

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YEREL GAZETE OKUMA ALİŞKANLIKLARI: KONYA ÖRNEĞİ

M. Murat Yeşil*

ÖZET

Tarihsel akış içinde insanoğlu, devamlı surette merak güdüsüyle çevresinde olup biteni öğrenme ihtiyacında olmuştur. Böylesi bir ihtiyacın sonucu olarak ortaya çıkan yazılı basın bilgi ve kanaatlerin oluşmasında ve aktarılmasında önemli bir yere sahiptir. İnsanların yakın ve uzak çevrelerine yönelik ilgilerine bağlı olarak, içerik ve dağıtım alanlarına göre farklılaşan basın; uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte faaliyet göstermektedir. Bu çalışmanın odaklandığı yerel gazeteler ise genel olarak basının görevlerini ve işlevlerini lokal düzeyde gerçekleştirmektedir. Bir yörede yayımlanan ve dağıtımı yapılan yerel gazeteler, yöre halkının sorunlarının yansıtılmasında ve taleplerinin aktarılmasında işlevsel bir misyona sahiptir. Diğer taraftan altı çizilmesi gereken bir husus olarak, yerel gazeteler, ekonomik, teknik, vb. sorunlarla karşı karşıyadır ve gazetecilik alanında yetişmiş nitelikli eleman bulmakta güçlük çekmektedir. Bu tür sorunlar, yaygın basınla rekabeti zorlaştırmış ve doğal olarak yerel basın okuyucularının sürekli olarak azalmasına neden olmuştur. İşte birçok yapısal problem nedeniyle ayakta kalma mücadelesi veren yerel basının ne düzeyde ilgi gördüğü ve takip edildiği bu çalışmanın ana sorunsalı niteliğindedir. Bu bağlamda çalışma, Konya örneğinde yerel basına üniversite öğrencilerinin bakış açılarını ölçme amacına yönelik olarak tasarlanmıştır. Saha araştırması yöntemiyle Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim gören 373 öğrenciye anket tekniği uygulanarak elde edilen araştırmanın bulgularına bakıldığında, üniversite gençlerinin yerel basını oldukça düşük bir düzeyde takip ettiği görülmektedir. Araştırmanın önemli bulgularından bir tanesi de gençlerin, yaşadıkları yöreye dair gelişmeleri yerel gazetelerden daha çok yerel televizyonlardan ve internetten takip etmeleridir.

Anahtar Kelimeler: Yerel basın, yerel basının sorunları, gençlik ve yerel basın.

LOCAL NEWSPAPER READING HABITS OF UNIVERSITY STUDENTS: KONYA EXAMPLE

ABSTRACT

Human beings, in historical course, have always wondered and felt the need to learn what is happening around. The written press, which arised as a result of such a need, has an important place in the formation and transferring of knowledge and convictions. The press, which is differentiated according to content and distribution zones, operates in international, national, regional and local scale. Local newspapers, that is the focus of this study, performs the tasks and functions of the press at local level. Local newspapers, which are published and distributed in a region, have a functional mission in reflecting

* Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi

the problems and in transposing of demands of the local people. As it should be underlined, local newspapers faced with economic and technical, problems and have difficulty in finding qualified personnel trained in journalism. These types problems made it difficult compete with national newspapers and the natural outcome of this has been a continuous decline in the number of local newspaper readers. In what level does the local press, which is struggling to survive because of the many structural problems, attract and followed by, is the the main problematic of this study. This study has been designed to measure the viewpoints of university students on local press in the example of Konya. Considering the findings of the field research, obtained by applying the survey technique to 373 students studying at the undergraduate level at Necmettin Necmettin Erbakan University, university students seem to follow local press at very low level. One of the important findings of the research is that young people prefer to follow the developments, that is related with the region they live in, on local television channels and Internet instead of local newspapers.

Keywords: Local Press, problems of local press, youth and local press.

GİRİŞ

Basın, demokratik toplumlarda vazgeçilmez bir güçtür. Demokratik rejimler, basın özgürlüğünü varlıklarının teminatı olarak görmektedirler. Basın da sağlıklı bir biçimde işlevini yerine getirmek adına demokratik bir sisteme aynı şekilde bağımlıdır. Basın ve demokrasi kavramları, aslında doğaları gereği hem birbirinden yararlanır hem de birbirinin gelişmesine ve güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Bir ülke hayatında bu kavramlardan biri yoksa diğerinin varlığından söz edilemez. Dördüncü kuvvet olarak nitelenen basın da bu gücünün kaynağını demokrasiden almaktadır.

Basın, yayımlandığı ve dağıtımının yapıldığı alanlara göre yerel, bölgesel, yaygın ve uluslararası basın olarak farklı kategorilerde değerlendirilmektedir. Ülkenin farklı bölgelerindeki baskı merkezlerinde basılarak ülke çapında dağıtımı yapılan yayınların bütününe yaygın basın denmektedir (Yüksel ve Gürcan 2005: 9). Öte yandan belli bir il ya da ilçede basılan ve dağıtımı yapılan gazeteler ve dergiler de yerel basın olarak tanımlanmaktadır. Yerel basının içeriğinde öncelik, ilgili gazete veya derginin basılıp dağıtıldığı yörede meydana gelen siyasi, sosyal ve ekonomik olaylar ile kültürel etkinliklere verilmektedir.

Yerel basın, yöre halkında demokrasi bilincinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yöre insanının sorunlarını dile getirerek yerel yönetimlerle yöre halkı arasında bir köprü meydana getirmekte; yörenin siyasi ve iktisadi yapısı ile ilgili verdiği haber ve yorumlarla kamuoyunun oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte yörenin kültürel değerlerinin genç kuşaklara aktarılmasında yerel basın önemli bir işlevi yerine getirmektedir (Kalender 2002). Dolayısıyla globalleşen dünyada yerel basın, bulunduğu yörenin gözü, kulağı, sesi olabilme-

si ölçüsünde bireylere kendi buldukları çevreyi, kültürü, değerleri yansıtabilen ve aidiyet duygusu aşılayabilen bir alternatif olabilmektedir (Bekiroğlu 2006: 193).

Demokratik toplumların kılcal damarlarına ulaşmada önemli bir yere sahip olan yerel basın organları, ne var ki, Türkiye’de öteden beri kendisinden beklenen işlevleri yerine getirebilecek düzeyde bulunmamaktadır. Sayıca çok fazla gazete yayımlanmakla birlikte, bu gazetelerin büyük bölümü, resmi ilan geliri için çıkarılmaktadır. Düşük tirajlı, az sayfalı, özgün içeriğe sahip olmayan, niteliksiz çalışanlar tarafından hazırlanan bu gazeteler çoğu zaman sınırlı bir okuyucu kitlesine ulaşmakta, dar bir çevrede basılıp dağıtılmakta ve yerel gündemi oluşturabilecek güce sahip bulunmamaktadır. Başta habercilik olmak üzere temel işlevlerini yerine getiremeyen yerel basın, yerel demokrasinin gelişmesi, seçmenin bilinçli tercihler yapması ve yönetenlerin yönetilenler adına denetlenmesi gibi konularda beklenen görevi yapmamaktadır (Şeker 2007: 13).

İşte bu sorunlar üzerinden yerel basın olgusunun tartışıldığı bu çalışma ise üniversite öğrencilerinin yerel basın okuma düzeylerini ve alışkanlıklarını belirlemeyi ve bunlara etki eden temel değişkenlerin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Genç okurların yerel basını takip düzeyleri ortaya konmadan önce, Türkiye’de yerel basının panoramasını daha net görmek adına yerel basının içinde bulunduğu koşullar literatürde ortaya konan farklı bakış açıları üzerinden değerlendirilmeye çalışılmıştır.

1. YEREL BASIN/YEREL GAZETECİ: KAVRAMLAR VE TARTIŞMALAR

Yerel basın kavramını Yüksel ve Gürçan (2005: 10), “Ülke geneli yerine daha dar dağıtımla, bir ya da bir kaç il/ilçedeki okura ulaştırılan, belirli il ya da bölgeye ilişkin haberlerin yoğunlukta bulunduğu periyodik yayınların bütünü” olarak tanımlarken; Girgin (2009: 235), “Yalnız belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler” şeklinde açıklamaktadır.

