteren diğer sektörden farklı olarak demokrasiyle ilişkisi çerçevesinde tanımlanır. Bu yaklaşıma göre basın, demokrasinin varlığının ve demokrasiyi geliştirmenin en önemli araçlarından biridir. Bu rolünü yerine getirebilmesi için halk adına siyasal otoriteleri denetleyecek, toplumdaki değişik sesleri, çoğulculuğu yansıtacak, kamunun gözcüsü rolünü üstlenecek şekilde bir siyasal alan görevi göreceklerdir. Özetle basın, halkın temsilcisi, bilgi verici ve kamu gözcüsü olacaktır” (Uzun, 2007: 26). Gazeteciler temelde, yaptıkları haberin doğru olmasını ve okur tarafından doğru kabul edilerek okunmasını beklerler. Diğer taraftan gazeteciler, rekabet ve haberciliğin gücüne kapılıp bazen sorumsuzca da haber yapabilmektedir. Okurdan kopuk bir gazeteciliğin mümkün olmadığı gerçeğiyle kendilerine verilen gücün sürdürülebilir olmadığı kesindir. Halkın bilgi alma ve ifade özgürlüğünden sağlanan bu gücü kendi güçleri olarak algılamaya başlamaları gazeteciyi amacının dışına çıkarabilmektedir.

“Gazeteciye ve gazeteye yüklenen ideal amaç ve görev doğrunun ve gerçeklerin aranıp bulunacağı alanı oluşturmak ve korumaktır” (Tokgöz, 2015: 153). Bu görev ve amacı yerine getirirken kendisine, okuruna ve elbette çalıştığı kuruma karşı sorumlulukları vardır. Tüm bu üç alanı gazeteciliğin ruhuna uygun bir şekilde dengeleyebilmek bazen kolay olmamaktadır. “Gazetecilikte karşılıklı savların ileri sürüldüğü en önemli aşama,

ahlak, özgürlük ve sorumluluk anlayışlarının iç ilişkisinde ortaya çıkmaktadır. Gazeteci ahlaksal değerlere gereksinim duyarak özgürlüğünü koruyabilir” (Girgin, 2014: 382-383). Bunun sağlanamaması durumunda gazetecilik mesleği olumsuz yönde etkilenmekte, onca zahmetle yapılan haberlerin güvenilirliği ve imajı da zedelenebilmektedir. Bu nedenle gazeteciler mesleki ilkeler ve okur kitlenin eleştirilerini dikkate alarak bir özdenetim sürecine girerler.

### **1.1.3.2. Basında Özdenetim**

Basında meslek ilkeleri konusu gazetecilik alanındaki mesleki örgütler tarafından, gazetecilere meslekleri hakkında yol göstermek, uymaları beklenen kuralları ve buna bağlı göstermesi gereken davranışları belirlemek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu alanda birçok örgüt kurulmasına rağmen istenilen sonuçları elde etmekten uzak uygulamalarla sınırlı kaldığı görülmektedir.

Tokgöz (2015:154) tarafından yapılan bir çalışmada, özdenetimin ortaya çıkış nedeni olarak “Yazılı ve sözlü basın için kendi kendini denetleme, kamuoyuna karşı sorumsuz davranmama anlayışının bir göstergesi olarak ortaya çıkmıştır”. Temelde yasal yaptırımlardan veya otorite baskısından kurtulmak olmadığını, özdenetimin topluma karşı sorumluluktan ortaya çıktığına da dikkat çekmektedir. Zira gazetecilik mesleği, diğer meslekler gibi salt kar elde etmek isteyen bir iş olarak görülememektedir. Bunun hem yasal hem de etik yaptırımları olduğu unutulmamalı, dördüncü güç olma özelliğini de halk adına, halkın hakkı olan bilgi ve haberleri ona ulaştırdığından kaynaklandığı unutulmamalıdır. Bu gücü kullanırken ve sonuçlarını gözlemlerken okurun beklenti ve eleştirilerine de açık olunmalıdır. O nedenle halkla ilişkiler faaliyetlerinden de faydalanılarak okur gazete ilişkisinin ideal boyuta ulaşması sağlanabilmektedir. “20. Yüzyılda dünyadaki gelişmelerin etkisi olarak ortaya çıkan ve zamanla yaygınlaşan bir disiplin olarak karşımıza çıkan” (Işık, 2011:11) halkla ilişkilerin ana amacı, “kurum ve kuruluşların etkileşim içinde bulunduğu çevrelerle olumlu ilişkiler kurmak; verimli ve etkin bir iletişim ortamı oluşturmak olduğu söylenebilir. Geniş bir zamana uzun süreli gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir amacı da, kurum ve kuruluşlara olumlu kurumsal kimlik kazandırabileceği ve sonrasında doğal veya dolaylı olarak gelebilecek karlılıktır. Bu kapsamda bakıldığında halkla ilişkilerin oluşturduğu kimliği, ürünü veya hizmeti değerli kılmayı hedefleyerek, kuruluşların farklı kitleleriyle özel ilişkiler kurmayı ve kar elde etmeyi amaçladığı söylenebilir” (Çamdereli, 2000:19-20)

Dolayısıyla gazetelerin de okurlarıyla uzun süreli; ancak kar amacı gütmeyen bir iletişime ihtiyacı bulunmaktadır. Halkla ilişkiler hedef kitleleriyle uzun dönemli ilişkisini ancak dürüstlük ve ürün/hizmet kalitesiyle devam ettirebilir. Karşılıklı çıkarların ve hedef kitleyle olan güven bağının sürdürülmesi için hedef kitleyle iletişimin sistemli bir şekilde yapılmasını gerekli kılar.

*“ Kurum ve hedef kitleleri arasında etkili iletişim sağlamak amacıyla halkla ilişkiler bir köprü görevi görür. Halkla ilişkiler, tüm hedef kitlelere kurum imajını aktarmak, kurum itibarını zedelememek ve güçlendirmek için çeşitli çalışmaları kapsayan bir yönetim işlevidir. Bu çerçevede halkla ilişkiler disiplinin merkezinde iletişimin olduğu ve bu iletişimin profesyoneller tarafından yönetilmesi gereken bir dizi süreci ve önemli ayrıntıları kapsadığını söylenebilir” (Yurdakul ve Coşkun, 2011:10).*

Gazetecilik her ne kadar bir basın işletmesi olarak nitelendirilse de yukarıda da belirtildiği gibi diğer işletmelerden ayrılan sorumluluklarıyla değerlendirilmesi gereken bir meslektir. O nedenle işletmelerde halkla ilişkiler faaliyetlerinin uygulanma amaçlarıyla gazetelerdeki okur temsilcisinden aynı şeylerin beklenilmesi mümkün gözükmemektedir. Zira okur temsilcisi yeri geldiğinde gazetesindeki köşesinde gazetesini eleştirebilirken, bunu bir halkla ilişkiler sorumlusunun işletmenin sitesinden yaptığını görmek mümkün olmayacaktır. O nedenle okur temsilciliğini halkla ilişkiler alanından faydalanan ancak bir halkla ilişkiler görevlisi olmayan bir kişi olarak nitelendirmek doğru olacaktır.

*“Özdenetim, sosyal sorumluluk kavramı içerisinde oluşarak bireylerin ya da kurumun kendisi dışında herhangi bir baskı altına alınmasına fırsat vermeden veya yönlendirmeye maruz kalmadan gerçekleştirdiği denetimdir. Otokontrol olarak da tanımlanan özdenetim, temel tanımındaki kişisel özelliğinin yanı sıra kurumsal olarak da gerçekleşebilen bir eylemdir. Dolayısıyla özdenetim için, kurumsallaşabilen bir bireysel olgudur tanımı yapılabilir. Gazetede muhabir veya genel yayın yönetmeni özdenetime başvurabilirken üye oldukları meslek örgütleri aracılığıyla da özdenetim eylemi gerçekleştirilebilir” (Arvas, 2011:84-85).*

Tanımlamadan da anlaşılacağı bir gazeteci yaptığı haberi haber sürecinde özdenetime başvurarak denetleyebileceği gibi gazetenin yazı işleri müdürü veya genel yayın yönetmeni de haberleri inceleyerek gerektiğinde müdahale ederek özdenetimi

işletebilmektedir. “İlk kez 1874 yılında İsveç Basın Birliği’nin oluşturulmasıyla Gazetecilikte, etik kriterlerin belirlenmesi, meslek üyelerinin dayanışma ve yardımlaşma gerçekleştirilmesi, gazetecilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesine başlanmıştır” (Atılgan, 2001: 28). Bülbül, (2001:109-118) belirlenen etik kriterlere uygunluğun denetlenmesi için oluşturulan kurumları şu şekilde sıralamaktadır:

*“Mesleki kuruluşların ve yayın organlarının ilkeleri ve kuralları; yasal kuruluşlar, gönüllü veya isteğe bağlı kuruluşlar, basın konseyi, Dünya Basın Konseyleri, okur temsilciliği ve sınır ötesi medya organizasyonlarıyla belirlenir. Yaptırım güçleri ve etkinlikleri açısından bakıldığında elbette kanunla kurulan kuruluşlar çok daha fazladır. Bu kuruluşlara üye olan gazeteciler, kuruluşlar tarafından alınan kararlara da uymak zorundadır. Özellikle, basın özgürlüğünün çeşitli şekillerde ve çoklukla istismar edildiği, basın ahlak kurallarının, mesleki ilkelerin de pek ciddiye alınmadığı, dahası basın mensuplarının bunun önüne geçmek gibi bir gayretinin olmadığı ülkelerde, bu kuruluşların etkili olabilme şansı daha fazladır. Ancak istenilen durum siyasi iktidar veya denetleyen kuruluşlar tarafından baskıyla değil kendi ilkelerini kendileri kontrol ederek demokratik bir yapıda kamu görevini gereği gibi gerçekleştirmesidir” (MEGEP, 2008:20).*

Basının özgürlüğü ve bu özgürlüğün kontrolü kadar gazetelerden beklentilerin sürdürüldüğü tartışmalar, gazetenin gazetecilik denetimlerini kendi kendine mi yapması, yoksa dışarıdan bir kişi veya kurum/kuruluş tarafından mı yapılması konusunda devam etmektedir. Basın Birliği, basın şeref divanı, basın konseyi, gazeteciler cemiyeti gibi birçok girişimle gazetelerin mesleki etik ilkelerine bağlılığı ve gazeteciliğin saygınlığını koruyup ve arttırıcı girişimler uygulanmakla birlikte bu kuruluşlara da ihtiyaç bırakmamak düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Yaygınlık kazanan bu yaklaşımda gazete bünyesinde oluşturulacak bir özdenetim mekanizmasının öne çıktığı görülmektedir.

*“Habercilik anlayışı “doğruluk” kavramına dayanan Washington Post, bu gazetelere örnektir. Amerikan yasalarında herhangi bir zorlama olmaksızın gazetenin kendi içinde uyguladığı basit ancak çalışanlarına yol gösterme bağlamında büyük yararı görülen ilkeler, günlük çalışma yoğunluğu içinde karşılaşılan meslek ahlakıyla ilgili sorunlara bir bakış açısı getirmesi bakımından önem taşımaktadır. Buna göre, kurum içi özdenetim mekanizmasını uygulayan Washington Post’un tespit ettiği ve doğru habercilik için gerekli gördüğü basın meslek ilkeleri şu şekilde sıralanmıştır: Haberlerin içinden önemli gerçeklerin çıkarılması doğru değildir. Çünkü doğruluk ancak bütünlükle sağlanabilir.*



*Gerçekler zarar görmemelidir, bu nedenle önemsiz veya ilgisiz bilgiler çıkartılmalıdır. Okuyucuyu farkında olarak veya olmayarak yönlendirmek veya aldatmak yerine dürüst olunmalıdır. Muhabirler, kendi bakış açılarıyla haberlerde kullandıkları fiillerde “itiraf etti, reddedildi, olağanüstü” gibi kullanımlarla ön yargılarını yansıtmamalıdır (Özgen, 1998:51-52)*

Gazeteciler kendi aralarında gerçekleştirdikleri toplantılarla özdenetimi yaptıkları gibi, gazete içinden bir görevliyle de özdenetim sürecini işletebilmektedirler. Bu uygulamayı okur temsilciliğiyle gerçekleştirmektedirler.

#### **1.1.4. Dünya’da Okur Temsilciliği**

Bu bölümün odak noktasını ombudsmanlık kavramının Dünya’da ve Türkiye’deki mevcut durumu oluşturmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi çalışmada ombudsmanlık kavramı yerine okur temsilciliği kavramı üzerinde durulacaktır. Ancak okur temsilciliğini incelemek için de ombudsmanlık kavramı açıklanacaktır.

##### **1.1.4.1. Ombudsmanlık**

Ombudsmanlık, basında uygulanış şekliyle okur temsilciliği kavramının da öncüsüdür. “Ombudsman sözcüğü İsveç dilinde temsilci, sözcü, görevli, koruyucu anlamlarına gelmektedir. İlk ombudsmanlık İskandinav ülkelerinde görüldü “Yargısal Ombudsman’ın 1809’da İsveç’te ve sonrasında Finlandiya’da 1919’da Ombudsman Bürosu kurulmuş, ancak 1950 yılına kadar hiçbir ülkede ombudsman kurumu oluşmamıştır. Bu yıla beraber ombudsman kurumu dünya ülkelerinde hızla yayılmaya başlamıştır.” (Atabek, 2005: 62).

*“Ombudsmanlığın ilk defa İsveç’te uygulanmasının tarihsel etkisine bakıldığında sistemin temelinde Türklerin bulunduğu ortaya çıkıyor. Osmanlı’daki Ahilik sisteminin İsveç Kralı’na ilham olmasıyla, Kral, ülkesine döndüğünde bu uygulamayı hataya geçirmeye karar veriyor. Ruslarla giriştiği savaşta 1709 yılında bozguna uğrayan İsveç Kralı XII. Karl, Osmanlı devletine sığındı. Osmanlı topraklarında yaşadığı günlerde Ahilik Sistemi’ni de yakından inceleme fırsatı buldu. Halkın yönetimle olan ilişkilerini düzenleyen bu sistemden etkilenen Kral, ülkesine döndüğünde kendisi olmasa bile devlet görevlilerini denetleyecek, doğru bilgi verecek, güvenilir bir kişiyi gözlemci görevlendirdi. Bu durum daha sonra bir denetim sistemi olarak, 1809 yılında İsveç Anayasası’na girdi. Ombudsman,*

*parlamento adına bağımsız bir özellikle kişilerin çıkarlarını, yargı organları ve kamu yönetimi önünde savunmaktadır” (Demir, 2002:123-124).*

Eryılmaz, (2002: 194) “ Ombudsman uygulamasının 20. yy’ın ortalarından itibaren hantallaşan bürokratik işleyişle başa çıkmada, insan haklarına verilen değerin artmasında ve demokrasinin gelişmesinde önemli yer” tuttuğunu ifade etmektedir. “Ombudsman’ın gazete alanında kullanılmasıyla da gazetelerdeki hataları bulmak, düzeltmek ve okurla olan iletişimi güven esaslı sürdürmek amaçlanmıştır” (Büyükbaykal, 2004: 170).

#### **1.1.4.2. Basın ve Okur Temsilciliği**

Gazetecilerin yaşamış oldukları eleştiriler ve yaptırımlar onları bir taraftan kendi güçlerini paylaşmamaya bir taraftan da mesleki ilkelere ve niteliklere daha çok sarılmaya yönlendirmektedir.

Medyanın kendini düzenlemesi konusu, Uzun’un (2007: 51) da ifade ettiği gibi “bir ülkede kamunun medyaya verdiği önem toplumsal, siyasal ve kültürel yapısı ile de yakından ilgilidir. Basının etik ilkelerinden en fazla yararlanacak olanlar okurlardır. Dolayısıyla, kamunun medyayı takip etmesi ve etik ihlallere karşı tepki göstermesi medyanın kendini düzenleme ve kontrol etme sistemlerinin geliştirilmesinde ve işletilmesinde önemli bir rol oynayabilir”. Böylelikle, okur, haber üretim sürecini yürütenlere tepkilerini iletebilir ve dikkate alınmasını sağlayabilir. Gazeteciler takip edilmenin de verdiği sorumluluk bilinciyle mesleki ilkelere uygunluğunu otokontrolle sağlamaya hassasiyet gösterir. Gazeteciler okura ulaşırken önemli sorumluluklardan biri olan doğruluk, gösteriş ve abartıdan çok, basit ve açık bir anlatımı tercih etmelidir. “Washington Post’un eski ombudsmanlarından Charles Seib, ombudsman uygulamasının doğru, açık ve tarafsız haber yazma konusunda yazı işleri çalışanlarını daha özenli olmaya yönelttiğini ifade etmiştir” (Bülül, 2001: 115).

Gazeteler genel olarak ombudsmanlardan şunları beklemektedir:

- 1. “Haberler doğru ve dengeli bir şekilde verilip verilmediği incelenerek haberlerin kalitesini arttırmak.*
- 2. Okuyucularla haberciler arasındaki iletişimi etkin bir şekilde yerine getirmek ve habercileri daha güvenilir hale getirmek.*

3. *Okuyuculardan gelen bazı konulara yönelik eleştirileri gazete çalışanlarına iletmek.*
4. *Okurla kurulan etkin iletişimle, okurun haber yapım sürecindeki çalışanların zamanlarını almamasını sağlamak.*
5. *gazete hakkında açılacak yüklü tazminat davalarının önüne geçerek bazı şikayetleri önceden çözüme kavuşturmak” (Atabek, 2005:77).*

“Genel özellikleriyle Dünya’da iki farklı biçimde uygulanan basın ombudsmanlığı, İsveç’teki şekliyle, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir ve siyasi otoriteye bağlı değildir. ABD’de ise her basın organı eğer istiyorsa, kendi yayın kuruluşunun ombudsmanını kendisi belirlemektedir. Türkiye’de de uygulanan model Amerikan modelidir” (Özgen, 2003: 27-34) Ombudsmanlıkla basın özgürlüğü kavramları genellikle bir arada anılmaktadır. “ABD’de, 1791’de onaylanan Virginia Haklar Bildirisi’nin 12. maddesi “ Özgürlüklerin büyük kalelerinden biri basın özgürlüğüdür ve hiçbir zaman zorba hükümetler dışında bir yönetim onu kısıtlayamaz.” denilerek bu ülkede bugünkü basın özgürlüğünün temellerini atmıştır. Ardından 1791’de kabul edilen Amerika Anayasası’nda da bu ifade aynen yer almıştır” (Bülbül, 2001: 123-124)

*“ Birinci Pan Amerikan Basın Konferansı, 1926’da Washington’da toplanarak kabul edilen ilk basın etik yasasından günümüze kadar diğer tüm kabul edilen ve uygulanan basın etik yasalarında sürekli belirli ve benzer ilkeler görülmektedir. Bunlar: ‘doğruluk, dürüstlük, objektiflik, olayları gizlememek, haberlerin doğruluğunu araştırmak, söylentileri haber diye vermemek, ahlak dışı yollarla özel menfaatler elde etmemek, kişinin özel yaşama saygı göstermek, yazılmaması şartıyla verilen haberi yazmamak’ gibi basın mensuplarının uymaları beklenen başlıca kurallardır” (Özgen, 1988:94).*

Özgen’in de vurguladığı bu ilkelerin gazetelerde uygulanabilirliği okur tarafından da beklenilir bir durumdur. “ Okur temsilcileri de bu beklentileri gözlemleyerek, gazete çalışanlarına sunmak ve dahası gazete yönetimine iletmek üzere gelen bu eleştirileri kaleme alıp, gerekli incelemeleri yapmak, hataları düzeltmekle açıklamalarda bulunmakla görevlidir” (Avşar, 2012:183). Bu önemli işlemlere sahip olan okur temsilcilerinin bu önemli görevleri yerine getirebilecek bir bilgi birikimine ve hem gazeteciler hem de okuyucular tarafından bir saygınlığa ulaşmaları gerekmektedir.

İyi bir okur temsilcisinin özelliklerini sıralayan Nauman (2005) na göre:

1. *Deneyimli bir muhabir ve editör olarak görev yapmış gazetecilik süreçlerini iyi bilmelidir.*
2. *Okur kitlesinin temel özelliklerini kavrayabilmelidir.*
3. *Okurla içtenlikle ilgilenebilmeli, iyi bir dinleyici olmabilmelidir.*
4. *Yalnız kalmak ve yalnızlaşmakla baş edebilmek, psikolojik baskılara dayanıklı olmak için güçlü bir karaktere sahip olmalıdır. (Atabek, 2005:78)*

Bu bağlamda hem mesleki yetkinliğe hem de kişisel gelişimine dikkat çekilen bu özelliklerle okur temsilcisi zorlu bir görevi üstlenmektedir. Ancak okur temsilcisi kadar gazetenin diğer çalışanları açısından da zorlu bir süreç yaşanmaktadır. Gazeteciler yaptıkları işin önemi ve gücünden dolayı psikolojik olarak denetlenmekten rahatsızlık duyarlar. Dolayısıyla konuya sadece denetleme olarak yaklaşılması gazetecileri rahatsız ederken, okuru da gazetenin üstünde bir konuma oturturma duygusu getirebilmektedir. Bu iki tepki okur temsilcisinin hem gazetecileri dış etkenlerin olumsuzluklarından korumaya hem de olumlu yaklaşımlarıyla gazetecileri rahatsız etmeden gazetesini mesleki ilkelere uygun çalıştırmaya itmektedir.

