



Türk Basınında Dağıtım Sorunları: 1983-2020 Mukayesesi Distribution Problems in Turkish Press: 1983-2020 Compensation

Emre Yüksel^a

^a Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi
eyuksel@gelisim.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 08.05.2020

Düzeltilme tarihi: 10.06.2020

Kabul tarihi: 22.06.2020

Anahtar Kelimeler:

Gazete dağıtımı,

Dergi, Türk basını,

Yaysat,

Turkuvaz Dağıtım.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 08.05.2020

Received in revised form: 10.06.2020

Accepted: 22.06.2020

Keywords:

Newspaper distribution,

Magazine,

Turkish press,

Yaysat,

Turkuvaz Distribution.

ÖZ

Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, haberleşme yılı olarak ilan edilen 1983 senesinde, iletişim olaylarının ve Türk basınının sorunlarının ele alındığı, üç gün süren konferans gerçekleştirmişlerdir. Basın alanından önemli isimlerin ve akademisyenlerin katıldığı konferansta, basındaki ve iletişim alanındaki farklı sorunlar ele alınmıştır. Basın işletmeciliğindeki yaklaşımlar, pazarlama modelleri, teknolojik gelişmeler ve dağıtım sorunları gibi başlıklarda sunular gerçekleştirilmiştir. Doç. Dr. İsmail Kaya, "Türk Basınında Dağıtım, Problemler ve Fırsatlar – Akademik Yaklaşım" başlığıyla, Yekta Okur ise "Türk Basınında Dağıtım – Uygulamacı Yaklaşım" başlığıyla, dönemin basınının dağıtım sorunlarını değerlendirmişlerdir. İnternet teknolojilerinin yaygınlaşması, ülke alt yapısının geçirdiği gelişim ve dönüşüm, bugünün dağıtım sorunlarına olumlu ya da olumsuz katkılar sağlamıştır.

Dağıtım alanındaki sorunlara dair bilimsel yayın sayısının azlığı bu makaleyi önemli kılmaktadır. Bu çalışmada, bugünün dağıtım sorunları, 1983 yılında gerçekleştirilen konferansta ele alınan dağıtım sorunları ile mukayese edilerek ve sektörden kişiler ile röportaj gerçekleştirilerek değerlendirilmiştir. Aradan geçen yaklaşık kırk yılda, gazete ve dergilerin dağıtım noktasında olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Dağıtım alanında yaşanan tekelleşme ise alanda karşılaşılan olumsuzluklardan biri durumundadır. Tekelleşme olumsuzluğuna rağmen, hem yasaların koruyuculuğu hem de dağıtım firmalarının teknolojik seviyedeki ileriliği, gazete, dergi ve okuyuculara pozitif olarak yansımıştır.

ABSTRACT

Journalists Association and the Faculty of Business Administration of Istanbul University held a three-day conference in 1983, which was declared as a communication year, addressing the communication events and the problems of the Turkish press. At the conference, in which important names and academicians from the press area attended, different problems in the media and communication areas were discussed. Presentations were made on topics such as approaches to press management, marketing models, technological developments and distribution problems. Assoc. Dr. İsmail Kaya evaluated the distribution problems of the press of the period under the title "Distribution, Problems and Opportunities in the Turkish Press - Academic Approach" and Yekta Okur under the title "Distribution in the Turkish Press - Practitioner Approach". The proliferation of internet technologies, the development and transformation of the country's infrastructure have contributed positively or negatively to today's distribution problems.

The small number of scientific publications on the problems in distribution makes this article important. In this study, today's distribution problems were evaluated by comparing them with the distribution problems discussed in the conference held in 1983 and by interviewing people from the sector. In the past forty years, positive developments have taken place in the distribution of newspapers and magazines. Monopolization in the distribution network is one of the negativities encountered in the field. Despite the monopolization negativity, both the protection of the laws and the technological progress of the distribution companies have been positively reflected to the newspapers, magazines and readers.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Yüksel, E. (2020) Türk Basınında Dağıtım Sorunları: 1983-2020 Mukayesesi. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), 6 (1), Yaz, s. 262-268.