Türk kamuoyunda “Anadolu basını” ve “taşra basını” olarak da bilinen yerel basın, “sınırlı bir yörede, orada yaşayan halkı bilgilendirme, eğitme, eğlendirme işlevleri olan ve bu işlevler sonucunda da yörede kamuoyunun serbest bir şekilde oluşmasına katkı sağlayan kitle iletişim araçları” olarak da tanımlanmaktadır (Girgin 2009: 235).

Yerel gazeteci ise kavram olarak en basit anlamıyla yerel basında görev yapan gazeteci demektir. Yerel gazeteci, bir gazetecinin genel tariflerde belirtilen tüm özelliklerini taşıyan ve bu özelliklere ek olarak çalıştığı gazete için muhabirliğin yanı sıra fotoğraf çeken, köşe yazısı yazan kişidir. Yerel gazeteciler, mesai mefhumu olmadan çalışan buna karşılık aldıkları ücretler yaygın basındaki meslek-

taşlarının çok altında olan ve yine yerel gazetecilerin tarifiyle fedakârca çalışan, “... çoğu zaman ütopyaları olan, yüreğinde ışığı söndürmemiş, idealist kalabilmiş insanlardır (Akkuş 2001).”

“Yerel basın” ve “yerel gazeteci” kavramları ile ilgili olarak farklı tanımlar yapılsa da bu tanımlarda ortak nokta; “yerel basın”ın belli bir yörede yayımlanan ve dağıtımı yapılan ve ağırlıklı olarak o yörenin haberlerinin yer aldığı gazete ve dergiler olduğu, “yerel gazeteci”nin ise yerel basında muhabir, yazar veya sayfa tasarımcısı olarak görev yapan gazeteci olduğu şeklindedir. Bunun dışında bir başka tartışma da tüm ülke çapında dağıtımı yapılan gazetelerin ulusal mı yoksa yaygın gazeteler olarak mı; bu gazetelerde çalışanların “ulusal gazeteci”, yerel basında çalışan gazetecilerin de “yerel gazeteci” mi olarak adlandırılacağı konusunda yapılmaktadır. “Ulusal basın” ve “ulusal gazeteci” kavramları, yerel gazetecilerin rahatsız oldukları bir konu olarak görünmektedir. Yaşam Gazetesi sahibi Doğan Özcan (1997) bu konudaki duyduğu rahatsızlığı şöyle dile getirmiştir: “... Biz ulusal değil miyiz yani? Biz de en azından büyük gazeteler kadar ulusal olduğumuza inanıyoruz. Ulusumuzun mutluluğu için çalışıyoruz. Bunu ulusal değil de “yaygın basın” veya “genel basın” şeklinde kullanılması gerektiğine inanıyorum.”

Benzer bir yaklaşımla Nail Güreli (2002) ise basının “yerel ve yaygın medya” olarak sınıflandırılabilirliğini ancak gazetecileri bu şekilde ayırma işleminin yersiz olduğunun altını çizmektedir: “Basın ya da medya kurum olarak yerel ve yaygın medya diye ikiye ayrılır. Yerel gazete, bölgesel gazete, yaygın gazete, yerel televizyon, bölgesel televizyon ve yaygın televizyon, radyo var. Ama gazeteci tektir, her yerde gazeteci gazetecidir; yerel gazeteci, ulusal gazeteci diye bir kavram söz konusu olamaz. Gazetecinin, yaptığı iş, gördüğü işlev aynı işlemdir; hakları ve sorumlulukları özde aynıdır. Ancak, bazı ölçek farkları vardır ki bunlar yaygın basın organları içinde de görülür.”

2. YEREL BASININ İŞLEVLERİ

Yerel basın, yaygın basının ticari kaygılar nedeniyle ihmal ettiği yerel haber ve aktiviteleri, yörenin kültürel değerlerini hedef kitlesine aktarmakta önemli bir araçtır. Yaygın basın, tüm ülkeyi ilgilendirebilecek bir yönü olmadıkça yerel haberlere sayfalarında yer vermemektedir. Bunlar kâr amaçlı kuruluşlar olduğu için sayfalarını ya okuyucunun çoğunluğunun ilgisini çekecek haberlerle ya da reklâmlarla doldurmayı tercih etmektedir.

Yaygın basın devletle, hükümetlerle, daha özeldede siyasilerle ve bürokratlarla yakın ilişki içerisinde. Onlara doğrudan ya da dolaylı maddi destek alma, haber kaynağı olarak sürekli referansına başvurma gibi konularda bağımlıdır. Bu nedenle yaygın basında yer alan haberlerdeki konular ve ifade edilen görüşler, söz konusu bağımlılığın izlerini taşımaktadır. Bir de özellikle son dönemlerde

yaşanan ticarileşme ve kâr güdüsüyle davranan ticari medyanın, haber ve tartışma yerine eğlence ve magazin formlarına ağırlık vermesi durumu bir hayli vahimleştirmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı yerel ölçekte bir medyanın varlığı yaşamsaldır. Bu bağlamda yerel basının yaygın basına demokratik bir alternatif oluşturabilmesi için, “etkin bir okuyucu/dinleyici katılımı temelinde yapılanması, etik ve siyasal olarak sorumlu dil/içerikle yayın yapması, kurum içi demokratikleşmeyi ve bağlı olarak yerel iktidar/güç merkezlerinden bağımsız olarak davranmayı başarabilmesi gerekmektedir (Gencil Bek 2005: 134-143).”

Yerel basın, bağımsızlığından ödün vermeden çağdaş demokrasinin gereklerini yerine getirdiği taktirde elde ettiği bu fırsatı kullanabilecektir. Bu da, altı bir kez daha çizilerek ifade edilecek olursa, yerel basının yerel ölçekte kalmasıyla ve bağımsızlığına gölge düşürecek iktidar desteği ve güç grupları ile olan organik bağına son vermesiyle gerçekleşecektir (Dağtaş 2007: 140).

Normatif anlamda değerlendirildiğinde yerel basın, sadece yerel haber ve aktivitelerin okuyucuya aktarılmasında değil aynı zamanda, yöre halkının sorunlarını dile getirme, demokrasi bilincinin geliştirme, siyasal gelişmeleri yakından takip ederek yaptığı haberler ve yorumlarla yerel kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunma gibi farklı bir dizi işlevi vardır. Ülkenin demokratikleşmesinde, yerel ekonomik kalkınmasında, eğitimde, sosyal ve kültürel gelişimin sağlanmasında ve toplumsal yapının iyileştirilmesinde yerel basına önemli görevler düşmektedir (Canöz 2011: 120).

Diğer taraftan yerelleşmenin her yönden güçlü olduğu bölgelerdeki kişilerin, haklarını daha etkin savunabileceklerini söylemek mümkündür. Bu kişilerin demokrasi, insan hakları ve özgürlükleri konusunda yerel basının güçlü olmadığı yerlerdeki kitlelerden bir adım daha ileride oldukları görülmektedir. Yerel basının etkin olduğu bölgelerde, bu yöre insanları demokrasiye, kişisel haklarına, toplum olarak ortak haklarına daha güçlü bir biçimde sahip çıktıkları gibi istek ve ihtiyaçlarını da daha rahat dile getirme olanağına sahip bulunmakta ve bunların işleyişini takip edebilmektedir (Ulusoy 2003: 106).

Bu bağlamda yerel yönetimler ve yerinden yönetim birimlerinin denetlenmesi, yerel sorunların ve taleplerin kamuoyunda tartışılmasını sağlaması açısından yerel basının bilgilendirme ve yerel alternatif gündemler oluşturma işlevleri önemsenmektedir. Gazete içeriklerinin yaygın basında haber ajansları ve ulusal önem sırasına göre belirlenmesi yerel talep ve sorunların kendilerine gazete içeriklerinde yer bulamamalarına neden olmaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi yerel veya bölgesel sorun, talep ve gündemlerin okuyucu kitlesine taşınması yerel basın kuruluşları kanalıyla gerçekleşebilir. Bu yönüyle yaygın veya ulusal basının bir alternatifi değil tamamlayıcısıdır. Dolayısıyla yaygın basın kuruluşlarının bölge sayfaları bu ihtiyaçtan doğmuştur (Yaşın 2009: 116).

