

Covid-19 Pandemi Süreci ve Yerel Gazeteler: Kastamonu Örneği

Covid-19 Pandemic Process and Local Newspapers: The case of Kastamonu

Veysel Karani Şüküroğlu, Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: vksukuroglu@kastamonu.edu.tr
Başak Akar, Dr. Öğr. Üyesi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, E-posta: bakar@ybu.edu.tr
Özlen Özgen, Prof. Dr., Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi, E-posta: ozlen.ozgen@atilim.edu.tr

<https://doi.org/10.47998/ikad.1040635>

Anahtar Kelimeler:

Öz

Covid-19,
Pandemi,
Yerel basın,
Küreselleşme,
Hemşehrilik,
Demokrasi.

Covid-19 pandemisi ile mücadele kapsamında, hükümetler insanların iktisadi ve sosyal yaşamlarını derinden etkileyecek kararlar almışlardır. Bu kararlar, alışılmış düzenin yerini yeni düzenin ve yeni alışkanlıkların almasına neden olmuştur. Bu durum, dijitalleşmedeki gelişmenin çok hızlı bir şekilde artmasını da sağlamış, medya sektörünü diğer sektörlerden daha fazla etkilemiş ve insanların haber alma alışkanlıklarını dönüşüme uğratmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı; Covid-19 pandemisinin ülkemizde görülmeye başlandığı 2020 yılı Mart ayından itibaren yeni düzenin Kastamonu yerel basınında yarattığı değişikliklerin incelenmesidir. Çalışmanın, Covid-19 pandemisi boyunca Kastamonu yerel basınında içinde bulunduğu durumu yansıtması açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Çalışma yöntemi olarak “derinlemesine görüşme” yöntemi seçilmiş, çalışma Kastamonu ilinde faaliyet gösteren yerel gazetelerin yöneticileri ile yapılan görüşmeler üzerinden yürütülmüştür. Yürütülen derinlemesine görüşmelerde, pandeminin başlamasıyla beraber yerel basının üzerindeki ekonomik yükün arttığı, bu dönemde yerel gazetelerin katılım ve kamuoyu oluşturma gücü açısından sıkıntılar yaşandığı ifade edilmiştir. Söz konusu sorunlar için dijitalleşme bir seçenek olarak görülse de, tüm yerel gazetelerin dijitalleşme sürecini benimsemedikleri belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılar tarafından pandeminin, yerel basının önemli bir işlevi olan hemşehrilik ve kimlik duygusunun devamlılığı açısından bir engel oluşturmadığı da dile getirilmiştir.

Keywords:

Abstract

Covid-19,
Pandemic,
Local press,
Globalization,
Townsmanship,
Democracy.

As part of the fight against the Covid-19 pandemic, governments have taken decisions that will deeply affect people's economic and social lives. These decisions have caused the habitual order to be replaced by a new order and new habits. This situation also enabled a rapid increase in digitalization processes. This rapid change affected the media sector and also transformed people's habits of communication. In this direction, the main purpose of the study is to examine the changes undertaken by the pandemic order in Kastamonu local press since March 2020, when the Covid-19 pandemic began to be seen in our country. It is thought that the study will be important in terms of reflecting the situation of the Kastamonu local press during the Covid-19 pandemic. The “in-depth interview” method was chosen, and the study was carried out through interviews with the managers of local newspapers (Nasrullah, Gündem, Sözcü, Açıksöz, Doğrusöz and Kastamonu) still operating in Kastamonu. The participants emphasized the increasing economic burden because of the ongoing pandemic and put that the power of creating public opinion and the reinforcement of the democratic participation had hardship. Although digitalization came up as an option, some local newspapers stated reluctance in embracing digitalization. In addition, the participants stressed that the pandemic did not prevent the sense of townsmanship and identity, which is an important function of the local press.

Giriş

İnsanların çevrelerinde cereyan eden olayların ne olduğunu öğrenme ve bunları başkalarına aktarma isteği duymaları, haberleşme ihtiyacı olarak adlandırılmaktadır. Bu durum tarih boyunca resim, ses ve işaretlerle başlayan arkaik iletişim yapısını etkileyerek, insanların iletişim kurma ve haberleşme yöntemleri geliştirmelerine olanak sağlamıştır. Haberleşme tekniklerinin gelişmesinde yazı önemli bir rol oynamıştır. Yazı, bireyin düşüncesinin simgesel ifadesi olarak görülmekte ve sosyolojik değişim sürecinin tarihsel koşullar bağlamında ortaya çıkardığı çok önemli bir değer olarak konumlandırılmaktadır (İnuğur, 1993: 149).

Literatür incelediğinde, ilk gazetenin ne zaman yayınlandığı konusunda net bir bilginin olmadığı görülmektedir. Ancak, gazetelerin 17. yüzyıldan itibaren siyasal işlevleri, sosyal yararları ve ticari yönelimleri sebebiyle buldukları dönemin sosyal sistemleri tarafından ilgi ile takip edildikleri bilinmektedir. 18. yüzyıldan itibaren sosyal problemler, kamusal iletişim pratiği bağlamında tartışılmış, 19. yüzyıl itibari ile de gazetecilik bağımsız, kendine özgü bir alan olarak belirlenmiştir. 19. yüzyıl sonları ve 20. yüzyıl başlarına kadar gazetecilik meslek haline gelerek farklılaşmış ve sosyal bir sistem olarak gelişmeye başlamıştır (Alver, 2011: 15).

Vural (1999: 70), gazetenin bir kitle iletişim aracı olmaktan çok, sosyal bir kurum olma işlevi olduğunu vurgulamış, bu durumun gazetenin bireylerin en temel haber kaynağı olması ve haberin bireyin dinamik yaşamına yön vermesinin etkisi ile ortaya çıktığını belirtmiştir. Gazetenin varlığı, birey ve toplumun varlığına bağlıdır. Bu durum, gazetenin beslendiği birey ve bireylerin oluşturduğu toplumun kültürüne, ananelerine, örflerine saygı duymasını; toplumsal değerlere saygı göstererek, haberi tüm çıplaklığı ile hedef kitlesine iletmesini gerektirmektedir.

Haber, çevreye ve toplumsal gerçekliklere duyarsız monoton bir olgu olmadığından gazetenin duygu üreticisi bir araç olduğu ifade edilebilmektedir. Gazete kültürden beslendiği için bir kültür unsuru olarak kendisini tanımlamaktadır (Guerin, 1992: 73). Tüm bu bilgilerin ışığında haftada en az bir defa yayınlanan gazete; haber ve bilgi ileterek, toplumda konumlanan çeşitli düşüncelerin kendilerini ifade etmesini sağlayarak demokratik bir yaklaşım oluşturan ve toplum adına da denetim mekanizmasını elinde bulunduran bir güç olarak ortaya çıkmaktadır (Avcı, 1990: 93).

Gazetenin ve gazetecilik mesleğinin olumsuz olarak değerlendirildiği dönemler de olmuştur (Aydeniz, 2007: 27). Bu konuda Elizabeth döneminde Ben Johnson tarafından yazılan tiyatro oyunu “Haber Dükkânı”na atıfta bulunarak gazetecilerin; haber alma ve onu yayınlama uğruna utanma duygusundan yoksun, okuyucularının iyi niyetini suiistimal edecek ve önüne ne gelirse yazmaya meyilli kişiler olarak tanımlandığı ifade edilmiştir. Gazeteciler ve gazetecilik mesleği ile alakalı olarak ortaya çıkan olumsuz tablonun, Ben Johnson’ın 1626 tarihinde yazdığı tiyatro oyunundan yaklaşık yüz elli yıl sonra Fransız İhtilali ile değiştiğini vurgulanmıştır (Gezgin, 2007: 193).

Basın sektöründe gazeteye yüklenen anlam ve işlevler arasında; bireyin özgürlüklerinin ve devlet çıkarlarının korunması da yatmaktadır. Ancak bu özellik daha

çok liberal sistemlerde kendisini göstermektedir. Otoriter rejimlerde ise gazeteler, devletin çıkarlarını gözetten bir araç konumunda anılmaktadır. Bu bağlamda gazete; siyasi, iktisadi, kültürel ve toplumu ilgilendiren her konuda, haber ve bilgi vererek bireyleri bilgilendiren, kamuoyunu canlı tutarak yönlendiren bir yayın organı olarak adlandırılmaktadır (O'Neal, 1998: 78).

Basının tarihsel süreç içinde devinimi üç kuram bağlamında incelenebilir. Bu kuramlar; otoriter kuram, özgürlükçü kuram ve sosyal sorumluluk kuramı olmak üzere üç başlık altında ele alınabilir. Birinci kurama göre basın; hükümet politikalarını istenilen şekilde halka aktaran bir araç olarak görülmektedir. Toplumun dinamik yapısının ön plana çıkarıldığı diğer bir kuram olan özgürlükçü kuramda basın daha çok özeldir. Burada çok sesliliğin sağlanması önemsenmiştir. Böylelikle herkese yayın yapma, konuşma hakkı verilerek, yalan haber ile gerçek haber arasındaki benzeşmenin engellenmesi amaçlanmıştır. Basının halk ve yöneticiler arasında köprü vazifesi görürken, sosyal sorumluluk bilincinde olması gerekliliği de sosyal sorumluluk kuramı ile ifade edilmektedir. Basının; tartışma ve çatışmayı engellemek veya olumlu şekilde nihayete erdirmek durumunda olması, beslendiği kültüre ve topluma karşı bir ödev olarak tanımlanmaktadır (O'Neal, 1998: 79).