1. Giriş

Bilme isteği insanoğlu ile birlikte var olan, onu toplumsallaştıran bir güdülenme hali olarak tanımlanabilir. Aristoteles, “Bütün insanlar doğal olarak bilmek isterler”(Aristoteles, 1996: 75) diyerek, insanın bu temel arzusunu işaret etmiştir. Bilginin dolaşımı ilk başta sözlü olarak gerçekleşmiştir. Daha sonra, yazılı metin örneklerine Antik Roma’da rastlanmaktadır. Gazeteler de geçmişten bugüne, insanın bilme arzusuna yanıt veren araçlar olagelmıştır. Acta Populi veya Acta Publica olarak da bilinen Acta Diurna, resmi işleri, kamuyu ilgilendiren konuları ve siyasi olayları halka aktarmıştır. Acta Diurna bir nevi modern gazetenin prototipi olmuştur.(<https://www.britannica.com/topic/Acta>)

Bilginin paylaşılması, bilginin isteyene ulaştırılması ise dağıtıcılar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Hem Antik Roma’da hem modern anlamda gazetenin ilk olarak ortaya çıktığı Batı ülkelerinde hem de geride bıraktığımız yüzyılda dağıtıcılar, bilgi ile bilgiyi arzulayan kişi arasında köprü görevi görmüştür.

Türkiye’de de “gazete, havadis” naralarıyla filmlerde görülen müvezzi çocukların benzeri dağıtıcılar bu görevi üstlenmiştir. Hatta benzerleri bugün de abonelik sistemine sahip olan gazeteler için geçerliliğini korumaktadır. Elbette geçmiş yüzyıllarla karşılaştırıldığında nüfusun artması ile birlikte gazete okuyucusunun da artmış olması, dağıtım ağlarının da modernleştirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte bireysel dağıtım sistemi genel olarak yerini toplu dağıtıma bırakmış, gazete bayileri bir çeşit dağıtıcı rolünü de üstlenmişlerdir. Gazete sayısının çoğalması, gazeteye olan talebin artması, gazete sahiplik yapılarındaki değişiklikler gibi faktörlerle birlikte sorunlar da ortaya çıkmıştır. Ayrıca dijitalleşme ile birlikte basılı gazeteye olan ilginin azalması da bir diğer etken faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın devamında bu sorunlar Türkiye özelinde, 1980’ler ile bugünü kıyaslayarak ele alınacaktır.

Güncel sorunların anlaşılmasına direkt katkı sağlanması amacıyla Toplumsal Tarih Dergisi’nin genel yayın yönetmeni Barış Alp Özden ve Tarih Vakfı genel müdürü İsmet Akça ile mülakat gerçekleştirilmiştir.

2. Türkiye’de Dağıtımın Kısa Tarihi

1862 senesi Türkiye’de dağıtımın ilk başladığı sene olmuştur. Ülkemizde 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren gazete yayıncılığı önemli bir haberleşme aracı haline gelmiştir. Genellikle İstanbul’da yayınlanan gazeteler, yine İstanbul ve yakın çevresindeki belli sayıdaki okuyucuya ulaştırılabilmektedir. İlk Türkçe gazete olan ve vilayetlerdeki memurlara dağıtılan Takvim-i Vakayi dağıtım sorunu ile karşılaşmamıştır. Gazeteler dağıtım işini, ilk kez 1862 yılında maaşlı işçilere yaptırmaya başlamışlardır. 1872’de ise, İstanbul Belediye Meclisi’nin bir kararıyla, gazete dağıtıcılığı meslek olarak kabul edildi. (Eroğlu, 1985: 1)

Cumhuriyetin ilk yıllarında ise henüz hem ülke genelindeki altyapı şartlarının gelişmemiş olması hem de yeterli teknolojik imkanların bulunmaması nedeniyle gazeteler, dağıtım faaliyetlerini kendi gayretleriyle gerçekleştirmişlerdir. 1959 yılı ve sonrasında ise dağıtım şirketleri kurulmuştur. Dağıtım şirketlerinin kurulmasıyla birlikte Türkiye’de toplu gazete dağıtımı da daha seri bir hale gelmiştir. Gazete dağıtımının gelişmesinde, ülkemizde ulaşım yollarının gelişmesinin, yeni kara ve demir yollarının yapılmasının çok önemli payı vardır. Bu yıllarda gazetelerin, tren ve deniz yolu gibi alternatif yollarla gönderilmesi satışların artmasına katkı sağlamıştır.