Yerel basın, toplumsal açıdan kent ortamı hakkındaki ortak bilgi ve duyarlılıkların paylaşılmasına ve yaygınlaşmasına öncülük etmektedir. Kente yeni göç eden vatandaşların toplumsallaşma sürecinde, onlara oynayacakları rolleri öğretmektedir. Kent kültürünün oluşturulması ve yaşatılması noktasında ortak normların ve geleneklerin korunmasını sağlamaktadır. Genel olarak basının bilgilendirme, insanlara doyum sağlama, eğlendirme, kültürel faaliyetlere yönlendirme gibi işlevleri yerel basın için de geçerli kabul edilmektedir (Yılmaz 2005: 112).

3. YEREL BASINA KÜRESEL AÇILIM İMKÂNI

Teknolojide meydana gelen hızlı gelişme ile birlikte, iletişim alanında da buna paralel gelişmeler yaşanmaktadır. Yeni teknolojilerin iletişim alanında kullanılmaya başlamasıyla birlikte, kitle iletişim araçlarının en önemli sorunlarından birisi olan hedef kitlelere ulaşım sorunu bir sorun olmaktan çıkmıştır. Üretim merkezleri ile hedef kitleler arasındaki en büyük engel olarak görülen “uzaklık”, bilgisayar klavyesinde yapılacak bir “tıklama” işlemi kadar yakınlaşmıştır. “Uzaklık” mefhumunu ortadan kaldıran teknolojik gelişmeler, aynı zamanda “bilgi”yi dünyanın dört bir tarafından kolayca ulaşılabilir bir nesne haline getirmektedir. İnternet adı verilen ve dünyada bilgi üreten ve yayınlayan merkezleri birbirine bağlayan bu teknolojiden hem kendisi yararlanan hem de bu teknolojinin gelişmesine yardımcı olan kitle iletişim araçları küreselleşme hareketinin en etkin unsurlarından birisi olarak bilinmektedir.

Örs ve Tetik (2010: 451) de küreselleşme sürecinin iletişim alanında gerçekleştirdiği değişimi şu cümlelerle ifade etmiştir: “Küreselleşme sürecinden en hızlı etkilenen kitle iletişim araçları olmuş; sınırların kalkması, iletişim politikalarının da küreselleşmesine yol açmıştır. İletişimin küreselleşmesi, kitle iletişim araçlarının toplumsal hayatımız başta olmak üzere, ekonomik ve siyasal alanlardaki etkinliğinin artmasına da neden olmuştur.”

İnternet teknolojisinin gelişmesinin, kitle iletişim araçlarına dünyaya açılma imkânı sağlaması üzerine, önce yaygın gazeteler, ardından da yerel gazeteler yayın politikalarını bu oluşuma göre yeniden düzenlemişler ve kurdukları web siteleriyle, temel ürünleri olan haberleri dünyaya yaymaya başlamışlardır. Bu açıdan değerlendirildiğinde iletişim teknolojisinde yaşanan hızlı gelişmeler, yerel basının ortaya konan işlevlerini yerine getirebilmesi için fırsatlar sunmaktadır. Nitekim internet bu fırsatlardan birisidir. Yerel basının yalnızlığı, internet teknolojisi sayesinde sona ermiş; yerel gazeteler, sadece kendi yörelerinde değil aynı zamanda tüm dünyada seslerini duyurabilme avantajını kazanmıştır. Yerel basın, yaygın basınla rekabet etme politikasını bir yana bırakıp, kendi yöresinin küçük dünyasındaki büyük potansiyeli keşfetme ve onu küresel anlamda tanıtabilme gibi önemli bir fırsatı yakalamış bulunmaktadır.

Benzer biçimde Gürcan ve Bekiroğlu (2007: 29) da internetin yakın dönemde yerel basına yönelik katkısına dikkat çekmektedir: "...İnternet ortamında yerini alan bir yerel basın için sınırların buharlaştığını söylemek mümkün olmaktadır. O yerel basının faaliyet gösterdiği yöreden olan ancak hayatın bir başka şehre ve hatta çok uzak dahi olsa dünyanın bir başka ülkesine sürüklediği bir insan, internet vasıtasıyla yerel gazetenin sanal versiyonuna, yerel haber portalları ve yerel haber sitelerine ulaşabilmekte ve kendi kentinde, yöresinde yaşanan gelişmelerden haberdar olabilmektedir. Bir başka deyişle, internetin, uzakların yakın olması niteliği ile bezenmiş yeni bir yerellik anlayışı getirdiği söylenebilmektedir."

4. YEREL BASIN ÇALIŞANLARININ DİLİNDEN TEMEL SORUNLAR VE ÇÖZÜM ARAYIŞLARI

4.1. Kalifiye Eleman Bulamama Sorunu

Yerel gazetelerin, başta gelen sorunlarından biri belki de en önemlisi olarak kalifiye eleman bulunamamasıdır. Bir gazetenin gerek haber toplama ve yazmada ve gerekse sayfa tasarımı yapımında istihdam edilecek, gazetenin reklâm servisinde çalıştırılacak, alanlarında uzman elemanlara ihtiyacı vardır. Haber servisinde çalışacak muhabir, teknik serviste görev alacak grafik tasarımcı ve gazeteye reklam toplayabilecek elemanlar bir gazetenin olmazsa olmaz elemanlarıdır. Yeni Gebze gazetesi sahibi İsmail Kahraman'ın (1997) da ifade ettiği gibi kalifiye eleman bulabilmek kolay değildir: "Anadolu'daki yayıncıların en büyük sorunu yetişmiş eleman gücü. Gebze İş ve İşçi Bulma Kurumu'na başvuruyoruz.... Her gün gazetemize ilân basıyoruz, yayıncı, muhabir, gazeteci arıyoruz; maalesef bir kişi başvurmuyor. En büyük sıkıntımız bu. Teknik elemanda da, yayıncı elemanda da ciddi sıkıntılar çekmekteyiz."

Gazetesinde benzer sorunlar yaşadığını ifade eden Yaşam gazetesi sahibi Doğan Özcan (1997) ise şöyle bir çözüm önerisinde bulunmuştur: "Teknik ve meslek liselerden olduğu gibi iletişim fakültelerindeki genç arkadaşlardan da yararlanmak isteriz. Biz onların bilgilerinden onlar bizlerin tecrübelerinden yararlanabilirler. Örneğin, ticaret lisesini bitiren öğrenciler muhasebecilerin yanında kurs görüyorlar, staj yapıyorlar. Neden ilgili fakültelerden mezun olanlar bizlerin yanında staj yapmasınlar?"

Yerel medya sorunları ile ilgili olarak yapılan bir araştırmaya göre yerel basının kalifiye eleman bulamama sorununun temelinde ekonomik nedenler yatmaktadır. Gazetecilik alanında tecrübe sahibi olan kişiler, iki nedenle yerel basını tercih etmemektedir. Buna göre öncelikli neden, yerel basın sektöründe gazetecilere verilen ücretin düşük olmasıdır. Yine yerel basın yerine geleceklerini daha parlak gördükleri yaygın basında çalışmayı tercih etmeleri de buna bağlı diğer bir nedendir. Bu açıdan yerel medya, ekonomik nedenlerden ve nitelikli elemanların

yerel medyayı tercih etmemelerinden dolayı, mesleğin eğitimini almış, kalifiyeli iletişim fakültesi mezunlarını çalıştıramamaktadır. (Temel ve ark. 2012: 154).

4.2. Abone Gazetelerin Posta Ücretlerinin Çok Yüksek Olması Sorunu

Yerel gazetelerin ana gelir kaynaklarını, bayi satışları, abone satışları ile resmi ilan ve piyasadan toplanan reklâmlardan alınan ücretler teşkil etmektedir. Gazetenin üzerinde yazılı fiyatın önemli bir kısmını bayiler almakta, geriye kalan kısmı da gazete sahiplerine kalmaktadır. İkinci gelir kaynağı olan abone satışları, gazeteler için iki bakımdan fayda sağlamaktadır. Birincisi, belli bir okuyucu kitlesini sürekli olarak elde tutmak, ikincisi de sürekli bir gelir kaynağına sahip olmak.