Gazete, varlığını devam ettirebilmek için ticari bir kurum olarak konumlanmaktadır. Gazete önce okuyucuya, sonrasında reklamcıya satılarak ayakta kalmaya çalışmaktadır. Zaman içinde gazete, bayiler aracılığı ile daha geniş okur kitlesine ve reklam ajansları aracılığı ile de reklam verenlere satılmaktadır. Rekabet ortamının devinim kazanarak artması, basının holdingleşmesine neden olmuştur (Guerin, 1992: 77-79).

İktisadi darboğazdan kurtulma çabası basını, kamu yararı gütmekten çok, karlılığı düşünen birer tüketim nesnesi haline getirmiştir. Bu durumdan özellikle yerel basın kuruluşları etkilenmiş, yerel basının çok sesli, kamu yararını gözetten ve demokrasiyi öncülleyen yönleri ikinci planda kalmaya başlamıştır. İnternet tabanlı iletişim mecralarının gelişimi ve dijitalleşme, bu sürecin hızlanmasını sağlamıştır. İnternet ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişme ve bunun neticesinde haberin hızlı bir şekilde akması yerel basının gelecekte nasıl bir yol alacağı konusundaki tartışmaları beraberinde getirmiştir. Teknik altyapının, araçların, elemanların yeterli olmaması, dijital formata geçemeyen yerel basın kuruluşlarının kapanma tehlikesi ile karşı karşıya gelmesine neden olmuştur (Barış, 2021: 2).

Bu çalışma ile; ulusal basının gücü ve dijitalleşmenin artması nedeni ile var olma mücadelesi veren, tarih boyunca demokrasinin gelişmesinde önemli katkıları olan, yerel halk ile hem yerel yöneticiler, hem de ülke yöneticileri arasında köprü vazifesi gören ve hedef kitlesinde yer alan yerel halkın yönetim kademesinde temsilcisi olan yerel basının, Covid- 19 pandemi sürecindeki durumunun Kastamonu ölçeğinde araştırılıp ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Yerel Basın

Basın, diğer bir ifade ile medyanın yerel, yaygın veya uluslararası olarak nitelendirilmesi, yayımlandığı ve dağıtımının yapıldığı alanlara göre değişmektedir.

Tokgöz (2001: 5), bir yayının ülkenin farklı yerlerinde yer alan basın merkezlerinde basıldıktan sonra ülke çapında dağıtımının sağlanmasının ardından yaygın basın olarak kabul edileceğini vurgulamıştır. Buradan yola çıkılarak bir basının yerel veya yaygın olması, ulaştığı kitlelerin büyüklüğü ile belirlenmektedir. Yaygın basın veya medya olarak tanımlanan kuruluşlar, tek bir basın ve yayın kuruluşu tarafından basılıp dağıtılan, basıldığı ülkenin en azından yüzde yetmişinde dağıtılan veya izlenen basın-medya kuruluşları olarak nitelendirilmektedir. Tek bir basın ve yayın kuruluşu tarafından basılan, ismi aynı olan ve birbirine komşu üç ilde ya da bir coğrafi bölgede dağıtılan basın veya medya ise bölgesel olma özelliği kazanmaktadır (Altun, 2005: 78-80).

Basın Kanunu'nun ikinci maddesinde yerel basın; “tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayınlanan yaygın ve bölgesel yayınlar” olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2004). Kanun maddesinde yer alan bu tanım incelendiğinde, yerel basının hedef kitlesini sınırları belli bir alanda yaşayan insanların oluşturduğu ve üretilecek olan haberlerin de sınırlı bir haberciliği oluşturacağı ortaya çıkmaktadır.

Yerel basın; büyükşehirler, kentler haricindeki yerleşim alanlarında, il, ilçe ve beldelerde çıkan günlük veya haftalık basın organları olarak tanımlanmaktadır. Yerel basının hedef kitlesi; genel olarak yayımlandıkları yerleşim yerindeki insanlardır. Yerel basın, yayımlandıkları yerleşim birimlerine ait haberleri veren, hem yerleşim biriminin hem de insanların sorunlarını dile getiren, sorunları ve istekleri yerel yöneticilere aktarma görevi üstlenen kuruluşlardır (Erdem: 2007: 227).

Girgin (2009: 35), Türkiye genelinde izlenen ve İstanbul merkezli olan televizyonları ulusal televizyon, ulusal ya da diğer bir ifade ile yaygın basını İstanbul merkezli olup Türkiye geneline yayın yapan basın olarak tanımlamıştır. Aynı zamanda, belli bir bölgeye yönelik olarak yayın yapanları “bölgesel”, bölgeden daha sınırlı alanlara yönelik yayın yapanları ise; “yerel basın” olarak ifade etmiştir. Yaşın (2009:116), ulusal/yaygın basın ile yerel basın arasındaki en önemli farkın; haber ve aktivitelerin içeriği yönünde olduğunu ifade ederek, ulusal/yaygın basının ticari saikler nedeniyle ihmal ettiği yerel haber ve olayları, o yörenin coğrafi ve kültürel değerlerini yerel basının aktardığını belirtmiştir. Bu da yerel basını, ulusal/yaygın basının tamamlayıcısı konumuna getirmiştir. Çünkü bireyler için kendi mahallelerinde meydana gelen olaylar, yaşadıkları ülkenin diğer yerlerinde olan olaylardan daha öncelikli olmaktadır. Böylelikle yerel anlamda ulusal/yaygın basın olarak adlandırılan medya kuruluşlarının oluşturduğu boşluğu yerel basın doldurmaktadır (Ünal, 1996: 1068-1070). Ulusal/yaygın basın, kendilerini izleyen hedef kitlenin yerel dünyasında yaşanan sorunlara hakim olamadığından onların bu durumunu yerel basın, bireylerin yaşadıkları yerlerdeki sorunlara çözüm aramak, onlara yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkinin ve iletişimin artmasını sağlamak ve sonunda kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunarak, yerel yönetimler ile insanlar arasında köprü vazifesi görerek gidermeye çalışmaktadır (Birsen, 2011: 118).

Yerel basın, hedef kitlesi ile yönetenler arasında köprü vazifesi gördüğü için en önemli işlevlerinden biri; yönetilen ile yöneten arasında meydana gelen kamu hizmetlerini sistemli bir şekilde, yönetilen statüsündeki halka eksiksiz ve doğru bir şekilde

anlatmaktır. Bu görevi, halktan yönetenlere yönelik olarak iletilen mesajların karşılık bulup bulmadığını denetleyerek, kamuoyu oluşumunu sağlayarak gerçekleştirmektedir. Bulunduğu şehrin marka değeri alması, şehirlilik bilincini ve sosyal sorumluluk anlayışını bireylere aşılayarak şehrin entelektüel yapısına katkıda bulunması, yerel basının diğer önemli bir işlevi olmaktadır (Gezgin, 2007: 178-179). Fimstone ve Coleman (2014: 598-599), yerel basının ulusal/yaygın basına haber aktarabildiğini ve bunun birincil kaynaktan aktarılan haber olduğunu ifade ederek, yerel basının önemli diğer bir işlevine değinmişlerdir. Yerel basının ayrıca hedef kitesinde yer alan insanların katılımcı olarak bulunduğu bir demokrasi alanı oluşturduğu da söylenebilir (Fimstone ve Coleman'den aktaran Barış, 2021: 1-20).

Söz konusu demokrasi alanından kamuoyu oluşturabilme gücü, aynı zamanda yerel basının bölgesel bir dayanışma kültürü yaratma konusundaki gücünü de pekiştirir. Dayanışma kültürü, hemşehrlik, mikro milliyetçilik gibi politik alanlara değinerek, katılım ve demokrasi bağlamında bölgenin aidiyetini, kimliğini, talep ve çıkarlarını öne çıkararak, hem yerelde hem de ulusal ölçekte birlik ve beraberlik hissine katkıda bulunur.

Yerel Basının Sorunları

Türkiye'de yerel basının sorunları değişik başlıklar altında incelenmektedir. Bu sorunlar; iktisadi sorunlar, ulaşılabilirlik, gazete sayısı, gazetelerin tüzel yapısı, eğitim ve naylon gazete olarak sıralanabilir. Türkiye genelini kapsayan, 2005 yılında yapılan bir araştırmaya göre ise bu sorunlar daha çok; devlet desteği, iktisadi zorluklar ve çalışma şartlarının ağırlığı şeklinde belirtilmiştir (Gezgin, 2007: 189).