“Okur temsilcisi gazetesinde yayımlanan haberleri, fotoğrafları ve diğer tüm gazete içeriğini, büyük ölçüde okuyucu eleştirilerinden faydalanarak, doğru, dengeli ve adil olması bakımından izler.” (Atabek, 2005: 71) Görüldüğü gibi okur temsilcisinin denetlemesindeki asıl amaç, gazeteyi, gazeteciliği daha nitelikli hale getirmeye çalışmakla birlikte okuru da gazete süreci ve gazetecilik mantığı ile buluşturarak daha nitelikli bir hale getirmektir.

Okur temsilciliğinin ilk defa uygulanışıyla ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Atabek (2006: 1-14) çalışmasında, “Kentucky eyaletinde Haziran 1967’de Courier Journal, adlı gazete Dünya’da ilk okur temsilcisi çalıştıran gazete olmuştur” derken, Ocaklı’ya (2006: 69-72) göre ise “basın sektöründe ilk Ombudsmanlığın uygulaması 1922’de Japonya’da Asahi Shimbun gazetesinde görülmüştür. Gazetede okuyucu şikayetlerini almak ve incelemek amacıyla bir komite kurulmuştur. Okur temsilciliğinin ilk olarak ortaya çıkışı da bu şekilde olmuştur”.

“Dünya’da yaygınlaşan okur temsilciliğiyle birlikte okur temsilcilerinin kendi aralarında ilişkiler kurması amacıyla Okur Temsilcileri Örgütü (ONO) kurulmuştur.

Örgüt, habercilik uygulamalarındaki pratikleri ve okur temsilcilerinin karşılaştıkları çok çeşitli sorunları her yıl üyelerinin bulunduğu bir şehirde toplanarak tartışmıştır” (Girgin, 2014: 247). “Toplantılar öncesinde ONO’ya üye okur temsilcilerine belirli haberlerle ilgili olarak çeşitli şehirlerdeki okuyucuların ne düşündüğü, nasıl tepki verdiğiyle ilgili elektronik postalar gönderilirdi. Üyeler karşılaştıkları çeşitli durumlar veya etik sorunlar karşısında diğer okur temsilcilerinin nasıl davrandıklarını veya düşündüklerini öğrenme imkanı da bulabilirlerdi” (Atabek, 2005:102). Haberlerle ilgili okur temsilcisine olan ihtiyacı ONO, şu başlıklar altında ilan etmektedir:

*“Kesinliği, adaleti ve dengeyi izleyerek haber raporlarının kalitesini iyileştirmek. Haber sağlayıcısının okurlara veya izleyici üyelerine daha ulaşılabilir ve hesap verebilir hale gelmesine ve böylece daha güvenilir hale gelmesine yardımcı olmak. Haber uzmanlarının halkın endişeleriyle ilgili farkındalığını arttırmak. Şikayet ve diğer soruları sorumlu bir kişiye yönlendirerek yayıncılara ve kıdemli editörlere veya yayıncılara ve haber müdürlerine zaman kazandırmak. Aksi takdirde avukata gönderilebilecek ve masraflı dava haline gelebilecek bazı şikayetleri çözmek” (ONO, 2019).*

Okur temsilciliğinin gazetelerde uygulanması ve bu sistemin örgütsel bir özellik kazanmasıyla gazeteler karşılaştıkları sorunları tartışabilmekte ve mesleki ilkelere yaklaşımları noktasında gazetelerinde iyileştirmeler de yapabilmektedirler. Ancak sistemle ilgili henüz sorunlar çözülmüş sayılmaz. Okur temsilcisinin varlığının olumlu ve olumsuz yönleri tartışılmaya devam etmektedir. Bu tartışmalara katılanlardan biri de olarak Uzun (2007: 45) şöyle demektedir:

*“Türkiye’de “okur temsilcisi” olarak bilinen ombudsmanlık modelinde ombudsman maaşını, yeri geldiğinde eleştirdiği medya kuruluşundan alması nedeniyle onun bağımsızlığını etkileyebileceği gerekçesiyle eleştirilmektedir. Gerçekte, ombudsman/ okur temsilcisi modelinin etkinliği, söz konusu gazetenin örgüt kültürünün demokratik özelliklerine, eleştirilere açık olup olmamasına, kendini düzeltme yönündeki esnekliğine bağlıdır. Okur temsilciliğinin samimi bir şekilde uygulanması, okurun desteğini ve güvenini kazanması, gazete kuruluşu üzerindeki etik denetime katkıda bulunabilmektedir”.*

Türkiye’deki ekonomik ve siyasi gündemin gazeteleri etkilemesi, gazetelerde istihdam edilecek okur temsilcilerinin de işini zorlaştırabilmektedir. Gazete yöneticilerinin “güvenilir, özgür” gibi kavramlarla gazetelerini tanımlamaya çalışmaları tek başına bir

algı oluşturmazken, yeri geldiğinde gazetesini bile eleştirebilen bir okur temsilcinin varlığı gazete okurları açısından o gazetenin özgür ve güvenilir olduğu algısını güçlendirebilmektedir. Türkiye’de gazete patronlarının, ertesi gün kendi gazetelerinde hangi haberlerin baskıya gönderildiğini düşünmediği söylemek, fazla iyimserlik olacaktır. Bu nedenle okurla sağlanan güven esaslı iletişim gazetenin olumlu algılanmasına da katkı sağlayacağından eleştirilere açık bir gazete imajı oluşturabilecektir. Ancak okur temsilcisini bekleyen diğer bir stres ise maaşının gazete sahibi tarafından veriliyor olmasıdır. Bu da okur temsilcisini ideal gazetecilikle, maaş ve mevcut nüfuzu arasında sıkıştırmaktadır.

### **1.1.5. Türkiye’de Özdenetim**

Gazetenin ortaya çıkışından itibaren süregelen gazete ve gazetecilik tartışmaları özgürlük, güvenilirlik ve denetim konuları başta olmak üzere devam etmektedir.

Avrupa’dan yaklaşık iki yüz yıl sonra gazeteyle tanışan Türkiye, elbette gazetecilik tartışmalarını da geç yaşamaya başlamak zorunda kalmıştır. Bu nedenle otorite, yasal düzenlemeler getirerek gazeteleri takibe almış, yer yer yayın öncesi kontrole uzanan sansür uygulamalarına gitmiştir. Türkiye’de okur temsilciliği, özdenetim uygulamalarının ardından çok sonra karşımıza çıkmaktadır. Gazetenin ortaya çıkışından itibaren süregelen gazete ve gazetecilik tartışmaları özgürlük, güvenilirlik ve denetim konuları başta olmak üzere devam etmektedir.

Türkiye’de gazeteler Osmanlı dönemiyle başlamaktadır. “Türkçe gazete olarak Osmanlı’da yayımlanan 1831 tarihli Takvim-i Vakayi’den önce yerel ölçekte farklı dillerde yayımlanan gazeteler de bulunmaktadır” (Demirkent, 2007: 10) .

*Gazetecilerin örgütlenme girişimleri Osmanlı İmparatorluğu döneminde, 1908’de İkinci Meşrutiyet’in ilanı ile başlamıştır. İstanbul’da Sirkeci Garı’nın karşısında bir gazinoda toplanıp örgütlenme kararı alan gazeteciler kurulacak derneğin tüzüğünü oluşturmak üzere bir komisyon belirlediler. yaklaşık iki yıllık bir çalışma sonucu komisyon, 42 maddelik bir tüzük hazırlamıştır. Bu tüzüğe göre “Matbuat-ı Osmaniye Cemiyeti” adlı bir dernek kurulacak ve tüzük de uygulanmaya başlanacaktı. Ancak gazeteciler kongresi toplanamayınca dernek kurulamamış ve tüzük de uygulama alanı bulamamıştır. (Atabek, 2005:28)*

Osmanlı döneminde başlayan ve Türkiye Cumhuriyeti dönemiyle devam eden tartışmalardaki arayışların istenilen sonuçları sağlayamadığı görülmektedir. Nitekim

basın kurultayları, basın birlikleri, basın konseyleri peşi sıra kurulup dağılmakta, ancak ortak bir zeminde buluşulamamaktadır.

### **1.1.5.1. Basın Birliği**

Türkiye Cumhuriyeti'yle birlikte basın alanındaki etik tartışmalara devlet öncülüğünde katkı sağlandığı görülmektedir. “Hükümet, Ankara’da Basın Genel Direktörlüğü aracılığıyla ilk Basın Kongresini 25 Mayıs 1935’te topladı. Basınla Direktörlüğün işbirliğini sağlamak, ulusal kültürü yaymada basının rolü ve görevini belirlemek, gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin ilerleme ve yükselme yollarını araştırmak ve basın birliğini kurmak amacıyla düzenlenen kongre sonucu 27 Haziran 1938’de Basın Birliği Yasası ile Basın Birliği adında bir meslek örgütü kuruldu” (Uzun, 2007: 52-53). Basın Birliği’nin amaçlanan hedeflerden uzaklaştığına yönelik Prof. Dr. Mahmut İhsan Özgen’in ifadeleri ise şu şekildedir: “Basın Birliği adıyla kurulan bu zorunlu örgüt gazetecilerin bağımsız çalışmasını ve kendi kendini denetim konusunda zayıf bulunmuştur. Bu Birlik, hükümetin, basın ve yayın organları üstünde baskı oluşturmak ve ‘tek yönlü propaganda’ amacıyla yapılmış bir girişimdir” (Bülbül, 2001: 167-168). Daha sonraki arayışlarda “Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Gazeteciler Sendikası bir komisyon kurdu. Komisyon çalışmalarıyla bir Basın Ahlak Yasası çıkartılması ve bu yasayı yürütmekle görevli bir Basın Şeref Divanı’nın kurulmasını sağladı. 24 Temmuz 1960’da basının sansürden kurtuluşunun 52. yıldönümü dolayısıyla, Basın Ahlak Yasası da imzalandı. Böylece, Basın Şeref Divanı’nın kararlarına uymayı kabul ettiklerini belgelediler” (Atabek, 2005:32). Basın ahlak yasası, bir taraftan yasaklayıcı hükümler getirirken diğer taraftan da basın mensuplarına yapmamaları gereken bazı görevler yükliyordu:

*“Gazeteciler gazetecilik mesleğini ahlaka aykırı özel amaç ve fayda elde etmek ve kamu yararına zarar verici bir şekilde kullanmak, edebe aykırı yayında bulunmak, şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapmak, açık saçık ve çirkin kelimeler kullanmak, iftira ve isnatta bulunmak, kamu yararını ilgilendirmeyen hallerde kişilerin özel hayatlarını küçük düşürücü şekilde teşhir etmek, dini istismar etmek, gerçeklerden maksatlı olarak ayrılmak, kişisel kanaat ve görüşlere haberlerin metninde yer vermek, kamu yararı gerektirmediği durumlarda ‘gizli’ kaydıyla verilen bilgileri yayınlamak, haber başlıklarında haberin içerdiği hususları bozmak” (Alemdar, 1990:82).*

Bu maddelere gazetelerin uyması beklenirken, uymayanlar hakkında kınama cezaları verilmeye başlandı. İlk kez Basın Şeref Divanı ile başlatılan özdenetim uygulaması, hem yaptırımı olmaması, hem de gazetecileri ekonomik ve psikolojik anlamda olumsuz etkilemesi sonucu uygulanamaz hale gelmiştir.

Alemdar (1990: 88-96) bu başarısızlığın temel nedenlerinden birinin “ teşhir” yaptırımının etkisizliği olarak belirlenmesi, daha etkili yaptırım yollarının araştırılmasına ve denenmesine yol açtığını ifade etmektedir:

*“Daha sonra, Basın İlan Kurumu Yasası dikkate alınarak Basın Ahlak Yasası’na uymayan kuruluşların ilanlarının kesilmesine başlandı. gelir kaynaklarının en önemli kalemine yapılan bu müdahaleden rahatsız olan gazeteler, artık Basın Şeref Divanı’nın kararlarına uymaya yönelik taahhütlerinden vazgeçmeye başladılar. Bağlı bulunmadıkları bir divanın verdiği kararlara dayanılarak ilanlarının kesilemeyeceğini iddia etmişler ve açtıkları iptal davalarını kazanmışlardır. Davaların kazanılması üzerine ilan kesme kararı uygulanamadığı gibi diğer pek çok gazete de benzer sorunlarla karşılaşmamak için Basın Şeref Divanı’na verdikleri taahhütleri geri çekmişlerdir”*

Böylelikle özdenetim sağlanması amaçlanan bu girişim de başarısızlıkla sonuçlanmak zorunda kalmıştır. Türkiye’deki özdenetim uygulamaları alanındaki başarısız girişimler, mesleki ilkelere yoğunlaşmaları ve bu alandaki çalışmaları sonlandırmamaktadır. Bu kapsamda Türk Basını’nın özdenetimine ilişkin önemli bir adımı da Basın Etik Kuralları’nın ilk kez Gazeteciler Cemiyeti tarafından kabul edilmesiyle 14 Şubat 1972’de atılmıştır. Orhan Erinç, Hürriyet Vakfı’nın düzenlediği “Basın ve Basının Karşılaştığı Hukuki Sorunlar Semineri”nde bu belgenin Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI) tarafından hazırlandığını ve Gazeteciler Cemiyeti Genel Kurulu’nda kabul edildiğini bildirmiştir. (Erinç, 1986: 19-20) :

- 1. “Gazeteci ve gazete yazarları, halka kesin ve doğru haber vermeye dikkat etmeye mecburdurlar.*
- 2. Gazetecilik, kamu yararına hizmet etmelidir. Kamunun aleyhine kişisel bir çıkar aramak gazetecilik mesleğine aykırı olmakla birlikte özel bir yarara üstünlük sağlamak da gazetecilik mesleğiyle bağdaşmaz.*
- 3. Şeref ve haysiyete dokunan yazılar yazmak ya da iftira ve suçlamalarda bulunmak, hakaret etmek, gazetecilik özelliği nedeniyle verilen hediyeleri kabul*



*etmek ve sahibinin haberi olmadan aktarma yapmak, ağır gazetecilik meslek suçları arasındadır.*

- 4. Kamu lehine iyi niyetli olmak ve bunu göstermek mesleki görevlerin temelini teşkil eder. Doğruluğu tespit edilmemiş bütün rivayet ve haberler en kısa sürede düzeltilmelidir.*
- 5. Bir gazeteci ancak onur ve haysiyet ile tarafsızlığını kanıtlayabileceği bir görevi kabul etmelidir.*
- 6. Bir haberin ya da yorumun yazarı, yazısının doğruluğunu ispat etmedikçe yazının sorumluluğunu taşır.*
- 7. Eğer kamu yararı yoksa Bir kimsenin şeref ve haysiyetini zedeleyecek bir şekilde özel hayatıyla ilgili haber ve yorumlar yapmak yasaktır. Herkesin namus ve itibarına saygı göstermek gerekir.*
- 8. Yabancı bir ülkedeki olayların tasvir ve tahlili ancak bu ülke hakkında bu olayları ve yorumları, doğru ve tarafsız bir şekilde aktarabilecek gazeteciler tarafından yapılmalıdır.*
- 9. Gazeteci haber veya fotoğrafı edinebilmek için etik dışı yollara başvurmamalıdır”.*

Gazetecinin kamu yararını gözeterek faaliyetlerini sürdürmesi gerektiğini ifade eden, sorumluluklarını belirleyen ve gazetecilik mesleğinin işlevlerini, amaçlarını ortaya koyan bu ilkeler daha sonraki çalışmalarda da benzer içeriklerle yer bulmaktadır.

#### **1.1.5.2. Basın Konseyi**

Türkiye’deki basın ve basının mesleki ilkeleri alanındaki tartışmalar 1980’li yıllara gelindiğinde farklı bir yapıyla anılmaya başlamaktadır. Basında meslek ilkelerinin uygulanmasına yönelik yapılan girişimlerden biri de basın konseyidir. “Basının özdenetim sistemlerinden en önemlisi ve en yaygını Basın Konsey’leridir. İletişim araçları temsilcilerinden oluşan basın konseyi, siyasi otoriteden bağımsızdır. Türkiye’de 1988’de basın konseyi kurulmuştur. Basın özgürlüğünün korunmasını ve geliştirilmesini sağlamaya çalışan basın konseyleri, meslek standartlarının yükseltilmesi için de çaba göstermektedir” (Uzun, 2007: 46-47). Gazetecilerin yasal bir zorunluluk bulunmadan bir araya gelerek oluşturdukları basın konseyi, diğer girişimlerden daha özgürlükçü bulunmuştur. Mesleki standartların yükseltilmesini amaçlayan ve basın özgürlüğünün

de korunmasını hedefleyen Basın Konseyi'nin yayınladığı Basın Meslek İlkeleri'ni Atabek (2005: 41-43) çalışmasında aktarmaktadır:

1. *“Yayınlarda hiç kimse; etnik kökeni, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.*
2. *Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsısı ya da incitici yayın yapılamaz.*
3. *Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.*
4. *Kişileri ve kuruluşlar, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.*
5. *Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.*
6. *Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler soruşturulmaksızın ya da doğruluğundan emin olmaksızın yayınlanamaz.*
7. *Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.*
8. *Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.*
9. *Suçlu bulunduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.*
10. *Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.*
11. *Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.*
12. *Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.*
13. *Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınır.*

14.İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15.Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16.Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar”.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu da basın mensupları ve basın organları hakkındaki başvuruları, bu ilkeler çerçevesinde değerlendirmektedir.

*“Değerlendirme sonuçlarına göre Kurul, basın kuruluşları ve basın mensupları hakkında çeşitli kararlar alabilmektedirler. Bu kararları “şikayeti yersiz bulma”, “uyarma” veya “kınama” gibi değerlendirebilmekteydiler. Ancak etkisi az olması nedeniyle, Konsey 31 Ekim 1995 tarihinde yeni bir yaptırım şeklini kabul ederek, eğer basının saygınlığını düşürecek yayın yapılırsa, kurul ile ilişkinin kesileceğini duyurdu. Ancak, etkinliği tartışıldığı ve basın mensupları arasında bir uzlaşma için yeterince ilgi görmemektedir” (Uzun, 2007:56-57).*

Gazeteler, okurlarının beklentilerini karşılayabilmek ve yasaların yaptırımlarını azaltmaya yönelik adımlarla sorunları kendi bünyesinde çözmek amacıyla okur temsilciliği sistemine yönelmişlerdir.

#### **1.1.6. Türkiye’de Okur Temsilciliği**

Dünya’da basın alanında ombudsmanlığın 1900’lü yılların başında örnekleri bulunsada asıl yaygınlaşmasını 2.Dünya Savaşı sonralarında görmekteyiz. Basına olan güvenin gittikçe zayıflamaya başladığı bu dönemde gazeteciler eski saygınlıklarını yeniden yakalamak için önemli gayretler göstermektedirler. Bunlardan bir tanesi de ombudsmanlık sistemidir.

Türk Basını’nda ise siyasi çalkantılar ve neredeyse on yılda bir gerçekleşen askeri müdahalelerle basın alanındaki benzer saygınlık ve mesleki ilkelere yönelik girişimler bazen cılız, bazen de sonuçsuz kalmaktadır. “Türkiye’de okur temsilciliği uygulaması 1980 darbesinin ardından kendisini göstermeye başlamıştır. Askeri yönetimin baskılarından en az etkilenmek ve hedef kitlesinin güvenini kazanmak amacıyla başlatılan “okur temsilciliği” uygulamalarının ilk örnekleri Hürriyet Haber Ajansı’nda ortaya çıkmıştır” (Girgin, 2014: 250). Ancak ombudsman- okur temsilcisi olarak akla gelen ilk isim, Türkiye’nin ilk okur temsilcisi ünvanlı Yavuz Baydar’dır. 22 Milliyet

Gazetesi’de 1999 yılı Mart ayında yazmaya başlayan Yavuz Baydar, Amerikan modeline yakın bir uygulama örneği başlatmıştır.