Ancak, teori ile pratik her zaman aynı çizgide buluşmamaktadır. Abone satışları yerel gazeteye kâr getirmediği gibi her geçen gün zarar hanesini kabartmaktadır. Yerel gazete sahiplerinin açıklamalarına göre bunun en önemli nedeni, posta ücretlerinin yüksek olmasıdır.

Dünyada farklı ülkelerde de benzer sorunlar yaşanmaktadır. Bir gazeteyi aboneye postalama ücreti, eğer basına özel bir indirim yoksa gazetenin üstünde yazılı fiyattan daha çok para ödenmesini gerektirebilmektedir. Bir örnek olarak ABD’de gazete ve dergilere Periodical denen bir tarife uygulanarak çok düşük bir ücret karşılığı posta hizmeti verilmektedir (Periodicals 2015). Ancak, o sistemde de bir başka sorun ortaya çıkmaktadır. Periodical adlı tarife posta hizmetleri içinde en düşüğü olduğu için posta dağıtıcıları, öncelikle mektup gibi birinci sınıf tarifeye postaya verilen gönderileri adreslerine teslim etmekte, sonra da kalan zaman içinde gazeteleri abonelere ulaştırmaktadır. Bu da gazetelerin abonelere geç ulaşmasına neden olmaktadır.

4.3. Naylon Gazeteler ve Şantajcı Gazeteciler Sorunu

Yerel gazetecilerin en çok şikâyetçi oldukları konulardan birisi de gazetecilik mesleğiyle ilgili olarak hiçbir eğitim almamış, mesleki tecrübesi olmayan kişilerin bu meslekte istihdam edilmesi sorunudur. Konuyla ilişkin olarak Balıkesir Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Kıpçak (2001), etkin örgütlü bir yapının olmamasının yarattığı çarpıklığa şu ifadelerle dikkat çekerek sorunun kaynağının da yine kendileri olduğuna işaret etmiştir: “Fotoğraf makinesini alan, ehliyeti olmayan kişi, ‘gazeteciyim’ diye ortaya çıkıyor. Bir taraftan gazetecilikte eğitim diyoruz, birtakım gazetecilik meslek liseleri kurulmasını istiyoruz, üniversitelerde kürsüler açılmasını istiyoruz, ama bir taraftan da, kimse kusura bakmasın ama önüne geleni gazeteci yapıyoruz... Niçin? Çünkü bizim yaptırımcı bir gücü olan bir mesleki bir kuruluşumuz yok! Bugün bakkallar, bakkallar odası kuruyor, at arabacıları derneği, at arabacıları odasına dönüşüyor. Tabipler, mühendisler odaları ortaya çıkıyor. Ama gazetecilere gelince hiçbir mesleki kuruluşları yok!”

Her meslek dalında olduğu gibi basın alanında da kötü niyetli insanlar ortaya çıkarak gazetecilik etik kurallarıyla bağdaşmayan işler yapabilmektedir. Örneğin şantaj yaparak rüşvet almak, kişilerin özel hayatlarını deşifre etme tehdidiyle para sızdırmak, kendilerine karşı çıkanları karalama kampanyaları açarak sindirmek, vb. Gazetecilik mesleğiyle uzaktan yakından hiçbir ilgisi bulunmayan bu gibi kişilerin sektöre girmesi, yerel basın alanında emek vermiş gazetecilerin yıllardır şikâyetçi olduğu konulardan birisidir. Bu kişileri "sahte gazeteciler" olarak niteleyen Özcan (1997) şunları söylemiştir: "Aramızda böyle arkadaşlarımız varsa ve alınıyorlarsa da bu gerçeği inkâr edemeyiz. Özellikle polis gazeteleri adı altında, bir polis amblemi yapıstırıp ve karakollardan bir iki demeç alarak ortaya çıkan arkadaşlarımız bizleri maalesef çok güç durumda bırakıyor. Yanına bir polis alan esnafı geziyor; polis baskısı ile reklâmlar alıyor; o şekilde çeşitli vurgunlar vuruyorlar."

Bazı yerel gazete yayıncılarına göre, bu sorunun en önemli nedeni, Türkiye'de yeni bir gazete yayınlama izninin çok kolaylıkla verilmesidir. Bu bağlamda görüşlerini açıklayan bir gazete sahibi şu açıklamada bulunmuştur: "Ülkemizde gazete imtiyazını almak, gazete çıkarmak herhangi bir koşula bağlı değildir. Verirsiniz iki satırlık dilekçeyi, ertesi sabah gazete sahibi olursunuz. Oysa, herhangi bir mesleki kuruluşta, bildiğiniz gibi, örneğin odalarda birtakım kademelerden geçmek gerekmektedir... Gazeteciliğe gelince, isteyen istediği anda eline kalem alıp yahut fotoğraf makinesini alıp, "ben bu işe baş koyuyorum" der, ortaya çıkar, bu mesleği sürdürmeye gayret eder (Kıpçak 2001)."

4.4. Haber Bulamama Sorunu

Yerel basının sorunlarının arasında en dikkat çekenlerinden birisi de haber bulma sorunu olarak göze çarpmaktadır. Sektör temsilcileri, bunun nedeninin gazetecilik eğitimi almış yetenekli muhabirler bulunamamasından ya da bu tür elemanlar bulunsa da ekonomik sıkıntılar nedeniyle bu kişilerin işe alınamamasından olduğuna işaret etmektedirler. Yine en önemli haber kaynağı olarak gördükleri Anadolu Ajansı'nın uyguladığı yüksek fiyat politikasının da yerel basının haber bulma sorununa neden olduğu bilinen bir gerçekliktir. Bu bağlamda sorunun çözümü için yapılan önerilerden birisi Anadolu Ajansı'nın yerel basına uyguladığı ücretlerde yeni bir düzenleme ile indirim yapması şeklindedir.

Bu konuyu irdeleyen Nail Güreli (2002), ihtiyaç duyulan haberin aslında yerel basının hitap ettiği çevrede olduğuna işaret etmiştir: "Yörenin bütün sosyal hayatı izlenmeli. Mahalle bazına inmek gerekir. Mahalledeki insanların kamu içindeki faaliyetleri, çocuklarının evlenmesi, sünnetler, ölümler, hepsi haber olabilir." Bu konuda Güreli ile benzer görüşleri paylaşan Erten (2001), yerel basının, yaygın basın ile haber yarışına girmesinin gereksiz olduğunu, yerel basının, amacının kendi bulunduğu çevrede sesini duyurmak olması gerektiğine işaret ederek yerel basının ancak bu şekilde güç kazanacağına dikkat çekmiştir.

4.5. Yerel Gazete Okuma Oranının Düşük Olması Sorunu

Türkiye genelinde gazete okuma alışkanlığı gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında oldukça gerilerde yer almaktadır. Güçlü ve Kökmen'in (2014) araştırmasına göre; Türk halkının yaklaşık yüzde 30'luk bir kısmı gazete okumaktadır. Böylesi bir tablo ise yaygın basını olduğu kadar yerel basını da olumsuz yönde etkilemektedir. Sektör temsilcileri, halkın yerel basın okuma alışkanlığının düşük bir oranda seyrettiğini ifade etmektedir. Bolu Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Oğuz Uçar (1997), ülkede gazete okuma alışkanlığı oranının düşüklüğüne dikkat çekmiş ve ilgilileri bu konuda göreve çağırmıştır: "Son yıllarda siyasilerimizin ağızda bir söz var. Sanki hepsi ağız birliği etmişçesine "Konuşan Türkiye" diyorlar. Ancak hiç biri "Okuyan Türkiye" demiyor. Ülkemizde gazete okuma alışkanlığı yok denecek kadar azdır: Yapılan istatistiklere göre Japonya'da her bin kişiden 600, Avrupa'da her bin kişiden 500-600, Ukrayna'da her bin kişiden 300 kişi gazete okurken, bu oran ülkemizde sadece 70-80'ler civarındadır."

Halkın yerel gazete okuma alışkanlığındaki düşük oranın asıl nedeninin, yerel basının yöre insanlarının sorunlarıyla ilgilenmemesine bağlayan Dünya Gazetesi Ankara Bölge Koordinatörü Taylan Erten (2001), yerel gazetelerin bu yüzden okunmadığını söylemiştir: "İnsanı kavramadığınız zaman, insanlar kendilerini sayfalarınızda, ekranlarınızda ölümüyle-kalımıyla, yaptığı işlerle, girişimiyle, yatırımıyla görmüyorlarsa gazetelerinizi niye okusun, kanallarınızı niye seyretsin? Son derece basit, niye okusun yani? Okumuyor. Dolayısıyla siz burada tıkayıp kalıyorsunuz."