Türkiye’de 1946’dan sonra başlayan çok partili dönemle birlikte, kentleşme ve okuryazar sayısının artmaya başlaması gazete tirajını ve satışlarını olumlu yönde etkilemiştir. “Gazete bayi” denilen aracı kuruluşlar, yalnızca büyük şehirlerde toplanmıştır. Halbuki diğer şehirlerde de dağıtımın yapılabilmesi ve okuyucuya ulaştırılması için “bayi” olarak tanımlanan araçlara ihtiyaç doğmuştur. 1957 yılında ise siyasal yaşam hareketlenmesi ile birlikte gazeteler, sayıca çoğalmış ve “kitle basını” ortaya çıkmıştır. Kitle basını, ulusal dağıtımı zorunlu kılmış, gazeteler, dağıtım sorunlarını çözmek üzere bir araya gelmiş ve ortaklaşa dağıtım şirketi kurmuşlardır. Bu dağıtım süreci Türkiye’de müstakil bir dağıtım şirketi kurulmasına kadar



uzanmıştır. Türkiye’de ilk dağıtım şirketi olan GAMEDA (Gazete Dağıtım Ltd. Şti.) 4 Eylül 1959 yılında Tercüman, Milliyet, Cumhuriyet, Yeni Sabah ve Dünya gazeteleri ile Tifdruk Matbaacılık ortaklığı ile kurulmuştur. Böylece, gazete ve dergilerin dağıtımları gazetenin kendi imkanlarıyla olmaktan çıkmış, daha merkezi bir teşkilatla organizasyon haline gelmiştir.(Turan, 2007: 304)

Hür Holding, 1 Ocak 1963 senesinde, Hürriyet Gazetesi, Veb-Ofset, büyük bayiler ve Hürriyet Gazetesi çalışanlarının bazılarının ortaklığıyla, Hürriyet Gazete Dağıtım Ltd. Şti. (Hür Dağıtım) adıyla 1 Ocak 1963 yılında kurulmuştur. Dönemi için önemli bir sermaye ile dağıtım alanındaki yerini almıştır. O süreçteki süreli yayınların dağıtımını ise, GAMEDA’nın iştirak firması olan, YAY-DAG (Yayın Dağıtım Pazarlama A.Ş.) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kapanan GAMEDA firmasının ardından, 1992 senesinde, dönemin mühim gazeteleri Milliyet ve Türkiye’nin ortaklığında YAYSAT Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş. kurulmuştur. YAYSAT ise dağıtım ağını hızlı bir şekilde genişletmiş ve bu pazarın önemli bir kısmına hakim hale gelmiştir(Turan, 2007: 300). Dünya Süper Dağıtım A.Ş. ise, 1983 yılından beri Türkiye’de dağıtım yapmaktadır. Amerika’nın en fazla tiraja sahip gazetelerinden, The Wall Street Journal’ın 1983 yılında Avrupa’da basıma geçmesi, Dünya Süper Dağıtım’ın başlangıcı olmuştur. Çünkü The Wall Street Europe gazetesinin dağıtımını Türkiye’de, Dünya Süper Dağıtım yapmaya başlamıştır.(Turan, 2007: 300)

Türkiye’de gazete dağıtımının kontrolü uzun süre GAMEDA’nın elinde tutulduktan sonra onun bu gücüne YAYSAT sahip olmuştur. Özellikle 1990’lı yıllardan içinde bulunduğumuz döneme değin YAYSAT alanın hakim kuruluşu olarak öne çıkmıştır. 2018 senesinde Doğan Grubu’nun Demirören Şirketler Grubu’na devriyle birlikte aynı firmaya geçen YAYSAT ve Turkuvaz Dağıtım Pazarlama, Türkiye’de gazete dağıtımının lider iki firması durumuna gelmişlerdir. Gazete ve dergilerin dağıtımını bu iki firma çatısı altında devam etse de Demirören Grubu’nun YAYSAT’ı kapatma kararının ardından Turkuvaz Dağıtım alandaki tek firma konumuna gelmiştir.

3. 1983’te Tanımlanan Dağıtım Sorunları

1983 senesinde Burhan Felek Spor Salonu’nda gerçekleştirilen seminerdeki bildirilerden ikisi Türk basınındaki dağıtım problemlerini ele almıştır. Doç. Dr. İsmail Kaya, zamanla yarışmak durumunda olan gazete ve dergilerin bu yarışı iki alanda kazanması gerektiğini söylemiştir.

