

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**KOCAELİ YEREL BASININDA YER ALAN YEREL  
YÖNETİMLERİN BASIN BÜLTENLERİ ÜZERİNE BİR  
İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ŞİVE BAĞDİKEN**

**KOCAELİ 2019**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**KOCAELİ YEREL BASININDA YER ALAN YEREL  
YÖNETİMLERİN BASIN BÜLTENLERİ ÜZERİNE BİR  
İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ŞİVE BAĞDİKEN**

**DANIŞMAN: DOÇ. DR. GÜRSOY DEĞİRMENCİOĞLU**

**KOCAELİ 2019**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**KOCAELİ YEREL BASININDA YER ALAN YEREL  
YÖNETİMLERİN BASIN BÜLTENLERİ ÜZERİNE BİR  
İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Tezi Hazırlayan: Şive BAĞDIKEN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 18.09.2019/23

Jüri Başkanı : Doç. Dr. Gürsoy DEĞİRMENCİOĞLU

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Aysel ÇETİNKAYA

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜZEL

KOCAELİ 2019

<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>II</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>III</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>IV</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>V</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>VI</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>3</b>
<b>1. EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIM BAĞLAMINDA GAZETECİLİK</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. GAZETECİLİK SİSTEMİ VE GELİŞİMİ</b> .....	<b>3</b>
1.1.1. Haberin Ticari Bir Meta Olarak Kullanımı.....	4
1.1.2. Analitik Ampirizm Bakımından Haber Değeri Araştırmaları .....	5
1.1.3. Haberleştirme Unsurları.....	7
1.1.4. Haberin Eleme, Seçilme Süreci ve Faktörleri.....	9
1.1.5. Eşik Bekçileri.....	11
1.1.6. Uzmanlık Alanı Bakımından Gazetecilik .....	12
1.1.7. Gazetecilik Perspektifinden Gündem Oluşturma.....	13
<b>1.2. DİJİTALLEŞME VE BASIN</b> .....	<b>14</b>
1.2.1. Yeni Medyada Enformasyon İletimi.....	16
1.2.2. Yurttaş Haberciliği.....	18
1.2.3. Kurumsal İletişim ve Medya.....	21
1.2.4. Yeni Medyada Gazetecilik.....	23
<b>1.3. EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM</b> .....	<b>24</b>
1.3.1. Medyanın Ekonomi Politigi.....	27
1.3.1.1. Propaganda.....	29
1.3.1.2. Siyasal İktidar ve Medya .....	32
1.3.2. Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politigi .....	34
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>37</b>
<b>2. TÜRKİYE’DE YEREL BASIN VE YEREL YÖNETİMLER ETKİLEŞİMİ</b>	
<b>37</b>	
<b>2.1. TÜRK BASIN TARİHİNDE YEREL GAZETECİLİK</b> .....	<b>37</b>
2.1.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1800-1923) .....	38
2.1.1.1. Basında Sansür.....	39
2.1.2. Milli Mücadele Dönemi (1919-1923).....	41
2.1.2.1. İlk Basın Davası.....	45
2.1.3. Cumhuriyet’in İlanı ve Tek Partili Dönem (1923-1946) .....	46
2.1.3.1. İlk Basın Davaları ve Kapatılan Gazeteler.....	49
2.1.4. Çok Partili Dönem ve 27 Mayıs Darbesi (1946-1960).....	50
2.1.5. 1960 Darbesi Sonrası Basın .....	54
2.1.6. 2000’li Yıllardan İtibaren Günümüzde Basın.....	56
<b>2.2. YEREL BASININ İŞLEVİ</b> .....	<b>57</b>
2.2.1. Gelir Kaynakları.....	61
<b>2.3. KOCAELİ BASINI VE YEREL YÖNETİMLER</b> .....	<b>61</b>

2.3.1. Kocaeli Yerel Basınının Tarihçesi .....	62
2.3.1.1.Kocaeli’de İlk Matbaa.....	62
2.3.1.2.İlk ve Resmi Gazete “Kocaeli” .....	62
2.3.1.3.Kocaeli’de çıkan gazeteler .....	63
2.3.1.4.16 Ocak 1923 Basın Toplantısı.....	70
2.3.2. Günümüzde Kocaeli Yerel Basını .....	70
2.3.2.1.Kocaeli Yerel Basınının İşleyişi .....	71
2.3.3. Yerel Yönetimler ve Basın.....	75
2.3.3.1.Türkiye’de Belediyecilik .....	75
2.3.3.2. Belediyecilik ve Siyasal İletişim.....	76
2.3.3.3. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve Basın.....	77
<b>3. KOCAELİ YEREL BASININDA YER ALAN YEREL YÖNETİMLERİN BASIN BÜLTENLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME .....</b>	<b>79</b>
<b>3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....</b>	<b>80</b>
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....</b>	<b>80</b>
<b>3.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI .....</b>	<b>80</b>
<b>3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....</b>	<b>81</b>
<b>3.5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....</b>	<b>82</b>
<b>3.6. BULGULAR VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>82</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>90</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>93</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>98</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>108</b>

## ÖZET

Ekonomi politik bağlamda iktidar sahiplerinin basın ile ilişkileri her zaman demokratik bir ölçüyü yakalayamadan devam etmiştir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve ilerleyen teknolojinin etkisi ile basının gücü toplumlar üzerinde artarken, iktidar sahiplerinin de aynı ölçüde basın içerisindeki gücü artmıştır. Bu sebeple gazetecilik mesleğinin haber üretim süreçleri de farklı yönere kaymaya başlamıştır. Buldukları bölgelerdeki halkın sesi olan yerel basın ticari kaygılarla kendilerini en fazla finanse eden yerel yönetimlerin sesi olmaya başlamıştır. Basın temsilcileri olarak mesleği ayakta tutmaya çalışan yerel gazetelerin yakın bir tarihe kadar haber kaynağı olan yerel yönetimler, kendi bünyelerinde oluşturdukları büroları ile kendi enformasyonlarını yaratmaktadır.