Bolu Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Oğuz Uçar (1997), bu sorunu ortadan kaldırmak üzere halkın okuma alışkanlığı, özellikle yerel gazete okuma alışkanlığı kazanması için devletin basın kuruluşlarıyla işbirliği yaparak bir çalışma başlatmasını önermiştir: "Toplumda, gazete ve kitap okumasının özendirilmesi için Kültür Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve basın kuruluşlarının ortak çalışmaları sağlanmalıdır. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından bu öğretim yılından başlatılmak üzere okullarda uygulanacak okuma saatlerinde öğrencilerin hiç olmazsa yerel gazeteleri okumaları özendirilmelidir."

Girgin (2009: 257-258) ise yerel basına okuyucunun ilgi duymasının sağlanabilmesi için yayıncılara şu tavsiyelerde bulunmaktadır: "Yerel basın yaygın basınla rekabete girmemeli, yerel haberlere ağırlık verilmeli, haberlerin doğruluğu kontrol edilmeli, yaygın basından aynen kopya haberlere değil, kendi ürettikleri özel haberlere yer verilmeli."

Bu noktada genel olarak değerlendirildiğinde yerel basının görevi adından da anlaşılacağı gibi, hedef kitlesi olan yöre halkına, o yöreden haber vermektir. Yerel gazeteler, yayımlandığı şehir ya da ilçede meydana gelen olayları, siyasi, eko-

nomik ve kültürel gelişmeleri hiç kaçırmadan takip etmek ve bunları haber olarak gazetede yayınlamakla yükümlüdür.

Yerel basın, üzerindeki bu yükümlülükleri yerine getirebiliyor mu sorusunun cevabını Nail Güreli (2003) vermektedir: “Çoğu yerde gözlemlediğimiz o ki, yerel habercilik hakkıyla yapılmıyor, yapılamıyor.... Yerel habercilik dediğiniz zaman, bir mahalledeki sosyal etkinliğin dahi o yerel gazetede yer alması gerekir. Açılan mağazanın, evlenenlerin, açılan parkın, her türlü toplantının, yerel bürokrasideki atamaların ve benzeri örnekleri çoğaltmak mümkün, bunların hepsi haber olmalıdır. Ayrıca halkın sorunları dile getirilmeli, bunların ısrarla takipçisi olunmalıdır. Halkın yaşantısı ve insan unsuru bol şekilde yansımalıdır gazeteye...”

Buraya kadar sıralanan birçok sorun artarak sürmesine rağmen Türkiye’de yerel basın bir biçimde varlığını devam ettirmektedir. Niceliksel anlamda oldukça çok görünen yerel gazetelerin niteliksel ve işlevsel anlamda ne düzeyde başarılı olduklarını gerçek ölçülerle ortaya koymak bir hayli zor görünmektedir. Buldukları kentin yaşamını bir ucundan tutmaya ve kentte yaşayanları etkilemeye çalıştıkları ise tartışmasız kabul edilmektedir (Vural 1997: 180).

5. KONYA YEREL BASININA GENEL BİR BAKIŞ

Meşrutiyet dönemine kadar giden Anadolu yerel basın örgütlenişinde Konya en çok yerel gazetenin yayınlandığı kentler arasındadır. Kentin bilinen ilk gazetesi ise 16 Kasım 1870 tarihinde vilayet adına haftalık olarak çıkarılmaya başlanan “Konya” gazetesidir. Bu tarihten sonra ise Konya yerel basını esas gelişimini II. Meşrutiyet dönemi yapmış ve 1870-1918 tarihleri arasında toplam 11 gazete yayınlanmıştır (Ayhan ve Demirsoy 2005: 136; Arabacı ve ark. 2008: 45-137).

Milli Mücadele dönemi ve bundan hemen sonraki kısa dönemde Konya basını Meşrutiyet’ten sonraki en gelişmiş dönemini yaşamıştır. Bu gelişimde Konya’nın bir sürgün yeri olması ve aydınların gazetelere yaptıkları katkılar, Konya’nın güvenli bölge olması dolayısıyla dışarıdan gazetecilerin gelmesi, Kurtuluş savaşıyla birlikte Konya’nın stratejik olarak öneminin artması gibi durumlar etkili olmuştur. Bu dönemde çıkan “Öğüt” (1917-1923) gazetesi Kurtuluş Savaşı sırasında askerler tarafından desteklenmiş ve Batı Cephesi lehine büyük katkılar sunmuştur. Hatta öyle ki bu gazetenin kapatılmasıyla, Osmanlı devleti, İngilizler, İtalyanlar ve Heyet-i Temsiliye adına Mustafa Kemal’in ilgilendiği, yerel bir gazetenin devletlerarası bir siyasi mücadele alanı olduğu görülmektedir (Ayhan ve Demirsoy 2005: 136).

1928-1950 arası ise Konya’da toplam 14 gazete çıkarılmış, bunların arasında “Yeni Konya” gazetesi günümüze kadar gelen bir yayın hayatına sahip olmuştur. Bunun dışında bugüne ulaşamasa da iyi bir yayın hayatı yaşayan “Ekekon” ga-

zetesi o dönemin göze çarpan bir diğer gazetedir (Ayhan ve Demirsoy 2005: 136; Arabacı ve ark. 2008: 205-253).

1950-1980 sonrası dönem ise Konya'nın yerel basın olarak en çok gazete çıkardığı dönemdir. Bu dönemde toplam 21 gazete çıkarılmış bu gazetelerden Yeni Meram (1950) ve Konya Postası (1977) günümüze değin yayın hayatını sürdüren iki gazete olmuştur (Arabacı ve ark. 2008: 255-324).

Günümüzde ise bu gazetelerle birlikte toplam 13 gazete Konya yerel basınına hizmet vermektedir. Konya Gazeteciler Cemiyeti (2015) web sitesinde, bu gazeteler şu şekilde sıralanmaktadır. "Anadolu Manşet Gazetesi, Anadolu Telgraf Gazetesi, Haberdar Gazetesi, Hâkimiyet Gazetesi, Konya Postası Gazetesi, Konya'nın Sesi Gazetesi, Memleket Gazetesi, Merhaba Gazetesi, Rasyonel Haber Gazetesi, Yeni Haber Gazetesi, Yeni Konya Gazetesi, Yeni Meram Gazetesi, Yeni-gün Gazetesi."

6. METODOLOJİ

Üniversite öğrencilerinin yerel gazete okuma davranışlarını ortaya koymak amacıyla Konya il merkezinde öğrenim gören Necmettin Erbakan Üniversitesi öğrencilerine 4-8 Mayıs 2015 tarihleri arasında bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni, çalışmanın yapıldığı zaman dilimi içerisinde Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde eğitim gören bütün öğrencilerden meydana gelmektedir. Rastlantısal (random) örneklem tekniği kullanılarak seçilen 373 öğrenci ise bu çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır. Yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin kapsam dışı tutulduğu araştırmada, ön lisans ve lisans düzeyinde toplam 400 öğrenciyle yüz yüze görüşülerek yapılan anketle bilgiler alınmıştır. 27 anketin geçersiz sayılması nedeniyle örneklem sayısı 373 olarak netleşmiştir.

Anket formu sahada uygulanmadan önce iki ayrı uzmana incelenmiş ve onların önerileri doğrultusunda anketin son şekli verilmiştir. Yine ankete yönelik olarak 40 kişi üzerinde pretest gerçekleştirilmiş, alınan ön verilerden sonra anket formu uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Belirtilen tarih aralığında katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilen araştırma neticesinde elde edilen veriler, SPSS 17.0 istatistik programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir.

Verilerin analizinde sırasıyla; ankete katılanların demografik özellikleriyle yerel gazete kullanımına ilişkin bazı davranışlarını ortaya koymak ve gazete okuma nedenlerinin belirlenmesi amacıyla frekans dağılımları gibi betimleyici istatistik teknikleri esas alınmıştır.