- 1) Mevkutenin basılı bir kağıt halinde hazırlanması
- 2) Basılı kağıtların okuyucunun çok yakınına ve kendisine kadar ulaştırılması

Ayrıca Kaya, gazetelerin teknolojik gelişmelere hazırlık ve baskı aşamasında ayak uydurmuş olsa da dağıtım aşamasında aynı başarıyı gösteremediğini belirtmiştir (Kaya, 1983: 193). Dağıtımın nihai amacı azami hız – asgari maliyet dengesini tutturabilmektir. Hız – maliyet dengesini sağlamada, öncelikle belli bir dağıtım süresinin (hızının) amaç alınması mümkün olacağı gibi, belli bir maliyetin amaçlanması da mümkündür. Nitekim, dağıtımın pazarlama gayretlerinin sonuçlanmasında ve amaçlarına ulaşmasında vazgeçilmez bir fonksiyon olduğu açıktır. Gazete, okuyucusuna gerektiği biçimde ulaştırılmazsa bütün gayretler boşa gitmektedir.

O yıllarda gazete ve dergileri üreten basın işletmeleriyle, dağıtımını gerçekleştiren dağıtım firmalarının kısmen de olsa, birbirinden ayrı işletmeler olarak faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Kaya’ya göre hukuki ve organik ayrılık, pazarlama amaçlarının ortaklaşa belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Dağıtım şirketleri de tek bir basın işletmesine bağlı olarak çalışmamaktadır. Gerek basın işletmeleri arasında, gerek basın ve dağıtım işletmeleri arasında pazarlama amaç ve politikalarında yakınlaşma ve paralellik sağlanabilmesi halinde, dağıtımdaki problemler, değerli birer fırsat haline dönüşebilecektir. Amaç, politika ve hedef farklılıkları dağıtımın her halkasında işlemleri çarpıklaştırır. Dolayısıyla verimlilik, hız, etkenlik azalır ve kontrol zorlaşır. Kaya’ya göre dağıtım işlemi pazarlamadan ayrı düşünülemeyeceği gibi dağıtım şirketiyle basın işletmesi de birbirinden tamamen bağımsız olmamalıdır (Kaya, 1983: 199).

Dönemin Milliyet Gazetesi Genel Müdürü Yekta Okur, “Uygulamacı Yaklaşım” başlığı altında basında yaşanan dağıtım sorunlarını ele almıştır. Yekta Okur, öncelikle Türkiye’de dağıtımın tarihçesinden bahsetmiştir. Sadrazam Sait Paşa’nın kardeşi Ferit Bey’in, -yıl 1873- çıkardığı gazeteyi, kent içinde



faytonla dolaşarak isteyenlere dağıttığı anektodunu paylaşmıştır. Okur'a göre, Türk gazeteciliği bugünkü durumuna Cumhuriyet döneminde ulaşmış, çağdaş anlamda tiraj potansiyeli oluşmuş ve okuyucuya hızlı ve disiplinli ulaşımı gerektiren dağıtım sorunu ortaya çıkmıştır.

Dağıtımdaki önemli kaygılardan biri iadedir. Yekta Okur'un 1983'te aktardığı verilere göre %8-14 günlük yayınların iade oranıyken, bu oran haftalık ve aylık yayınlarda %10-14'dür. Dağıtım şirketleri genelde yayınların dağıtılması, iadelerin toplanması ve bedellerin tahsilini sağlamaktadır.

Okur'a göre eleştirilmesi gereken bir diğer konu bu işin tek bir elden yapılmıyor olmasıdır. Aynı işi yapacak tek bir birleşik şirket yerine iki büyük şirketin olması (Hür Dağıtım, GAMEDA), ülke ekonomisine de zarar vermektedir. Aşağıda, dönemin Milliyet Gazetesi Genel Müdürü'nün dağıtımda birden fazla firma olmasının zararı olarak öne sürdüğü maddeler yer almaktadır:

- Her gün aynı mesafeyi kat eden atıl kapasiteli araçlar
- Maliyeti yüksek ve trafik kurallarına uygun olmayan aceleci ulaşım modeli
- Güçlerin ayrılmasından doğan verimlilik kaybı
- Düşen karlılık oranı