Yerel yönetimler ekonomi politik ilişkiler çerçevesinde gazetelere kendi enformasyonunu servis ederek yayınlamakta ve gazetecilerin haber içeriği üretmesi zorlaşmaktadır. Yerel yönetimlerdeki basın büroları bu açıdan rızanın imalatının gerçekleştiği mutfaklara dönüşmüş durumdadır. Çalışmada bu bağlamda seçilen Kocaeli’deki altı yerel gazetenin, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından servis edilen bültenlere yer verme biçimleri içerik analizi yönetimi ile araştırılarak basının haber içeriği üretimlerine etkileri incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ekonomi politik, basın, yerel yönetimler, yerel basın

## **ABSTRACT**

In the political economy context, the relations of the rulers with the press have always continued without a democratic measure. With the development of mass media and the advancing technology, the power of the press has increased over the societies, while the power of the power owners has increased in the press. For this reason, news production processes of journalism profession have started to shift in different directions. The local press, the voice of the people in their regions, has become the voice of the local power that finances them most with commercial concerns. Local authorities, which have been the source of news for the local newspapers until recently, as press representatives trying to keep the profession alive, create their own information with their own offices.

Within the framework of political economy relations, local governments serve newspapers to publish their own information and prevent them from producing news content. In this respect, the press offices in the local administrations have turned into kitchens where consent is produced. In this study, the content of six local newspapers in Kocaeli, which were selected by the Kocaeli Metropolitan Municipality, were investigated by content analysis management and the effects of the press on news content production were examined.

**Keywords:** Political economy, press , local authorities, local press

## KISALTMALAR

<b>AA</b>	: Anadolu Ajansı
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ADSL</b>	: Asymmetric Digital Subscriber Line
<b>AK PARTİ</b>	: Adalet ve Kalkınma Partisi
<b>BİK</b>	: Basın İlan Kurumu
<b>CHP</b>	: Cumhuriyet Halk Partisi
<b>DP</b>	: Demokrat Parti
<b>ISS</b>	: İnternet Servis Sağlayıcı
<b>İTÜ</b>	: İstanbul Teknik Üniversitesi
<b>KBB</b>	: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
<b>Kbps</b>	: Kilobits Per Second
<b>M.Ö.</b>	: Milattan Önce
<b>ODTÜ</b>	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
<b>SCF</b>	: Serbest Cumhuriyet Fırkası
<b>TBMM</b>	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
<b>TÜBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>TÜVEKA</b>	: Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumu Ağı
<b>Vb</b>	: Ve benzeri
<b>WWW</b>	: World Wide Web



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Yeni İletişim Ortamları ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklar .....	20
<b>Tablo 2.</b> Türkiye’deki Yaygın Basın ve İmtiyaz Sahipleri 2019 .....	36
<b>Tablo 3.</b> KBB’den gönderilen basın bülteni sayısı ve gazetelerde KBB ile ilgili çıkan haber sayısı.....	82
<b>Tablo 4.</b> KBB’den gönderilen basın bültenlerinin gazetelerde yayınlanma sayısı ...	82
<b>Tablo 5.</b> KBB’den gönderilen basın bültenleri ve belediye ile ilgili farklı kaynaklar kullanılarak üretilen haber sayısı dağılımı .....	83
<b>Tablo 6.</b> Basın bültenlerinin yer aldığı sayfalar .....	84
<b>Tablo 7.</b> Basın bültenlerinin sayfalar içindeki yeri .....	84
<b>Tablo 8.</b> KBB’den iletilen bültenlerin konuları .....	86
<b>Tablo 9.</b> KBB’den gelen bültenlerin konularına göre gazetelerde kullanımı .....	86
<b>Tablo 10.</b> KBB Başkanı’nın propaganda söylemlerinin yer aldığı bültenlerin konuları .....	87
<b>Tablo 11.</b> KBB Başkanı’nın propaganda söylemlerinin yer aldığı bültenlerin konularına göre dağılımı ve gazetelerde kullanım sayıları .....	88

## GİRİŞ

Gazetecilik uzun yıllardır uzmanlık alanı olarak bir meslek midir sorusu ile karşı karşıya kalmıştır. Avukatlık, doktorluk, öğretmenlik ve benzeri birçok meslek grubunda alanıyla ilgili bir okul diplomasına sahip olmak gerekirken, gazetecilikle ilgili her ne kadar ihtisas alanı bulunursa bulunsun, mesleği yapanlar arasında zorunlu bir okul mezuniyeti ya da alan diploması sahipliği aranmaz. Kamuoyu nezdinde, önemli bir durumu yazılı ya da sözlü olarak haber dilini kullanarak aktarabilen, dikkat çekme eşiğini iyi bir şekilde kullanabilen herkes gazeteci olabilir algısı mevcuttur.