7. KONYA YEREL BASINI ÖLÇEĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK SAHA ARAŞTIRMASI BULGULARI

Üniversite öğrencilerinin yerel basın kullanım alışkanlıklarını ölçmeyi amaçlayan araştırmada ankete katılanların cinsiyet bakımından yüzde 65.3'ü kadın, yüzde 34.7'si ise erkektir. Yaş dağılımının betimleyici istatistikleri incelendiğinde en düşük 17, en yüksek 37 yaşındaki katılımcılar ile görüşüldüğü tespit edilmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin yaş ortalaması 20.92, dağılımın standart sapması ise 2.21 olarak bulgulanmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Düzenli Olarak Ulusal Gazete Okuma Yüzdelerinin Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Evet	83	22.3	22.3	22.3
Hayır	290	77.7	77.7	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Tablo-1'e göre katılımcıların yüzde 22.3'ü ulusal çapta gazeteleri düzenli okurken, yüzde 77.7'si ise okumadıklarını ifade etmişlerdir. Oranların da ortaya koyduğu gibi araştırma örneklemine dâhil edilen üniversite öğrencilerinin ulusal basına karşı oldukça ilgisiz olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Yerel Gazete Okumaya Yönelik İhtiyaç Durumunun Yüzdelerinin Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Her Zaman	16	4.3	4.3	4.3
Çoğu Zaman	54	14.5	14.5	18.8
Bazen	260	69.7	69.7	88.5
Hiçbir Zaman	43	11.5	11.5	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Tablo-2 katılımcıların günlük yaşamlarında yerel gazete okuma ihtiyacını ne düzeyde duyduklarını ortaya koymaktadır. Buna göre, yerel gazete okuma ihtiyacını her zaman ve çoğu zaman hissedenlerin oranı toplamda yüzde 18.8'e karşılık gelmektedir. Hiçbir zaman şeklinde cevap verenlerin yüzdesi 11.5 iken, "bazen böyle bir ihtiyaç hissederim" diyenlerin oranı yüzde 69.7 gibi büyük bir değerde karşımıza çıkmaktadır. Sonuçların da işaret ettiği gibi günlük yaşamda katılımcılar ağırlıkla yerel gazetelere bir yönelim göstermemektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Düzenli Olarak Yerel Gazete Okuma Yüzdelerinin Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüz-
Her Zaman	16	1.6	1.6	1.6
Çoğu Zaman	29	7.8	7.8	9.4
Bazen	211	56.6	56.6	66.0
Hiçbir Zaman	127	34.0	34.0	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Örnekleme dâhil edilen deneklerin düzenli olarak yerel gazete okuyup okumadıklarının periyodik zamanlaması Tablo-3'te ortaya konulmuştur. Buna göre, katılımcıların yüzde 1.6'sı her zaman, yüzde 7.8'i çoğu zaman, yüzde 56.6'sı bazen yerel gazete okuduklarını ifade etmişlerdir. Bunun karşısında "hiçbir zaman yerel gazete okumuyorum" diyenlerin oranı ise toplam katılımcıların yaklaşık üçte birine (yüzde 34.0) karşılık gelmektedir. Bu oranlardan hareketle, yerel basının da ulusal basın gibi çok fazla genç okur tarafından talep edilmediği söylenebilir.

Tablo 4. Katılımcıların Yerel Gazetelere Ayırdıkları Zamanın Yüzdelerinin Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
30 Dakikadan Az	186	49.9	73.2	73.2
30 dk - 60 dk	56	15.0	22.0	95.3
61 dk - 120 dk	6	1.6	2.4	97.6
121 dk- 180 dk	3	0.8	1.2	98.8
181 dk ve Üzeri	3	0.8	1.2	100.0
Toplam	254	68.1	100.0	
Cevapsız	119	31.9		
Toplam	373	100.0		

Tablo-4'e göre gündelik yaşamlarında yerel gazete okuyan üniversite öğrencilerinin yüzde 73.2'si bir gün içinde yerel gazete veya gazetelere 30 dakikadan az zaman ayırdıklarını ifade etmektedirler. Yarım saat ile bir saat arasında zaman ayıranların oranı yüzde 22 iken, daha fazla zaman ayıranların (61 dk-120 dk, 121 dk-180 dk, 181 dk ve üzeri) toplam oranı ise yüzde 4.8 civarındadır. Yerel ve ulusal ölçekli gazetelere talebin çok düşük seviyede olduğu ve bununla birlikte son

dönemlerde gençlerin ilgilerini artık geleneksel medyadan daha çok yeni medyaya doğru kaydırıldığı düşünüldüğünde mevcut genç okurların yerel medyaya çok fazla zaman ayırmamaları şaşırtıcı bir sonuç olarak görülmemektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Konya'ya Yönelik Bilgileri Edindiği Kaynakların Yüzdelerle Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Yerel Gazete	25	6.7	6.7	6.7
Yerel Televizyon	62	16.6	16.6	23.3
Yerel Radyo	5	1.3	1.3	24.7
Aile	6	1.6	1.6	26.3
Yakın Çevre	45	12.1	12.1	38.3
Ulusal Gazete	5	1.3	1.3	39.7
Ulusal Televizyon	30	8.0	8.0	47.7
İnternet	195	52.3	52.3	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Tablo-5'e göre katılımcıların yaşadıkları şehir olan Konya'ya dair bilgileri edindiği kaynaklar içinde yerel gazeteler yüzde 6.7 gibi düşük bir seviyededir. Üniversite öğrencileri kentte meydana gelen olaylar hakkında en çok internete (%52.3), yerel televizyonlara (%16.6) ve yakın çevrelerine (%12.1) başvurmuşlardır. Bu noktada aile (%1.6) ile yerel radyolar ve ulusal gazeteler (%1.3) bilgilendirme kaynağı olarak son sıralarda yer almaktadır. Anlık ve hızlı iletişimin sağlanmasında etkin bir mecra olarak internet ile geleneksel kitle iletişim araçları içerisinde gücünü ve yerini halen korumayı başaran televizyonların bu sıralamada ilk sıralarda çıkması önemli bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 6. Yerel Gazetelerin Yerel Yöneticileri Etkileme Düşüncesine İlişkin Yüzdelerle Dağılım

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Kesinlikle Etkili	21	5.6	5.6	5.6
Etkili	174	46.6	46.6	52.3
Fikrim Yok	111	29.8	29.8	82.0
Etkisiz	39	10.5	10.5	92.5
Hiç Etkili Değil	28	7.5	7.5	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Tablo-6 katılımcıların yerel gazetelerin yerel yöneticiler üzerinde ne düzeyde etkili olup olmadığını ortaya koymaktadır. Veriler değerlendirildiğinde katılımcıların yaklaşık yarıdan fazla bir kısmının yerel basının kent yöneticileri üzerinde etkili olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bu konuda kararsız olanlar yüzde 29.8'lik bir oranda iken "etkisiz ve hiç etkili değil" diyenlerin oranı ise toplamda yüzde 18'lik bir orana tekabül etmektedir.

Tablo 7. Yerel Gazetelerin Kentin Sorunlarını Yansıtabilme Gücüne İlişkin Yüzdelerlik Dağılım

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Kesinlikle Yansıtıyor	19	5.1	5.1	5.1
Yansıtıyor	147	39.4	39.4	44.5
Fikrim Yok	78	20.9	20.9	65.4
Yansıtıyor	115	30.8	30.8	96.2
Hiç Yansıtıyor	14	3.8	3.8	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yerel gazetelerin kent sorunlarını yansıtabilme gücüne yönelik kanaatleri Tablo-7'de ortaya konulmaya çalışılmıştır. Buna göre ilgili soruya katılımcıların yüzde 5.1 kesinlikle yansıtıyor, yüzde 39.4'ü yansıtıyor şeklinde ifade ederken gençlerin yüzde 20.9'u da fikrim yok şeklinde cevap vermişlerdir. Yerel gazetelerin yaşadıkları kent sorunlarını yansıtmadığını düşünenlerin toplamı ise yüzde 34.6 oranındadır. Bu bağlamda Konya'da öğrenim gören öğrenciler, yerel gazetelerin temel işlevi niteliğindeki şehrin sesi olma misyonunu tam anlamıyla yansıtmadığını düşünmektedir.