*“Özel televizyon yayıncılığının başladığı 1990’lı yıllarla birlikte yazılı basına ek olarak özel radyo ve televizyonların sayısı da hızla artmıştır. Ticarileşmeyi arttıran bu gelişmelerle medya ve ticaret birlikte anılmaya başlanmıştır. Basından medyaya geçiş ve ticarileşme, beraberinde yeni etik sorunları da gündeme getirmiştir. 2000’li yıllara yazılı basında etkin olan Basın Konseyi, özdenetim konusunda yetersiz kaldığı ve eleştirildiği görülmektedir. Yetersiz kalan Basın Konseyi’nin eksikliğini TGC kapatmaya çalışmış ve etik ilkeler konusunda çalışmalar yürüterek mesleğin niteliğini artırmaya ve üyelerinin mesleki denetimini sağlamaya yönelik 1998 yılında Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ni yayınlamıştır” (Ayten, 2013: 6).*

Milliyet Gazetesi’ni de bünyesinde bulunduran Doğan Medya Grubu 1999 yılında, yazılı ve sözlü basın organlarının uyacakları Yayın İlkeleri’nin ortaya çıkarılması için grup bünyesinde ilk çalışmaları başlattı. “Uzun yıllar Milliyet Gazetesi okur temsilciliği görevini yapan Yavuz Baydar gazetede ki köşesinde bu durumu şöyle özetlemektedir: “Bu gazete dört yılı aşkın bir süredir, tam da işin ruhuna yakışır biçimde, gerçekten ‘bağımsız’ bir ‘ombudsman’ aracılığıyla okurlarıyla diyalog halinde. Onlara gerekirse hesap veriyor, özeleştiri yapıyor, hiçbir komplekse kapılmadan hatalarını, kusurlarını kabul ediyor. Türkiye 'de geçtiğimiz on yılda örselenen, hasar gören güven köprüsünün kendine ait kısmını ısrarla, kararlılıkla onarmayı sürdürüyor” (Atabek, 2005: 98). Ancak, Yavuz Baydar, güven köprüsünü oluşturmak için gayret gösterdiği tüm bu idealist yaklaşımlarına rağmen severek yaptığı işinden yıllar sonra yine bir eleştiriyi gündeme getirmesiyle istifa etmek zorunda bırakılmıştır.

“Milliyet Gazetesi’nin 1999 yılında okur temsilcisi ataması, Türkiye’de 1990’lı yıllar boyunca medya alanında yaşanan yozlaşmadan ayrı düşünülemez. Türkiye’de okur temsilciliği, yazılı basında etik ilkelere uymanın ve dolayısıyla okuyucunun güvenini yeniden kazanmanın bir aracı olarak gündeme gelmiştir” (Atabek, 2005: 97-98). “Doğan Medya Grubu, Milliyet Gazetesi’nin ardından Mart 2002’de Doğan Satmış’ı da Hürriyet Gazetesi’nin okur temsilcisi olarak görevlendirmiştir. Yavuz Baydar, Milliyet Gazetesi’nden çıkardıktan sonra 2004 yılında Sabah Gazetesi’nde okur temsilcisi olarak göreve başlamıştır. Baydar’ın Milliyet’teki yerine ise Derya Sazak getirilmiştir.

Böylece, okur temsilciliği Türkiye'nin en yüksek tirajlı gazetelerinde yapılmaya başlanmıştır" (Atabek, 2005: 94).

Okur temsilciliğinin Türkiye'deki yakın tarihte uygulanmaya başlanması ve bu sistemin hem gazeteciler hem de okur tarafından nasıl algılandığını Atabek'in çalışması Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisi Yavuz Baydar, şöyle ifade etmektedir:

*"Hepsi okur şikâyetlerini ele alıyor ama her okur temsilcisinin ayrı bir yoğurt yiyişi var. Kimisi yayın politikalarını bile eleştiriyor, kimi günlük düzeltme köşelerini yönetiyor, kimileri esprili, kimileri ciddi yazıyor. Ama tümünün işlevi aynı: a) Hataları, yanlışları düzeltmek; meslek etiğine aykırı habercilik örnekleri konusunda gazeteyi uyarıp yol göstermek b) Meslek pratiğinin inceliklerini, haberciliğin mantığını okura anlatıp, soru işaretlerini gidermek.*

*Okur temsilcisi, bazı okurların sandığı gibi, yetkili bir kişi değil. Görevi, gazeteyi ve mesleği bilen bir kişi olarak hataları ortaya koyup yol göstermek. Okurun dünyasını gazeteciye, gazetecinin dünyasını da okura anlaşılır kılmak. Gazetenin eleştiriyi yüzleşmesini sağlamak günah ve kabahatlerini seslendiren vicdanı olmak.*

*Gazeteci için ise okurun hassasiyetlerini görebilmek, doğru pratik açısından aynı ölçüde önemli. Kaliteli bir gazete istiyorsanız, hataların azaltılmasından yanaysanız, burası sizin köşeniz. Tek yapmanız gereken içeriğe ilişkin hatalara, çarpıklıklara, tarafsızlığa aykırı gördüğünüz haber eksikliklerine bakıp buraya bildirmeniz. Şikâyetlerde genel eleştiri somut örnekler makbul. Ancak... burası okur yorumları köşesi değil. Dünya ahvali ile ilgili görüşlerinize yer veremem. Köşe yazılarına ilişkin şahsi yorumları ise köşe yazarlarına iletirim. Promosyon şikâyetlerini promosyon bölümüne göndermenizi öneririm..."*

*Bazı gazetelerde ise okur temsilcileri, okuyucu eleştirileri için 'Okur Temsilcisi Köşesi'ne sahip değildir. Böyle durumlarda okur temsilcisinin görevi işlevini yitirir ve bir nevi şikâyet bölümüne dönüşür. Bu da gazetecilerin haber üretim süreçleri hakkında farklı çevrelerden yükselen spekülâtif tartışmalara zemin hazırlar" (Atabek, 2005:75-76).*

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yayın yapan Yenidüzen adlı gazetenin ilk okur temsilcisi Süleyman İrvan da okur temsilciliğiyle geçen bir yılın ardından kaleme aldığı köşe yazısında iki başlıkla şunları ifade etmektedir:

*“Özüne bakıldığında kur temsilciliği eleştiriye dayanır. bir gazetenin okur temsilcisi ataması aslında kendisini eleştiriye açması anlamına geliyor. Bu bir yıl içinde Yenidüzen’in birçok haberine, muhabirine eleştiri getirdim. Bazı yazarlar ve muhabirler eleştirilerimden dolayı mutsuz da oldular. Ama gazete yönetimi ve en başta Cenk Mutluyakalı, bu girişimin hep destekçisi oldu, şahsıma yönelik haketmediğim eleştirilerden bunaldığım dönemlerde beni cesaretlendirdi.*

*Okur ilgisi az: Temel beklentim, zaman içinde okurdan gelecek eleştirilerde bir artış olacağı şeklindeydi. Ancak yanlışlığı itiraf etmeliyim. Ya okur gazetenin haberciliğinden çok memnun ve eleştirilecek bir şey bulamıyor ya da okur temsilciliğini önemsemiyor. Oysa bana ayrılan sayfada pekâlâ okurun görüşlerine yer verebilirdim, verdim de. Hatta o kadar ki, kendileriyle ilgili haberlerin eksik, yanlış ya da abartılı olduğunu düşünenler bile okur temsilcisine şikâyetlerini dile getirmede istekli davranmadılar. Bazı durumlarda okur temsilcisi olarak bizi kendim bu kişilerle temas kurarak haberlerde eksik ya da yanlış bulduğum bilgileri düzeltmeye çalıştım” (İrvan: 2013).*

Okur temsilciliği için yapılan bu değerlendirmelerin yanında okur temsilcisinin kendi iş garantisi açısından pek de rahat olmadığını belirtmekte yarar var. Nitekim yeri geldiğinde kendi iş yerini, muhabiri de eleştirmek durumunda olan okur temsilcisi tüm bu etkileşimden hem psikolojik hem de ekonomik risklerle karşı karşıyadır. “Basın organı çalışanları ile ombudsman arasındaki uyum sorunu okur temsilciliği uygulamasının pratiğinde yaşanan en önemli sıkıntılardan biri olarak görülmektedir. Çünkü gazeteciler kendilerini takip eden birinin varlığını her zaman o kadar da kolay kabul etmeyebilirler” (Aytan, 2013: 6). İç denetim görevini sürdüren okur temsilcileri, dönem dönem bazı tepkilerle karşılaşabilmektedirler. “ Bir okur temsilcisinin durumu iş güvenliği açısından kaygı verici olabilmektedir. Çünkü çalıştığı kurumla ya da gazetecilerle ilgili şikâyetleri alıp onları değerlendirip, hata tespit ettiğinde ve onları da ortaya koyup eleştirirken, ne kadar, yapıcı, hoşgörülü ve tarafsız bir yaklaşımla yapsa da, okur temsilcisi kurumda çalışan gazetecilerin ister istemez tepkisini çekebilir” (Özgen, 1998: 205). “Gazetenin haberlerini eleştirdiklerinden dolayı genellikle “dışarıdakiler” (okurlar) gözünde popüler hale gelen okur temsilcileri, günümüzde pek çok gazete sahibi ve editörler tarafından istenmeyebilirler (Atabek, 2005: 89)” Bu kapsamda bakıldığında “Kol kırılır, yen içinde kalır” atasözü okur temsilciliğinin özüne aykırıdır. Ancak, yapılan işin “ideal” boyutuyla ilgilenen okur temsilcisi, girişimleri ve yazıları nedeniyle çalışma arkadaşları tarafından dışlanabilmekte, patronu tarafından da

kovulabilmektedir. Türkiye'nin ilk okur temsilcisi olan Yavuz Baydar'ın başına gelen olayı, Nejdet Atabek'le yaptığı röportajda öğrenmekteyiz. Milliyet'teki görevinden ayrılmasını “tatsız” bir konu olarak nitelendirmektedir:

*“Güvenilirliği son derece tartışmalı bir kaynağın iddialarına dayalı, başka hiçbir kaynaktan denetlenmemiş; konusunun uzmanı olan başka muhabirlere dahi sorulmamış, iddialara hedef olan kişilerin görüşleri alınmadan yayınlanmış bir haberi, benden beklendiği ve konumumun gerektirdiği şekilde ele aldığım ve gazetenin itibarına adına, ona açılacak tazminat davalarını önlemek adına köşemde yayımladığım için” ve ekliyor : “Dünya ombudsmanlık tarihinde böyle bir olay ilk ve umarım son kez yaşandı” (Atabek, 2005:109)”*

Görüldüğü gibi Türkiye’de okur temsilciliği sistemi ideal beklentilerin gerçekleşemediği, ancak bir o kadar da okuru önemseyen, onun eleştiri ve beklentilerini dikkate alarak gazetecelere olan güveni ve bağı artırıcı sonuçlar doğurmuştur. Ancak yaşanan çatışmalar bu olumlu sonuçları ileriye taşıyamamaktadır. Ulusal basında sancılı bir ilerleyiş gösteren ombudsmanlık sisteminin yerel basındaki yansımaları ise daha karmaşık bir haldedir.

## **1.2. Yerel Basın**

Yerel basının genel özelliklerine bakıldığında ortak tanımlamalar belli bir bölgede yaşayan insanların haberlerine yer verilmesi üzerinde birleşmektedir:

*“ulusal haberlerden farklı olarak sadece belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazetelere yerel gazeteler denilir. Bu gazeteler bir kasaba ya da şehirde yaşayan insanları ilgilendiren haberlere yer verir. Türkiye’de “Anadolu basını” ya da “taşra basını” olarak da adlandırılan yerel basın, yöre halkını eğitmeye, eğlendirmeye, bilgilendirmeye ve böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır. (Girgin, 2009:235)*

Büyükbaykal (2005: 83) da benzer bir tanımlamaya giderek yerel basının işlediği konuların büyük oranda bulunduğu yerel çevreyle ilgili olduğunu belirtmektedir: “Genel olarak bölge haberlerinin yer aldığı yerel gazetelerde, o bölgede yaşayan halkın yaşamını ilgilendiren konular, şehir yaşamına etki edecek yenilikler ( spor tesisi, alışveriş merkezi, okul açılışları vb.) değişiklikler, sosyo-ekonomik hayata yönelik gelişmeler, ulaşım alanındaki düzenlemeler ve sağlık konuları işlenmektedir”. Sözen

(2004:109) ise yerel basının, yayımlandığı alandak yerel yaşamın sorunlarına dikkat çektiğini ifade etmektedir: “yerel basın, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran merkez-çevre ilişkisinde çevreyi temsil eden ve çevrede yayın yapan özelliğiyle yerel sorunlara karşısı halkı bilinçlendiren, bilgilendirenve kamuoyu oluşmasını sağlayan araçlardır”.

Yerel basın, Türk gazetecilik tarihinin de başlangıcı oluşturmaktadır. Osmanlı Devleti’yle başlayan basın faaliyetlerinin temelinde “yerel basın” bulunmaktadır. “Osmanlı’da yayın yapan ancak yaygın olan ilk Türkçe 1831 tarihli Takvim-i Vakayi Gazetesi’dir. Yerel basından bahsedilecek olursa Osmanlı’nın farklı bölgelerinde yabancı dillerde bazı gazetelerin yayımlandığı kayıtlıdır. Dolayısıyla Türkiye’de ilk gazete örneklerinin yerel gazetelerle verilmiştir” (Demirkent, 2007: 10). Yerel gazetelerin yaygın gazeteleri de tetiklediği Osmanlı’da “Takvim-i Vakayi’nin ardından yarı resmi özelliğiyle 1840’da basılan Ceride-i Havadis’i sonrasında Tercüman-ı Ahval (1860) ile Tasvir-i Efkâr (1862) takip etmiş ve bu gazeteler Türk gazeteciliğinin gerçek anlamda nitelendirildiği dönem olmuştur” (Baykal, 1990:84).

19. yüzyıl Osmanlı Devleti açısından sürekli iyileştirme ve düzenleme çabalarının yapıldığı bir dönemdir. Bu düzenlemelerin büyük bir kısmı devletin idaresi sorunuyla ilgilidir. Kılıç, İlber Ortaylı’dan (2005:37) bu süreci şöyle aktarmaktadır:

*“ Osmanlı Devleti bu yüz yılda modern merkezîyetçi devlet tipine geçiş sürecine girerek geleneksel devlet tipinden uzaklaşmaya başladı. 1864 yılında Vilayet Nizamnamesi’nin yayımlanmasıyla artık eyalet düzeninden vilayet örgütüne geçiş başladı. Çoğunlukla Fransa sisteminden esinlenerek hazırlanan Vilayet Nizamnamesi’nin ilk uygulama alanı Tuna vilayeti oldu. Buna göre Osmanlı toprakları vilayet düzenine uygun bir şekilde yeniden örgütleniyordu. Yeni vilayet sistemi zamanla sayısı değişen otuz yakın vilayetin hepsinde uygulandı”.*

Eyaletten vilayete dönüşmeye başlayan Osmanlı’daki siyasal yapı, yerel basına da zemin hazırlamıştır. “Vilayetler oluşturulurken şehirlerde de birer matbaa kurulmuştur. Bu matbaalarda genellikle devletin kırtasiye ihtiyaçları karşılanmış, sonrasında ise resmi özellikteki vilayet gazetelerini basmaya başlamıştır” (Faraç, 2000: 22). Bir taraftan gazeteler için önemli bir ekonomik maliyetin devlet eliyle karşılanması faydalı bir adım olurken, diğer taraftan da devletin kontrolünü de matbaacılığa getirmektedir. “Devletin matbaalar için yatırım yapması özel girişimcileri ekonomik yükten kurtarmış ve özel sektörün yalnızca baskı masrafını ödeyerek yayın yapma imkanına



kavuşturmuştur. Ancak bu durum bir tür ön sansürü de beraberinde getirecektir. Olumsuzluklarına rağmen taşranın kültür yaşamı bu girişimlerle hareketlenmiştir.” (Koloğlu, 2006:33). Devletin bu yatırımlarıyla hareketlendirilen basımevleri “ Türk girişimcilerinin kurdukları basımevleriyle birlikte 1908 yılı sonlarında Anadolu’nun hemen her kentine ulaştı. Özel matbaaların kurulması vilayet gazetelerinin yanı sıra özel gazetelerin de çıkmasına zemin hazırladı. Siyasi, edebiyat ve sanat, eğitim ve din gibi bir çok konuda süreli yayınlar çıkmıştır. (Varlık, 1999:104) “1910 yılına gelindiğinde Osmanlı’da oluşan özgürlük alanının da etkisiyle yüzden fazla yerel gazetenin yayımlandığı görülmektedir. Ancak bu dönem kısa sürmüştür. 1.Dünya Savaşı döneminde bu gazetelerin büyük bir kısmı kapanmıştır” (Yücel,1999:174). Savaş yıllarının ardından Osmanlı parçalanmaya ve Anadolu toprakları işgal edilmeye başlanmıştır. Bu durumda kurtuluş mücadelesini tüm Anadolu’ya yaymak için gazetelerden de beklentiler yer almaktadır. Ulusoy (Ulusoy, 2004: 56) savaş sonrası İstanbul basınının yeterli olmadığı belirtmektedir:

*“İstanbul Basını, Birinci Dünya Savaşı sonrası Anadolu’daki direnişe dair bilgi bulunmayan ve genellikle İstanbul Hükümeti’nin bilgilerini paylaşan ve itilaf devletlerinin Türkiye ile ilgili düşünce ve faaliyetlerini aktarmaktaydı. Bu duruma karşın alternatif bir basın oluşturularak kamuoyunun vatan topraklarında sürdürülgen bağımsızlık mücadelesinin duyurulması gerekliydi. Baskı ve sansüründen etkilenmeyecek şekilde Anadolu’nun birçok vilayetinde “Anadolu Basını” olarak adlandırılan ve kurtuluş mücadelesini aktarıp teşvik etme özelliğiyle de “milli mücadele” basını olarak anılacak gazeteler faaliyete geçmiştir”*

Ancak bu gazeteler her açıdan zorluklarla karşı karşıya kalsa da Kurtuluş Savaşı’nda önemli sorumluluk yerine getirerek milli mücadeleyle ilgili bilgi paylaşımını tüm Anadolu topraklarına ulaştırmayı başarmıştır. Mustafa Kemal Atatürk, Anadolu Basını’nı bu anlamda önemli bulmuştur. “Mustafa Kemal, 1919’da Ankara’da yayınlanan Anadolu’nun sesi ve sonrasında 1920’den itibaren yayımlanan Hâkimiyet-i Milliye gazeteleri için bizzat kendisinin kaleme aldığı yazılarıyla milli mücadelenin sürdürüldüğü diğer şehirlere mesajlarını ulaştırmıştır. Aynı dönemde Anadolu’nun farklı şehirlerinde de milli mücadeleyi destekleyen gazeteler yayınlanmıştır” (Faraç, 2000: 23). Kurtuluş Savaşı’nda önemli görev ve sorumluluklar yerine getiren Anadolu Basını, Türkiye Cumhuriyeti’ndeki yerel basınının da temellerini oluşturmuştur. O nedenle yerel basını Osmanlı Devleti’nden bağımsız düşünmek mümkün değildir.