Özellikle son yıllarda teknolojinin gelişmesi ile kullanımı herkes tarafından ulaşılabilir durumda olan kitle iletişim araçları da gazetecilerin sahip olması gereken özellikleri edinebilmeyi de kolaylaştırmıştır. İnternetin ortaya çıkışı ile haber üretim süreçleri de büyük bir değişikliğe uğramış, haber faktörlerinde gözetilen coğrafi yakınlık gibi birçok durum dünyanın her yanına erişim sağlayan ağlar sayesinde adeta ortadan kalkmıştır. Sanayileşmenin de artması ile günden güne şirket sayısı da çoğalmıştır.

Günümüz dünyasında kişilerin ya da kurumların tanınırlığını sağlaması için pek çok yol mevcutken bunların en başında internet aracılığı ile kullanılabilen kitle iletişim araçları gelmektedir. Yakın bir tarihe kadar bir basın organında çıkan ya da aracılığıyla iletilen herhangi bir enformasyon kamuoyu nezdinde gerçek bilginin tek kaynağı kabul edilirken günümüzde ise herkesin elinin altında olan kitle iletişim araçları ile enformasyonun doğruluğu ya da yanlışlığı tartışmaya açılmaya başlamıştır.

Kendi enformasyonunu yaymak isteyen kişiler veya kurumlar kısa bir süre öncesine kadar kapılarını aşındırdıkları gazetelere artık oluşturdukları kurumsal iletişim ağları üzerinden kendi enformasyonlarını iletebilmekte, gazetelerin birçoğu da bu içerikleri kontrol etmeden kullanabilmektedir. Ekonomi politik yaklaşımın da etkisi ile gazeteler her yönden sermaye gücünü elinde bulunduran ve haber yayınlamak isteyen kişi ya da kuruluşlara bağımlı hale gelmiştir. Özellikle kamu kuruluşlarında bu durum oldukça etkili bir hal almıştır. Siyasal iktidarların yerelde ve ulusalda oluşturdukları basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri halkın ihtiyaçları ve istekleri değil, iktidar sahiplerinin istedikleri hazırlanarak basına servis edilmekte ve halkı

etkilemek amaçlanmaktadır. Basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri rızanın imalatının gerçekleştirildiği mutfaklar olmuştur. ‘Gazetecilik bitiyor mu?’ , ‘ Kişilerin ya da kurumların kurduğu kendi iletişim ağları ile ilettikleri enformasyonlar haber değeri taşıyor mu?’ gibi soruların cevabını bulmak üzere hazırlanan bu çalışmanın birinci bölümünde ekonomi politik yaklaşım bağlamında gazetecilik incelenmiştir.

Ekonomi politik yaklaşımın medyaya ve Türkiye’ ye yansımalarının, haber değeri araştırmalarının da yer aldığı birinci bölümde kuramsal yaklaşımlara yer verilmiştir. Bu bağlamda çalışma içerisinde ele alınacak verilerin kullanım alanlarında detaylı bir inceleme yapılmak istenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise ekonomi politik yaklaşım yerele indirgenmek istenmiş ve yerel yönetimler ile yerel basın etkileşimi incelenmiştir. İkinci bölümün içerisinde Türk Basın Tarihi ve Kocaeli Yerel Basını Tarihi detaylı bir şekilde incelenmiş, önemli siyasi olayların basın üzerindeki etkileri araştırılmış ve basının günümüzdeki durumuna dair bilgiler verilmiştir. Bu bağlamda gazetecilik mesleği hakkında yürütülen uzmanlık alanı tartışmalarına da değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın evrenini oluşturan Kocaeli’ deki 6 yerel gazetenin temsilcileri ile yapılan görüşme kayıtlarına yer verilmiştir.

Elde edilen verilerin kavramsallaştırılması açısından uygulanan içerik analizi yöntemi ile yürütülen bu çalışmada KBB’den 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında iletilen basın bültenlerinin bir aylık süre içerisinde Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Özgür Kocaeli, Çağdaş Kocaeli, Demokrat Kocaeli ve Mavi Kocaeli gazetelerinde yer alış biçimleri ve gazetelerin haber üretim süreçlerine katkıları niceliksel olarak incelenmiştir. Araştırmanın örnekleme olan KBB basın bültenlerinin tarihleri partilerin, 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri ve Cumhurbaşkanlığı Seçimi’ nin hazırlık sürecine denk gelmektedir. Bu bağlamda KBB’ nin kamu yararını gözeterek belediyeçilik hizmetlerini normal seyrinde yürütmesi gerekirken, iktidarın yereldeki en egemen temsilcisi olarak araştırmaya konu olan basın bültenleri aracılığı ile partisi adına yürüttüğü propaganda çalışmaları incelenmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **1. EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIM BAĞLAMINDA GAZETECİLİK**

Teknolojinin gelişmesi ile bilgiye ulaşılabilirliğin artması, gazetecilik mesleğini de büyük ölçüde etkilemiştir. Geçmiş yıllarda bilgiye ulaşılabilirlik kısıtlı kaynaklardan elde edilirken, gazeteciler ve basın da güvenilir kaynaklar arasında yer almaktaydı. Çalışmada, yasama-yürütme-yargı fonksiyonlarının yanında gayri resmi olarak halkın gözetleyicisi, denetleyicisi anlamında dördüncü kuvvet olarak adlandırılan basının, günümüzde ekonomi-politik tutumlar sebebi ile asli görevini yapıp yapmadığı tartışılmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde gazeteciliğe etki eden ekonomi politik unsurlar incelenmiştir.