İktisadi sorunlar, yerel basının en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Basılı gazetelerin tirajının düşük olması, finansman ve sermaye sorunu, okunmama ve dijitalleşme bu sorunların en önemli başlıkları arasında yer almaktadır (Barış, 2021: 1-20). Şeker (2007: 323), yerel basının dar ölçekli ve yeteri kadar güçlü olmamasını, finansman ve sermaye sorunu yaşamalarından ötürü olduğunu vurgulamıştır. Yerel basın, finansman ve sermaye sorununu aşmak için reklam alma yarışına girmektedir. Bu da yerel basının asli görevleri olan kamuyu bilgilendirme ve kamusal yayıncılık yapma görevlerini aksatmaktadır.

Dijitalleşme de, yerel basın açısından önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir. İnternet tabanlı iletişim teknolojilerinde yer alan gelişmeler, toplumsal yaşamı ve iletişim pratiklerini kendi içinde dönüşüme uğratmıştır. Bu sarmalın içinde gazetecilik de kendi içinde bir dönüşüm geçirmiştir. İnternet tabanlı iletişim araçlarında meydana gelen gelişmeler ve buna bağlı olarak özellikle hayatın akışının merkezinde sosyal medya platformlarının etkili olması, bireylerin gündemi takip etme, bilgiye ve habere ulaşma ve okuma alışkanlıklarını da dönüşüme uğratarak, bu alışkanlıklara yeni boyutlar katmıştır. Bunların en başında ise; gazetecilik kodlarına ait pratiklerin değişime uğraması gelmektedir. Etik kodlar, yasal düzenlemeler, içerik düzeni, biçim ve dağıtım gibi birçok faktör dijitalleşme ile beraber işlevsiz kalabilmektedir (Arvas, 2007: 356).

Dijitalleşmenin meydana getirdiği bu değişim, yerel basının ana gelir kaynağı olan resmi ilan ve reklam alma gibi özellikleri de etkilemiştir. Özcan (2016: 17-36) bu konuda, dijitalleşmenin dünyayı küresel bir köy haline getirdiğini, bu durumun yerel medyaya olan ihtiyacı ve ona yüklenen anlamı değiştirmeye başladığını ifade etmiştir. Böylelikle, internet tabanlı iletişim teknolojilerinin yaygınlaşıp gelişme gösterdiği günümüz medya ortamında yerel nitelik taşıyan kimi olaylar, internet tabanlı iletişim mecraları vasıtasıyla tüm dünyaya ulaşmakta ve farklı coğrafyalarda yaşayan insanların ortak sorunu haline gelebilmektedir. Bu durumda yerel basının rakiplerini ve paydaşlarını iyi analiz ederek internet tabanlı iletişim teknolojilerinin getirdiği imkândan yararlanıp, başat bir konuma gelmesi gerekmektedir.

Ulaşılabilirlik faktörü de, yerel basının istenilen seviyede olmasını engelleyen diğer önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Gazetenin dağıtım kanallarının yetersiz olması bu durumun en önemli nedenlerinden biridir. Yerel basın kuruluşunun dar ölçekli olması ve sınırlı sayıda personel ile çalışması bu sorunu ortaya çıkarmaktadır (Erdoğan, 2007: 177).

Reklam pastasından daha fazla pay almak ve daha fazla siyasi propaganda yapmak için yerel gazetelerin sayısının artırılması, yerel basının karşılaştığı bir diğer sorun olmaktadır (Girgin, 2009: 249). Yerel basın kuruluşlarının sayısının artması, yaygın/ulusal basının yerel haber ekleri, yöre halklarının okuma ve yazma oranlarının düşük olması gibi nedenler, yerel gazetelerin tirajlarını da etkilemiştir (Karadoğan, 2012: 90).

Tokgöz (2001: 8), yerel basının sorunlarını irdelerken eğitim faktörünü önemsemiş ve yüksek öğrenim bağlamında gazetecilik eğitimi almamış insanların, yerel basında çalışmasının, yerel basının nitelik yönünden sorgulanmasını gerektireceğini vurgulayarak, gazetecilik meslek ve etik anlayışından yoksun bir kamu çalışmasının meydana geleceğini belirtmiştir. Eğitime önem verilmemesi, beraberinde günü kurtarma politikasının yerel basın kuruluşlarının yöneticileri tarafından uygulanmasına neden olmaktadır. Kaliteli yayın yapmak ile personelin yetenek ve deneyimleri arasında ilişki vardır. Yerel gazete yöneticilerinin ucuz iş gücüne yönelmek istemeleri, yükseköğrenim almış gazeteciler ile aralarında kavrayış farklılığını doğurmaktadır. Bu farklılık, yerel gazetelerin donanımlı personel yerine, günü kurtaracak personel istihdam etmesine neden olmaktadır (Çavuş, 2017: 23).

Yerel basın kuruluşlarının gazeteleri ilan ve reklam ile doldurmak istemeleri, “nylon gazete” kavramını literatüre kazandırmıştır. Nylon gazeteler daha çok ilan ve reklam ile içerikleri zenginleştirilmiş gazetelerdir. Buradaki en önemli amaç; Basın İlan Kurumu’nun vermiş olduğu destekten yararlanmaktır. Bu tür gazeteler, haber vermek veya kamuyu aydınlatmak yerine, ilan ve reklamlara daha fazla yer vererek gazetecilik işlevini yitirmektedirler (Barış, 2021: 8).

Yerel basının yapısal sorunlarına ek olarak, yeni teknolojik yeniliklere adapte olma ve uygulama kapasitesinde iyileştirme ile ilgili sorunları da bulunmaktadır. Enformasyon teknolojilerinin hızla hayatımıza girmesi, medyayı dönüştürmüş, haber ve içeriğin küresel biçimde dolaşımını sağlamıştır. Sreberny-Mohamadi’nin de belirttiği gibi medyada yerel olanın aynı zamanda küreselleşme potansiyelini de beraberinde

getirmesi ile yerel basın bu değişim sürecinden etkilenmiştir (Sreberny-Mohamadi'den aktaran Zhang, 2014: 5). Medya yakınsaması olarak da adlandırılabilir bu olgu, geleneksel medya araçlarının güncel dijital medya araçları ile bütünleşmesini, gazetecilik, pazarlama, halkla ilişkiler ve politika oluşturma biçimlerinin birbirine yakınlaşmasını, hedef kitlenin haber içeriğine katılımını dolayısıyla geleneksel ve yeni medya arasındaki sınırların esnekleşmesini mümkün kılmıştır (Peil ve Sparviero, 2017). Bu bağlamda, dijitalleşmenin demokratikleşmeye olumlu etkide bulunduğu ilişkin tartışmalar ağırlık kazanırken, yerel basın kuruluşları küreselleşmenin olumsuz etkilerinden kaçamamış, uyum sürecinde demokratikleşmeye katkı sağlayabilecek potansiyele sahip olmasına rağmen var olma mücadelesi vermeye başlamıştır (Zhang, 2014). Pandemi sürecinde basılı medya araçlarını okuma kültürünün azalması ve dijitalleşmedeki kaçınılmazlık yerel basın üzerinde ayrı bir baskı unsuru oluşturmuştur.

Pandemi Sürecinde Yerel Basın

İnsanlık tarihi boyunca birtakım salgınlar olmuştur. Jüstinyen veba salgını, kara veba, birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan İspanyol gribi, Asya gribi, Rus gribi, Kolera ve etkileri günümüzde de devam eden Aids hastalıkları bu salgınlara örnek olarak verilebilmektedir. Günümüzde etkisini her yönüyle devam ettiren Covid-19 salgını ise Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan şehrinde ortaya çıkmış ve dünyanın her bölgesine yayılarak küresel çapta bir salgın haline gelmiştir. Covid 19 pandemisi ile mücadele kapsamında, hükümetler insanların iktisadi ve sosyal yaşamlarını derinden etkileyecek kararlar almışlardır. Bu kararlar, alışılmış düzenin yerini yeni düzenin ve yeni alışkanlıkların almasına neden olmuştur (Şüküroğlu ve Özgen 2021). Salgın, ülkelerin, toplumların ve bireylerin hayatlarını değiştirmiştir. Bu değişiklik, toplumda yer alan bazı sektörleri de etkilemiştir. Bu sektörlerden; gıda, perakende, elektronik ticaret ve nakliye gibi sektörler olumlu bir şekilde etkilenirken, haber sektörü olumsuz etkilenmiştir. Basın kuruluşları ve çalışanlarının durumu bunu göstermektedir. Pandemi nedeniyle gazetelerin tirajları düşmeye başlamıştır. Türkiye'de salgının görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinden 15 Nisan 2020 tarihine kadar geçen dönemde gazete tirajları dörtte bir oranında düşüş göstermiştir. Bu düşüş, iktisadi açıdan sıkıntı yarattığından, gazete ve matbaa çalışanlarının geleceklerinin belirsiz olmasına neden olmaktadır (Çağlak, 2020: 69).