### 1.2.1. Türkiye’de Yerel Basın

Osmanlı Devleti’yle başlayan vilayet gazeteleri yerel basının güçlenmesine ve yaygınlaşmasına zemin hazırlarken, Birinci Dünya Savaşı’nın etkisiyle bu yayınların bir çoğu yaşamını sürdürmedi. Osmanlı’nın yıkılma sürecini takiben Kurtuluş Savaşı aşamalarında yoğun ve yıpratıcı geçen savaş yılları toplumun bilgilenme ihtiyacını da arttırmıştır. Bu ihtiyaç İstanbul Basını’nın güçlü olmasına rağmen, yeterli bilgileri Anadolu’ya ulaştırmaması nedeniyle, milli ruhu tetikleyecek ve halkın bilgilenme ihtiyacını giderecek Anadolu Basını’yla karşılanmaya çalışıldı. Cumhuriyetin ilan edilmesi ve sonrasındaki tek partili dönemde de yerel gazetelerin varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Demokrat Parti’nin iktidarıyla birlikte “ Resmi İlan” desteği yerel basın için cazip bir fırsat haline geldiğinde yayınlanan yerel gazete sayısı da artmıştır. Ancak bu işleyiş daha sonraki müdahalelerle cazibesini azaltınca yerel basın sayısı da azalmıştır. Yücel, (1999:174-177) bu süreci şöyle özetlemektedir:

*“ 1919- 1938 yıllarına bakıldığında toplam 582 gazetenin çıktığı görülmektedir. Bu gazetelerin 406’sı ise Anadolu’da yayımlanmıştır. Gazetelerin yarıya yakın günlük süreli yayın olarak basılmıştır. Demokrat Parti döneminde başlayan siyasi görüşe göre resmi ilan dağıtımı, yerel basın sayısını arttırmakla birlikte 1961’de yapılan düzenlemelerle ilan alma hakkı verilen gazetelerin sayısı 1962 ile 1970 arasında 160-200 arasına gerilemiştir. Resmi ilanların yerel gazetelere sunduğu destekle gazete sayılarındaki hızlı artışı 1970’te 1100’e, 1975 yılında ise 2600 sayısına kadar artmıştır. Bu hızlı yükseliş 1980 askeri darbesinin ardından büyük oranda etkilenmiş ve 24 Ocak tarihinde alınan kararlarının ardından birçok yerel gazete kapanmıştır. 1984’ten sonra iki yıl içinde 244 gazete kapanmıştır. 1986 yılına gelindiğinde Türkiye’de toplam 745 gazete yayımlanmaktaydı. 1991 yılı Basın İlan Kurumu tarafından ilan edilen veriler ise resmi ilan alabilen gazetelerin 249’u il merkezlerinde, 382’si ilçelerde olmak üzere toplam gazete sayısı 631’dir. 1992 yılına gelindiğinde ise sayının arttığı görülmektedir. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü verilerine göre Türkiye’deki yerel gazete sayısı 827’dir. Günlük olarak yayımlanan gazete sayısı ise 317’dir”.*

1990’lar, Türk Siyasi tarihi açısından çalkantılı ve birçok konuda karanlık yıl olarak nitelendirilmektedir. Öyle ki gazetecilere yönelik süikastler, cinayetler basın alanındaki korkuyu, kaygıyı ve dolayısıyla toplumdaki karamsarlığı da arttırmaktaydı. Gazetecilerin cinayetlere kurban gitmesi ve birçoğunun da faalinin bulunmaması, karanlıkta kalan demokrasinin de zorlu bir dönemi olmuştur. Basın bu dönemde en çok

etkilenen kuruluşlar arasındadır. Gazeteciler öldürülmekle, hapse atılmakla veya para cezalarıyla karşı karşıya bırakılmıştır. Durum, birçok yönüyle eleştirilen Osmanlı Dönemi basını ve ardından tek partili yılları aratır hale getirmiştir. O dönemleri anlatan Tılıç (2001: 141-151) sayılarla şunları aktarmaktadır:

*“Bu dönemde farklı kuruluşlar tarafından hazırlanan birçok medya raporu ‘Türk basını için kara bir yıl olmuştur!’ başlıkları atmaktaydı. Gazetecilere yönelik cinayetlerin arttığı bu yıllarda 1992’de 13 gazeteci, 1993 yılında ise 8 gazeteci öldürüldü. Türkiye’de 1998’den geriye 165 yıllık basın tarihinin öldürülen gazeteci sayısı 65 iken, bu gazetecilerin büyük çoğunluğu 1979’dan sonrası öldürülmüştür. Bu sayı 50’dir. 1994’de gazeteci öldürme olayları önemli ölçüde azaldı. Ancak, gazeteciler üzerindeki baskılar sürmekteydi. O yıl gazeteci ve yazarlar toplam olarak 448 yıl 6 ay ve 25 gün hapis cezasına ve 2 milyon 400 dolar para cezasına çarptırıldılar. 2000’li yıllara girilirken, 90’lı yıllara damgasını vurmuş olan gazeteci cinayetleri artık görülme de, basına yönelik baskılar sürmekteydi”.*

Türkiye’deki 1980 sonrası artan siyasi karanlıklar, güvenlik ve özgürlük sorunu tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Yerel basın da bu süreçten büyük ölçüde etkilenmiştir. Özellikle ekonomik dalgalanmalar yerel basın için çok daha yıkıcı hale gelmiştir. “Bir taraftan baskılar, bir taraftan da ekonomik kriz, zor olan gazeteciliğin şartlarını daha da zora sokmuştur. Ulusal gazetelerin maliyetleri kağıt zamlarıyla birlikte iyice arttırmış bu durum gazetelerin sayfa sayılarında azalmalara gitmelerine ve gazete fiyatlarına da artış yapmalarına neden olmuştur. Bu dönemde küçük ulusal gazetelerin yanısıra bir çok yerel gazetenin de kapanmasıyla sonuçlanmıştır” (Şeker, 2007:58). Yerel gazetelerin sancılı süreçleri her dönem devam etse de 2010’lu yıllarda sayısal alanda artış görülmektedir. “2016 yılında 6265 gazete ve dergi yayımlanırken bu yayınların yüzde 6,6’sını ulusal, yüzde 90,7’sini yerel yayınlar, geri kalan kısmını ise bölgesel yayınlar oluşturdu”. (BİK, 2017) Ancak 2000’li yıllar geleneksel gazeteciliğin ekonomik sorunlarına yeni sorunlar da eklemektedir. Gazeteler artık internet gazeteciliği ve buna bağlı olarak yerel internet haber siteleriyle de yarışmak durumunda kalmaktadır. Bu durum özellikle günlük süreli yayınlanan gazeteleri olumsuz yönde etkilemeye devam etmektedir. Geleneksel gazetecilik mi internet gazeteciliği mi gibi yeni bir tartışmanın da fitili ateşlenmiş olsa da gerçek şu ki maliyetler de göz önüne alındığında yerel basılı günlük gazeteler bu durumun mağduru olmuştur. Ancak yine de basılı belge olma özelliği, geleneksel habercilik süzgeçlerinin işleyişi, “tarihsel rolü ve ihtiyaç olması gibi özellikleriyle Yerel basın, ülkemizde ‘Anadolu Basını’, ‘Mahalli

Basın' ya da 'Taşra Basını' olarak kamuoyunda, gazetecilik mesleğinin icra edildiği çevrelerde, siyasi ortamlarda ve akademik platformlarda tanımlanmaya ve okunmaya devam etmektedir" (Vural, 2007: 339). Tüm olumsuzluklara rağmen varlığını sürdürmeye devam eden yerel gazetelerin bir dönüşüm gayretinde olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. Girgin'e göre (2001: 173) yerel basınının yapısal özelliklerini Türkiye bağlamında (Anadolu Basını) iki açıdan görmek mümkündür;

1. *"Yerel Basının bir bölümü, miras yoluyla babadan oğula geçen gazetelerden meydana gelir. Bu gruptakiler, çağı yakalayamamış baskı sistemleriyle dizilip basılan, iki ya da üç kişinin çalıştığı, net satışları 50-150 arasında olan, resmi ilan gelirleri ve matbaada işleriyle geçinen gazetelerdir.*
2. *Bu gruptaki gazeteler ise ofset baskı sistemi kullanmaktadır. Bir kısmı yerel bir kısmı da bölgesel yayım yapmaktadır. Bu tür gazetelerin doğuşunda Babiâli sermayesinin izleri bulunmaktadır. Daha sonra yerel sermayenin eline geçmiştir. Bu gazeteler, sahip oldukları teknoloji ve ulaştıkları yüksek tirajlarla kamuoyu yaratmada etkili bir rol oynamakta, zaman zaman da siyasal ve ekonomik baskı aracı olarak kullanılmaktadır".*

Bu özelliklerinin ilkinde bakıldığında yerel basından beklenen görev ve sorumlulukları bulmak oldukça zordur. Zira yerel gazete çıkarmadaki amaç resmi ilan veya bazı ilanlarla ekonomik çıkar elde etmekten öteye değildir. Girgin'in ikinci gruptadaki gazete özellikleri arasında en önemli vurgusu ise bu tür gazetelerin kamuoyu oluşturma gücüne sahip olmalarıdır. Bu gazeteler aynı zamanda elde ettikleri etki gücüyle gazetelerini nüfuz elde etmek ve baskı aracı olarak kullanılmalarıdır. Oysaki yerel gazetelerden beklenenler gazetenin bulunduğu bölgenin sorunlarıyla ilgilenmesi, çözüm üretmesi ve yerel halkın kendini konumlandırmasını sağlamasıdır.

### **1.2.2. Yerel Gazetelerin İşlevi ve Önemi**

Yerel Basın'ın tanımlarından da anlaşılacağı üzere buldukları "yer" ile ilgili haberlerin yer alması, sorunları dile getirmesi ve sorunlara çözümler üretmesi beklenmektedir. Vural'a göre yerel basının işlevi şöyledir:

*"Yerel iletişimin çevre koşulları içinde yerel gazeteler, kitle iletişim araçları açısından en önemli anahtar unsurlardır. Halkın kimi zaman gündelik hayatını düzenleyen yerel basın; halkı bilgilendirmek ve halkın kanaatleri etkileyerek kamuoyunu oluşmasını sağlar. Yöre halkını düzenleyici bir etkiye sahip olması özelliği açısından, diğer kitle iletişim araçlarından çok daha önemli bir konuma sahiptirler. Yörede görev yapan başta siyasal otorite temsilcilerinin ve yerel*

*idarecilerin en önemli kullanım ve propaganda aracı gibi gözükmektedir; ancak yine de o bölgede yaşayan yönetilenle onları yönetenler arasındaki ilişkiyi de yerel gazeteler düzenlemektedir. 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” (Vural, 2007:340).*

Bu özellikleriyle halkın günlük yaşamına etki eden ve düzenleyen bir işleve de sahip olan yerel gazetelerin özellikle siyasal etkisi nedeniyle önemi büyüktür. Seçim dönemlerinde seçime hazırlanan adayların ilk uğrakları yerel gazete binaları olmaktadır. Basılı olmasından dolayı belge niteliği taşıyan yerel gazetelerde “olumsuz” bir haberle yer almamak için adaylar, büyük gayret sarfederler. Gazete ziyaretlerinin temel amacı hem basında yer alarak “önemli” olma duygusunu arttırmak, siyasi hedeflerini aktararak destek beklemek, hem de olası olumsuzlukları gidermeye yönelik ön tedbirler almaktır. Siyasilerin yerel basına olan ilgisinin bir başka boyutu da gazetelerin ilgili parti merkezlerince de takip ediliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Böylelikle siyasiler hedef kitle olarak belirledikleri siyasi karar verici merkezlerine ve de kamuoyuna olumlu bir imaj sergilemektir. Bu yaklaşımı devlet kurumlarında da görmek mümkündür, yapılan faaliyetlerin basında olumlu bir şekilde yer alması amacıyla büyük bir gayret gösterilmektedir. Tüm bu iş ve işlemleri yürütmek amacıyla fotoğraf çekmeyi seven veya sevmese de zorunda bırakılan personeller kullandırılabilen veya imkanı olan kurumlarda meslekten gelen veya basın alanında eğitim görmüş kişileri istihdam etmektedirler. Bu kişiler bir taraftan kurum yöneticisinin yerel basında ve sosyal medya hesaplarında görünürlüğünü arttırmaya çalışırken bir taraftan da kurum veya yönetici hakkında yayınlanmış haberleri takip ederek yöneticisini bilgilendirmektedir. Tüm bu gayret kamuoyunun bilme hakkına katkı sağlamak amacı taşıdığı gibi, kamuoyunu etkilemek ve böylelikle bir üst makamın “takdirini” kazanmak amacıyla da yapılmaktadır. Konuyu devlet kurumlarıyla sınırlandırmak ise haksızlık olur. Bölgede faaliyet gösteren birçok kuruluş da benzer amaçlarla faaliyetler yürütmektedir. Yapılan bir etkinlik, “kurum içi çalışanlarına yönelik bir piknik de olsa” yerel basında yer alması beklenilir. Hatta birçok sivil toplum kuruluşu temsilcileri eğer bir hafta gazetelerde yer almazsa kendilerini kötü bile hissedebilir. Tabi bu durumda haber değeri taşıyan açıklamalar haricinde birçok yönlendirici bilgi de okura ulaştırılabilmektedir. Diğer taraftan bölge halkının da söyleyecekleri vardır. Yerel gazetelerin açtığı alanlar, sokak röportajları, okuyucu bölümleri gibi imkanlarla halk da kendisine yer bulmakta ve

beklentilerini dile getirebilmektedir. “ Yerel basın, bölge halkının moral kaynağı olarak bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamlarını sağlamakla yükümlü, dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş kurumdur. Yerel gazeteler bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesidir” (Girgin, 2007: 247-248). Yerel basının yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkisine yer veren Gezgin, (2007: 177-178) yerel basının işlevlerini üç maddede şu şekilde ifade etmektedir:

1. *“Yerel Basının temel işlevlerinden biri kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru biçimde halka duyurulması yöneten-yönetilen arasında köprü oluşturmaktır. Halkın yöneticileri denetlemesi ve kamuoyu oluşturulması da yerel basının sorumlulukları arasındadır.*
2. *Temel gazetecilik işlevlerinin yanı sıra bulunduğu beldelerdeki yerel yönetimlerin çalışmalarını duyurmak.*
3. *Milli iradenin doğru ve amaca uygun bir şekilde yansımaları sağlayarak demokrasinin yerleşmesini sağlamak.”*

Bu önemli görevlerin bilinciyle hareket etmesi beklenen yerel gazeteler “bölge halkının kültürel özelliklerini de dikkate alarak olayların nedenlerini ve nasıllarını inceleyen yönüyle yerel olma sorumluluğunu yerine getirmektedir. Bir anlamda içinde yaşadığı kültürün gazeteciliğini yapan, verdiği haber ve yorumlarla kanaatlerin oluşmasını ya da değişmesini ve böylelikle kamuoyunun biçimlenmesini sağlayan kurumdur, yerel basın” (Vural, 2007: 337-356). Ekonomik zorlukların arttığı günümüzde, nitelikli eleman istihdam edemeyerek araştırmacı gazetecilik özelliğini yeterince yerine getirememektedir. Bu durumda toplumun da bilgilenme ve gerektiğinde eleştirilerini sunmada aracı olma özelliği zayıflayabilmektedir. Atilla Girgin’in de ifade ettiği gibi:

*“ Toplum, içinde yaşadığı çevreyle ilgili bilgilenmek, ihtiyaç duyduğunda tepkisini göstermek veya herhangi bir konudaki beklentisini ifade etmek için yerel basını aracı olarak kullanabilir. Ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylerin hayatlarına doğrudan dokunamamakta ve onlara düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunmaktadırlar. Bireylerin içinde buldukları sorunları çözememekte ve yöre halkını kendi sorunlarıyla baş başa bırakmaktadırlar. Yerel basının temel özelliği ise; sorunların çözümünü noktasında bireylere yardımcı*

*olmakta, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına destek vermekte ve yerel yönetimleri denetleyerek kamu görevi yapmaktadır” (Girgin, 2001:161).*

Örneğin Sakarya İli’nde hızlı tren çalışmaları nedeniyle ara verilen ve sonrasında nerede konumlandırılacağı yönünde kararsız kalınan Tren Gar’ı konusunu Sakarya Yerel Basını çok defa gündeme getirerek Adaexpress Treni’nin yeniden şehir merkezindeki Gar’dan hareket etmesi yönünde haberler yaparak gündemde tutmaktaydı. Bu ısrarlı haber sürecinin oluşturduğu kamuoyu baskısıyla siyasi otoritenin harekete geçmesi sonucu 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimleri öncesi alınan kararla 7 yıl süreyle durdurulan tren seferleri yeniden başlamış oldu. Bu örnekte de olduğu gibi şehirde yaşayan ve şehirdeki gelişmelerden etkilenen bireylerin sorunlarını dile getiren/getirecek sonrasında da bunlara çözüm üretecek/ürettirecek alan yerel basındır. Bu konu eğer bir ölüm, macera vb. sansasyonel bir boyut kazanmadığı sürece ulusal veya uluslar arası basında yer alamayacaktır. Dolayısıyla her ne kadar Küreselleşmeden yana insanlar uzak diyarlardaki bir olayla ilgili bilgilenmiş ve etkilenmiş olsa da yerele yöneliş, içinde bulunulan yaşamla ilgili bilgilenme ihtiyacı hep var olmaktadır. Bu nedenle Temel’in (2012: 129) de belirttiği gibi: “Küreselleşme ile birlikte kültürler arası iletişim artmış, kültürler gelişmeye ve dünyanın dört bir yanına yayılmaya başlamıştır. Bu yayılmadaki en etkili araç medyadır. Ulusal ajanslar, ulusal gazeteler yaptıkları yayınlarla küreselleşmeye hizmet etmektedir. Ancak küresel kültürün aksine yerel kültürün korunması işlevini yerel basın yüklenmektedir”. Bir başka deyişle ulusal basın, tüm kitlelere yeterli olamamaktadır. Farklı kitlelere ulaşmak, onların kültürel özelliklerine, sorunlarına, beklentilerine yer vermek yerel basın araçlarıyla mümkün olmaktadır. “ Yerel basın, bir yandan yöre insanları arasında iletişimi sağlarken, bir yandan da hitap ettiği kitleye daha içten ve birebir mesajlar gönderebilecek etkinliktedir. Bu sayede yöre insanına aidiyet duygusu kazandırarak onun içinde bulunduğu toplumun bir parçası olduğu duygusu verir. Bireyin toplumsallaşmasına, hemşehri kimliğini güçlendirmesine ve yaşadığı çevreye duyarlı olmasına katkı sağlar” (Vural, 2007: 339) .

Ancak bu gücünü kullanmaya çalışırken, teknolojik, ekonomik ve nitelikli eleman eksikliği gibi sorunlarla da karşılaşabilmektedir.

### **1.2.3. Yerel Gazetelerin Genel Sorunları**

Teknolojik gelişmelerin iletişim ve medya alanında önemli katkı sağladığı günümüzde bir o kadar da sorun olduğu görülmektedir. “Teknolojik gelişmelerin yerel basın

açısından sorunlarında başı çektiği, bu durumu mizanpajın takip ettiği bilinmektedir. Ayrıca yerel gazetelerin kaynak ve haber sorunu da bulunmaktadır. Kaynağa ulaşmada ve bunları haber haline döşüntürmede sıkıntılar yaşanmakta, haberlerde yorumlar da bulunmaktadır” (Sözen, 2004: 111-112) Yerel basının teknolojiye erişmesindeki en önemli engellerden biri ise ekonomidir. Bu durumda yerel gazeteler, zaten zor olan ekonomik koşullarını, teknolojik gelişmelerin geride kalması bedeliyle de ödemeye devam etmektedir. Bu durum en başta habercilik süreçlerini etkilemektedir. Yine nitelikli gazeteci sayısının yetersizliği nedeniyle haber kaynaklarına ulaşmak yerine, kaynaklardan gelen bilgilerle haber yapılmaya çalışılmakta bu durum ise birçok yönlendirmeli haberleri yerel gazete editörleriyle karşı karşıya bırakmaktadır. Ajanslardan veya kurum ve kuruluşlardan gelen haberleri redaksiyon süreciyle okuyucuna sunan gazeteler, özel haber eksiklikleri nedeniyle ve benzer haberlere yer vermekle eleştirilmektedir.