#### **1.1. GAZETECİLİK SİSTEMİ VE GELİŞİMİ**

İnsanların iletişim ihtiyacı ile ürettikleri bilgiyi yayma yöntemleri milattan önceki tarihlere dayanmaktadır. İlkel çağlarda mağaralara çizilen ve hiyeroglif olarak adlandırılan resimler, günümüzde insanlık tarihi ile ilgili araştırmalara ışık tutmaktadır. Yüzyıllardır süre gelen bu bilgi akışı sırasıyla yazının, kağıdın ve matbaanın icadı ile daha etkili bir haber alma-verme sürecine dönüşmüştür. Tarihsel süreçte haber alma-verme süreçleri incelendiğinde kurulan devletlerin halka yapmak istediği duyuruları tellallar ya da yazılı levhaları meydanlara asarak iletildiği görülmektedir. Bu durum aslında modern iletişim çağı olarak adlandırdığımız günümüzdeki haber alma-verme süreçlerinin aslında iktidar sahipleri tarafından şekillendirildiğinin en eski kanıtlarına işaret etmektedir.

Haber niteliği taşıyan bilgilerin yazılarak dağıtılmasının ilk örneklerine milattan önce (M.Ö) 202 yılında Han Hanedanı yönetimi altındaki Çin'de rastlanmıştır. Bu uygulama sadece Han Hanedanı'na bağlı olarak çalışan resmi görevlilerini kapsamıştır. Daha yaygın olarak bilinen, haberlerin yayılmasına dair bir diğer örnek Roma'da görülmektedir. Günümüze kadar ayakta durmayı başaran önemli dünya tarihi eserlerinden biri olan Roma Forumu'nda dönemin yargılanmaları, halka açık konuşmaları, seçimler, ticaret işleri kısacası toplumsal faaliyetler yürütülmekteydi. Dönemin Roma'daki iktidar sahipleri devleti ve toplumu ilgilendiren her olayı, her

kararı Forum'a katılanlara yazılı olarak iletme geleneğine M.Ö. 59 yılında başlamış ve bu geleneği M.S. 222 yılına kadar sürdürmüştür. 1450 yılında Gutenberg'in matbaayı icat etmesi ise daha geniş kitlelere haberlerin duyurulması için bir başlangıç niteliği taşımaktadır. Cenovalı Kaşif Kristof Kolomb'un denize açılarak Katolik Kilisesi emrinde düzenlediği 4 ayrı seferde aralarında Kuzey Amerika Kıtası'nın keşfi de olmak üzere tüm keşifleri 1493 yılında haber/duyuru bülteni şeklinde çoğaltılarak Barcelona sokaklarında dağıtılmıştır (Öymen, 2014: s. 25).

17. yüzyıldan itibaren günümüzdeki gazetelerin ilk örneklerine rastlanmaktadır. Bazı kaynaklar ilk ticari gazete örneğinin Hollanda'da Abraham Verhoven tarafından 1605 yılında Wettlycke Tijdinghe adıyla yayınlandığını, bazı kaynaklar ise 1600 yılında Almanya'da haftalık olarak Avisa Relation Oder Zeitung adıyla yayınlandığını söylemektedir. Aynı dönemde matbaanın icadı ve basımın yaygınlaşması ile Avrupa'daki sansür uygulamalarının, kitaplardan, tiyatro oyunlarına kadar devam ettiği bilinmektedir. Farklı kaynaklarda günümüz gazetelerine ilk örnek olarak gösterilen her iki yayınında dönemin kralları ya da kilisenin yani kısaca iktidar sahipleri tarafından sansür kontrolünden geçerek yayınlanmıştır (Öymen, 2014: s.25-50).

### **1.1.1. Haberin Ticari Bir Meta Olarak Kullanımı**

Sürelî yayınlar ortaya çıkması ile hem dönemin iktidarları hem de kilise tarafından çeşitli denetleme ağları oluşturuldu. Okur yazarlığın bile denetlendiği ve belli kesimlerin faydalandığı 15. yüzyıldan itibaren yaşanan gelişmeler ile özellikle ticaret yollarının keşfi ile haber ticareti de başlamış oldu. Gezginler, tüccarlar, seyyar satıcılar, göçebe tiyatro toplulukları, halk şarkıcıları ve ozanlar uğradıkları her bölgede müşteri edinerek kişilere mal veya para karşılığında bilgi aktarımında bulunmaktaydı. Böylelikle okur yazar olmayanlarda sözlü olarak yakın ya da uzak yerlerde yaşanan olaylarla ilgili istedikleri bilgiye sahip olabilmekteydi. 17. yüzyılda kendini gösteren sürelî yayınların birçoğunun genellikle uzak bölgelerde yaşanan olaylara yer vermesinin sebebi; hem yayınladıkları bölgedeki denetim mekanizmasının müdahalesini kırmak hem de haber ticareti ile başlayan uzak yerlerdeki yaşanan olaylara başlayan meraka karşılık olarak düşünülmektedir. 1600'lü yılların ortalarında İngiltere'de yaşanan iç savaş, sürelî yayınları, bölgede olup bitenleri ve halkın