Yerel basına yönelik ilgi, pandemi süreci ile birlikte yerini ulusal basına bırakmıştır. Bu süreçte ulusal basının dijital mecraları daha etkin bir şekilde kullanmasının rolü büyük olmuştur. Yerel basının küresel bir kriz halini alan pandemiyi ve bununla ilgili güncel haberleri servis etmekte ulusal basının gerisinde kalması, halkın ulusal basını tercih etmesine neden olmuştur (Çağlak, 2020: 68).

Pandemi sürecinde sosyal hayat kısıtlandığından, muhabirler ve editoryal ekibin çalışmalarını saha yerine evden yürütmeleri, habere ulaşma ile ilgili sıkıntıları beraberinde getirmiştir. İnternet tabanlı iletişim mecralarının gelişmesi ve bunların taşınabilir/ulaşılabilir hale gelmesi gazeteciliği tek başına yapılabilir bir meslek haline dönüştürmüştü, bu durum yerel basının dijitalleşmeye yatırım yapması zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya üzerinden yapılan habercilik örnekleri, televizyon programları, canlı

söyleşiler bu dönemde daha fazla önem kazanarak öne çıkmaktadır. Bu da internet tabanlı iletişim mecralarının öneminin giderek artacağını göstermektedir. Yerel basının ayakta kalabilmesinin, dijitalleşmeye giden sürece adapte olmasına bağlı olduğu görülmektedir (Çavuş, 2017: 24).

Yöntem

Bu çalışmada bir önceki bölümde tartışılan yerel basının sorunlarını ve işlevlerini pandemi sürecine ilişkin olarak yerel gazete aktörlerinin tecrübelerinden hareketle nitel yöntemler kullanarak analiz edilmesi hedeflenmektedir. Araştırmada, fenomenoloji yöntemi benimsenmiştir. Fenomenoloji, evrenin belirli bir olay ya da sürece ilişkin öznel tecrübelerini, anlamlandırma biçimlerini incelemeyi hedefler. Toplanacak nitel veriler betimlenerek tematik bir analize tabi tutulacaktır. Çalışmanın örneklemini seçme yöntemi amaçsal seçim tekniği olarak kurgulanmıştır. Amaçsal örneklemede araştırmacı, evreni temsil ettiğine kanaat getirdiği bir alt grubu örneklem olarak belirler (Neumann, 2014) .

Covid-19 pandemisinden yoğun biçimde etkilenen Karadeniz Bölgesi'nde yer alan ve Anadolu'nun farklı bölgeleri ile bağlantı kuran bir geçit işlevi gören Kastamonu, bu özelliği nedeni ile pandemiden en çok etkilenen şehirler arasında bulunmaktadır. Kastamonu yerel gazete kültürünü yaşatan, yerel halkın yerel basını önemseydiği ve aktif olarak benimsediği bir ildir. Bu özellikleri ile yerel gazete evrenini temsil ettiğine kanaat getirilmiştir. Tüm bu gerekçeler ile araştırma bölgesi olarak, Kastamonu il merkezi seçilmiştir. Çalışmanın örneklemini; Kastamonu il merkezinde aktif olan yerel gazeteler oluşturmaktadır. Araştırma verileri derinlemesine görüşme tekniği ile toplanmıştır. Derinlemesine görüşmeler, Kastamonu ilinde içinde aktif olarak faaliyet gösteren, alfabetik sıra ile; Açıksoz, Doğrusöz, Gündem, Kastamonu, Nasrullah, Sözcü gazetelerinin temsilcileri ile yapılmıştır. Toplamda 6 kişi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler yüz yüze planlanmış ve her bir katılımcıya tesadüfi bir kod numarası (K1, K2, K3...) verilerek, katılımcılar açısından tam gizlilik sağlanmıştır.

Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce "Etik Kurul Onayı" (AYBÜ Etik Kurul Kararı: 14.06.2021-51) alınmıştır. Katılımcılara yarı yapılandırılmış sorular, araştırmacının minimum müdahalesini saklı tutacak biçimde yöneltilmiştir. Araştırmacının kendi arka planını yansıtmaması ya da katılımcıyı herhangi bir şekilde fikri olarak yönlendirmesi söz konusu olmamıştır. Görüşmeler, etik kurul onayının alınmasını takiben 15.06.2021 tarihinde başlatılmış, 11.07.2021 tarihinde tamamlanmıştır.

Analiz edilmek üzere şu üç temel önerme oluşturulmuştur: Pandemi, yerel gazeteler üzerinde ekonomik baskı oluşturmuştur. Pandemi, yerel gazetelerin demokratikleşme potansiyeline olumsuz etkide bulunmuştur. Pandemi, yerel gazetelerin hemşehrilik kapsamında dayanışma sağlama potansiyeline olumsuz etkide bulunmuştur. Mülakat verileri betimleyici analiz yöntemi benimsenerek sorular ekseninde ve tematik biçimde kodlanarak ayrıştırılmış, yorumlanmıştır.

Bulgular

Gazetelerin Kimliğine Yönelik Değerlendirme

Gazete olarak kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz, hangi yönleriniz ile öne çıkıyorsunuz, hedef kitlenizi kimler oluşturuyor? sorularına verilen yanıtlar bağlamında bir değerlendirme yapıldığında Kastamonu’da yer alan gazetelerin kendilerini öncelikle il yerelindeki bireylere yönelik yapılan yayıncılıkla tanımladıkları görülmektedir. K2 “*Kastamonu’nun ali menfaatlerini gözeterek bir yayın organıyız. Hedef kitlemiz Kastamonu’da yaşayan tüm insanlardı. Ama dönem itibarıyla sıkıntıya girdi. Yarım yüzyıllık gazetemiz, “Kastamonu’ya bir borcumuz var, onu ödeyeceğiz” diyerek yayın hayatına başlamış...*” diyerek tarihini ve geleneklerini ön plana çıkarırken, K4 “*Kastamonu’da kurulan 4’ncü yerel gazete konumundayız. Öz bir tanımlama yapmak gerekirse de; yerel halkı, yerel halka kısmen de (internet sitesi ve sosyal medya platformları aracılığıyla) şehir dışındaki hemşehrilerine anlatan bir medya organıyız...*” diyerek internet tabanlı iletişim mecralarından sosyal medya mecralarının kendileri tarafından aktif bir şekilde kullanıldığını vurgulamıştır. K3 “*yazılmayanları yazan gazete*” olduklarını ifade ederek, bireylerin haber alma özgürlüklerine vurgu yapmıştır. K6 ise diğer gazetelerden daha iddialı ifadeler kullanarak “*...gazete olarak kendimizi Kastamonu’ya yenilikleri getiren gazete olarak tanımlıyoruz. Yerelde ilk offset baskıyı getiren ve ilk renkli gazeteyi yapan gazeteyiz. İnsanların okuma alışkanlıklarını değiştiren bir gazeteyiz...*” şeklinde açıklamada bulunmuştur.

Yerel Medyanın Karşılaştığı Zorluklar

Yerel medyanın ekonomik, siyasal ve bürokratik haber üretkenliği bağlamında karşılaştığı zorluklar incelendiğinde, katılımcıların mutabık kaldığı noktanın, gazetelerin ekonomik sıkıntı yaşaması olduğu görülmüştür. K4 “*Yerel medyada hali hazırda en büyük sıkıntı ekonomiktir. Bu durum, bünyesinde barındırdığı muhabirlerin ve muhabirlerin kullandıkları ekipmanların niteliğinin yanı sıra tasarım ve haber içeriği özgürlüklerini de etkiliyor. Yerel medya, her ne kadar ulusal yayın organlarına göre tarafsız olsa da; bir kişinin rahatlıkla hiçbir izne tabi olmadan gazete çıkarabilmesi ve bu gazeteye gazetecilik vasfını barındırmayan birçok kişiyi işe alabilmesi de; gazetecilik mesleğinin prestijini azaltmaktadır...*”, diyerek, gazetecilik vasfı bulunmayan insanların, gazete çıkarabiliyor olmasının sıkıntı yarattığını vurgulamıştır. K3 ise “*Yerel medyanın çoğunluğu, günümüzde ulusal medyanın ‘tamamında’ gördüğümüz ‘mutlaka birilerine yandaş olma’ kaygısını taşımaz. Yereldeki kaygı ve özen, genelde yayın yaptığı şehrin, bölgenin hassasiyetleri ile sınırlıdır. Yerelde ‘alışkanlıklar ve gelenekler’ biraz daha ön plana çıkar...*” diyerek ulusalda gözlemediği ‘birilerine yandaş olma’ kaygısı taşıyan gazetelerin yerel gazetelere de olumsuz bir bakış olarak yansıdığını vurgulamıştır.