Yerel gazete deyince akla gelen en önemli konulardan biri de Resmi İlan’lardır. Yerel gazeteler için önemli bir gelir kalemi olan ve birçok bölgede sırf bu ilanlardan faydalanılarak ayakta duran gazeteler mevcuttur. Bu alanda “Yerel Gazeteler ve Resmi İlan” adlı bir çalışma yayımlayan Şeker, (2005: 113) şunlara dikkat çekmektedir:

*“Resmi ilanların aktarımı yerel gazetelere destek olmak amacıyla başlatıldı. Yerel gazeteleri teknik ve içerik kalitelerini yükseltme fırsatı veren Resmi İlanlar, gazeteci istihdamını teşvik eden ve böylelikle tiraj ve net satış oranlarını arttıran gazeteleri ödüllendiren yönüyle birçok yararlı ölçütlere bağlanmıştır. Bu beklentilerin yeteri kadar denetlenmediğini söylemek de mümkündür. Çünkü gazetelerin tiraj ve fiili satışları, gazetelerin beyanına göre belirlenmekte bu durum da gerçek rakamlara ulaşılmasını engellemektedir”.*

Basın İlan Kurumu’nun bazı büyükşehirlerin ardından başka şehirlerde de şube açması ve bu konuyla ilgili çalışmalar başlatması, yerel gazetelerin denetlenme imkanını arttırmaktadır. Ancak bu durum da başka sorunları beraberinde getirmektedir. Bunlara bir örnek ise 2012 yılında Sakarya’da yaşanmıştır. Anadolu Ajansı’nın haberine göre:

*“Basın İlan Kurumu (BİK) Sakarya Şube Müdürü Recep Bolat, kurum çalışanı Ökkeş Buğra Atılğan ve Devrim Ersin Özengin ile Yenisakarya Gazetesi’nden temsilci olarak alınan Mustafa Süke, şikayet üzerine denetim amacıyla Akıncılar Mahallesi Büyükgeçit Sokak’taki Anadolu gazetesine geldi. BİK görevlileri ile Anadolu gazetesi İmtiyaz Sahibi Adnan Uyumaz arasında henüz belirlenemeyen bir*



*nedenle tartışma çıktı. Tartışmanın büyümesi üzerine Uyumaz, BİK görevlilerine tabancasıyla birkaç el ateş etti” (AA, 2012)*

Bu olay başta Sakarya Basını ve kamouyu olmak üzere büyük ölçüde etkilemiş, resmi ilanlar ve yerel gazetelerin denetlenmesi tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Ancak ne var ki denetleme amacıyla girilen bir yerel gazetede şube müdürü ve bir kurum çalışanı öldürüldü, bir diğeri ise yaralandı. Resmi ilanların önemli bir gelir kapısı haline döşüntürülmesi bu olayla birlikte yeniden düşünülmesi gereken bir konu haline geldi. Bu acı olayın ardından tepkiler çığ gibi büyüse de yerel gazetelerin sorunlarına yönelik başka formüller üzerinde de pek adım atılmadığı ortadadır. Resmi İlanla ayakta durmaya gayret gösteren yerel gazetelerin genel sorunlarını Girgin (2009: 246) şu şekilde özetlemektedir:

*“ Teknolojik gelişmelerden yeterince faydalanılamaması, nitelikli elemanlardan faydalanılamaması, mevcut elemanların eğitimlerine fazla önem verilememesi, böylelikle kamouyunun isteklerine yeteri kadar cevap verememesi, gazete okuma oranının düşük olması, gazete içeriklerinin iyileştirilmesi yerine magazin haberlerinden ve özendirme kampanyalarından satış arttırmaya medet umulması günümüzde yerel basının gelişmesini ve iyileşmesini önleyen en temel etmenlerdir. Bu sorunlara devlet kurum ve kuruluşlarının yerel basına yönelik yeteri kadar ilgi göstermemesi de eklenince, yerel basın yıllardır kendisine değer verilmeyen, sorunlarının ciddiye alınmayarak çözüm üretilmeyen bir konumda kalmıştır”.*

Tüm sorunlar bir yana yerel gazetelerin devletten destek beklemesi de ancak belki vergilerle ilgili olabilmesi gerektiğidir. Zira, geçmişte resmi ilanlarla ilgili yaşanan yanlı yaklaşımlar yeniden gazeteciliğin hiç istemeyeceği baskıyı ve sansürü destekleyebileceği gibi çok sesliliği de engelleyecektir. O nedenle devletin desteğinin dolaylı olduğu ve devlet desteğine ihtiyaç duyulmadan ayakta kalabilmeyi sağlatacak, doğrudan okurdan aldığı güçle yayın yapacak bir gayret içinde olunmalıdır. Bu da içeriği zengin, nitelikli elemanlar ve gazetecilik hassasiyetiyle yapılacak mizanpajlarla mümkün olabilir. Suat Sezgin de Anadolu muhabirlerinin yetersizliğini çeşitli makalelerinde yayınlayan Nezh Demirkent'ten derlediği yazısında (Sezgin, 2007: 167-168):

*“ Anadolu’da gazeteciliğe meraklı biri çıkarsa hemen bunu haberleştirerek gazetelere ulaştırıyor. Ancak bu kişinin habercilik bilgisini veya psikolojik yönünü sorgulayan biri olmazsa o kişi de aklına geleni yazarak sansasyon yaratıyor. Bu*

*gazetecilik merakını, bazı kuruluşların haber başına para vererek ödüllendirmesi uydurma haberciliğin de önünü açıyor. Bunun sonucunda okurlardan tepkiler ve yasalardan yaptırımlar gelebiliyor. Bu duruma bir örnek olarak Radikal ve Posta gazetelerinin dört gün süreyle "Fırtınada ölüm sessizliği" başlığıyla yapılan haberlerini belirtebiliriz.. İnşaatı yapan firmanın başvurusu üzerine Basın Konseyi olayı incelemiş bu haberlerin asparagas olduğu saptanmıştı. Sonuçta iki gazete ile yerel muhabiri, "Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde olan haberlerin soruşturmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanmış olmasından" ötürü uyarı kararı alınmış".*

Yerel gazeteciliğe daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Özellikle mesleki ilkelere hakim ve nitelikli gazetecilere ihtiyaç vardır. Bu alanlarda çalışacak gazetecilerin nitelikli olmaları, yapılacak haberlerin de güvenilirliğini arttıracaktır. Dolayısıyla okurla bir bağ oluşturan yerel gazeteler güvenilirliğini ve okura ulaşmayı sağlayacaktır. Gazete ve okur arasındaki ilişkinin sistemli bir şekilde sürdürülmesi, haber yapım sürecinin ve okurun haberlere bakış açısının güvenilirlik çerçevesinde geliştirilmesi sağlanmalıdır.

#### **1.2.4. Yerel Basında Okur Temsilciliği**

Gazetecilik ve güvenilirlik kavramları adeta ayrılmaz bir bütünün parçalarıdır. Bu nedenle derinleşen etik sorunların ve güvensizliğin ortadan kaldırılması amacıyla Dünya’da ve Türkiye’de yaygınlaşmaya başlayan okur temsilciliği sistemi uygulanmaya başlanmıştır. Ancak yerel gazeteler tarafından bu sistem pek uygulanmamaktadır. “Günümüzde pek çok kuruluş; örneğin alışveriş merkezleri, polis, belediye, fabrikalar vb. bünyesinde müşteri temsilcilerine ya da halkla ilişkiler uzmanlarına sahipken gazetelerin bu konuya yeterince önem vermemesi eleştiri konusudur” (Atabek, 2005: 89). Birçok sorunla uğraşmak zorunda kalan gazeteciler bir konuya yaklaşırken “neyin haber değeri olduğu konusunda seçim yaparlarken mesleki ilkeler ışığında kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanmaktadırlar. Bu haberleri sansasyonel ve kaba bir biçimde sunmak ya da daha duyarlı ve dikkatli bir sunuşu tercih etmek için yine aynı değerlere ve yargılara başvurmaktadırlar” (Çaplı, 2002: 82).

Kamudan aldığı güçle birlikte yer yer etik ilkeler dışına çıkmakla eleştirilen gazetecilik, yaygın basında bu eleştirileri okur temsilciliğiyle aşmaya çalışırken yerel basında durumun karmaşık olduğu, bazen de çözümsüz bırakıldığı görülmektedir. Yerel gazetecilerin, yerel halkla kurdukları yakın ilişkiler gazetecileri tarafsızlıktan uzaklaştırabilmektedir. “Her ne kadar meslek ya da ahlâk bildirilerinde haber

kaynağıyla objektif olmayı engelleyecek kadar yakın ilişki kurulmaması gerektiği yazsa da, haber atlatılmak için, ilk duyuran olabilmek için bu kural sık sık çiğnenmektedir” (Ünlüer, 2006: 11).

“Yerel gazete yöneticilerinin etik algısı üzerine yapılan bir araştırmada Antalya, Adana, Kocaeli, Konya, Kayseri, Eskişehir, Erzurum, Mersin ve Sakarya illerinde gerçekleştirilen anket çalışmasında toplam 55 gazete yöneticisi ile görüşülmüştür” (Aslan, 2016:189). Yapılan bu çalışmada yerel gazete yöneticileri başlangıçta etik ilkelere tamamen uygun gazetecilik yaptıklarını belirtse de sorulara verdikleri cevaplar bunun böyle olmadığını ortaya koymaktadır. Yerel gazetecilik, sorunlarını içinde buldukları duruma göre göz ardı ettiği anlaşılmaktadır. Ancak bu durum, okurları açısından da büyük bir güvensizlik sorununa zemin hazırlamaktadır. Yerel gazetelerde mesleki etik ilkelerin güçlü bir şekilde kurumsal sahipliğe erişmesi, gazetelerin okurları arasında ortaya çıkan güvensizliğin giderilmesi noktasında okur temsilciliğinin gerekliliği öne çıkmaktadır.

Bu çerçeveden değerlendirildiğinde Sakarya’daki yerel gazetelerin durumunu ve ombudsmanlık sisteminin uygulanma ölçeğini inceleyebiliriz.

### **1.2.5. Sakarya’da Yerel Gazeteler**

Sakarya Basını’yla ilgili çok fazla çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. En kapsamlı çalışmalardan birine Enis Şahin’in Sakarya Basın Tarihi adlı eserinde rastlıyoruz. Sakarya Vilayeti’nin teşkil edilme tarihi olan 1954’e kadar, bölge için Adapazarı kavramı etkin bir şekilde kullanılmıştır. İl olmadan önce Kocaeli’ne bağlı olması nedeniyle ilk gazete konusunda henüz tartışmalar devam etmektedir. Sakarya Valiliği tarafından 1998 yılında hazırlanan bir yıllıkta Adapazarı’nın basın tarihi ve şehirdeki ilk gazetenin çıkmasıyla ilgili şu bilgileri vermektedir. “Vilayet olmadan önce, Kocaeli’ne bağlı bir kaza merkezi olan Adapazarı’nda ilk basın hareketine 1909’lu yıllarda rastlanır” (Şahin, 2005: 17). “Adapazarı’nda yayımlandığı kesin olarak bilinen ilk gazete 1919 tarihinden itibaren şehirde neşredilmeye başlanan Adapazarı gazetesidir” (Şahin, 2005: 20).

“Adapazarı’nda faaliyet gösteren ve sadece matbu evrak işi yapan matbaalara 1951’de gazete yayımlayabilecek basımevleri de eklenmiştir. 6 Aralık 1951’de Adapazarı Akşam Haberleri adıyla günlük gazete yayımlanmaya başlandı. Adapazarı’nda günlük

gazetelerin öncüsü kabul edilen Adapazarı Akşam Haberleri, ileriye doğru bilimsel gazetecilik olayının Adapazarı'nda gerçekleşmesini de sağladı” (Şahin, 2005: 51). “Vilayetin başlangıç yılı dahi, basın açısından çok farklı bir dönem olduğunun habercisiydi. Zira, Sakarya'nın il olmasına kadar geçen dönemde yayımlanan gazete sayısı 13'te kalırken, sadece 1954 yılında çıkarılmaya başlanan gazete sayısı Hakikat, Sakarya Postası, Demokrat Sakarya ve Son Dakika olmak üzere dört adet idi. Bugün Sakarya Basımında yayınlanan önemli gazetelerden Yeni Sakarya ve Adapazarı Akşam Haberleri'nin de bu dönem zarfından ortaya çıkması dikkat çekicidir” (Şahin, 2005: 414).

“1969 yılında Sakarya'da 9'u günlük olmak üzere 15 gazete yayımlanıyordu. 1950 sonrası kurulan bu gazetelerden Akşam Haberleri (1951), Anadolu (1956), Geyvenin Sesi (1967), Karasu Haber (1968), Sones (1968), Yeni Adapostası (1951) ve Yeni Sakarya (1954) Adapazarı'nda; Bizim Hendek (1963) ve Hendek Adalet (1967) Hendek ilçesinde; Haklı Yolu (1967) ve Şirin Akyazı (1968) Akyazı ilçesinde; Karasu'nun Sesi (1967) ve Şirin Karasu (1964) Karasu ilçesinde; Sones“de (1968) Sapanca ilçesinde yayımlanmaktaydı” (Tavus, 1969: 335). “Gerek günlük gazete yayımlama, gerekse haftalık yayın organlarını piyasaya çıkarma bakımından 1972 sonrası oldukça hareketlidir” (Dinçer, 1998:256).

*“Basındaki gerçek uyanış 1981 yılında kendisini göstermeye başladı. Aynı yıl Adapazarı gazetesi yayın hayatına başladı. Ertesi yıl Ada Olay, Akyazı İlkhaber ve Sakarya Ekonomi gazetelerinin yanı sıra, Sakarya gazetesi yayına başladı ki, Sakarya basımında bu gazetenin çok önemli bir yeri vardır. Sakarya Gazetesi şehrin ofset baskıyla yayınlanan ilk günlük gazetesi oldu. 2000'li yılların başlangıcına kadar ortalama olarak yıllık 3-4 yeni gazete şehir basımında ortaya çıkmaya başladı” (Şahin, 2005: 417).*

2010 yılına geldiğimizde ise günlük süreli yayınlanan gazete sayısı 10'dur. “Adapazarı, Yenigün, Yenihaber, Yenisakarya, Adapostası, Bizim Sakarya, Anadolu ve Sakarya Halk gazeteleri renkli ofset baskılı ve 12 sayfa yayınlanmaktaydı. Renkli ofset baskılı 8 sayfa şeklinde Sakarya Olay Gazetesi, 6 sayfa siyah beyaz ofset baskılı bir şekilde de Akşamhaberleri Gazetesi yayınlanmaktaydı” (SGC, 2018).

Sakarya'da 2019 yılı itibariyle günlük süreli yayınlar ve yayın hayatına başladıkları yıllar ise şu şekildedir: Adapazarı Akşam Haberleri (1951), Yeni Sakarya (1954), Sakarya Yenigün (2000), Sakarya Yenihaber (2004), Bizim Sakarya (2004), Sakarya

Halk (2006), Adapostası (2006) Merkez binası Erenler İlçesi'nde bulunan Sakarya Yenihaber Gazetesi haricindeki tüm gazeteler Adapazarı İlçesi'nde yayımlanmaktadır. Görüldüğü üzere Sakarya'daki yerel basının bilgi ve tecrübe birikimi yaklaşık yüz yıllıktır. Günümüze ulaşan gazetelerin bir kısmı ise yarım asırlık bir geçmişe sahiptir. Yeni denilebilecek gazetelerdeki çalışanların yönetim kadrolarında olanları ise ortalama otuz yıllık gazetecilik yapmış kişilerdir. Bu rakamların da gösterdiği gibi Sakarya Basını, tarihi süreçte elde ettiği bilgi ve mesleki birikimiyle Anadolu Basını arasında önemli bir yer bulmaktadır.

## **BÖLÜM 2: YEREL GAZETELERDE OKUR TEMSİLCİLİĞİ UYGULAMALARI: SAKARYA YEREL GAZETELER ÖRNEĞİ**

Bu bölümde Sakarya’da günlük süreli yayın yapan gazete yöneticilerine yönelik araştırma ve sonuçları ortaya konulmaktadır. Yarı yapılandırılmış nitel araştırma yöntemiyle elde edilen bulgular temalaştırılarak Sakarya ölçeğinde okur temsilciliği uygulaması sonuçları ortaya konulmaktadır.

### **2.1. Araştırmanın Yöntemi**

Yerel gazetelerde okur temsilciliğine yönelik bu çalışmada, yerel gazete yöneticilerinin okuyucuyla olan iletişimini nasıl sağladığını ve bir okur temsilcisine ihtiyaç olup olmadığını ortaya koymak açısından, yöntem olarak nitel araştırma kullanılmıştır.

*“Nitel ve nicel araştırmalar arasında fark vardır. Nitel yönlü bir araştırma ‘neden’ sorusunun cevabını ararken, nicel bir araştırma ise sıklıkla ‘kaç tane ya da ne sıklıkla’ gibi soruların cevaplarını bulmayı hedefler. Sosyal olguların karmaşık yapısından dolayı bu olguları önceden tahmin etmek zor olduğundan bu durumu ortaya çıkarmak için niteliksel bir araştırma yöntemi uygun olacaktır. Niceliksel yöntemde ise süreç en ince ayrıntısıyla belirlendiğinden araştırmacı kanıt bulma peşindedir” (Yıldırım ve Şimşek, 2008:48-65).*

Toplumsal sisteminlerin detaylı incelenmesinde sıklıkla kullanılan nitel araştırma yöntemiyle ilgili Özdemir, (2010: 326) şunları ifade etmektedir: “ İnsanın kendi gizemlerini çözmek ve oluşturduğu toplumsal sistemlerin derinliklerini ortaya çıkarmak amacıyla bilgi üreten yöntemlerden biridir”. Yıldırım ve Şimşek de (2008: 39) nitel araştırmayı “alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, bir araştırma süreci” olarak tanımlamaktadırlar. Altunışık (2010: 302) yorumlamaya dikkat çekmektedir: “ disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını esas alarak, araştırma problemini yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemeyi benimseyen bir yöntemdir”. Nitel araştırmayla ilgili bu tanımların da işaret ettiği gibi, çalışmanın amacına uygun olarak yerel gazete yöneticilerinin görüşlerini elde etme, gözlem yapma ve bu verileri yorumlayarak analiz etme süreciyle konuyu derinlemesine keşfederek okur temsilciliği sistemine yönelik uygulama ve bakış açıları elde edilmiştir.

Dolayısıyla çalışmanın amacına uygun olarak yerel gazetelerdeki okur temsilciliğine dair mevcut durum ortaya konulmuştur. Karataş'ın da ifade ettiği gibi (2015: 63) : “görüşme yapılan kişiyle sohbet havasında konuşabilmek ve sorulara rahat cevaplar vererek araştırmanın bulgularına erişme kolaylığı tanıyan nitel araştırma yöntemi” sayesinde araştırmacı, Sakarya'da bulunan yerel basın alanını tanıyarak olmasının katkısıyla veri toplama noktasında avantaj sağlamıştır. Randevu taleplerinden görüşme aşamasına ve soruların cevaplandırılmasına uzanan süreçte konunun tüm yönleri derinlemesine tartışılmıştır. Nitel Araştırma yaklaşımı çerçevesinde kurgulanan bu çalışmada, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır. Bunu tercih etmekte neden ise “Yapılandırılmış görüşmelerde tüm sorular önceden hazırlanmıştır, görüşme yapılan herkese aynı sorular yöneltilir ve sonradan soru eklenmez. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde önemli görülen sorular önceden hazırlanmıştır. Bu sorular bilgi veren kişiye sırayla sorulur, gerektiğinde ek sorular yöneltilerek açıklama ya da genişletme istenebilir” (Şimşek, 2015:178). Bu nedenle araştırmacının görüşmecilere yönelttiği sorular yerel basının farklı sorunlarının da cevaplandırılmasına neden olmakta, ancak nihayetinde de okur temsilciliğine yönelik bakış açısını tamamlayıcı bir çizgiye geldiği görülmektedir. Örneğin, gazete okurunun eleştirilerinin dikkate alındığı tüm gazete yöneticileri tarafından belirtilse de bazı yöneticiler de okuru eleştirerek ‘neden gazete satın alıp dikkatlice okumadıkları’ yönünde eleştiri geliştirmektedir. Böylelikle görüşmeler, seçilen yöntem, araştırmanın konusuna ve sorununa uygun bir şekilde ilerlemiş, araştırmanın temalarının oluşmasına katkı sağlamıştır.

Araştırmacının yukarıda da belirtilen alanı tanıyarak olması araştırmanın uygulama aşamasında daha gerçekçi ve tatmin edici veriler elde edebilmesine imkan sağlamıştır. Görüşme gerçekleştirilen kişilerle cep telefonu aracılığıyla randevu talep edilmiş, konu ve çalışmanın önemi hakkında bilgiler paylaşılmış ve uygun görülen zamanlarda anlaşılacak gazete binalarında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gerek randevu almada, gerek ses kaydı talebine olan yaklaşımlarda, yerel gazete yöneticileri tasarlayarak değil, o an düşündüklerini paylaşarak nitel araştırmaya uygun cevaplarıyla çalışmaya katkı vermişlerdir. Görüşme aşamasında gerçekleşen detaylı açıklamalarla konunun derinlemesine incelenmesi sağlanmıştır. Bu nedenle veri toplarken yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini kullanmak, araştırmanın amacı doğrultusunda yerel gazetelerde okur temsilciliğine ihtiyaç duyulup duyulmadığını ortaya koymak noktasında araştırmacının çalışmasını kolaylaştırmıştır.

Sakarya’da günlük süreli yayın yapan gazeteler araştırmanın çalışma alanını oluşturmaktadır. İlçe ölçeğinde yayın yapan yerel gazeteler kapsam dışı bırakılmış, Sakarya yerel gazetelerin yönetici isimleri seçilmiştir.

Böylelikle

- 1- Yerel gazetelerde okurla iletişimin nasıl sağlandığı ve sistemli olup olmadığı incelenmiştir.
- 2- Yerel gazetelerin hangi alanlarda eleştirildikleri ve bu eleştirilere yönelik hangi işlemlerin gerçekleştirildiği inlenmiştir.
- 3- Yerel gazetelerde okur temsilciliği uygulamasının olup olmadığı incelenmiştir.
- 4- Yerel gazetelerde okur temsilcisine ihtiyaç olup olmadığı incelenmiştir.

### **2.1.2. Çalışmanın Sınırlılıkları**

Sakarya’da günlük süreli yayın olarak faaliyet gösteren Yenigün, Yenisakarya, Yenihaber, Sakaryahalk, Bizim Sakarya, Adapostası ve Adapazarı Akşam Haberleri gazetelerinin halkla ilişkiler faaliyetleri bağlamında okur temsilciliği uygulamaları incelenmiş olup yerel gazetede gazetecilik yapan yöneticilerle yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerle sınırlıdır.