isteklerini duyurmaya yöneltti. Broşür, ilan dağıtımlarının sokaklarda yaygınlaştığı ve sansür uygulamalarının sürdüğü 1637 yılında İngiltere kralı Charles ve parlamento arasındaki fikir ayrılıkları sebebi ile mahkeme tarafından görevden alınmasıyla ülkedeki basım-yayıma yapılan denetleme sistemi esnedi. Bununla birlikte ortaya çıkan süreli yayınlarda artış gözlemlendi. 1641-1660 yılları arasında denetleme sisteminin esnekliğini göz önünde bulundurarak hem yerel hem ulusal sorunları yayınlayan gazeteler, halk ile devlet arasında bir köprü görevi görmeye ve halk taleplerinin uygulanması açısından alınan devlet kararlarında etkili oldu. Süreli yayınların denetimsiz bir şekilde çoğalması ve otoritelerin isteği dışında bilgi akışı sağlaması sebebi ile İngiltere’de 1712 yılında gazetelere yönelik Damga Vergisi Kanunu çıkarıldı. Sonrasında gelen vergi artışları ve bir dizi yaptırımlar üzerine basın ve ifade özgürlüğünün korunması adına hem halktan hem de gazete sahiplerinden itirazlar geldi. Bu itirazlar günümüzde basın haklarının korunmasına yönelik ilk adımlar olarak görülmektedir. Amerikan kolonicilerinin İngiltere’ye karşı kazandığı bağımsızlık savaşının ardından ilk anayasa uygulamasında basın özgürlüğüne yer vermesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Tüm dünyayı etkileyen Fransız İhtilali sonrası Fransa’da yapılan anayasalarda yine ifade ve basın özgürlüğünün korunmasına yönelik yer alan maddeler bugün birçok ülke için örnek olmuş ve yine birçok devletin mevcut anayasasında bu maddeler yer almaktadır (Crowley ve Heyer, 2017: s. 174-178).

### **1.1.2. Analitik Ampirizm Bakımından Haber Değeri Araştırmaları**

İnsanda doğuştan gelen bir öğretici ve bilgi olduğunu reddederek, bilgi kaynağının yalnızca deney ile sağlanabileceğini savunan görüş olan ampirizm 17. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Psikoloji bilimini yönlendiren insan anlayışı yaklaşımları arasında yer alan Tabula Rasa bakışı, ampirizmin temelini oluşturmuştur. Ampirizmi doğuran Tabula Rasa bakışını ilk kez ortaya koyan ünlü felsefeci John Locke’a göre insan zihni doğuştan boş bir levha gibidir. İnsanın doğuştan hiç bir bilgiye sahip olmadığını savunan Locke, bilgi ve düşüncenin deneyimlerle zihinde oluştuğunu söyler (Yeşilyaprak, 2016: s.10).

Gazeteciliğin temelini oluşturan enformasyon iletim süreci de ampirizmi desteklemektedir. Gazetecilik, doğrudan gelen bir öğretiyi ya da zihinde var olan bilgiyi iletmeyi amaçlamaz. Araştırma sonucu elde edilen bilgiyi aktarır.

Gazetecilik, bilimsel temellere dayandırılmadan önce doğal bir yetenek olarak görülmekte ve bireysel çalışmalara odaklanılarak olarak değerlendirilmekteydi. Bilginin duyumsal deneylere dayalı olarak öğrenilebileceğinin öne sürüldüğü 'Ampirizm' görüşü, gazetecilik alanında ilk olarak 1900'lü yılların başında medya araştırmacıları tarafından ele alınmıştır. Ampirizm araştırmalarına yönelim, 1933 yılında kurulan Nazi Almanya' sının diktatör yönetim şekli ve İkinci Dünya Savaşı sırasında baskı üzerine kurulu enformasyon akışı ile merkezi propaganda yayınlarının artması ile başlamıştır. Gazetecilerin ahlaki açıdan mahkum edilerek, tek elden yayın yapmaları medya araştırmalarının teorik temeller üzerinde ampirik çerçevede incelenmesi gereksinimini doğurmuştur. Özneler arası sınamanın gerektiği düşüncesi ve aynı zamanda genel normatif dünya resimlerinden uzaklaşılmasına ampirik araştırmalara yönelmesini beraberinde getirmiştir. Analitik Ampirizm araştırmaları, İkinci Dünya Savaşı yıllarında ABD'de sosyal bilimler alanında önem kazanmış ve Avrupa ülkelerinde de 1960'lı yıllara doğru ilgi çekmeye başlamıştır. Alman basın yayın bilimi, 1960'lı ve ağırlıklı olarak da 1970'li yıllarda, ampirik-analitik sosyal bilimlere yönelmiştir. Böylece günümüzde gazetecilik araştırmalarında önem kazanan ampirik metotlarla araştırmalar yapılmaya başlanmıştır (Alver, 2011: s. 107).

Bu süreç sonraki yıllarda gazeteciliğin doğal bir yetenek temellerine dayandırılması fikrinin önüne geçerek, haber üretim süreçlerini ve gazetecinin davranış, karar verme süreçlerinin incelenmesi ile detaylandırılmıştır (Löeffelholz ve Quandt, 2005: s. 5-7).

Ampirist geleneği geliştirmek amacıyla kamuoyunda kitle iletişim araştırmalarına başvuran Paul Lazarsfeld'in 1900'lü yılların başından itibaren Avusturya'da yürüttüğü çalışmalar bunun ilk örneklerindedir. Lazarsfeld, toplama ve ölçmeyle ilgili yöntemleri iletişim alanında gönderici, mesaj, alıcı ve geri besleme döngüsünü ölçümlemek için kullanmıştır. Avusturya ve Amerika'da kurduğu kitle iletişim araştırmaları merkezlerinde yürüttüğü birçok çalışmanın ardından Lazarsfeld, medyanın sahiplik yapısı sebebiyle ticari, siyasi ve çeşitli şirketlerin desteğini aldığını

ancak bu desteğin şirketlerin kişisel ve kurumsal kaygıları sebebiyle zamanla medyadaki gerçek eleştirel görüşün gelişmesini engellediğini söylemiştir (Erdoğan vd., 2005: s. 1-48).