K5 sosyal medya ile birlikte gazetelerin yön verici konumdan yorumlayıcı konuma geçtiğini vurgulayarak, “*Kağıt anlamında dışa bağımlılık. Kağıdın yanı sıra hammadde de dışa bağımlılık. Reklam anlamında kıtlık ve haberlerin yayımlanabileceği platformlardaki çeşitlilik. Haber üretkenliği, sosyal medyayla birlikte yön verici tarzdan yorumlayıcı duruma büründü...*” ifadesini kullanmıştır. K2 “*Pandemi dönemi gerçekten*

bütün iş kollarını olduğu gibi bu iş kolunu da birçok anlamda çok gerilettiler, çok durdurdu. Yerel basın zaten kriz yaşıyordu, pandemi koşulları daha da ağırlaştırdı...” diyerek değişen nüfus yapısına paralel olarak haberlerin etki oranının kısıtlandığını belirtmiştir.

K1 ise ekonomik sıkıntı nedeni ile daha az personelle işi çevirmek gerekliliğinden dolayı personele daha çok yük bindiğini “*Yerel medyanın, özellikle küçük şehirlerde karşılaştığı zorluklar oldukça fazladır. Ekonomik sorunların yanı sıra, mesleğin içinde bulunduğu sıkıntılar da en çok yerel medyayı etkilemektedir. Ekonomik boyutun getirdiği öncelikli sorun, daha az sayıda personel istihdamıdır. Bu durum, ister istemez çalışanların daha fazla mesai ve yoğun iş yüküyle karşılaşmasına neden olmaktadır.*” ifadesi ile belirtmiştir.

K6 ise toplumun eleştiriye açık bir toplum olmadığını belirterek “*Siyasal ve bürokratik anlamda; eleştirel bir haber yaptığın zaman ne kadar haklı da olsan sıkıntı yaşayabiliyorsun. Eğer yaptığın haberi bir temele dayandıramazsan, iftira niteliğinde kalırsa büyük problem, onun hukuki yaptırımları da olur. Duyumlarla iş yaparsan daha farklı sonuç ortaya çıkar. Belge üzerine yaparsın ama o da bürokrasinin hoşuna gitmezse, haber kaynakları kapanmış olur...*” ifadesini kullanmıştır.

Yerel Medyanın Ekonomik Zorluklarının Nedenleri

Yerel medyanın yaşadığı ekonomik sıkıntının temel kaynağının ne olduğu sorusuna verilen yanıtlar, yerel gazetelerin yaşadıkları ekonomik sıkıntılarının temelinde ham maddede dışa bağımlılığın yattığını ve dolar kuru artışlarının maliyeti çok yükselttiğini göstermiştir. K1 ve K4 ise yerel gazete sayısının fazla olmasından dolayı ilan gelirlerinden düşen payın azaldığını vurgulamıştır. K4 “*6 farklı yerel gazetenin bulunması, ilan payının bölünmesine sebep olmaktadır. İlanlara her yıl getirilen zam oranları; gerek kağıt maliyeti gerekse çalışanlara yapılması gereken zam oranları ile orantılı olmadığından gazeteler her yıl biraz daha fazla ekonomik sıkıntı içine girmektedir*” diyerek ilan gelirlerinin bölünmesine dikkat çekmiştir. K6, yerel gazetelerin tek bir sektörde kalmaları gerekirken farklı sektörlerde de faaliyet gösterdiklerini ve bu durumun da bazı ekonomik sıkıntıları beraberinde getirdiğini ifade etmiş, görüşlerini “*Öncelikle gazetenin kendi gücünün olmaması ekonomik sıkıntının temelinde yatmaktadır, Gazete imtiyaz sahibinin farklı iş kollarında da faaliyet göstermesi temel bir sorun. Tek bir sektörde hareket etmiş olsa kimseye göbek bağı olmayacaktır.*” cümleleri ile açıklamıştır. K6 ayrıca, hammadde maliyetinin yüksekliğinin yerel gazetelerin genel bir sorunu olduğunu belirtmiştir.

Pandemi Sürecinin Yerel Medya Üzerindeki İdari Etkileri

Tüm gazeteler tarafından olağanüstü bir durum olarak tanımlanan Covid-19 pandemi sürecinin, dönüşümlü yayın gibi bir takım yeni durumları da beraberinde getirdiği ifade edilmiştir. Kastamonu’daki gazeteler Basın İlan Kurumu’nun pandemi süresince uygulamaya başladığı dönüşümlü yayın hakkında faydalandıklarını aktarmışlardır. Ancak bu durumun ilde yer alan tüm gazetelerin anlaşması şartıyla yapılmasının zorunlu

olmasının, bazı illerde sıkıntıya sebebiyet verdiği vurgulanmıştır. Buna ek olarak İŞKUR'un vermiş olduğu kısa çalışma ödeneğinin ise gazeteleri ekonomik anlamda rahatlattığı ve kriz durumunu belli ölçüde hafiflettiği üzerinde durulmuştur. K4'e göre, Covid-19 tedbirleri, gazete okuma kültürüne olumsuz etkide bulunmuştur: "... gazetelerin ortada durmasına karşı çıkılıyor ve esnaflara; tezgahların arkasına almaları gerektiği söyleniyor.". K1 de benzer şekilde Covid-19 tedbirleri kapsamında iş yerlerinin kapanmasıyla beraber abone kaybettikleri, bunun da gazete okuma kültürünü farklı bir açıdan olumsuz etkilediği konusunda K4 ile hemfikir. Ayrıca K1, çalışanların pandemi süresince risk alarak çalışmaya devam ettiklerine dikkat çekerek, yerel basına destek olması beklenen dönüşümlü yayın uygulamasının etkili olmadığından yakınmıştır: "Özellikle çalışanlarımızın büyük risk altında görevlerini sürdürmeleri nedeniyle pandemi süreci en çok basın kuruluşlarımızı etkiledi. İşyerlerinin kapalı olması da, beraberinde abone kayıplarını getirdi. Basın İlan Kurumu'nun tanıdığı dönüşümlü yayın uygulaması, 'ortak karar alma' mecburiyetinden ötürü çoğu ilimizde uygulanamadı. Halbuki, ortak karar alma zorunluluğu olmamalıydı ve talebi olan gazetemiz bu süreçte yayınını dondurabilmeliydi."

Pandemi Sürecinin Yerel Medya Üzerindeki Ekonomik Etkileri

Pandemi süreci yerel medyayı ekonomik açıdan nasıl etkiledi? sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde üzerinde durulan ortak nokta, istisnasız bir şekilde nefes almakta zorlanan yerel basının pandemi süreci ile birlikte gittikçe yaşam savaşı vermeye başlaması olmuştur. Nitekim K2 "Muhtemeldir ki hem ekonomik nedenler ile hem sağlık nedenleri ile hem de gazetelerden bu dönemde uzaklaşma nedeni ile yeniden abonelik geçmiş yıllara göre zor olacak..." vurgusu yapmıştır. K4 "...genelde yıllık abonelik sistemi mevcut olduğundan, abone sayısında pandeminin ilk zamanlarında değilse bile pandeminin ilerleyen dönemlerinde aboneliği biten esnaf cüzi miktarlarda olmasına rağmen gazete aboneliklerini iptal etmek durumunda kaldı. Kiraathaneler başta olmak üzere kafeler ve restoranlar da; büyük bir çoğunlukla aboneliklerini iptal ettiler ki bu da gazetelerin ciddi bir gelir kaybına uğramasına sebep oldu..." şeklindeki ifadesi ile abonelik bağlamında yerel gazetelerin ciddi bir sıkıntıya girdiklerini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra K3 ve K4 Basın İlan Kurumu'nun sağladığı desteklerin olumlu yansımalarının olduğunu, K2 ise Basın İlan Kurumu'nun yerel gazetelere yönelik olarak uyguladığı zorunlu abonelik sayılarını düşürmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Ayrıca, ilanlarda ciddi bir düşüşün olduğu ve basılı gazete nüshalarının virüs yayacağı endişesi ile satın alınmadığı da vurgulanan diğer konular arasında yer almıştır.

Pandemi Döneminde İdari ve Ekonomik Kriz Yaşama Durumu

Katılımcıların çoğu, pandemi süresince hem idari, hem de ekonomik yönden gazetelerin kriz yaşadıklarını ifade etmişlerdir. K2 "Diken üstündeyiz. Tensiz olan personel karantinaya girdi, iş bölümünde değişikliğe gitmek zorunda kaldık. İşleri belli bir zaman dilimine sıkıştırmak durumunda kaldık. Bir gün önceden bir sonraki günün

gazetesinin bir kısmını dahi yapmaya başladık. Muhabir kadrosunu korumak için kalabalık toplulukların olduğu haberlere gitmekten imtina ettik. Çevrim içi platformlara dahil edilen toplantılar yapılmaya başladı” diyerek kriz sürecinin bertaraf edilmesi için çevrimiçi toplantıların yaygınlaşmasının önemini arttırdığını ifade etmiştir. Böylelikle gazete muhabirlerinin toplu alanlardan mümkün olduğunca uzak durmalarının sağlandığı vurgulanmıştır. Karantinaya alınan personel olduğunda iş yükünde farklılıklar ve ağırlaşmalar olacağından, çevrimiçi toplantıların yapılması ile bunun önüne geçileceği düşünülmüştür.