Yekta Okur, bildirisinin sonuç kısmında ise dağıtım şirketleri arasındaki rekabetin ortadan kaldırılarak işbirliğinin sağlanması gerektiğini söylemiştir. Okur'un yaklaşımında, daha çok sermaye açısından ele alınan sorunlar göze çarpmaktadır. Gazete okuyucusu boyutu veya genelgeçer olmayan, her kesime hitap etmeyen yayınlar yapan gazete ve dergiler boyutu hesaba katılmamıştır.(Okur, 1983: 206-207)

4. Günümüzde Yaşanan Dağıtım Sorunlarının 1983 ile Mukayesesi

1980'lerde yaşanan dağıtım sorunlarını akademik yaklaşım ve uygulamacı yaklaşımın ortak paydasında buluşturduğumuzda karşımıza öncelikle, şirketler arasındaki (gazete ve dağıtıcı şirket) hedef farklılıklarından doğan sorunlar çıkmaktadır. Bir diğer dikkat çeken sorun teknolojik yeterliliklerin dağıtım olanakları açısından sağlanamamış olmasıdır. Ayrıca, birden fazla dağıtım firması olması da Yekta Okur tarafından sorun olarak addedilmiştir.

2020'li yıllara henüz girilen bu dönemde ise belli başlı sorunlar, dağıtım ağlarında kendini göstermektedir. Öncelikle, akademisyen İsmail Kaya'nın o gün dile getirdiği teknolojik sorunların bugün için aşıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

YAYSAT, gazete dağıtan filosunu araçlara yerleştirilen GPS alıcılı mobil iletişim cihazları ile takip etmekte ve araçlarla online iletişim sağlamaktadır. Merkezdeki dijital harita üzerinden araçların izlenebilmesine imkan veren bu sistem ile atanan görevlerin gerçekleşip gerçekleşmediği kontrol edilerek taşıma maliyetlerinde tasarruf sağlanmakta, ayrıca yayın dağıtım saatleri daha yakından izlenmektedir. Diğer yazılımlarla ve internet altyapısı kullanılarak YYSAT baş bayilerinin; dağıtım, faturalama, raporlama, son satıcı denetimi dahil tüm aktivitelerin internet üzerinden yürütülmesi sağlanmaktadır. Bu sistemi kullanan baş bayilerin, internet üzerinde günde yaklaşık 7.5 milyon işlem gerçekleştirdiği ve 160.000 sayfayı bulan rapor, irsaliye, fatura türünden evrakın internet ortamında hazırlanıp basıldığı belirtilmektedir. Baş bayilerle haberleşme de elektronik posta sistemi ile yapılmakta, bayilere gönderilecek bildirimler de bu yolla ulaştırılmaktadır (Şeker, 2006: 198-207). Teknolojik eksiklikler henüz 2000'li yılların başlarında giderilmiştir. Bugün ise bu teknolojik gelişmeleri uygulayan ve ülkemizdeki dağıtım ağının iki alternatifinden biri olan YYSAT varlığını sürdürmemektedir.

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş., 5 Bölge Müdürlüğü, 2 Bölge Temsilciliği ile bunlara bağlı 160 yetkili satıcı, 18.625 son satıcı + 3.953 özel bayilik olmak üzere, toplam 22.578 satış noktası aracılığıyla dağıtımını üstlendiği yayınları okuyucularına ulaştırmaktadır. Dağıtım faaliyetleri 1.146 dağıtım aracı ile günlük 64.789 km yol katedilerek gerçekleştirilmektedir.(<http://www.tdp.com.tr/hakkimizda/dagitim-agimiz>) Turkuvaz'ın sektördeki tek firma olması ve bu alandaki tekelleşme gazete ve dergi

yönetimlerinde endişeye neden olmuştur. Tekel olan firmanın istemediği yayını dağıtmama gibi bir hakkı bulunmamaktadır. Basın Kanunu'nun 23. Maddesi ile dağıtım hakkı koruma altına alınmıştır:

“Sürelî yayınların dağıtımını yapan kişiler, kendilerinden dağıtımını istenen yayınları, dağıtımını yaptıkları diğer yayınlar için aldıkları satış fiyatı, tiraj ve sayfa sayısına göre belirlenen dağıtım ücretini aşmayacak bir bedel karşılığında, dağıtmakla yükümlüdürler. Bu yükümlülüğe aykırı davranışlar, dağıtımından kaçındıkları yayının toplam bedelinin on misli ağır para cezasıyla cezalandırılırlar. Sürelî yayınları perakende olarak satışa sunan gerçek veya tüzel kişiler, aynı anda diledikleri kadar dağıtım şirketiyle anlaşıp diledikleri yayınları satabilirler. Hiç kimse, bu kişilere, rakip yayınları satmama yükümlülüğü getiremez ve bu yayınları satmama koşuluna bağlı olan veya bu sonucu doğuracak edimlerde bulunamaz.”(Basın Kanunu)