Avrupa’da haber değeri araştırma geleneği 1965 yılında Einar Östgaard tarafından başlatılmıştır. Östgaard 1965 yılında görev yaptığı Oslo’da bulunan Peace Research Institute’deki araştırmalarının ardından kaleme aldığı ‘Factor Influencing the Flow of the News’ adlı makalesinde çeşitli faktörleri kuramsal bir tasarı haline getirmiştir.

Östgaard, pek çok içerik analizi ile ortaya konulan haber akışındaki deformasyonun nedenlerini sistematikleştirmeyi amaçlamış, haber akışını dışarıdan etkileyen dış faktörler ile iç faktörlerin ayrımını yapmıştır. Dışsal haber faktörleri olarak politik ve ekonomik çıkarlar nedeniyle hükümetlerin, haber ajanslarının ya da medya sahiplerinin dolaylı ve dolaysız etkilerini kabul etmiştir. Bir sosyal sistem medya sisteminin siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel gerçekliğin yeniden üretilmesinde ve tasarlanmasında tek belirleyici sistem olmamakla birlikte etkili olması önem kazanmaktadır (Östgaard, 1965: s. 40-46).

Medya sistemi; siyasal, ekonomik ve toplumsal sistemlerden aldığı enformasyonu kendi üretim ve iletim tekniklerine göre işleyip, biçimlendirmekte, yorum yapmakta ve kamuoyuna sunmaktadır (Alver, 2011: s. 289).

Siyasi parti liderlerinin, iktidar elde etme ve koruma mücadelesi çerçevesinde basına yaptığı etki ile enformasyon farklı değişkenlerle kamuoyuna iletilmektedir. Gazete yazı türleri içinde haberlerin yanında fikir oluşum sürecine etki eden köşe yazılarında da siyasal liderlerin yaklaşımlarının irdelendiği görülmektedir.

### **1.1.3. Haberleştirme Unsurları**

Teknolojinin ve iletişim araçlarının henüz gelişmediği dönemlerde insanların kendi toplumlarındaki ve yakın coğrafyalardaki olaylardan haberdar oldukları bilinmektedir. Günümüzde ise coğrafi uzaklığa bakılmaksızın dünyanın her yanından sınırsız ve güncel bilgi akışı sağlanabilmektedir. Bilginin ulaştırılması konusunda



dünya genelinde en etkin rolü medya üstlenmektedir. Analitik Ampirizm Kuram Tasarımı'nın şekillenmesiyle birlikte medya araştırmacılarının ele aldığı haberin eleme ve seçilme sürecindeki haber faktörleri, eşik bekçileri gibi unsurlar basında haberin kullanım şekline göre farklılık göstermektedir. Politik çıkarlar doğrultusunda sanayi devrimiyle birlikte şekillenen ülkelerin statüleri, haberlerde yer verilmiş önemini de etkilemektedir. Her ülkenin statü ve kültürel farklılıkları sebebiyle, söz konusu bölgelerde toplumun istediği bilgi eşiği değişkenlik gösterir. Özellikle gelişmiş olarak adlandırılan ülkelerde, topluma pozitif yönde etki edebilecek bilgiyi ve detayı ön planda tutan haber içerikleri topluma iletilirken, gelişmekte olan diye adlandırılan ülkelerde, bireylerin ve toplumun gelişimine katkı sunmayan bilgi ve detay içeren haber içeriklerinin iletimi fazla olduğu gözlemlenmektedir.

Haber değeri araştırmalarına ilk örnek teşkil eden çalışma Walter Lippmann tarafından 1922 yılında ABD'de yayınlanan "Public Opinion" adlı kitabıdır. 1.Dünya Savaşı'na etki eden hikayelerin toplum hareketlerinde ve yönlendirmesinde nasıl bir rol aldığını inceleyen Lippmann, olayların haberleştirilme unsurlarıyla ilgili daha sonraki dönemlerdeki çalışmalara da yön veren birçok kavramı ortaya koymuştur. Lippmann bu kitapta Fransız, İngiliz ve Almanları bir arada dostluk içinde yaşadığı küçük bir adadan bahseder. 1. Dünya Savaşı'nın sürdüğü yıllarda adaya gelen bir İngiliz posta gemisi, adalılara 6 haftadan beri İngiliz ve Fransızların, Almanlara karşı savaştığı haberini getirir. Adalılar, aldıkları haber üzerine savaşın sürdüğü 6 haftanın onlar için arkadaşmış gibi davranarak geçtiğini düşünür ve akıllarında yarattıkları düşman resmine inanmayı seçer. Lippmann bu hikayede 'gerçeklik', 'Sosyal Gerçeklik', 'gerçek çevre', 'sözde çevre' kavramlarını ortaya koyarak, insanların gerçekte ne olduğuna değil kendilerine gösterilen ve algılamalarına yön veren bilgilere dayanarak düşünüp davrandıklarını söylemektedir. Bununla birlikte, modern toplumun karmaşıklığı ve karşılıklı bağımlılığı, insanların kendi topluluklarının çok ötesinde ekonomik ve politik güçlerden etkilendiği anlamına gelir. İnsanlar, dünyada yaşananları medyadan aldıkları bilgi ile benimsemek yerine kendi yaşadıkları gerçekler ile bir kavrayış geliştirerek düşünmelidir (Shoemaker ve Reese, 1996: s.29-32).