K4 ve K3, pandemi sürecinde ortaya çıkan kriz durumunun evden çalışmaya geçilerek aşıldığını vurgulamış, diğer gazetelerden farklı olarak dönüşümlü yayından dolayı, kâğıt ve baskı maliyetlerinin azalması dolayısıyla krizin fırsata çevrildiğini beyan etmişlerdir.

Pandemi Sürecinde Yerel Medyanın Desteklenme Durumu

K2, K3, K4 ve K5, Basın İlan Kurumu’nun bu süreçteki birkaç kararının özellikle de dönüşümlü yayına izin verilmesinin ve İŞKUR’un maaş desteği ve sigorta primlerinde sağlanan esnekliklerin olumlu olduğunu belirtmişlerdir. Ancak, K1 “*Pandemi sürecinde gazetelerimizin vergi ve SGK borçları nedeniyle hesaplarından hacizlerin kaldırılması gerekliydi. Vergi ve SGK borcu olan gazetelerimizin hesaplarından kesinti yapılmaya devam edildi. Oysa, hesapta biriken paranın örneğin 3’te 1’i kesilebilir ve gazetenin hayatına daha sağlıklı devam etmesi sağlanabilirdi. Bu süreçte spot reklamlar ile gazetelere destek sağlanabilirdi. Devletin kira yardımı yerel gazeteleri de kapsayabilirdi...*” diyerek konuya diğer gazetelere nazaran daha eleştirel yaklaşmıştır.

Pandemi Sürecinin Dijitalleşmeye Etkisi

Bu soruya verilen yanıtlar incelendiğinde K4, K3 ve K2, pandemi ile birlikte dijitalleşme yönünde adımlar attıklarını ifade etmişlerdir.

K4 hitap ettikleri kitlenin, pandemi ve sonrasında meydana gelen dijitalleşme ile değiştiğini “*Genelde orta ve üzeri yaş kitlesine hitap ederken; pandemiyle birlikte sosyal medyanın da etkisiyle, yaş oranlarında esneklik oluştu ve her yaşta insana hitap eder olduk. Bu süreçte ilginçtir ki; sosyolojik bir tespit olarak, daha önce teknolojiye sıcak bakmayan, akıllı telefonları kullanmayan birçok birey; vaktinin fazlalığı ve eylem imkanlarının azlığı sebebiyle internete ve dolaylı olarak da sosyal medyaya dahil oldu...*” şeklinde ifade etmiştir. Burada önemli olan bir diğer konu ise dijitalleşme ile birlikte hedef kitlenin demografik yapısının değişmesinin vurgulanması olmuştur. Nitekim genç nüfus ve özellikle “Z kuşağı”, yerel basının sosyal medya mecralarında aktif bir şekilde yer alması ile birlikte yerel basına ilgi göstermeye başlamıştır. K4 ayrıca, dijitalleşme ve internet tabanlı iletişim mecraları ve özellikle sosyal medyaya olan ilgilerini “*Biz, gazete olarak sosyal medyaya; pandemi öncesinde de özel bir ilgi gösteriyor ve önemsiyorduk. Bundan dolayı; bazı gazeteler bu duruma hazırlıksız yakalansa da; biz, daha önce var*

olan altyapımızı ve kitlemizi geliştirdik ve sosyal medya platformlarımız da haber akışını sürdürdük” şeklinde ifade etmiştir. Aynı zamanda pandemi öncesinde cinayet, hırsızlık ve kaza gibi asayiş haberleri daha ön planda iken, pandemi ile birlikte Covid-19 ile ilgili haberlerin ön plana geçtiğini ve bunda sosyal medya mecralarının sağladığı etkileşim ortamının etkili olduğunu vurgulamıştır.

K3 de K4 gibi pandemi ile birlikte dijitalleşmenin ve özellikle sosyal medya kullanımının daha fazla yaygınlaştığını, hedef kitleye ulaşabilmek için kendilerinin de sosyal medya platformlarında daha fazla bulduklarını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra “Pandeminin, zaten yıllardır konuşula gelen ‘yazılı basın, dijital basına yenilecek’ klişesini gerçeğe dönüştürdüğü ve bu dönüşümü hızlandırdığı aşikar..” diyerek, artık eskiye dönüşün olmayacağını da vurgulanmıştır.

K2 konuya “dijital okur” ifadesini kullanarak okurun dijitalleştiğini ve bundan dolayı dijitalleşme alanında ve özellikle de sosyal medya alanındaki gelişmelere yerel basının kayıtsız kalamayacağını belirtmiştir. Bunu “Bizim bir internet sayfamız ve sosyal medya hesaplarımız var. Sosyal medya üzerinden haber ulaştırmaya çalıştığımız bir çabayı sürdürüyoruz. Basın İlan Kurumu da bunu gazetelerden istiyor. Dijital okur bir gazetenin direkt olarak sayfasına girmiyor. Kendi sosyal medya hesabına herhangi bir yayın organının bir haberi düşüyse oradan girebiliyorsa giriyor, zaten uzun uzun da okumuyorlar...” şeklinde ifade etmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken bir konu, yerel basının dijitalleşmesinin, Basın İlan Kurumu tarafından da istenmesinin vurgulanması olmuştur.

K2, K3 ve K4’ten farklı olarak K1, K5 ve K6 dijitalleşmeye gerekli önemi vermediklerini ifade etmişlerdir.

K1 pandemi süresince hedef kitlelerinde herhangi bir değişimin olmadığını vurgulayarak “...dijitalleşme ve yeni medya noktasında yeni bir adım atılmadı. Ancak çatı örgütümüz Gazeteciler Cemiyeti, Kastamonu’da yazılı basının dijital ortama aktarılması noktasında bu süreçte bir proje çalışmasına girdi. Çalışmalar halen sürüyor.” ifadesini kullanmıştır. Bu yanıtta anlaşıldığı üzere çatı örgüt olan Gazeteciler Cemiyeti yerel basını eş zamanlı olarak dijital platformlara aktarma konusunda çalışmalar yapmaktadır. K2 ile yapılan görüşmeden de anlaşılacağı üzere Basın İlan Kurumu’nun yerel basının dijitalleşmeye uyum sağlaması ile ilgili bir beklentisinin olduğu düşünülmektedir.

K5 hedef kitle ve dijitalleşmeye yönelik soruyu, diğer gazeteler ile kendilerini mukayese ederek yanıtlamış, “Abone sayısında ve satışta düşüş oldu. Dijitalleşme adımlarını bizim dışımızdaki gazeteler yaptı. Haberleri anlık olarak sosyal medya mecralarından iletme yoluna gittiler. Ancak bizim böyle bir girişimimiz olmadı.” ifadesini kullanmıştır. Bu yanıtta K5’in pandemi süresince yaşanan krizi fırsata çeviremediği anlaşılmaktadır.

K6 ise dijitalleşme fikrine karşı olduğunu beyan etmiştir. Buna gerekçe olarak da okuyucunun dijital mecralarda gazeteyi okuduktan sonra basılı kopyasını almadığını, bunun da gazeteleri ekonomik olarak sıkıntıya soktuğunu belirtmiştir.

Pandemi Sürecinin Reklam Alım Gücüne Etkisi

Pandemi sürecinde tüm gazeteler reklam alım güçlerinin azımsanmayacak şekilde düştüğü konusunda görüş birliği içindedirler. Ancak K2 diğerlerinden farklı olarak “*Belli bir gruba yakın olmuş, onların yayın organı olmuş olanlar, kendi kapalı devre üyelerinden aldıkları reklamlar ile işi yürütüyorlar. Zincir mağazalar bizim reklam alabileceğimiz yerlerin ipini zaten çektir. Ne toptancısı ne bakkalı kaldı. Önceki yıla kadar inşaat sektörü reklam veriyordu. Şimdi o da bitti. Yarım sayfa vefat ilanları görür olduk. Zaten kötü gitmekte olan krizi pandemi bir kat daha artırdı.*” diyerek rekabet konusunda var olan adaletsizliğin pandemi süreci ile daha da görünür olduğunu belirtmiştir.

Pandemi Sürecinde Yerel Basının Kamuoyu Oluşturma ve Demokratik Katılım Sağlama Konusundaki Rolü

Görüşülen gazetelerin temsilcileri, demokrasi ve yerel basın arasındaki bağa çeşitli açılardan yaklaşmışlardır. K3 yerel basının ulusal basın gibi siyasi kaygılarla hareket etmediğini, daha çok yerelin ihtiyaçlarını önemseydiğini ifade etmiştir. K4, daha düşük bütçeye ihtiyaç duydukları için kendilerine taraf arayışına girmeksizin, bağımsız içerik üreterek demokratik kamuoyu oluşumuna katkıda bulduklarını belirtmiştir. K5 ise basının dördüncü güç olarak demokrasi ile olan ilişkisini vurgulamış, K3 ve K4’ten farklı olarak yerel basın - ulusal basın arasındaki farkın demokrasi ve kamuoyu oluşturma bakımından fazla olmadığını, önemli olanın ölçek ve coğrafya olduğunu, dolayısıyla kurulduğu bölgeyi hedeflemesi olduğunu belirtmiş, kamuoyu oluşturma gücünün asıl olarak yerel basında olduğunu eklemiştir. Katılımcıların demokrasiye katkı ve kamuoyu oluşturma gücü bakımından yerel basının genel olarak katkısının, bölge halkının ihtiyaç, haber ve çıkarlarını ortaya koymayı hedeflemesi ve “hemşehrilik” olgusunu vurgulaması açısından oldukça yüksek olduğu hususunda birleştiği görülmektedir.