1983'te Kaya'nın bahsettiği şirketler arası hedef farklılıkları konusu bugün hedef farklılığından ziyade ideoloji farklılığı olarak karşımıza çıkabilmektedir. Son yıllarda politikliği çok yüksek seviyelere çıkan ve tarafını açıkça belli eden medya kuruluşları arasında dağıtım anlamında sorunlara rastlanabilmektedir. Anaakım olmayan sol gazete veya dergilerin yöneticileri Turkuvaz'ın sektörde tek başına kalmasının bir sorun yarattığını belirtmiştir. Evrensel Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Fatih Polat, alanın önemli firmalarından biri olan YAYSAT'ın kapatılmasından sonra ortaya çıkan durumu Gazete Duvar'a verdiği röportajında anlatmıştır:

“YAYSAT'ta satılan gazete sayısı üzerinden yüzde 25 ve ayrıca da yine satılan gazete üzerinden yüzde 3 bayi katkı payı ödüyorduk. Turkuvaz'da satılan gazetenin yüzde 25'ine ek olarak 10 binin altındaki gazeteler için her ay 20 bin artı KDV ödeme zorunluluğu var. Bunun da örneğin Evrensel açısından anlamı, YAYSAT'a göre her ay 10 bin TL'den daha fazla bir ödeme yapmak. Dağıtım şirketinin basılı gazeteleri dağıtmaları gerekiyor ama eğer karşınızda dağıtım açısından böylesi bir tekel durumu varsa, seçenekten yoksun olarak istenen bu farkı ödemek zorundasınız.”(Gazi, 2018)

Türkiye Gazetesi'nden Fatih Selek ise köşesinde, Turkuvaz Dağıtım'ın iş planından kaynaklı aksaklıklara neden olduğunu dile getirmiştir. Selek, “Gazetelerin Dağıtım Derdi” başlıklı yazısında, Turkuvaz'ın önemli günlerde gazeteleri erken talep ettiğini, gün içindeki pek çok gelişmeyi basılı gazeteden okura aktaramadıklarını dile getirmiştir.

Dağıtım hususundaki bir diğer problem de dergiler açısından ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin en eski edebiyat dergisi olan Varlık, Turkuvaz Dağıtım'ın pahalı taleplerini karşılayamadıkları için artık D&R'larda yer alamayacaklarını ve daha çok bağımsız kitabevleriyle çalışmak istediğini açıklamıştır.(Atmış, 2019) Varlık Dergisi ile makaleye katkı sağlaması için röportaj gerçekleştirilmek istenmiş fakat dergiden yanıt alınamamıştır.

Yaşanan sorunlar hakkındaki fikirlerini almak ve çalışmanın geçerliliğini arttırmak amacıyla Türkiye'nin en uzun soluklu tarih dergisi olan Toplumsal Tarih Dergisi'nin genel yayın yönetmeni Barış Alp Özden ve Tarih Vakfı Müdürü İsmet Akça ile gerçekleştirilen mülakata da bu noktada yer vermek doğru olacaktır. Sürelî yayınlar için dağıtımın ne derecede önemli olduğu şeklindeki soruya Barış Alp Özden: “Çok önemli çünkü zaten dergiler uzunca bir süredir kitapçılar için bir yük haline geldi. Çok az bir pay bırakıyor, dolayısıyla kitapçılar dergi satmayı istemiyorlar, uzun süredir benim gözlemlediğim kadarıyla. Eskiden yaygın dağıtım çok fazla ihtiyaç yoktu insanlar kitapçılardan rahatlıkla gidip dergileri görüp alıyorlardı, dijital dönüşmeden önce öyle bir alışkanlık da vardı. Şimdi dolayısıyla derginin daha görünür olması daha fazla önem kazandı bizim için. Biz de o yüzden Turkuvaz'a geçtik” yanıtını vermiştir.