### **2.1.3. Verilerin Toplanması**

Nitel araştırma yönteminde verilerin toplanması yönteminden biri de görüşme tekniğidir. Yıldırım ve Şimşek (2008:128) Görüşme Tekniği’ne yaptıkları tanımlamada:

*“ Araştırmaya katılan bireylerin belirlenen konulara yönelik duygu ve düşüncelerini ortaya çıkarmaktır. Bireyin iç dünyasına girip onun bakış açısını ortaya koyarak anlamaya çalışmak görüşmenin temel amacını oluşturmaktadır. Görüşme yoluyla araştırılan konu hakkında bireyin araştırılan konu hakkındaki düşünceleri, deneyimleri, yorumları, niyetleri, tutumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması umut edilir”*

“Nitel araştırma sonucu elde edilen bulgular incelenen konunun derinlemesine keşfedilmesini sağlayacağından, sosyal olayların anlaşılmasına katkı sunmaktadır.” (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 90-91) Böylelikle Sakarya özelinde gerçekleşen araştırmanın farklı şehirlerde yapılacak çalışmalara katkı sunması da



hedeflenmektedir. Araştırmada iletişim de büyük önem taşıdığı gözlenmektedir. Araştırmacıyla görüşmeciler arasındaki iletişim sayesinde sorulara kurgulamadan samimi bir şekilde cevap verilmesini sağlamıştır. Bu çalışmada da araştırmacının görüşmecilerle sektörel tanışıklığı ve yakın iş ilişkileri, konunun derinlemesine konuşulmasına katkı sağlamaktadır. Böylelikle gazete yöneticileri sorulara samimi ve detaylı cevaplar vermiştir.

Katılımcılar Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı, Yenigün Gazetesi Sorumlu Müdürü Müjdat Çetin, Yeni Sakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Levent Bayrı, Adopastası Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Turan Çatalbaş, Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur, Bizim Sakarya Gazetesi Genel Yayın Koordinatörü Tuncer Kalaycı ve Adapazarı Akşam Haberleri Gazetesi Haber Müdürü İsmail Erken ile 2018 yılının Ekim Ayı'nda görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Aşağıdaki sorular gazete yöneticilerine sorulmuştur.

1. Okurla iletişiminizi nasıl sağlıyorsunuz? Gazeteye herhangi bir talep veya eleştiri ulaştırmak isteyen okurunuz hangi yolla size ulaşıyor?
2. Gazetenize yönelik talep ve eleştiriler hangi alanlarda yoğunlaşıyor?
3. Bu talep ve eleştirilere yönelik cevaplama yöntemleriniz nelerdir?
4. Gazetenizde özdenetim uygulamanız var mı? Varsa nasıl işletiliyor?
5. Ombudsmanlık veya okur temsilciliği konusunda düşünceleriniz nelerdir?

Gazetelerin genel yayın yönetmenleriyle yapılan mülakat sonucu veriler toplanmış, ses kayıtları deşifre yapıldıktan sonra konuya uygun bölümleri alınarak cevaplar sadeleştirilmiştir. Bu kapsamda, okurla iletişimin sağlanması, okur eleştirilerine yönelik bakış açısı, mesleki yetkinlik ve özdenetim yaklaşımı ve ombudsmanlık uygulaması temaları ortaya çıkmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplardan elde edilen bulgular yerel gazetelerin okuruyla olan iletişimi, okur eleştirilerinin çeşitliliği, okur talep ve eleştirilerinin karşılanması, yerelde özdenetim ve yerelde ombudsmana bakış açısı başlıkları üzerinden tartışılmıştır.

## 2.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Bu bölümde gazete yöneticileriyle yapılan görüşmeler halkla ilişkiler bağlamında yerel gazetelerde okurla olan iletişimi ve okur temsilciliğine yönelik ihtiyaç bulunup bulunmadığını ortaya koyan soru ve bunalara verilen cevaplara ayrılmaktadır.

### 2.2.1. Yerel Gazetelerde Okurla İletişim

Gazete yöneticileriyle yapılan görüşmelerde internetin ve sosyal medya araçlarının yaygınlığıyla yeni iletişim biçimlerinin kullanıldığı, ancak yüz yüze ve mektupla olan iletişimin de halen devam ettiği ortaya çıkmaktadır.

Toplumda yaygınlaşan sosyal medya kullanım alışkanlığını yerel gazetelerle iletişimde de görmeye başlamaktayız. Özellikle akıllı telefonlarda bulunan whatsapp uygulamaları gibi programlar sayesinde okurların haber değeri olduğunu düşündükleri video ve fotoğrafları gazetelere ulaştırdıkları belirtilmektedir. Ayrıca gazetelerin sosyal medya hesapları ve internet haber sitelerinden de okuyucuyla etkileşim sağlandığı tespit edilmiştir. Görüşmeye katılan bütün gazeteler okuyucuyla iletişimde internetin etkisini vurgulamaktadır.

Araştırmaya katılan Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı, kendisinin 30 yıllık muhabir olduğunu belirttikten sonra özellikle 1980’li yıllarda okuyucunun mektupla gazetelere ulaştığını ifade etmektedir:

*“Mektup seksenli yıllarda vardı; ama doksanlı yıllarda ya okuyucu gazete geliyordu ya telefon açıyordu. Cep telefonu yoktu yani 90’lı yılların sonuna doğru çıktı ama insanlar bir şey oldu mu bizi görüyordu, bir haberi beğeniyordu veya beğenmiyordu veya bizim şu sorunumuz var, şu soruna neden parmak basmıyorsunuz gibi. İnsanlar bize bir şekilde ulaşıyordu.”*

İnternetin ve akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte okuyucunun eskisi kadar gazeteye gelmediğini belirtmektedir:

*“2000li yıllardan sonra, internetin de yaygınlaşmasıyla birlikte işte mektuptu telefonda, gazeteye gelmeden daha ziyade genelde sosyal medya aracılığıyla WhatsApp la ulaşmaya başladılar.”*

Araştırmaya katılan Yenigün Gazetesi Sorumlu Müdürü Müjdat Çetin ise yerel gazete çalışanlarının ulusal gazete çalışanlarından önemli bir farkla halkla daha fazla yüz yüze iletişim içinde olduğunu vurgulamaktadır. Bu vurguyu birçok defa tekrarlamaktadır.

Çetin tüm bu iletişim özelliklerinin devam ettiğini söylese de telefon ve internet yoluyla iletişimin de yerel gazetelerde yer aldığını belirtiyor:

*“Şimdi biz yerel gazete olduğumuz için şehirde adım basmadık yer bırakmayız. Bu nedenle gerek muhabirlerimiz olsun, gerek biz olalım. Biz sürekli halkla iç içeyiz, devamlı iletişim halindeyiz. Mesela ben Camili de oturuyorum, belediye otobüsüne biniyorum belediye otobüsünde gidenlerin 40 kişi varsa en az 20 si beni tanıyor, tanıdığı için eğer bir sorun varsa direk aktarıyor, zaten bire bir, siz de ne yapıyorsunuz? Alıyorsunuz. Son teknolojiye biz de ister istemez uyduk. Bizim de internet sitemiz var. WhatsApp hattımız var, telefonlarımız var, faksımız var, faks pek kalmadı ama telefonla halen daha ulaşıyor, yani özellikle cep telefonu olunca mesaj yoluyla da telefon ulaşanlar var. Mektup var mıdır? Evet var halen daha şikayet mektupları bize gelir. Bazen kapının altından bırakırlar.”*

Benzer iletişim sürecini Yeni Sakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Levent Bayrı da ifade etmektedir. Bayrı, teknolojinin sunduğu imkanlarla okurun haber olarak yayınlanmasını düşündüğü görüntüleri kendilerine ulaştırdıklarını, ancak halen eliyle mektup getiren okuyucuların olduğunu belirtmektedir:

*“Gazetemizde okur ve gazete arasındaki iletişim; telefon, mail, whatsapp gibi iletişim araçları kullanılarak sağlanıyor. Okuyucuların dilek, şikayet ve haber ihbarı gibi konularda bizzat gazeteye geldikleri de oluyor. Okurlar, bir haber veya olayı gazeteye göndermek istediğinde, whatsapp telefon hattımızı arayarak bildirebiliyor. Okurlarımız, haber değeri taşıyan kendi çektikleri görüntüleri, pratik ve hızlı olması açısından bu yöntemle iletişim kurmayı daha çok tercih ediyor. Eski yıllarda evet daha çok mektuplar gelirdi. Bizzat eliyle mektuplar gönderirdiler. Daha çok yaptığımız bir habere, bir haberden bir makaleden dolayı, bir sorunun çözümünden dolayı övgü mektupları gelirdi”.*

Görüşmeye katılan Adopastası Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Turan Çatalbaş da yerel gazete olma özelliğine vurgu yapsa da teknolojinin imkanlarıyla okuyucuları arasında iletişimin çeşitlendiğini söylemektedir:

*“Yerel gazete olduğumuz için okurlarla yakın ilişkilerimiz var. Ziyaret ederek bize ulaşıyorlar telefonla ulaşıyorlar. WhatsApp hattımız var. İnternet portalımız var oradan da yorumlar aracılığıyla eleştiriler alıyoruz ağırlıklı telefonla ulaşıyorlar. Muhabirlerimiz haber için bir yere gittiğinde orada da vatandaşlar kendileriyle iletişim kuruyorlar. Şunu haber yapın veya bunu niye haber yapmıyorsunuz gibi*

*yaklaşımlar olabiliyor. Gerek talepleri gerekse de haberle ilgili eleştiri veya memnuniyetlerini bizlere ulaştırıyorlar.”*

Görüşmeye katılan Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur, diğer katılımcılara ek olarak okuyucuların mail yoluyla da kendilerine ulaştıklarını belirtmektedir:

*“Kapımız herkese açık, gün boyu ziyaretçilerimiz oluyor. Çeşitli konularda bizlere bilgi ve taleplerini iletebiliyorlar. Gazetemizin santralinden de rahatlıkla ulaşılan bir iletişimimiz var. Whatsapp ihbar hattımız var. Büyük oranda bu hat üzerinden iletişim kuruluyor. Bu alana da vatandaşlarımız şehirle ilgili sorunları dile getiriyorlar, düzeltilmesini bekledikleri konuları gönderiyorlar, biz de bu konuları gazetemizde işliyoruz. Ayrıca benim ve diğer yönetici arkadaşlarım köşe yazılarının altında mail adresleri bulunuyor, bu mail adresleri aracılığıyla da bizlere ulaşıyorlar. Diğer taraftan sosyal medya hesaplarımız da var, gazetemizin ve bizim sosyal medya adreslerimize mesajlar ulaştırıyorlar”.*

Bizim Sakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Tuncer Kalaycı da ağırlıklı olarak telefonla iletişim kurulduğuna dikkat çekmektedir:

*“Okurla iletişim konusunda özellikle oluşturulmuş bir departmanımız yok. Okuyucumuz gerek gazeteye gelerek gerekse de diğer iletişim araçlarıyla bize ulaşıyorlar. Gazete ile ilişki kurmak isteyen okurlarımız ağırlıklı olarak telefon, e-posta, whatsapp hattı gibi yollardan gazetemize ulaşabiliyorlar, bazen de bizzat gazetemize gelerek taleplerini belirtebiliyorlar”.*

Görüşmeye katılan Adapazarı Akşamhaberleri Gazetesi’nden İsmail Erken ise diğerleriyle paralel vurgular yapsa da gazeteleriyle ilgili sosyal medyayı inceleyen bir okur temsilcilerinin olduğunu belirtmektedir:

*“Gazetemizle okur arasındaki iletişim. Okuyucu temsilcimiz, mail adresi ve telefon ile sağlıyoruz. Whatsapp ihbar hattımız da var. Sakarya’da tek okuyucu temsilcisi bulundurun bir gazeteyiz. Okuyucu temsilcimiz gün içerisinde özellikle sosyal medyada gazetemizle ilgili arama motorlarını tarıyor ve sosyal medyada araştırma yaparak okuyucunun istek ve şikayetleri ile birebir muhatap oluyor. Onun dışında okuyucular bizzat gazetemize de geliyor.”*

Tüm bu görüşmeler ışığında yerel gazete yöneticilerinin ve çalışanlarının belli bir disiplin içinde olmasa da farklı iletişim kanallarıyla okuyucu ile iletişim kurduğu ortaya çıkmaktadır.

### 2.2.2. Okur Eleştirilerinde Çeşitlilik

Yerel gazetelerin dar bir alanda haber yapma özelliği ve haber kaynaklarının sınırlı olması gibi durumlar yerel gazetelerin benzer haberlerle okuyucu karşısına çıkmasına neden olabiliyor. Bu konu, gazete yöneticilerinin aktarımıyla okuyucudan gelen en sık eleştiri olarak karşımıza çıkıyor. Diğer taraftan gazetelerin taraflı olması veya belediye haberlerine çok yer veriyor olmaları da eleştirilen yönleri. Araştırmaya katılan bir görüşmeci ise okuyucudan çok haberi yapılan kurum veya kuruluşlardan eleştiri geldiğine dikkat çekmektedir.

Görüşmelerde okurun eleştirilerinin ne yönde olduğunu tespit etmeye yönelinse de bazı yöneticilerin de okuyucuya eleştirileri ifade edilmiştir. Bu eleştirilerin başında ise okurların gazete satın almamaları gelmektedir.

Bu konudaki en açık ifadeler Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı yer veriyor, ancak kendisinin de okuyucuyu eleştirdiği bölüm dikkat çekici, okuyucunun gazete almadan gazeteyi eleştirmesini doğru bulmadığını ifade etmektedir:

*“Genel sorunlarda, işte su zammı olsun, ekmek zammı olsun, çark caddesinde bir sorun olsun veya vatan millet terör olaylarında, yani toplumsal konularda. Eskiden insanlar sosyal anlamda çok da yardım alamıyorlardı, artık çok yardım alıyorlar, ben ölüyorum bitiyorum, yardım etsin diye bize ulaşan kalmadı, devlet sosyal yardımlarıyla bu olaylar azaldı. Daha çok toplumsal olaylar, sorunlar gelmeye başladı, ben böyle görüyorum. Genelde ideolojik olarak eleştiriler oluyor. Şu partinin haberini niye az veriyorsun gibi gaddarca eleştiriyorlar, yani satılmış kaleme kadar eleştiriler olabiliyor. Ayrıca şu da var. Okuyucu çok şey istiyor ama bir milyona sahip nüfusta yerel gazetelere sahip çıkmıyorlar. Ama adam işi düştüğü zaman, derdi düştüğü zaman, bar bar bağıyor sen yerel gazetesin, söylesin böylesin. Sen gazete aldın mı? Hayır almadın, oradan reklam alma, buradan reklam alma, gazeteyi satın alma, bu gazete nasıl ayakta duracak? Ama her şeyi yaz, e nasıl olacak, sonra da yandaş mısın, candaş mısın? Okuyucu damarına bastığın zaman gaddarca eleştiriyor ama hiç başka pencereden bakmıyor”.*

Yenigün Gazetesi yöneticisi Çetin, haber kaynaklarının belli olduğuna dikkat çekmekte ve yerel gazete olduklarından bu haberlere yer vermek zorunda kaldıklarını söylemektedir:

*“Eleştiriler daha çok işte yerel gazetelerde hepsinde aynı haber var şeklinde oluyor. Yerelde haber kaynakları belli, siyasi partiler, valilik...Şimdi valinin veya belediye başkanının yaptığı bir açıklama her gazete için bir haber niteliği taşır. Ben onu beğenmiyorum o nedenle haberini yapmayacağım diyemezsiniz. Yerel de taraf olamazsınız, ne varsa vermek zorundasınız. Onu verdiğiniz için de haliyle. işte bir gazete tutar başkanı seviyordur, ona yakındır halk tabiriyle, onu manşet yapar, ama siz götürürsünüz 5 sayfaya üç sütun 10 cm bir haber yaparsınız, o da açıklamadır, o da gazetedir. Haberlerin aynı olma sebebi budur, Onun dışında kendine özgü sayfalar özel haberleri de vardır. Ama şehirde olup bitenleri de nasıl ayrı vereceksin.”*

Araştırmaya katılan Yenisakarya Gazetesi yöneticisi de benzer eleştirilerin yanı sıra gazetelerin taraflı yayın yaptığı yönündeki eleştirileri belirtiyor ve kabul etmediğini söylemektedir:

*“Gazeteye yönelik eleştirileri zaman zaman alıyoruz. Yayınladığımız haberlerde tamamen tarafsız ve nesnel yaklaşımlarımıza rağmen, bazı haber ya da olayın taraflı olarak değerlendirildiği yönünde eleştiriler gelebiliyor. Bu da, eleştiri yapan kişi ya da gurupların kendi görüşleri ile örtüşmediği ya da daha habere farklı açıdan baktıkları için olabiliyor. Örneğin; bir belediyenin kent için yaptığı devasa bir hizmeti sayfalarımıza taşıdığımızda, hizmeti yapan belediyenin partisinden olmayan bir vatandaş, taraflı yayın yaptığımızı öne sürebilir. Gazetelerin genellikle aynı ve benzer haberlerle çıktığını eleştiren okurlar, daha fazla ve daha farklı haberler görmek istediklerini belirtiyor. Bu ise tamamen istihdam, araç ve ekipmanla haber kaynaklarına daha hızlı ulaşabilme imkanları ile sınırlı. Yerel gazetelerin ülkenin bugünkü şartlarında, okuyucularının bu beklentisine asgari düzeyde cevap vermeye çalışıyor.”*

Adapostası Gazetesi'nden Çatalbaş ise eleştirilerin halktan çok haberi yapılan kurumlardan geldiğini ifade etmektedir:

*“Halktan çok fazla eleştiri almıyoruz daha çok yöneticilerden eleştiri alıyoruz, işte il başkanının akrabası, o haberi niye yaptın diye. Halktan da o haberi niye yaptınız bu haberi niye yapmadınız diye eleştiri gelebiliyor. Haberler aynı diye eleştiriler gelebiliyor, Tabi haber kaynakları aynı olduğu için öyle bir durum var, ancak*

*kendi haber ağımızı oluşturmaya çalışıyoruz. Yeni bir kimlikle okuyucumuza farklılığımızı ortaya koyuyoruz. Özel haberlerle okurun karşısına çıkmaya çalışıyoruz. Belli bir zamandır bunu da başardık diğer gazetelerle aynı manşetle çıkmıyoruz. Aslında yapılacak çok Şey var; ama ayakta kalmakta zorlanıyoruz. Kültür Sanat sayfası yaptık ancak geri dönüşü olmamıştı halk sahip çıkmadı. Halk, ok Őeyin yazılmasını ister, yerel gazete halkın gazetesidir, ama bir lira verip gazetesini alıp desteklemez. Ondan sonra da onu yazmıyorsunuz bunu yazmıyorsunuz, gazete reklamlarla ilanlarla ayaktadır. Sen gazeteni reklam verene muhtaç edersen olmaz.”*

Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur da okuyucudan gelen eleştirilerin benzer haberler ve redaksiyon hataları üzerinde yoğunlaştığını belirtmektedir:

*“Ağırlıklı eleştirilerin başında belediye haberlerinin verildiği yönündeki eleştiriler geliyor. Yerel gazetelerin yayınladıkları haberlerin birbirine benzeştiği yönündeki eleştiriler de var. Tabi burada yerelde yapılan ve yapılması beklenen hizmetlerin haberleri n plana çıkabiliyor. Redaksiyon hataları nedeniyle de onu böyle yazmışsız gibi bolca eleştiri alıyoruz”.*

Bizim Sakarya Gazetesi, farklı bir yaklaşımla konuyu değerlendirmektedir. Aynı haberlerin bir eleştiri konusu olduğunu ancak okuyucuların aslında gazete almadıklarından değerşen durumları yakalayamadığını ifade etmektedir:

*“Gazetelerin aynı haberlerle çıkmasıyla ilgili genel bir eleştiri var; ama üzerine gidince fark ettik ki bu eleştiriye yapanların büyük bir bölümü çok uzun süredir yerel gazete alıp da okumuyor bile, bu konuyla ilgili yapılan çalışmaları takip etmiyorlar, habersizler.”*

Adapazarı Akşamhaberleri Gazetesi ise benzer haber eleştirisinden ziyade ajanslardan edindikleri asayiş haberleri nedeniyle eleştirildiklerini söylemektedir:

*“En sık rastladığımız eleştiriler, ajans haberlerinin gazetemizde yayınlanmasıyla yaşanıyor. Tabi çoğu asayiş konulu olduğu için insanlar haklı da haksız da olsa gazetelerde yer almak istemeyebiliyorlar. Biz de kaynak olarak ajansı göstersek de tutarlılığını araştırma ve sorgulama imkanımız olmayınca çoğu zaman cevap vermekte zorlanıyoruz.”*

### 2.2.3. Talep ve Eleştirilere Cevap Verme

Yapılan görüşmelerde talep ve eleştirilere belli bir sistem üzerinden cevap verilmediği ortaya çıkmıştır. Talep ve eleştirilerin belli bir merkezde toplanmadığı, cevaplandırmanın ise duruma ve konunun ciddiyetine göre genel yayın yönetmeni tarafından düzeltilerek veya kendi köşesinde değerlendirerek verildiği anlaşılmaktadır.

Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı konunun durumuna göre cevap hakkının verildiğini belirtmektedir:

*“Birebir gazetemizi ilgilendiren bir konu olunca cevap veriyoruz. Eğer köşe yazısına bir eleştiri gelirse o cevaplar, haberlerle ilgili ise muhabirden de gelse bana gelir. Biz de her tarafı dinleriz, konunun durumuna göre hatamız varsa özür dileriz. Hakim değiliz, ama konuya bakarız, o an bir yanlışlık yapılmışsa ertesi gün de düzeltebiliriz.”*

Yenigün Gazetesi yöneticisi de yerel gazete özelliklerine dikkat çekerek ellerinden geldiğince konuyu inceleyerek haber yaptıklarını, haber kaynaklarıyla karşı karşıya gelmek istemediklerini belirtmektedir. Tüm bunlara rağmen bir hata varsa da cevap hakkını verdiklerini söylemektedir:

*“Yerel gazete olduğumuz için, yanlış bir haber yapıp haber kaynaklarıyla karşı karşıya gelmek istemeyiz, ama doğru bir haberse de arkasında dururuz. Biz de yani dört dörtlük değiliz, eksik taraf varsa tamamlayalım diyorsun. Yanlış olabiliyor. Cevap hakkı vardır, biz herkese cevap hakkı tanırız. “Sakarya kazan” adlı bir yerimiz var, okuyucudan gelen talepler varsa eğer tasvip görülürse orada yer veririz veya biri çok güzel bir köşe yazmış, yayınlarız.”*

Yenisakarya Gazetesi eğer bir düzeltme gerekiyorsa konuyla ilgili bilgilerin toplanıp ertesi gün düzeltme yaptıklarını ifade etmektedir:

*“Bir haberde yanlış bilgi vardır, eksik bilgi vardır, bunu haberi olan kişiler bizi arayarak veya gelerek haberin aslı öyle değil, böyle diyerek aslı bu diye, biz de onu iyice araştırdıktan sonra haberin eksik yanını tamamlayarak yeniden düzeltme ve cevap olarak veriyoruz. Örneğin gazetemize telefon veya sosyal medya aracılığı ile gelen şikayet ve düzeltme talebi ile ilgili önce Genel Yayın Yönetmeni konunun içeriğine göre değerlendiriyor, sonra konunun muhatabı yazı işlerindeki editörler örneğin ekonomikse ekonomi sayfası muhabirimiz bunu alıyor değerlendiriyor”.*



Adapostası Gazetes’nden Çatalbaş da konuya hakim olan kişinin cevap verdiğini, hukuki bir hata olduğunda da mutlaka düzelttiklerini ifade etmektedir:

*“Eksik veya hata olmaması için gayret gösteriyoruz, eğer bir düzeltme gerekiyorsa kesinlikle yapıyoruz. Yanlış yaptığımıza inandıysak, kastımızı aşmışsak özür dileriz veya düzeltme yaparız. Sorun yok. Meslek ilkelerine uygun yayın yapmaya çalışıyoruz. Eleştirilerde konuya hakim olan kimse genelde o cevap veriyor. Hukuki zorunluluk doğarsa ilgili sayfadan cevap hakkını vermeye mecbursunuz”.*

Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur ise çok önemli bir düzeltme varsa kendi köşesinde bu durumu ele aldığını da ifade etmektedir:

*“Haber toplantılarımızda ve diğer toplantılarda okur eleştirileri masaya yatırılır ve gerekli görülenlerle ilgili düzeltmeler yapılır. Çok önemli ise ben kendi köşemde yazıyor ve gerekirse de özür diliyorum. Ayrıca gelen tüm eleştirilere aynı mecra üzerinden cevap vermeye çalışıyoruz. Eleştirileri önemsiyoruz, bize telefon, mail veya muhabirlerimiz üzerinden gelen eleştirileri arkadaşlarımızla değerlendirip bir haksızlığımız varsa gerek gazetemizde düzelterek gerekse de o kişiye ulaşarak özür diliyoruz.”*

Bizim Sakarya da olası eleştirileri toplantılarda gündeme aldıklarını belirterek sonuçlandırdıklarını söylemektedir:

*“Gelen eleştirileri bir sonraki günün toplantısında değerlendiriyoruz. Okuyucuya dönüş yapılması gerekiyorsa, o konuyla ilgili hangi yolla gazetemize ulaştıysa biz de o kanaldan cevap veriyoruz. Okuyucularımızla ilgili bir hata, yanlışlık varsa düzeltiyoruz”*

Adapazarı Akşamhaberleri’nden İsmail Erken de mesleki ilkelere ve cevap hakkına büyük önem verdiklerini ifade etmektedir:

*“Haberde eleştirdiğimiz ya da iddialarda bulunduğumuz kişilerin bize ulaştırdıkları cevap ve açıklamalarına kesinlikle yer veriyoruz. Mesleki ilkeler çerçevesinde hareket ediyoruz. Gazetemizde cevap hakkına büyük hassasiyet gösteriyoruz.”*

Yapılan görüşmelerde okurun önemsendiği ve gerekli hallerde cevap ve düzeltme hakkına saygılı olunduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum yerel olmanın, halkla iç içe olmanın bir yansıması olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Bazı gazeteler ayrı bir haber yayınlayarak konuyu düzeltmeye gittiklerini, bazıları da gerek görüldümesi halinde özür

dileyebildiklerini ifade etmektedirler. Görüşmeye katılanlar da her fırsatta hatalarının olduğuna inandıkları takdirde bunu düzeltmeye gittiklerini, sonuçta o insanlarla aynı şehirde olduklarını, yanı sıra ısrar etmelerinin mümkün olmadığını belirtmektedirler. Bu hassasiyete sahip gazetelerin özgüveninin yüksek olduğunu da belirtmek gerekir. Tüm bu veriler mesleki ilkelere ve okurla olan iletişime uygun yaklaşımlar olarak değerlendirilebilir.

#### **2.2.4. Yerel Gazetelerde Özdenetime Verilen Önem**

Yerel Gazete yöneticileriyle yapılan görüşmelerde yerel olmanın özelliklerinin ve okuyucuyla çok fazla yakın iletişimde olmalarının kendilerini daha fazla özdenetime ittiği ortaya çıkmaktadır. Haberlerin yayınlanmadan önce editörler, yazı işleri müdürleri ve yayın müdürleri tarafından kontrol edildikten sonra baskıya gittiği ifade edilmektedir.

Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı genel haberleri pek incelemediğini, editörlerin inlediğini; ancak özellikle önemli görülen ve asayiş gibi haberleri kendisinin kontrol ettiğini belirtmektedir:

*“Otokontrol olarak haberlere yayınlanmadan önce bakıyoruz, üç aşama var burda, en son üç ve birin haberlerine özellikle ben bakıyorum. Belediye çöp topladı gibi haberlerde pek otokontrol yapmıyoruz ama asayiş ve önemli haberlerde daha da dikkatli oluyoruz. En son süzgeç benden geçiyor. Bizim buradaki arkadaşlar eski gazeteciler, her biri 6, 7 yıllık arkadaşlar. Yayın politikamız belli, ahlak kuralları belli, duruşumuz belli, her gazetenin bir duruşu vardır. Mutlaka şuna özen gösteriyorum, ulusalda da çalıştığım için her haberi girmeyiz, tarafları dinlemek gerekir, kimisi reklam alamadığı için o haberi yapıyor veya farklı ideolojileri var diye bazı haberleri girmiyoruz”.*

Yenigün Gazetesi’nden Müjdat Çetin, sorumlu müdürün yasal yükümlülükleri nedeniyle haberlerin dikkatlice kontrol edildiğini ve konunun önemine göre aşamalı bir özdenetim süreci işlettiklerini belirtmektedir:

*“Her sayfayı yapan bir editör var. O sayfayı yaparken muhabirler yapar, editör elden geçirirken eğer aklına takılan bir soru varsa, burada bir yanlışlık var derse muhabire açar sorar. Belki muhabir yazdığında anlatamamıştır ama anlatınca anlaşılır, sonra düzenlersiniz yayına verirsiniz. Çok kafaya takılıyorsa o zaman ne olur yazı işleri devreye girer, genel yayın müdürleri devreye girer, tartışırız,*

*Haberin büyüklüğüne küçüklüğüne göre fayda sağlayacak veya sağlamayacaktır haber diye, haber değeri varsa yayınlarsınız. Bizde sorumlu müdür her şeyden sorumludur. Şimdi bir haberde dörtlü sorumluluk var. Muhabir, sorumlu müdür, genel yayın müdürü, imtiyaz sahibi. Ceza kime çıkıyor sorumlu müdüre.”*

YeniSakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni, prova öncesinde ve sonrasında kontrol ettiklerini, baskı öncesi de gözden geçirdiklerini belirtmektedir:

*“Haberler sayfalara konulmadan önce özdenetim dediğimiz süzgeçten geçiyor. Örneğin yayınlanmasında sakınca olan haberler, eksik bilgiler olan haberler, bir kuruma zarar verecek, haberler ya da tamamlanmamış haberler ayrılıp sayfada yer verilecek haberler tasnif ediliyor. Ondan sonra son prova çıkışı olur, son kontrolden geçilir o an gözden kaçanlar yeniden incelenerek önce imla hataları sonra görsel bozukluklar gözden geçirilir. Ondan sonra Genel Yayın yönetmeninin, genel müdürün onayından sonra baskıya geçer.”*

Adapostası Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Turan Çatalbaş, haber süreçlerinden itibaren otokontrol sistemini uyguladıklarını belirterek en son da genel yayın yönetmenin incelediğini söylemektedir.

*“Haberlerin tüm süreçleri için bir otokontrol sistemimiz var. Muhabirlerin getirdiği haberleri ilgili editörler değerlendiriyor. Eğiterek denetim yapıyoruz, öğretici bir yaklaşımla arkadaşlarımızı uyarıyoruz. Gelen haberleri editörlerimiz gözden geçiriyor, en son da ben genel yayın yönetmeni olarak inceliyorum.”*

Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur da benzer ifadeler kullanmaktadır:

*“Muhabirlerden veya haber kaynaklarından gelen haberleri önce ilgili arkadaşlar inceler, hem içerik hem de redaksiyon açısından değerlendirirler. Habercilik ilkelerine uygun haberler yayınlamaya dikkat ederiz. Baskı öncesi de tüm sayfalar tek tek son bir gözden geçirilir. Ben de tüm haberleri incelerim. Ardından matbaaya baskıya gider.”*

Bizim Sakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Tuncer Kalaycı ise özdenetim konusunda hassas olduklarını belirtmektedir:

*“Genel Yayın Yönetmenimiz ve editörlerimiz gazetemizde özdenetim adına görev yapmaktadır. Gün sonunda ortaya çıkan gazetenin kontrolü Genel Yayın*

*Yönetmeni tarafından yapılmakta ve soru işareti kalan noktalar ekipçe tartışılıp karara bağlanmaktadır. Bu konuda çok hassas davranmaya çalışıyoruz.”*

Adapazarı Akşam Haberleri Gazetesi Haber Müdürü İsmil Erken ise yeni yayın dönemlerine girerken gazetelerinin yayın ilkelerini yayınladıklarını hatırlatmakta ve özdenetimi çok önemsediklerini vurgulamaktadır. Erken şöyle demektedir:

*“Habercilik süreçlerinde özdenetim uyguluyoruz. Özdenetim konusunda tavrımız net. Eylül (2018) ayında, yeni yayın dönemine girerken gazetemizin yayın ilkelerini açıkladık ve gazetemizde de tüm çalışanlara verildi. Bu ilkelere sadık kalınması için özen gösteriyoruz.”*

### **2.2.5. Okur Temsilciliği: Yerele Uzak Bir Uygulama**

Çalışmanın odaklandığı yerel gazetelerde okur temsilciliği konusunda özdenetimde olduğu gibi ortak bir yaklaşım görülmemektedir. Okur temsilciliği uygulamasında gazete yöneticileri arasında fikir ayrılıkları olduğu anlaşılmaktadır. Genel itibariyle okur temsilciliğinin yerel gazetelerde uygulanmasının zor olduğu görüşü öne çıkmaktadır. Araştırmaya katılan yerel gazete yöneticileri bu durumu ekonomik nedenlere bağlarken, bazı yöneticiler bu uygulamanın ancak ulusal-yaygın basında olabileceğini ileri sürmüktedirler.

Sakaryahalk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Cumalı gazetelerin mevcut ekonomik sorunlarına ve yereldeki işleyişlere dikkat çektiği ifadelerinde böyle bir uygulamaya ihtiyaç olduğunu da belirtmektedir:

*“Şimdi adı üstünde yerel gazete, bütçeleri belli, aldığı reklamlar belli, kurumsal reklam olayına bakan yok, herkes o onu tanıyor, o ona söylüyor, işte Zülfikar ona söyle buna söyle, falan filan, bütçe olmadığı için, yani gazetelerin durumları da belli olduğu için, ombudsman dumbusman, efendim şu bu yok yani, okur temsilcisi dediğin, Whatsapp hattı için, okur eleştirilerini takip etmek için bir kişi lazım, yani gazeteler 8 sayfaya düşmeye çalışıyor. Ekonomik anlamda büyük sıkıntı var. O dediğin istanbul medyasında var ama yerel gazetelerde zor. Bütçe işi çözülsün, güzel bir şey, bir kişi olsun, okuyucuyla temas kursun, çıksın sokakta gezsin, bayileri gezsin, bizi eleştirsin, her yaptığımız on numara değil, okuyucu farklı pencereden bakabilir. Bu tamamen parayla alakalı bir olay. Dolayısıyla burası ticarethane ama ay sonunda zarar ettiğin sürece kapatır gidersin. Olması gereken okuyucu temsilcisi, Whatsapp hattı, bir kişi lazım. Günümüzde ekonomik sıkıntı var. Daha az personelle çalışıyoruz.”*

Yenigün Gazetesi Sorumlu Müdürü ise okur temsilciliği veya ombudsman uygulamasının yerelde söz konusu olamayacağını, çünkü yerelde okurların rahatlıkla gazeteye ulaştıklarını vurguluyor. Ona göre, ulusal gazetelerde okurun gazete çalışanlarına ulaşamamasından dolayı okur temsilciliği uygulanmaktadır.

*“Şimdi bunlar yerel gazetelerde olma durumu yok, ulusal gazetelerde olur. İstanbuldasınız sırça saraylarda oturmuşsunuz, gazetecilik yapıyorsunuz, halkla iç içe değilsiniz, Bizim yerel gazetelerde böyle bir şansımız yok. Ben spor muhabiriyim Tatangalar hakkında yazı yazdığında tatangaların 100 tanesi ile bulvara çıktığında, evine gittiğinde karşı karşıya gelecek veya sabah işe giderken, onun için bizim yalan yazma kişileri karalama yapma lüksümüz yok. O istanbuldakiler için, sırça saraydakiler için. At gitsin, Adapazarı'nda onu yapmış, bunu yapmış, nasıl olsa bana ulaşamaz. Biz burda çıkıyoruz, burada hiç kimsenin ne koruması var ne bilmem nesi var. İstanbul'da okur temsilcisi niye var çünkü her okuyucu köşe yazarına gazeteciye ulaşamadığında var. Şimdi arayayım Hıncal Uluç, ulaşabilir misiniz? Mümkün değil, iki tane sekreter çıkar, o ona sallar, o ona sallar. Tutup da sen onu diyemezsin. Şimdi git bizim kapıya bak anahtarları üstündedir, fotoğrafını da çek tezine de koy. Gelir okuyucu açar kapıyı girer. Şimdi biz açığız burada korumamız yok bir şeyimiz yok direk geliriz. İstanbul'a gittiğinizde bahçe kapısından girersiniz bahçe kapısından sonra güvenlik kapısına takılırsınız.”*

Yenisakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Levent Bayrı ise uygulamaya olumlu bakanlardan. Ekonomik sorunlara dikkat çekiyor; ancak internetin sağladığı imkanlarla okuyucunun kolaylıkla gazetelere ulaştığını da belirtmektedir:

*“Aslında böyle bir birime ihtiyaç var, geçmiş senelerde bu daha çok vardı. Sosyal medya çıktıktan sonra okuyucuların gazeteye ulaşması çok daha kolay oldu, şimdi artık cep telefonlarından WhatsApp denen uygulamayla gazetelere ulaşabiliyorlar. Aslında yapılabilir bu özellikle bir kişi istihdam edilebilir ama etmedik. Tabii bu bir istihdam sorunu bu kişinin tamamen bununla ilgilenmesi gerekir. Bu da ekonomik nedenlerle diğer arkadaşlarımız üstlenmiş durumda. Bu işlerle ilgili bir kişi olsa bizim yükümüzü alırdı.”*

Adapostası Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Turan Çatalbaş yerel gazetelerin zaten halkla iç içe olduğunu belirtiyor. O da ekonomik sorunlardan dolayı böyle bir istihdam yapılamayacağını söylemektedir:

*“Yerel gazeteler olarak bizler halkla iç içeyiz ama tabii bizim de göremediklerimiz olur, bunu takip edecek bir kişinin olması iyi bir şey. Yerel basının ve ülkenin ekonomik durumu ortada. Eskiden bir yerel gazetede dört beş muhabir çalışırdı, şimdi neredeyse bir, iki muhabir çalışıyor. Gittikçe şartlar zorlaşıyor. Eğer ekonomik iyileşmeler olursa ombudsman olsun isterim. Okur temsilciliğinin olması taraftarıyım, hem kendimizi denetleme açısından hem de okura daha kaliteli gazete sunma açısından önemserim ben, ama tamamen istihdam sorunu, şartlar iyileştiği zaman düşünülebilir. Ama olursa tirajlar da artar, halkı oraya çekmiş oluruz. Gazeteyi büyütür.”*

Uygulamaya en sıcak bakanlardan biri ise Yenihaber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Sezai Matur, bu tür uygulamaları da takip ettiğinden bahsediyor; ancak o da ekonomik sorunlardan dolayı böyle bir istihdam yapamadıklarını söylemektedir:

*“Bizde yok. Ben yerinde bir uygulama olduğunu düşünüyorum. Ve mümkün olduğunca da bu köşeleri okuyarak kendi adıma paylar çıkarmaya çalışıyorum. Belki yerel gazetelerde de benzer bir uygulamaya geçilebilir. Bence yerel de olsak, bu konuda duyarlı birini görevlendirmek faydalı olabilir; ancak ekonomik olarak bir okur temsilcisi görevlendirmek zor olabilir”*

Bizim Sakarya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni yerelde bu uygulamanın yararlı olacağını düşünenlerden. Kendisi de diğer yöneticiler gibi ekonomik sorunların buna engel olduğunu belirtmektedir.

*“Okur Temsilciliği uygulamasının yararlı olduğunu düşünüyorum. Ancak ekonomik sorunlar yerel gazeteleri oldukça etkiliyor, yerel gazetelerin bu alanda istihdam oluşturması şu an için mümkün görünmüyor.”*

Sakarya yerel gazeteleri arasında künyesinde tek okuyucu temsilcisi bulunduran gazetede Adapazarı Akşam Haberleri Gazetesi, maddi zorluklara rağmen bu uygulamayı gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir:

*“Kurum olarak okuyucu geri dönüşlerine çok önem veriyoruz. Ancak yerel gazetecilikte de istihdam ve maddi kaynaklar ulusala göre sınırlı oluyor. Tüm bu zorluklara rağmen bünyemizde bir okuyucu temsilcisi barındırıyoruz. Özellikle sosyal medyadan okuyucudan gelen yorumları eleştirileri bize iletiyor. Okuyucularla iç içe olmak vatandaşın yanındaki gazete olmak adına bize maddi götürüsünden daha çok manevi kazanç ve okuyucu kazandırıyor.”*

Yerel gazetelerde okur temsilciliğinin kapsamlı bir şekilde ele alındığı bu çalışmada yerel gazete yöneticilerinin yarı yapılandırılmış nitel araştırma yönteminde araştırmacının sorularına verdikleri samimi cevaplar konunun derinlemesine ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Araştırmaya konu olan okurla gazete arasındaki iletişim, gazeteye yönelik eleştiriler, özdenetim uygulamaları ile okur temsilciliğine bakış açısı ve gerekliliği sorularına açık bir şekilde cevap bulunmaktadır. Böylelikle ortaya çıkan sonuçların yerel gazete yöneticilerine ve yerel gazetelere yönelik yapılacak akademik çalışmalara katkısı sağlanacaktır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Yasalara, okura ve mesleğe karşı sorumlulukları bulunan gazetelerin, kamusal bir faaliyet olarak icra etmesi gerektiği gazeteciliği, çeşitli nedenlerle ideal düzeyde gerçekleştiremediğine yönelik tartışmaların yerel gazeteler ölçeğinde de incelemesi gerekmektedir. Yerel gazetelerde bir özdenetim sistemi olan okur temsilciliğine yönelik uygulamaları ve bakış açılarını ortaya koymayı hedefleyen nitel araştırma tekniğiyle hazırlanmış bu çalışmada yarı yapılandırılmış veri analizi yöntemi kullanılmıştır.

Sakarya İli'nde bulunan günlük süreli gazetelerin yöneticileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre sistemli olmamakla birlikte okurla iletişimin sağlandığı, okurdan gelen eleştirilerin konunun önemine ve ilgilenen çalışanın yaklaşımına göre bazen gazetede değerlendirildiği bazen de okur eleştirilerek gazetede değerlendirilmediği anlaşılmaktadır.