Covid-19 pandemisi tedbirleri kapsamında gerek ulusal ölçekli, gerekse yerel birtakım kısıtlamaların getirilmesi ile yerel basının demokrasiye ve katılıma olan katkısında ve kamuoyu oluşturma gücünde bir değişimin gözlenip gözlenmediğinin ortaya konulması önemlidir. İzolasyonlar, karantina uygulamaları, sokağa çıkma kısıtlamaları ve kimi sektörlerle ilgili iş yerlerinin kapalı kalması, temsil edilen ve ulaşılmak istenen kitle açısından sorunlar yaratmıştır.

Örneğin K4, “*Pandemi sürecinde; mevcut kısıtlamalardan dolayı yerel gazetelerin dağıtım alanı da daralmıştır. En önemli kitlemiz, restoran; kafe, kahvehane ve berber gibi bir çok işletme kısıtlama kapsamında faaliyetlerine ara vermiştir; bu sebepten dolayı; kağıt bakımından ulaşım zorlaşmıştır*” ifadesini kullanmıştır. K5, “*Pandemi sürecinde dönüşümlü yayına geçilmesi, başka bir deyişle gazetenin haftanın belirli günlerinde çıkması, bulaş riskini göz önüne alarak vatandaşların basılı gazeteyi tercih etmemesi, birincil gündemin sağlık olması kamuoyu oluşturma gücünde kırılmalara yol açtı*” diyerek, pandeminin yerel basının demokrasi, katılım ve kamuoyu oluşturma bağlamındaki gücü üzerindeki olumsuz etkilerini gündeme getirmiştir. K5, internet alt yapısı olmayan ve bu süreçte internet alt yapısı oluşturmayan gazetelerin bu süreçten ciddi anlamda olumsuz

etkilendiğini ve son dönemde daha çok dijital platformlar üzerinden oluşan bir kamuoyu ile karşılaştıklarını belirtmiştir. Geleneksel biçimde varlığını sürdürmekte olan yerel basın K5'e göre kamuoyu oluşturmak yerine, oluşan kamuoyunu takip ve yorumlama rolünü üstlenmiştir. Pandemi sürecinde yeni medyayı aktif kullanabilen aktörler ise kamuoyu oluşturma güçlerini kaybetmemişlerdir.

Dijitalleşmenin önemli bir çıkış kapısı olarak görülebileceğini kabul eden K4, birçok yerel gazetenin sosyal medya aracılığıyla bölge ile sınırlı olan hedef kitleyi aşarak milyonlara hitap ettiğini, şehirlerindeki anlık gelişmeleri aktarabildiğinden de söz etmiştir. Ayrıca, yerel gazetelerin pandemi sürecinde yalnızca bilgilendirme aracı olarak işlev görmediğine, aynı zamanda mülki idare ile halk arasında bir köprü rolü üstlendiğine ve kamuoyu oluşturulmasına katkıda bulunduğuna dikkat çekmiştir. K4'e göre, birçok kurum yerel gazetelerin paylaşımlarının altındaki yorumlarla dahi ilgilenmek durumunda kalmıştır.

Pandemi Sürecinde Yerel Basının Hemşehrilik ve Dayanışma Kültürü Oluşturma Etkisi

Yerel basının kurulduğu ilde yalnız haberleşme fonksiyonu bulunmaz. Aynı zamanda bölge içi iletişim ağlarını besleyerek, politik ve sosyolojik ilişkilere de katkıda bulunur. Yerel basın demokrasi ve kamuoyu oluşturma gücünün yanı sıra mikro-milliyetçilik ve kent üzerinden kimlik oluşturma, dayanışma ağları gibi başlıkları "hemşehrilik" vasfı üzerinden gerçekleştirir. Hemşehrilik, il bazında kimlik ve aidiyetin pekiştirilmesinde rol oynarken bölgenin gereklerini ön plana çıkarır, yönetsel ihtiyaçların yerelde çözülmesine olanak tanır.

Bu bağlamda tüm katılımcıların, yerel basının hemşehrilik ve dayanışma kültürüne, aidiyet ve sosyal ağlar kapsamında katkıda bulunduğu konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Örneğin K4, bu fonksiyonun işlerliğine vurgu yapmak açısından çeşitli örnekler vermiştir: *"Yerel basının hemşehrilik ve dayanışma kültürü açısından ciddi bir rolü vardır. Bir kaç örnekle anlatmak gerekirse; gazetelerimizde yardıma ihtiyacı olan bir ailenin haberini yaptığımızda; mutlaka hayırseverlerden telefonlar alıyoruz".* Ayrıca yerel basının kente aidiyet ve kent belleği için tarihsel önemi bulunmakta, bu bellek ve bilinç özdeşlik ve aidiyet duygusunu teşvik etmektedir. K5, bu durumu şu şekilde açıklar: *"Bu görevlerden bir tanesi de kentlilik bilincine ve kent belleğine katkı sunmaktır. Yoksul bir aileyi, hastaneye düşmüş ve misalen kan ihtiyacı olan bir hastayı, şehrinin spor takımının yokluk/varlık durumunu, şehirdeki bir kampanyayı insanlar yerel medyalardan takip etmektedir."*

Pandemi sürecini, uzun süreli bir darboğaz olarak değerlendirmek gerekirse, yerel basının en önemli işlevlerinden biri olan kimlik, aidiyet ve dayanışma kültürünün işleyişinde birtakım etkiler olması kaçınılmazdır. K5'e göre, yerel basının hemşehrilik ve dayanışma kültürü ile kimliği besleyen işlevleri pandemiye rağmen devam etmiştir: K5 konu ile ilgili görüşlerini, *"Pandemi sürecinde dönüşümlü yayına geçilmesi, bulaş riskini göz önüne alarak vatandaşların basılı gazeteyi tercih etmemesi her ne kadar vatandaşla-*

kent arasındaki harç vazifesini sekteye uğratmış olsa da; yerel basın bu görevini yerine getirmesine tam anlamıyla engel teşkil etmemiştir” biçiminde açıklamıştır.

Yerel basın, ulusal basından içerik üretimi bakımından amacı doğrultusunda farklılaştığı gibi, ulusal basının ideolojik duruş konusundaki hassasiyetinden ayrılır. Örneğin pandemiye ve pandeminin ildeki sonuçlarına ilişkin üretilen ve yayımlanan içeriklerde bölgenin ihtiyaç ve sıkıntılarını dile getirmekten uzaklaşmadığı dile getirilir. K3, durumu şu şekilde ifade etmektedir: *“Dünya ve ülke genelinde büyük bir yıkıma yol açan pandemi gibi konuya elbette yerel basın da kayıtsız kalmaz. Yerel basın, ulusal çaptaki yayınların yaptığı gibi ‘sadece eleştiri’ veya tam tersi ‘yandaşlık’ temelinde bir yayın politikası izlemek yerine ‘olması gerektiği gibi’ yayın yaptığı bölgenin sıkıntılarını çok daha fazla ön plana çıkarır.”* Bu süreçte hemşehrilik ve dayanışma kültürü açısından ilin sıkıntılarının çözülmesi için en önemli katkı, ilin ihtiyaç ve sıkıntılarının aidiyet ve kimliğinin bir parçası olarak hisseden farklı şehirlerde yaşayan hemşehrilerle kurulan iletişimsel köprüdür. Yerel basının bu işlevi, pandemi sürecinde bölge halkının yaşadığı sıkıntıları çözüme ulaştırabilmesi bakımından sivil toplum kuruluşları ve hayırseverler ile aidiyetlerini ve dayanışma kültürünü canlı tutarak hafifletmesini sağlamıştır. K3, bu durumu yerel basının işlevinden kaynaklanan bir “sosyal sorumluluk çatısı” olarak değerlendirerek, *“Bu sıkıntıların en az zararla atlatılabilmesi açısından hiç şüphesiz en önemli unsur, yayın yapılan bölge halkının veya bölgeyle bağı olan ‘gurbetçi’ kesimin bir araya gelmesi, getirilmesidir. Pandemi sürecinde, çeşitli sivil toplum kuruluşları gibi yerel basın da bir nevi ‘sosyal sorumluluk’ çatısı altında zaman zaman bu hemşehrilik bağlarına atıfta bulunarak dayanışma kültürünün canlı tutulmasına katkı sağlamıştır.”* ifadesini kullanmıştır. Benzer biçimde K4, pandemi sürecinde sıkıntı yaşayan işletmeleri haberleştirerek esnafa destek olmaya çalıştıklarını ve hemşehrilik kültürü bağlamında böyle bir fonksiyon üstlendiklerini belirtmiştir. K4, farklı şehirlerde yaşayan ve aidiyet hissini kent belleği üzerinden, hemşehrilik kültürüyle kuran kişiler ile kurulan köprünün yerel basın yoluyla gerçekleştiğini bir örnek üzerinden *“Kastamonu’da yerel basının hemşehrilik kültürü hakkında önemli bir örnek var. İstanbul’da faaliyet gösteren İstamonu gazetemiz; İstanbul’daki hemşehrilerimizin medya organı olmuş durumda. İş adamlarının yatırımları, bürokratların atamaları, esnafın sorunları gibi birçok konuda; İstamonu gazetesi adeta gurbette, bir yerel gazete olmayı başarmıştır. 10 yıllık bir geçmişe sahip olması da; ne kadar yararlı olduğunun bir göstergesi”* diyerek açıklamıştır. Bölge dışında yaşayan ve hemşehrilik ile dayanışma kültürünü ayakta tutan kişilerin “gurbetçi” olarak nitelendirilmesi ve “memleketleri” ile olan ilişkilerinin kimliklerinin önemli bir parçasını oluşturduğunun belirtilmesi dikkat çekicidir.