Barış Alp Özden, Turkuvaz dağıtım ile nelerin değiştiği sorusuna ise: “Turkuvaz'ın avantajı çok profesyonel olmaları. Dergiler nereye gidiyor, hangi birimde ne kadar satıyor, haftalık rakamlar nedir görebiliyorsun. Biz Turkuvaz'dan önce Dünya Dağıtım ile çalışıyorduk. Onların gönderdiği yer sayısı



zaten kısıtlıydı ve hiçbir bilgi alamıyorduk.”cevabı ile açıklık getirmiştir.(B. A. Özden ile kişisel iletişim, 3 Mart 2020).

İsmet Akça ise aynı soruya: “Aktif İleti ile daha önce çalışıyorduk. Onlar dağıtıyor ama çok sınırlı dağıtabiliyordu. Turkuvaz en ücra köşeye kadar girebiliyor. Devasa bir fabrika gibi düşünün, aşırı makineleşmiş, sistematik. Diğerleri daha küçük dağıtımcılar. Dağıtım yapabildiği nokta sayısı diğerlerinin çok daha sınırlı oluyor ve geri beslemesi ya yok ya çok sınırlı. Dergi nerede, nereye gitmiş, nerede satmış nerede satmamış takip edemiyorsun.” cevabını vermiştir. (İ.Akça ile kişisel iletişim, 3 Mart 2020).

Yaysat kapatıldıktan sonra Varlık Dergisi’nin, Turkuvaz Dağıtım’ın istediği yüksek ücretler nedeniyle D&R’larda yer alamaması gibi, bir ideolojik karşıtlık güdülerek dağıtım yapılmaması ya da işin yokuşa sürülmesi gibi durumlarla karşılaşp karşılaşmadıkları sorusuna ise şu cevap alınmıştır; “Diğer dağıtımcılarla kaç basıyorsan, dergin kabaca kaç satıyorsa onların dağıtım kapasitesi daha sınırlı olduğu için daha düşük basıyorsun. Turkuvaz ise sana “ben bu kadar noktaya dağıtacaksam, atıyorum 3 bin basamazsın, en az 5 bin olacak” diyor. Bu şekilde kriterler koyuyorlar. Bu mali olarak tabi senin maliyetini artırıyor ama daha çok yere dağıtıldığı için satışı da artırıyor. Yani bu her yayın organının kendisinin ancak oturup avantajlı mı dezavantajlı mı vesaire diye değerlendirebileceği bir şey. Varlık için diyemem ama bir dergi çok daha belli bir kitleye sesleniyorsa, daha yaygın, popüler satış imkanı olmayan bir dergiye böyle yaygın dağıtım ağına girişmemesi kendisi açısından daha makul olabilir. Ama biraz daha popüler bir dergiyse, öyle olma, dağılma ve satma potansiyelin olduğunu düşünüyorsan o zaman avantajlı oluyor çünkü dağıtım kapasitesi çok yüksek.”(B. A. Özden ile kişisel iletişim, 3 Mart 2020)

Yapılan görüşme sonucunda güçlü bir dağıtım firmasının yaratabileceği pozitif etkiler ön plana çıkmıştır. Okur kitlesi yüksek bir dergi veya gazete için, Turkuvaz vb. büyük dağıtım firmalarının avantajlar yaratabileceği anlaşılmıştır. Daha sınırlı bir kitleye seslenen süreli yayınlar içinse aynı tespitlerde bulunmak mümkün gözükmemektedir.

Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen verilere göre; dijitalleşmenin getirebileceği avantajları yeniden düşünmek, çevrimiçi dergiciliğe yönelmek, daha kısıtlı bütçeye sahip yayıncılar için olumlu etki sağlayacaktır. Her an her yerde okuyucuya ulaşabilme imkânı ve dağıtım yükünden kurtulmak, kısıtlı maddi imkâna sahip olan yayıncılar için hem ekonomik olarak hem de editoryal olarak yeni fırsatlar doğuracaktır.

5. Sonuç

Türkiye’de müvezzilerle başlayan dağıtım işi teknolojik gelişmelerle birlikte daha ileri bir seviyeye taşınmış olsa da sorunları asla tam olarak çözülememiştir. 1980’lerde öne çıkan sorunlar teknolojik yetersizlikler, birden fazla firmanın verimsiz kaynak kullanımı, altyapı yetersizlikleri ve firmaların çıkar uyumsuzlukları olarak göze çarpmaktadır. 2020’li yıllara girdiğimiz günlerdeyse bazı alanlarda iyileşmelerin yaşandığı görülse bile eksiklikler ve eşitsizlikler halâ varlığını sürdürmektedir.