Tablo 8. Yerel Gazetelerin Kanaatlerin Değişimine Yönelik Yüzdelerlik Dağılım

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Her Zaman	3	0.8	0.8	0.8
Çoğu Zaman	38	10.2	10.2	11.0
Bazen	257	68.9	68.9	79.9
Hiçbir Zaman	75	20.1	20.1	100.0
Toplam	373	100.0	100.0	

Tablo-8 katılımcıların yerel gazetede yayımlanan haber ve yorumların kendi kanaatlerini hangi düzeyde etkilediklerini ortaya koymaktadır. Buna göre araştırma kapsamında görüşülen toplam 373 üniversite öğrencisinin yüzde 68.9'u bazen, yüzde 20.1'i hiçbir zaman, yüzde 10.2'si çoğu zaman, yüzde 0.8'i ise her zaman şeklinde bir cevapla soruyu yanıtlamışlardır. Sonuçlardan hareketle altı çizilmesi gereken bir husus olarak yerel basın, normatif olarak ortaya konan gücünden çok uzakta bir yerde bulunduğu ifade edilebilir.

Tablo 9. Cinsiyete Göre Yerel Gazete Okuma İhtiyaç Düzeyleri

Cinsiyet	Her Zaman	Çoğu Zaman	Bazen	Hiçbir Zaman	Toplam
Kadın	7	34	182	20	243
	2,9 %	14,0 %	74,9 %	8,2 %	100,0 %
	43,8 %	63,0 %	70,3 %	46,5 %	65,3 %
Erkek	9	20	77	23	129
	7,0 %	15,5 %	59,7 %	17,8 %	100,0 %
	56,3 %	37,0 %	29,7 %	53,5 %	34,7 %
Toplam	16	54	259	43	372
	4,3 %	14,5 %	69,6 %	11,6 %	100,0 %
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Tablo-9'da da görüldüğü gibi katılımcıların cinsiyetlerine göre yerel gazete okuma ihtiyacı hissetme arasında anlamlı bir ilişki vardır ($X^2= 12.93$; $sd= 3$; $p< .05$). Buna göre kadınların yüzde 2.9'u her zaman, yüzde 14'ü çoğu zaman, yüzde 74.9'u bazen yerel gazete okuma ihtiyacı hissederken yine kadınların yüzde 8.2'si hiçbir zaman gazete okuma ihtiyacı duymamaktadır. Diğer taraftan erkeklerin yüzde 7'si her zaman, yüzde 15.5'i çoğu zaman, yüzde 59.7'si böylesi bir ihtiyaç duyduklarını ifade ederken yüzde 17.8'lik bir kısım ise ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 10. Cinsiyete Göre Yerel Gazete Okumaya Ayırdıkları Zaman

Cinsiyet	30 dk dan az	30 dk - 60 dk	61 dk- 120 dk	121 dk - 180 dk	181 dk ve üzere	Toplam
Kadın	120	39	5	2	1	167
	71,9 %	23,4 %	3,0 %	1,2 %	0,6 %	100,0 %
	64,9 %	69,6 %	83,3 %	66,7 %	33,3 %	66,0 %
Erkek	65	17	1	1	2	86
	75,6 %	19,8 %	1,2 %	1,2 %	2,3 %	100,0 %
	35,1 %	30,4 %	16,7 %	33,3 %	66,7 %	34,0 %
Toplam	185	56	6	3	3	253
	73,1 %	22,1 %	2,4 %	1,2 %	1,2 %	100,0 %
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Tablo-10 incelendiğinde katılımcıların cinsiyetlerine göre yerel gazetelere ayırdıkları zaman arasında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olmadığı tespit edilmiştir ($X^2= 2.66$; $sd= 4$; $p> .05$). Buna göre kadınların yüzde 71.9'u, erkeklerin ise yüzde 75.6'sı bir gün içerisinde yerel gazeteye yarım saatten daha az bir zaman ayırmaktadır. Yine kadınların yüzde 23.4'ü, erkeklerin ise yüzde 19.8'i yarım saat ile bir saat arasında yerel gazetelere vakit harcamaktadır. Öte yandan hem erkeklerde hem de kadınlarda 61 dk ve üzerinde yerel gazeteye zaman ayırma oranının düşük seviyelerde kaldığı dikkat çekmektedir.

Tablo 11. Cinsiyetine Göre Yerel Düzeyde Halkı Yönlendirmede En Etkin Kitle İletişim Aracı

Cinsiyet	Yerel Gazete	Yerel Televizyon	Yerel Radyolar	Hiçbiri	Toplam
Kadın	30	181	8	24	243
	12,3 %	74,5 %	3,3 %	9,9 %	100,0 %
	62,5 %	69,3 %	50,0 %	51,1 %	65,3 %
Erkek	18	80	8	23	129
	14,0 %	62,0 %	6,2 %	17,8 %	100,0 %
	37,5 %	30,7 %	50,0 %	48,9 %	34,7 %
Toplam	48	261	16	47	372
	12,9 %	70,2 %	4,3 %	12,6 %	100,0 %
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Tablo-11'de görüldüğü üzere katılımcıların cinsiyetlerine göre yerel düzeyde halkı yönlendirmede en etkin gördükleri kitle iletişim araçları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($X^2= 7.91$; $sd= 3$; $p< .05$). Buna göre kadınların yüzde 74.5'i yerel televizyonları, yüzde 12.3'ü yerel gazeteleri, yüzde 3.3'ü de yerel radyoları etkili bir kitle iletişim aracı olarak nitelendirmektedir. Kadınların yüzde 9.9'u ise bu kitle iletişim araçlarından hiçbirinin etkili olmadığını düşünmektedir. Bunun karşısında erkeklerin yüzde 62'si yerel televizyonların, yüzde 14'ü yerel gazetelerin, yüzde 6.2 ise yerel radyoların halkın yönlendirilmesinde etkili olduğu kanaatini taşımaktadır.

Katılımcıların gazete okuma nedenlerine yönelik yargılara Kesinlikle Katılıyorum ile Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde 5'li likert tipine göre verdikleri yanıtların aritmetik ortalamaları Tablo-12'de sıralanmıştır.

Tablo 12. Katılımcıların Yerel Gazete Okuma Nedenlerinin Yüzdelerle Dağılımı

YEREL GAZETE OKUMA NEDENLERİ	N	Min	Max	\bar{X}	SD
Yerel gündemi takip etme fırsatı buluyorum	372	1	5	3,59	,99
Konya'da meydana gelen olaylardan haberdar oluyorum	372	1	5	3,56	,97
Şehrin kültür ve sanat hayatına dair bilgi sahibi oluyorum	372	1	5	3,42	1,02
Şehirde yaşanan aksaklıkları öğrenme fırsatı buluyorum	372	1	5	3,37	1,04
Yerel gündemi takip etme fırsatı buluyorum	372	1	5	3,27	1,02
Yerel siyaset ve siyasetçilere ilişkin bilgi ediniyorum	372	1	5	3,27	1,07
Şehirdeki yanlış uygulamalar hakkında bilgileniyorum	372	1	5	3,26	1,10
Yerel yönetimlerin icraatları hakkında bilgi ediniyorum	372	1	5	3,26	1,04
Belediyelerin faaliyetleri hakkında bilgi ediniyorum	372	1	5	3,25	1,13
Resmi kurumların faaliyetleri hakkında bilgi ediniyorum	372	1	5	3,25	1,02
Yerel spor takımlarından haberdar oluyorum	372	1	5	3,16	1,12
Yerel ekonominin seyri hakkında bilgileniyorum	372	1	5	3,11	,99
Verilen haberler ilgilendiğim konulara yönelik oluyor	372	1	5	3,08	1,04
İhtiyaç duyduğum acil bilgilere ulaşabiliyorum	372	1	5	2,83	1,10
Yerel gazeteler düşüncelerimin şekillenmesinde etkili oluyor	372	1	5	2,81	1,19
Haber ihtiyacımda yerel gazetelerden yararlanıyorum	372	1	5	2,73	1,16
Yerel gazetede önemsendiğim konular yansıtılıyor	372	1	5	2,71	1,06
Sıkıntılardan uzaklaşarak rahatlamama yardımcı oluyor	372	1	5	2,69	1,10
Hayatımı tek düzelikten kurtarmama yardımcı oluyor	372	1	5	2,65	1,15
Yapmak istediğim eleştirileri yerel gazetede görüyorum	372	1	5	2,60	1,08