Yerel gazetelerde uzun yıllar görev almış ve gazetenin yöneticisi konumuna gelmiş yerel gazetecilerin yapılan görüşmeler neticesinde okurla sıklıkla iletişim halinde oldukları ortaya çıkmaktadır. Bu iletişimin yerel olmanın özelliğinden kaynaklı genellikle yüz yüze iletişimin olduğu, bununla birlikte, telefon ve internet imkanlarının, sosyal medya araçlarının da dahil edilmesiyle iletişimin sağlandığı anlaşılmaktadır. Yerel Gazetelerde Okur Temsilciliği Uygulaması: Sakarya Yerel Gazeteler Örneği başlıklı bu çalışmada yerel basın ile okur arasındaki ilişkilerin belli bir sistem üzerinden sürdürülmediği, günlük etkileşimlerle taleplere veya eleştirilere cevap verildiği ortaya çıkmaktadır.

Yerel gazetelerin birbirlerine benzer haberlerle yayınladığı yönündeki eleştirilerin öne çıktığı çalışmada, buna yönelik haber kaynaklarının sınırlı olması görüşleri sunulsa da bazı gazete yöneticilerinin ekonomik sıkıntılardan dolayı muhabir istihdam edemeyişleri, bu nedenle de özel haber yapamadıkları vurgulanmaktadır. Muhabir eksikliğinden veya belirtilmese de "nitelikli" muhabir eksikliğinden kaynaklanan özel ve detaylı haber eksikliği nedeniyle kurum, kuruluş ve ajanslardan gelen haberlerle okuyucu karşısına çıktığı anlaşılmaktadır.

Bazı gazete yöneticileri ise siyasi alanda taraf tutmakla eleştirildiğini, ancak bunun doğru olmadığını, şehirdeki haber kaynaklarının sınırlı olduğunu belirtmektedir. Diğer



tarafından dilbilgisi hatalarının da gazetelere eleştiri olarak iletildiği, bu hataları ise editörler aracılığıyla gidermeye çalıştıklarını belirtmektedirler.

Okurların ağırlıklı olarak internet etkisine kapılmaları, ciddi haberlerden ziyade spor, magazin veya sansasyonel haberlere yönelmeleri yerel gazeteleri etkilemektedir. Tüm bunlara rağmen basılı olma (arşivlenme ve belge niteliği) gücünü elinde tutmaya devam eden yerel gazeteler, okur analizleri yaparak, meslek ilkelerine uygun gazetecilik anlayışıyla tiraj ve ekonomik kazanımlar sağlayacağı göz ardı edilmemelidir. Yapılan görüşmelerde okurların şehir hayatında yaşadıkları olumsuzlukları dile getirmede veya merak ettiği bir olayın neden haber yapılmadığını sorgulamak için yerel gazetelere ulaşmaya devam ettikleri anlaşılmaktadır. Halkın beklentilerinin yerel gazeteler aracılığıyla ilgili kurum ve kuruluşlara etki edeceği bilincinin okurda devam etmesi yerel basının işlevlerinin sürdüğünün de bir göstergesidir. Bu ilişkinin geliştirilmesi noktasında atılacak adımlardan bir tanesi de okur temsilciliğidir.

Yerel gazete yöneticileri, gazete çalışanlarının okurla her daim iletişim halinde olduklarını, okurun dilediği zaman gazeteye gelebilme rahatlığından dolayı herhangi bir okur temsilcisine ihtiyaç olmadığını savunurken, bu durumun İstanbul için mümkün olmadığından okur temsilcisi görevlendirmek zorunda kaldıklarını ifade etmektedirler. Yerel gazetede çalışan muhabirlerin okurla doğrudan teması olası eleştirileri kendilerinin cevaplamasına neden olurken, gazete yöneticilerinin ayrıca bir denetçiye sıcak bakmayışı da okur temsilcisi kadrosunun boş kalmasına neden olan etkenlerdendir. Görüşmedeki diğer yöneticiler ise ekonomik nedenlerden dolayı istihdam etmenin zorluklarına değinmektedir. Her iki neden de makul görülebilir; ancak özellikle yerel gazetelerin okurla doğrudan iletişimi haber yapım sürecine olumlu olduğu kadar olumsuz da yansımaktadır. Görüşmelerde bunun en yaygın örneğin asayiş haberlerinde yaşanan sorunlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu tür haberlerde mağdur olan veya mağdur eden kişilerle ilgili haberlerde muhatap kişilerin ve onların yakınlarının gazete çalışanlarına yönelik baskıları söz konusu olduğu ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar bu tür baskılara karşı “doğru olduğuna inanılan” bilgilerin basılmaya devam ettiği belirtilse de bu durum gazete çalışanları için bir tedirginlik nedeni olabilmektedir. Bu nedenle, gazete yöneticisi ve çalışanlarını okurla gerçekleşen systemsiz iletişimden uzaklaştırarak okuru, tek bir “usta gazeteci”nin okur temsilcisi özelliğine yönelterek olası krizler de azaltılabilir.

Sakarya’da okur temsilcisi istihdam eden bir gazete bulunmaktadır. Bu gazetede okur temsilcisi, sosyal mecraları inceleyerek veya gazeteyle ilgili yapılan eleştirileri takip ederek gazete yöneticilerini bilgilendirmekte, telefonla ve diğer iletişim araçlarıyla kendisine ulaşan haber değeri olduğu düşünülen bilgileri ilgili muhabirlere aktarmaktadır. Yerel gazetelerde okur temsilciliğinden beklenen bazı özelliklere sahip olursa da gazetede kendisine ait bir köşede okur taleplerini ve bunlara yönelik cevaplarını sunamadığından ideal anlamda bir okur temsilciliği gerçekleşmemektedir. Okur temsilcisi bulunmayan diğer gazetelerde ise hatalı veya gerçek dışı bir haber yapıldığında gazete sayfalarından özür dilendiği ifade edilmektedir. Bir yönetici ise eğer çok önemli bir konuya kendi köşesinde bu konuyu ele alarak özür dilediğini veya düzeltme yaptıklarını belirtmektedir.

Yerel gazetelerde okur temsilcileri istihdam edilse de gazetede ekonomik sorunlar nedeniyle editörlük, muhabirlik hatta sekreterlik gibi başka görevler de üstlenmek zorunda kalabileceğinden okur temsilciliği görevi gerçek anlamda yapılamayacaktır. Ancak okur temsilciliği istihdamını yalnızca gazete yöneticilerinin yerine getirmesini beklemek de haksızlık olacaktır. Gazetenin hem bir işletme olarak, hem de gazetecilik faaliyetleri olarak ayakta tutmaya çalışan gazete yöneticilerine okurların da destek vermesi gerekmektedir. Gazete yöneticileriyle yapılan görüşmede dikkat çekici bir husus da bu konuyla ilgilidir. Gazete okurlarının gazeteleri satın almayarak, kahvehanelerde, berberde veya kurumlarda okudukları, işletmelerin reklam vermeyerek gazetelere sahip çıkmadıkları ve okurların yer yer ileri düzeyde gazeteleri eleştirdikleri gazete yöneticileri tarafından vurgulanmaktadır. Okurların okuma alışkanlığının azalması, genellikle sosyal medya üzerinden haberlerden haberdar olma eğilimine girmeleri ayrı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Okurun yerel gazetelere olan ilgisinin artması okur, gazete ve eğitim kurumlarıyla sivil toplum kuruluşlarının ortak çalışmaları neticesinde gerçekleşebilecektir. Aynı zamanda okurların, okur temsilcisine olan ihtiyacının hissettirilmesi noktasında gazete yöneticilerini harekete geçirmeleri gerekmektedir.

Okur temsilciliği veya ombudsmanlık konusunda Türkiye’deki uygulamalara bakıldığında meslek ilkelerinin gazete çalışanları tarafından özümsemesi, okurdan gelecek eleştirilerin dikkatlice değerlendirilerek gerekli görüldüğünde gazetede bir köşede cevaplandırılması gibi örnekler bulunabilmektedir. Ancak yerel gazetelerde ombudsmanlığın bazı gazete yöneticileri tarafından tam olarak bilinmediği, okur

temsilciliği kavramına daha yatkın olduklarının görüldüğü bunun da sadece okuyucudan gelen şikayetlerin veya haber değeri taşıdığını düşündükleri bilgilerin ulaştırılması gibi amaçlar içerdiğini düşündükleri anlaşılmaktadır. Ancak çoğu yönetici okur temsilcisinin şartlar oluştuğunda istihdam edilmesi fikrine sahiptirler.

Yapılan görüşmelerde öne çıkan eleştirilere bakıldığında aslında bu işle meşgul olabilecek tecrübeli bir gazeteciyle yerel olmaya ve ekonomik durumu iyileştirmeye dönük önemli bir avantaj sağlanabilecektir. Ombudsman sisteminin işletilmesi halinde daha fazla okuyucuya ulaşılması, güvenilir ve nitelikli haberlerin artması gibi olumlu yansımalarının gözden kaçtığı anlaşılmaktadır.

Yapılan bu çalışmada yerel gazete yöneticilerinin okurla olan ilişkisinin ve gazetelerinin mesleki ilkelere uygunluğunun denetlenmesi amacıyla bir özdenetim sistemi olarak ortaya çıkan okur temsilciliğine ihtiyacı olduğu ortaya çıkmaktadır. Okur temsilciliği konusunda yaygın gazetelerde uygulamalar artarken, yerel gazetelerde yavaş ilerlemesinin nedenleri arasında ekonomik unsurlar geliyor gibi gözükse de aslında yerel gazetelerin kurumsallaşamayışı yatmaktadır. Yerel gazetelerde görev dağılımlarının net olmayışı, bir çalışanın, birçok işi de yerine getirme zorunluluğu, her gün yeniden başlayan gazetecilik mesleğinin telaşı ve stresıyla baksıya yetişme gayreti, okur temsilciliğini gündeme dahi getirmemektedir.

Gazetenin doğuşundan günümüze uzanan gazetecilik tartışmalarının, internet haberciliğinin ve sosyal medyanın etkisi ve hızı nedeniyle yeni boyutlarda sürdüğü görülmektedir. Demokrasinin vazgeçilmezi olarak bilgi alma ve ifade özgürlüğünün yansıması durumunda bulunan basının sorumluluklarını yerine getirmede otoritenin ve okurun müdahalelerine gerek kalkmaksızın ideal gazeteciliği sunması beklenmektedir.

Yerel gazetelere yönelik akademik çalışmaların sadece yerel gazete sorunlarına yöneldiği, bunun kaynağı olarak da genelde ekonomik nedenler gösterildiği ve bu çalışmalarda çoğu zaman da benzer sonuçların ele alındığı görülmektedir. Bilim insanları, yerel basının önemi, işlevleri ve sorunları ötesine geçen araştırmalarıyla, toplumun içinde bulunduğu alanda haber alma ve bilgilenme ihtiyacının karşılanmasında önemli bir rol üstlenen yerel gazetelerin daha nitelikli, ekonomik anlamda güçlü, meslek ilkelerine bağlı hale getirilmesine katkı sağlamış olacaktırlar. Bu çalışmayla da bu yönde atılacak adımlar için bir başlangıç olması hedeflenmektedir.

Tüm eleştiri ve beklentiler gösteriyor ki, yerel gazetelerde de okurla iletişim sağlayan, okurun beklentileri doğrultusunda gerek içerikleri gerekse de mizanpajı yenileyebilecek, meslek ilkelerinin gazete çalışanlarınca sahiplenilmesine katkı sağlayacak, okurun güvenini ve ilgisini arttıracak, böylelikle hem mesleki hem de ticari alanda fayda sağlayacak bir okur temsilcisine ihtiyaç vardır.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

- A.Belsey, & R.Chadwick. (2011). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. (N. Türkoğlu, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralı*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Atabek, N. (2006). Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükselmesinde Okur Temsilcinin Rolü. 4 (2).
- Atılğan: (2001). *Türk Basın Sendikacılığı'nda Gazetecilerin Yasal Hakları*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- Avşar, Z. (2012). *Ombudsman-İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Baykal, H. (1990). *Türk Basın Tarihi 1831-1923, Tanzimat-Meşrutiyet-Milli Mücadele Dönemleri*. İstanbul: Afa Matbaacılık.
- Bildirici, F. (2018). *Günahlarımızda Yıkandık*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bülbül, R. (2001). *İletişim ve Etik*. Ankara: Nobel.
- Çamdereli, M. (2000). *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*. Konya: Çizgi.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge.
- Demir, G. (2002). *Ombudsman Aranıyor*. İstanbul: Ahi Kültürünü Araştırma Yayınları.
- Demirkent, N. (2007). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1999). *Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. İstanbul: TÜSES Vakfı.
- Erinç, O. (1986). Türk Basınının Sorunlarına Genel Bir Bakış. *Türk Basınının Sorunları Sempozyumu* (s. 13-21). Ankara: Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları.
- Eryılmaz, B. (2002). *Bürokrasi ve Siyaset*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Faraç, M. (2000). *Türkiye'deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi, Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik*. Ankara: Konrad-Adenauer Vakfı.
- Gezgin: (2007). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Girgin, A. (2014). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. İstanbul: Der Kitapevi.

- Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Girgin, A. (2009). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: Der Yayınları.
- Girgin, A. (2007). Türkiye'de Yerel Basın ve Resmi ilan, Türkiye'de Yerel Basın. (E. S. Gezgin, Dü.) *İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları* , 247-248.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*. İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Işık, M. (2011). *Hastanelerde Halkla İlişkiler*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- İrvan: (2003), "Medya etiği: ilkelerin içeriği ve uygulamadaki sorunlar," Türkiye'de Gazetecilik: Eleştirel Bir Yaklaşım, der., I., Doğan Tılıç, Ankara: ÇGD Yayınları. Sayfa 84-396
- Kabacalı, A. (1999). *Türk Basınında Demokrasi*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- MEGEP. (2008). *Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Özgen, M. (1988). *Basın ahlak kuralları ve yasalar*. İstanbul: Kardeşler Yayınevi.
- Özgen, M. (1998). *Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.
- Remzi Altunışık, C. R. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Sezgin: (2007). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Sözen, E. (2004). "Yerel Medya Ne Kadar Yerel", *X. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, 20-21 Şubat Kayseri*. Ankara: BYEGM.
- Spark, C. (1995). The Media as a Power for Democracy. *Javnost* , 1 (2), 52.
- Şahin, E. (2005). *Sakarya Basın Tarihi*. İstanbul: Sakarya Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- Şeker, M. (2007). *Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Şimşek, A. (2015). İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişimi. B. Yıldırım içinde, *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* (s. 178). Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.
- Taş, O. (2009). Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri. H. T. Bülent Çaplı içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 3-23). Ankara: Fersa Yayıncılık.
- Tavus, Y. (1969). *Basın Rehberi İlaveli-İçtihatlı*. Ankara: Başnur Matbaası.

- Tılıç, L. (2001). *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*. İstanbul: Su Yayınları.
- Tokgöz, O. (2015). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Ulusoy, B. (2004). Milli Mücadele, Propaganda, Atatürk ve Basın. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi* (20), 56.
- Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Dinçer, C (1998). *Cumhuriyetimizin 75. yılında Sakarya*. Sakarya: Sakarya Valiliği.
- Varlık, B. (1999). *Osmanlı Dönemi Türkçe Yerel Basını Üzerine Bazı Gözlemler Osmanlı Basın Yaşamı Sempozyumu*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Vural, A. M. (2007). “İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örneğinden Elde Edilen Bulgular”, *Türkiye’de Yerel Basın*. İstanbul: İ. Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Yeşil, M. (2013). Gazeteciliğin etik kuralları, ihlaller ve olası önlemler: gazetecilerin etik algılaması, görüş ve önerileri- nitel bir araştırma. *I. Ulusal Değerler Eğitimi Kongresi “Medya çalışanlarının etik algılaması”*. Konya.
- Yeşil, M. (2013). Medya çalışanlarının etik algılaması. *Gazeteciliğin Etik Kuralları, İhlaller ve Olası Önlemler* (s. 1669). Konya: Turkish Studies.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurdakul, N. B., & Coşkun, G. (2011). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri: Ödüllü Örnek Uygulamalar*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yurdakul, N., & Coşkun, G. (2011). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri: Ödüllü Örnek Uygulamalar*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yücel, A. (2012). *İletişim Özgürlüğü ve Medyada Özdenetim*. Ankara: Radyo Televizyon Üst Kurulu.
- Yücel: (1999). *Yerel Basın, Korkmaz Alemdar(der) Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. İstanbul: Afa Yayınları.

### ***Sürekli Yayınlar***

- Arvas, İ. (2011). Basında Sosyal Sorumluk Anlayışı Bağlamında Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim. *Akademia* , 87.
- Aslan, E. v. (2016). TÜRKİYE'DE YEREL GAZETE YÖNETİCİLERİNİN ETİK ALGISI. *Selçuk İletişim* , 9 (2), 189.
- Atabek, N. (2006). Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur. *Küresel İletişim Dergisi* (2), 1-14.
- Atabek, N. (2005). Okur Temsilciliği: Türk Basınında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Yayınları* , 77.
- Ayten, A. (2013). *Bir Özdenetim Aracı Medya Etik Konseyi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.
- Büyükbaykal, N. (2004). Basın Alanında Ombudsman Uygulaması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 170.
- Büyükbaykal, N. (2005). Türkiye'de Yerel Basının İşlevi ve Önemi. (23), 83.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi* , 1 (1), 63.
- Kılıç: (2005). "1864 Vilayet Nizamnamesinin Tuna Vilayetinde Uygulanması ve Mithat Paşa" (Cilt 24). Ankara: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi.
- Limor, Y. H. (2006). Gazetecilik ve ek iş: uluslararası 242 etik ilkenin karşılaştırması. (A. Tamer, Dü.) *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* , 155.
- Mola, N. (2008). *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* , 5 (1), 10.
- Ocaklı, A. (2006). Basında Ombudsman Uygulaması. *Akademi İletişim* (6), 69-72.
- Özgen, M. (2003). Basında Bir Özdenetim Uygulaması Olarak Ombudsman. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (16), 27-34.
- Şeker, M. (2005). Yerel Gazeteler ve Resmi İlan. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 113.
- Temel, M. A. (2012). Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri Ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 9 (19), 129.
- Ünlüer, A. (2006). Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme. *Küresel İletişim Dergisi* (2), 11.



### ***Diğer Yayınlar***

- Anadolu Ajansı (2012), “Basın İlan Kurumu Çalışanlarına Saldırı” 29 Nisan 2019.  
<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/basin-ilan-kurumu-calisanlarina-saldiri/332443>
- Baydar, Y. (2003), *Milliyet*. Ombudsman, 8 Ocak 2018.  
<http://www.milliyet.com.tr/2003/09/08/ombudsman/aokur.html>
- BİK (2017), “Türkiye’de Gazete ve Dergi Sayısı Azalıyor” 20 Kasım 2018.  
<https://www.bik.gov.tr/turkiyedeki-gazete-ve-dergi-sayisi-azaliyor/>
- ONO. (2019), *Organization of News Ombudsmen and Standards Editors*. 4 Mart 2019.  
<https://www.newsombudsmen.org/about-ono/> adresinden alındı
- SGC. (2018), *Sakarya Gazeteciler Cemiyeti*. 08 Şubat 2018.  
<http://www.sakaryagazetecilercemiyeti.org/icerik/21/sakarya-basin-tarihi.aspx> adresinden alındı
- TGC. (2018), *Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*. 1 Ağustos 2018.  
<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>
- İrvan: (2013) Okur Temsilciliğinde Bir Yıl, 20 Nisan 2019.  
<http://www.yeniduzen.com/okur-temsilciliginde-bir-yil-504yy.htm>

## ÖZGEÇMİŞ

Zülfükar Özçelik, 1979 Trabzon doğumludur. İlk, orta ve lise eğitimini Adapazarı'nda tamamladıktan sonra, 2002 yılında Niğde Üniversitesi Radyo ve Televizyon Yayımcılığı'ndan, 2006 yılında da Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde mezun oldu. Eğitim hayatı devam ederken sektörde de kendi alanında çalışmalar gerçekleştirdi. 2004-2009 Adapazarı Belediyesi Basın Sorumlusu, 2010 Türkiye Vagon Sanayi A.Ş Basın Danışmanı görevlerinin ardından 2011 yılından itibaren Sakarya Üniversitesi Sakarya MYO Gazetecilik ve Habercilik Bölümü'nde Öğretim Görevlisi ve Bölüm Başkanı olarak çalıştı. Sakarya yerel basınında YeniSakarya, Sakaryahalk gazeteleri ve Medyabar internet haber sitesinde köşe yazıları yayınlandı. Üniversite'nin yeni üniversite kurulması amacıyla bölünmesinin ardından Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi'nde aynı bölümde başkan ve öğretim görevliliğinin yanı sıra Rektörlük Basın Danışmanlığı görevini de sürdürmektedir.