Sonuç

Covid-19 pandemisinin yerel basına yansımaları incelendiğinde, yaşanmakta olan ekonomik sıkıntıların pandemi ile pekiştiği, hammadde ile ilgili dışa bağımlılığın pandemi süresince baskı yarattığı ve haber etki oranı ile üretkenliği olumsuz etkilediği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu süreçte; ilan gelirlerinde düşüş yaşanmış, Basın İlan Kurumu’nun dönüşümlü yayın hakkından yararlanılmış, kısa çalışma ödeneğinin

yerel basının pandeminin olumsuz ekonomik etkileri konusunda rahatlama yarattığı görülmüştür. Ek olarak, reklam alım gücü düşmüş, yönetsel bağlamda dijitalleşme gereği duyulmuş, ekonomik darboğazdan çıkış için dijitalleşme bir seçenek olarak görülmeye başlanmıştır. Yerel basının genel anlamda yaşadığı ekonomik sorunlara, pandeminin yarattığı ekonomik baskı da eklenince yerel basının yaşam savaşı vermeye devam ettiği görülmektedir.

Dijitalleşme baskısı ile hedef kitlede dönüşüm yaşanmış, bu dönüşüm Z kuşağına ulaşabilen yerel basın potansiyelini ortaya koymuştur. Dijital okurun beklentisi de yerel basın tarafından önemsenmeye başlanmıştır. Ancak bu durumu aksi yönde yorumlayan ve dijitalleşmeye sıcak bakmayan katılımcılar da olmuştur. Bu katılımcılar, hedef kitlelerinde bir dönüşüm olmadığını, dijitalleşmenin okuyucunun basılı kopya edinme ihtiyacını ortadan kaldırarak gazete gelirlerini eksilteceğini vurgulamışlardır.

Yerel basının demokrasi ve katılım ile olan ilişkisinin pandemi sürecinde nasıl etkilendiğine bakıldığında, katılımcıların yerel basının kamuoyu oluşturma gücü hususunda benzer şekilde düşünmedikleri görülmektedir. Ulusal basının açıkça kamuoyu oluşturma gücünün daha fazla olması, bu fikir ayrılığının temelini oluşturmaktadır. Ancak, pandemi nedeni ile yerelde vatandaş ile olan etkileşimin azaldığını, dolayısı ile de katılım ve kamuoyu oluşturma gücü bakımından bu süreçten yerel basının olumsuz etkilendiğini söylemek mümkündür.

Kimlik ve aidiyet konusunda kent belleğinin kaydolduğu en önemli tarihsel araçlardan biri olarak kabul edilen yerel gazetelerin haberleri aracılığı ile yerelde etkileşim ve katılımı artırmaları mümkündür. Pandemi döneminde, bu etkileşimde dönüşümlü yayın hakkında yararlanılması ile birtakım zorluklar yaşamışsa da, yerel basınının katkıda bulunduğu dayanışma ve hemşehrilik duygusuna tamamen engel oluşturmamıştır. Pandemi dönemi de dahil olmak üzere, yerelde yaşanan pek çok politik sorunun çözümü için yerel basın önemli bir aracı olmaya devam etmektedir. Yerel basın sivil toplum kuruluşları, vatandaşlar, ihtiyaç sahipleri ve hayırseverleri buluşturarak; katılım, dayanışma ve kimlik bilincine katkıda bulunmaktadır. Hatta, pandeminin yarattığı ekonomik sorunların dayanışma ile çözülmesine hemşehrilik ve kimlik vurgusunun da yardımcı olduğu söylenebilir.

Kaynaklar

Altun, A. (2005). Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü. *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2), 75-104.

Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları. Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye'deki Gazetecilik Sistemi ve Uygulamalarıyla Sınama Denemesi*. İstanbul: Kalkeodon Yayınları.

Arvas, İ. S. (2007). *Naylon Gazeteler ve Besleme Basının Yerel Basına Etkileri. Türkiye'de Yerel Basın*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 357-364.

Avcı, N. (1999). *Enformatik Cehalet*. İstanbul: Kitabevi Yayını.

Aydeniz, H. (2007). Tarihsel ve Literal Açından Yerel Gazetecilik, Suat Gezgin (Ed.), Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, s. 1-28.

Resmi Gazete (2004) Basın Kanunu, Kanun No: 5187, Ankara.

Barış, Ö. (2021). Yerel Basının Geleceği Üzerine Nitel Bir Çalışma. Hakikat ve Büyük Sivas Gazeteleri Örneği. Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi. 2(1):1-20.

Birsen, H. (2011). Yerel Basın Yöneticilerinin Bakış Açılılarıyla Eskişehir Yerel Basını. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 1:116-142.

Çağlak, E. (2020). Pandemi ve Gazetecilik. Pandeminsan (Sağlık, Alper ed.). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi. s. 65-72.

Çavuş, S. (2017). Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel bir Araştırma. Aksaray Üniversitesi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(4): 19-32.

Erdoğan, İ. (2007). Pozitivist Metodoloji. Ankara: Erk Yayınları.

Erdem, B, K. (2007). Türkiye’de Yerel Basın, Suat Gezgin (ed.). “Birbirinin Çözümü Olan İki Sorun: Yerel Basında Profesyonel Kadro Eksikliği ve İletişim Fakültesi Mezunlarının İstihdam Sorunu”. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. s. 211-243.

Gezgin, S. (2007). Türkiye’de Yerel Basın, Suat Gezgin (ed.). “Türkiye’de Yerel Basın”. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. s. 177-196.

Girgin, A. (2007). Türkiye’de Yerel Basın, Suat Gezgin (ed.). “Türkiye’de Yerel Basın ve Resmi İlan”. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. s. 243-260.

Guerin, S. (1992). Medya Dünyası, Jean Marie Charon (ed.). “Bir Avrupa Günlük Basın Modeli Var mı?”. İstanbul: İletişim Yayınları. s. 73-75.

Karadoğan, E. (2012). “Gazetelerde Tiraj Olgusu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 7:89-112.

İnuğur, M. N. (1993). Basın Yayın Tarihi. İstanbul: Der yayınları.

Neumann, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, 7th Edition, Pearson.

Ünal, Ş. (1996). Yerel Basın ve Sorunları. Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı II. 12: 1068-1072.

O’Neal, J. (1998). Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, A. Besley ve Chadwick (ed.). Piyasada Gazetecilik Yapmak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Özcan, A. (2016). Yerel Gazetecilik ve Yerellik Algısı. Marmara İletişim Dergisi, 26:17-36

Peil C., Sparviero S. (2017). Convergence Meets Deconvergence, , S. Sparviero, C. Peil ve G. Balbi (ed.) Global Transformations in Media and Communication Research. Palgrave Macmillan.

Şeker, M. (2007). Yerel Gazeteler. Konya: Tablet Yayınevi.

Şüküroğlu, V.K. ve Özgen, Ö. 2021. COVID-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitimde Erişim ve İletişim Sorunları: Kastamonu Örneği, 8th International Communication Days: Crisis Communication in the Digital Age, 26-28 May.

Tokgöz, O. (2001). Türkiye’de Yerel Medya’nın Yapısı ve Örgütlenişi. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 9: 5-39.

Vural, A. M. (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yaşın, C. (2009). Türkiye’de yerel basının yapısal özellikleri ve üretim koşulları. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 0(28), 115 - 151.

Zhang, S.I. (2014). Impact of Globalization on the Local Press in China A Case Study of the Beijing Youth Daily, Lanhan, Boulder, New York, Plymouth: Lexington Books.

Araştırmacı Katkı Oranı: 1. yazar %35, 2. yazar %35, 3. yazar %30

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.