Buna göre örneklem dâhilindeki üniversite öğrencilerinin yerel gazete okuma nedenlerinde en dikkat çeken ilk üç madde; "Yerel gündemi takip etme fırsatı buluyorum ($\bar{X}=3.59$)", "Konya'da meydana gelen olaylardan haberdar oluyorum ($\bar{X}=3.56$)", "Şehrin kültür ve sanat hayatına dair bilgi sahibi oluyorum ($\bar{X}=3.42$)" şeklinde sıralanmıştır. Katılımcıların yerel gazete okuma nedenlerini teşkil eden son üç madde ise şu maddeleri kapsamaktadır: "Günün sıkıntısından uzaklaşarak rahatlamama yardımcı oluyor ($\bar{X}=2.69$)", "Hayatımı tek düzelikten kurtarmama yardımcı oluyor ($\bar{X}=2.65$)", "Yapmak istediğim eleştirileri yerel gazetede görüyorum ($\bar{X}=2.60$)". Buna göre katılımcılar için yerel gazete genel olarak yaşadıkları kente ilişkin yerel konulara ulaşmak adına tercih edilmektedir. Bunun karşısında yerel gazeteler, kişilere rahatlama, kaçış, hayata bir farklılık getirme gibi yan işlevsel niteliklerden uzak bir noktada yer almaktadır.

SONUÇ

Montesquieu'nun modern devletin bileşenlerinde sınıflandırdığı üç temel unsur olan yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak nitelendirilen medya, halkın bilgi ve haber almasında kamusal bir görevi yerine getirmektedir. Merkezden çevreye, çevreden merkeze bilgi ve haber akışının odağında bulunan medya, hedef kitesine göre farklı ölçeklerde insanlara seslenme potansiyeline sahiptir.

Bu bağlamda lokal bir bölgede meydana gelen olayları takip eden yerel medya ise toplumun en uç noktasındaki insanların sesi olarak işlev görmektedir. Yöre halkının bilgilendirilmesinde, sorunlarının iletilmesinde, yerel kamuoyunun oluşmasında ve yerel yöneticilerin denetlenmesinde önemli bir görev icra eden yerel basın, ülkemizde birçok sorunla yüz yüze kaldığı için normatif işlevsel değerinden uzak bir görüntü vermektedir. Böylesi bir gerçeklik, haliyle okurların ilgisini ve yerel gazetelere yönelik talebi de dramatik bir biçimde etkilemektedir. Bugün nicel anlamda sayıları binleri bulan yerel gazetelerin, çok sınırlı bir düzeyde kalan okur kitlesi kaldığı bilinmektedir.

Söz konusu sorunlu bir yapı içinde mücadele veren yerel medyaya, gençlerin nereden ilgi duyduğu konusunun araştırıldığı bu çalışmanın sonuçları da yerel medyanın yeterince ilgi görmediğini ortaya koymaktadır. Sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde gençlerin büyük bir çoğunluğunun yerel gazeteleri haber ve bilgilendirme sürecinde geri plana ittikleri görülmektedir. Bununla paralel olarak gençlerin, yerel gazeteler yerine yörelerinde gerçekleşen olayları ve kamuya dair düşünce-fikirleri daha çok internet ve yerel televizyonlardan takip ettiği dikkat çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak yerel tüm medya organları gibi yerel gazetelerin de hayatta kalması gerekmektedir. Nitekim ticari ve kamusal nitelikli medyanın mevcut durumu, yerel medyanın varlığını ve yaşamasını zorunlu kılmaktadır. Dahası medya ortamının tekseslilikten kurtularak çokseslilik kazanması ancak yerel medya kuruluşlarının yaygın medyanın taraflılığını, ötekiler lehine dengeleyen taraflılığıyla mümkün olabilir. Bu bağlamda düşünüldüğünde yerel medyanın tüm kesimlerden okurların dikkatini çekecek düzeyde içerik ve biçimsel olarak yeniden yapılandırılması sistemin sağlıklı işlemesi adına önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

Akkuş A (2001) Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, Yerel Medya Eğitim Seminerleri, <http://www.tgc.org.tr/ybs/23-15.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Arabacı C, Ayhan B, Demirsoy A ve Aydın H (2009) Konya Basın Tarihi, Palet Yayınları, Konya.

Ayhan B ve Demirsoy A (2005) 1960'dan Günümüze Konya'da Yerel Gazetecilik, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 131-155.

Bekiroğlu O (2006) Yerel Kamuoyunun Oluşumunda Yerel Basının Rolü: Trabzon Örneğinde Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Canöz K (2011) Yerel Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 33, 113-136.

Dağtaş E (2007) Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Online (Çevrimiçi) Bir Örnek: Midas Gazetesi, Mutlu Binark (Ed), Yeni Medya Çalışmaları, Ankara: Dipnot Yayınları, 97-145.

Erten T (2001) Yerel Basında Ekonomi Haberciliği, Yerel Medya Eğitim Seminerleri, Ordu, <http://www.tgc.org.tr/ybs/21-22.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Gencil Bek M (2005) Yerel Politika ve Yerel Medya, Sevda Alankuş (Ed), Medya ve Toplum, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 133-147.

Girgin A (2009) Türkiye’de Yerel Basın, Der Yayınları, İstanbul.

Güçlü B ve Kökmen M B (2014) Sosyal Medya Perspektifinde Gazete Okuma Alışkanlığı. https://www.academia.edu/7287812/Sosyal_Medya_Perspektifinde_Gazete_Okuma_Al%C4%B1%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Gürcan H İ ve Bekiroğlu O (2007) Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel Basının Genel Görünümü ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme, Selçuk İletişim Dergisi, 5/1, 22-29.

Gürel N (2002) Yerel Medya Eğitim Seminerleri Değerlendirme Toplantısı, İstanbul, <http://www.tgc.org.tr/ybs/28-04.htm>, Erişim Tarihi: 01.05.2015.

Gürel N (2003) Genelden Yerele Gazeteciliğe Bakış, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, Artvin, <http://www.tgc.org.tr/ybs/k28-06.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Kahraman İ (1997) Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunlar. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, İstanbul, <http://www.tgc.org.tr/ybs/01-08.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Kalender A (2002) Demokrasilerde Yerel Basının Önemi, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, <http://www.tgc.org.tr/ybs/13-11.htm>, Erişim Tarihi: 01.05.2015.

Kıpçak R (2001) Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, Balıkesir, <http://www.tgc.org.tr/ybs/01-08.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Konya Gazeteciler Cemiyeti (2015). Konya Yerel Gazeteleri, <http://www.konya.gazetecilercemiyeti.org/link-bankasi.htm>, Erişim Tarihi: 02.05.2015.

Örs F ve Tetik S (2010) Küreselleşen Dünyada Yeni Yönetim Paradigmaları: Değişim ve İletişim. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19/3, 439-456.

Özcan D (1997) Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunlar, Yerel Medya Eğitim Seminerleri, İstanbul, <http://www.tgc.org.tr/ybs/01-08.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Periodicals (2015) Business Mail 101. United States Postal Service, <http://pe.usps.com/businessmail101/classes/periodicals.htm>, Erişim Tarihi: 02.05.2015.

Şeker M (2007) Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler, Tablet Yayınları, Konya.

Temel M, Korkmaz A ve Şilen K (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, 125-157.

Uçar O (1997) Anadolu Basınındaki Zorluklar. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, İstanbul, <http://www.tgc.org.tr/ybs/01-07.htm>, Erişim Tarihi: 30.04.2015.

Ulusoy B (2003) Türkiye’de Yerel Basının Sorunları ve Çözüm Önerileri, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 18, 103-116.

Vural A M (1997) Bir İletişim Kurumu Olarak Yerel Basının Kamuoyu Oluşumu Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın-Kamuoyu İlişkileri: Eskişehir Basını Örneğinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Yaşın C (2009) Türkiye’de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 28, 115-151.

Yılmaz S H (2005) Yerel Basının İşlevlerinin, Siyasal Katılım ve Denetim Olguları Açısından Değerlendirilmesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 21, 111-115.

Yüksel G ve Gürcan H İ (2005). Haber Toplama ve Yazma, Tablet Yayınları, Konya.