Lippmann yine aynı çalışmasında sansasyonel olaylara dikkat çekerek, bu faktörün haberin değerini arttırdığını, negatiflik ve beklenmedik olayların da okuyucunun ilgisini çektiğini belirtmiştir (Lippmann, 1992: s. 217-266).

Lippmann'ın çalışması birçok araştırmaya ışık tutarken, Avrupa'da haber değeri araştırma geleneği Einar Östgaard tarafından başlatılmıştır. Östgaard, 1965 yılında görev yaptığı Oslo'da bulunan Peace Research Institute'deki araştırmalarının ardından kaleme aldığı 'Factor Influencing the Flow of the News' adlı makalesinde çeşitli faktörleri kuramsal bir tasarıda birleştirmiştir. Östgaard'ın çalışmasını genişleten Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge , Östgaard ile aynı yıl yayınladıkları 'The Structure of Foreign News' adlı çalışmada haber faktörlerini ayrıştırarak 12 başlık altında toplamıştır (Galtung ve Ruge, 1965: s. 64-66).

Haber faktörlerinin kullanım önceliği, ülkelerin kültürel, coğrafi vb. farklılıklardan dolayı değişkenlik gösterirken, Türkiye' deki ulusal ve yerel basında da farklılık göstermektedir.

#### **1.1.4. Haberin Eleme, Seçilme Süreci ve Faktörleri**

Norveç Oslo'daki Peace Research Enstitüsü'nde çalışmalarını yürüten Östgaard, pek çok içerik analizi ile ortaya konulan haber akışındaki deformasyonun nedenlerini sistematikleştirmeyi amaçlamış, haber akışını dışarıdan etkileyen dış faktörler ile iç faktörlerin ayrımını yapmıştır. Dışsal haber faktörleri olarak politik ve ekonomik çıkarlar nedeniyle hükümetlerin, haber ajanslarının ya da medya sahiplerinin dolaylı ve dolaysız etkilerini kabul etmiştir. Östgaard'a göre ortaya çıkardığı 3 haber faktörünü haberin yayınlanma ve dikkate alınmasını, haberin seçilmesi, elenmesi ve alımlanmasını belirlemektedir. Östgaard bu faktörleri sırasıyla, 'Politik faktörlerin etkisiyle, güçlü liderlerin bireysel eylemlerinin önemini abartarak haberleştirilmesi', 'Barışçıl yollar yerine güç kullanımını destekleyerek çatışmaların önlenebileceği etkisi yaratılması ve alımlayıcıdaki gerilimi düşürebilmek amacıyla dramatik haberler yayınlanması', 'Dünyaya bir ev etkisi yükleyerek yüksek statülü ve düşük statülü uluslar gibi sınıf ayrımlarına göre haberin elenerek yapılması' şeklinde tanımlamaktadır (Östgaard, 1965: s. 40-51).

Östgaard'ın çalışmasından yola çıkan ve aynı enstitüde medya araştırmaları yapan Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge 1965 yılında yaptıkları 'The Structure of Foreign News' adlı çalışmayla haber faktörleri tasarımı ayrımlaştırmışlardır. İkili, haber faktörlerinin ilk sekizini kültüre bağımlı olarak nitelendirirken, diğer dördünü Batılı endüstri devletlerinin haber seçme ve eleme eylemlerinin bir karakteristiği olarak görmüştür (Alver, 2011: s. 114-115).

Östgaard'ın ardından Galtung ve Ruge'un ortak çalışmasıyla şekillenen 12 haber faktörü, günümüzde hala en çok kabul görerek, dünya üzerinde 'News Value' adıyla çeşitli araştırmalara ilham vermektedir. Galtung ve Ruge'un çalışmasının üzerinden 50 yıl geçmesine rağmen, belirledikleri haber faktörleri genel geçerliliğini günümüzde korumakta ve kullanılmaktadır.

Galtung ve Ruge'un haberin eleme ve seçilme sürecini belirleyen 12 haber faktörü ve tanımları şu şekilde adlandırılmıştır. *Frekans*: Bir olayın oluşum seyrinin anlama kavuşması için gereken süreyi ifade eden frekansın kullanımı haberin dikkat çekme değerini belirler. Olay frekansı ile medyanın yayınlama frekansı arasındaki uyum ne kadar büyükse o olayla ilgili habere o kadar fazla yer verilmektedir. *Dikkat çekme eşiği*: Seçme ve eleme baskısından dolayı oluşan haber bariyerinin aşılması gerekliliğini ifade etmektedir. Bir olayın mutlak yoğunluğu ya da yoğunluğunun artışı ne kadar büyükse bir olayın dikkat eşiğini aşma olasılığı o kadar fazla olacaktır. *Tek anlamlılık*: Olayların yapılarının ve anlamlarının basitliğini ifade etmektedir. Bir olay ne kadar basit, kesin ve sağlam ise, medyada yayınlama ve dikkat çekme olasılığı o kadar fazla olacaktır. *Anlamlılık*: Bir olayın kültürel yakınlığı ya da alımlayıcı için yaşamsal önemi ne kadar fazlaysa medya tarafından haberleştirme olasılığı o kadar yüksektir. *Uygunluk*: Bir olayın gerçekleşmesinin beklenilmesi veya istenilmesi ne kadar fazlaysa, yayınlama ve dikkat çekme olasılığı o kadar yüksek olmaktadır. *Sürpriz*: Olayların önceden görünmezliğini, nadiren meydana gelmesini ya da garipliğini ifade etmektedir. Bir olay ne kadar az bekleniyorsa, haber yapılma olasılığı o kadar fazla olacaktır. *Süreklilik*: Bir oluşumun bağlantılarının ya da konunun kurulmasını ifade etmektedir. *Değişkenlik*: Önemsiz olaylar başka olaylara aykırıysa, yayınlama ve dikkat çekme olasılığı yüksektir. *Elit ulus*: Elit ulus bir olaya ne kadar fazla katılmışsa ya da olayla çok ilgiliyse, haberleştirilme olasılığı o kadar yüksektir.