Türk basınında uzun yıllardır bir sorun olarak kendini gösteren tekelleşme meselesi, günümüzde dağıtım alanında da karşımıza çıkmaktadır. Turkuvaz Medya Grubu dağıtım alanını tek güç olarak elinde tutmaktadır. Bu durum hem etik değerler açısından sorun yaratmakta hem de kam vicdanında yeterli şeffaflığı sağlayamamaktadır. Nitekim bunun yarattığı sorunlar, gazete ve dergi yönetimleri tarafından da dile getirilmiştir. Basın Kanunu 23. Madde ile dağıtım konusunda eşitlikçi bir yaklaşımı zorunlu hale getirerek bir nebze de olsa medya kuruluşlarını güvence altına alsa bile maddi güçlerin eşitsizliği sorununa çözüm üretememektedir. Bu olumsuzluklarla birlikte, maddi anlamda güçlü bir tekelin getirebileceği pozitif etkiler de yapılan röportajlar neticesinde saptanmıştır.

Teknolojik yeterliliklerin mevcut olduğu günümüz şartlarında yapılması gereken, ekonomik olarak güçlü durumda olmayan kuruluşların da dağıtım ağlarında yer alabilmesine olanak yaratılmasıdır. Bu durumda mevcut tekele alternatif firmaların ortaya çıkarılması gerekmektedir. Konu hakkında yurtdışında modeller araştırılmalı, başarılı örnekler Türkiye’ye uyarlanmalıdır. Tarafsız bir cemiyet veya vakıf çatısı altında oluşturulacak, mesleğin tüm kesimlerinden isimlerin paydaşı olduğu bir dağıtım firması da muhtemel bir



çözüm olarak görünmektedir. Hem ideolojik kaygıları hem ekonomik çıkmazları aşabilecek bir model üretilmelidir.

Dijitalleşmenin imkânlarından faydalanıp kendini buna hazırlamak, yayıncılık faaliyetini geleneksel yöntemler kadar dijital yöntemlerle de sürdürmek, bu işle meşgul olanların kendi tercihleridir. Dağıtım alanında yaşanan bazı zorluklar ise dijitalleşmenin zamanla bir tercih olmaktan çıkıp zorunluluk haline gelebileceğini göstermektedir.

Kaynakça

Acta Ancient Roman Publication, <https://www.britannica.com/topic/Acta>, Erişim Tarihi: 10.01.2020

Akça, İ. (2020). Kişisel Konuşma, İstanbul.

Aristoteles (1996). Metafizik, Çev. Ahmet Arslan, İstanbul: Sosyal Yayınları

Atmış, O. (2019). Tekelleşme Dergileri Vuruyor, <http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/kultur-sanat/1512324/tekellesme-dergileri-vuruyor.html> Erişim Tarihi: 12.01.2020

Basın Kanunu

Dağıtım Ağımız, <http://www.tdp.com.tr/hakkimizda/dagitim-agimiz>, Erişim Tarihi: 12.01.2020

Eroğlu, S. (1985). Türkiye’de Gazete ve Dergi Dağıtımına İlişkin Sorunlar, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Gazi, F. (2018). Turkuvaz Dağıtım Sektörde Tek Başına: Bundan Sonra Ne Olacak?, <https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2018/11/26/turkuvaz-dagitim-sektorde-tek-basina-bundan-sonra-ne-olacak/>, Erişim Tarihi: 12.01.2020

Kaya, İ. (1983). Türk Basınında Dağıtım, Problemler ve Fırsatlar (Akademik Yaklaşım), (Editörler) Gazeteciler Cemiyeti Basın Yayın ve Araştırma Komitesi. İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, s.192-205

Okur, Y. (1983). Türk Basınında Dağıtım, Problemler ve Fırsatlar (Uygulamacı Yaklaşım), (Editörler) Gazeteciler Cemiyeti Basın Yayın ve Araştırma Komitesi. İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, s. 206-215

Özden, B. A. (2020). Kişisel Konuşma, İstanbul.

Şeker, M. (2006). “Yeni Ekonomi ve Gazete Dağıtım Sektörüne Etkileri”, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı, 1-3 Kasım 2006, İstanbul. s. 198-207

Turan, E. (2007). Yerel Basın ve Ulusal Dağıtım Kanallarındaki Yeri, (Editörler), Suat Gezgin. Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.291-320.