*Elit kişiler:* Elit kişiler bir olayda ne kadar fazla yer alıyor veya olay ne kadar fazla bireysel eyleme dayandırılabilirse, yayınlanma ve dikkat çekme olasılığı o kadar çoktur. *Kişiselleştirme:* Bir olay ne kadar fazla bireysel eyleme dayandırılabilirse, yayınlanma ve dikkat çekme olasılığı o kadar fazladır. *Negatiflik:* Medyanın kaza, cinayet, çatışma, kriz ya da zarar gibi olayları özellikle vurgulamasını ifade etmektedir (Galtung ve Ruge, 1965: s. 67-85).

### **1.1.5. Eşik Bekçileri**

Sosyal psikolojinin kurucusu kabul edilen Kurt Lewin'in İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikalı ev kadınlarının alışveriş alışkanlıklarını belirlemek amacı ile yaptığı araştırmada, araştırmanın evrenini oluşturan kadınların alışveriş sürecini belirleyen kararlarını ve ailelerine olan katkılarını inceleyerek, karar vermedeki kadınların rolünü 'Kapı' kavramı olarak ilk kez ortaya koymuştur. Gazetecilikte kapı bekçisi ya da daha fazla bilinen adı ile eşik bekçisi kuramı ise 1950 yılında ABD'de David Manning White tarafından yapılan bir araştırma sonucunda geliştirilmiştir. Bu terminoloji ve ardında bulunan tasarım, iletişim bilimine ait değildir. White, Lewin'in ev hanımları üzerinde yaptığı araştırmayı gazetecilik alanına taşımıştır. Lewin'in araştırmadaki "Kapı" anlamının bir bireyi ya da bir grubu etkileyecek kararlar hakkında iktidar sahibi olmasından yola çıkan David Manning White, 1950 yılında yayınladığı 'Gate Keeper; A study case in selection of News' adlı çalışmasında gazetecilerin karar verme davranışları üzerine odaklanmıştır. White yaptığı incelemede Amerika Chicago'daki bir senato duruşmasını takip eden iki farklı muhabirin gazetelerine gönderdiği haberlerin içeriğindeki farklılıkları ortaya koymuş ve gazetecilerin kendi davranış, düşünce biçimlerine göre aynı olayı farklı bir şekilde haberleştirmelerini anlatmıştır. Gazeteye getirilen haberlerin haberleşme zincirine göre topluma iletilene kadar, editörlere rapor edilmesi, editörlerin gazete sahiplerine iletmesi ve bazı kararlar sonrasında haberi gazeteye getirildiği halinde çok daha farklı olarak yayınlandığı gözlemlenmiştir. White bu incelemeyi, eşik bekçilerinin kendilerine gelen haberlerin yayınlaması için neden seçtiği ve reddettiği ile ilgili olarak ön fikirleri tespit etmek ve böylece eşik bekçilerinin kitle iletişimindeki rolünü saptayabilmek amacıyla gerçekleştirdiğini belirtmiştir (White, 1950: s. 383-384).

Eşik bekçilerinin haberi seçme ve eleme sürecinin tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de özellikle siyasi aktörler ile olan ilişkilere dayandırılarak şekillendirildiğini söylemek mümkündür.

Maxwell, E. Mc Combs ve Donald L. Shaw’ın 1972 yılında yayınladıkları ‘The Agenda-Setting Function of Mass Media’ adlı çalışmada haber seçiminde ve sergilenmesinde, editörler, muhabirler ve yayıncıların politik gerçekliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını ortaya koyarak okuyucuların yalnızca belirli bir konuda değil, aynı zamanda bir haberin içindeki bilginin miktarından ve konumundan bu konuya ne kadar önem vereceğini de öğrendiklerini belirtmişlerdir. Yaptıkları araştırmada ABD’nin 1968 yılındaki başkanlık seçimlerinde siyasi liderlerin verdikleri mesajların Chapel Hill bölgesindeki seçmenlere kitle iletişim araçları iletilirken, mesajların gerçek içeriği ile seçmene ulaşan mesajlar arasındaki farklılıkları incelemişlerdir. Bu bağlamda siyasi aktörlerin bir kampanya sırasında neler söyledikleri dikkate alınarak, kamuoyu gündeminin nasıl şekillendirildiğine bakılmıştır. Yapılan incelemede gündem belirlemede siyasi aktörlerin oldukça etkili olduğu gözlenmiş özellikle seçim dönemlerinde verilen mesajların kamuoyunun tepkilerini de şekillendirdiği belirtilmiştir (McCombs ve Shaw, 1972: s. 177-187).

Bu bağlamda özellikle siyasi aktörlerin vermek istedikleri mesajları kitle iletişim araçları aracılığı ile ilettikleri göz önüne alındığında, bu aktörlerin de haberin eleme ve seçilme sürecinde eşik bekçilerini etkiledikleri söylemek mümkündür.

#### **1.1.6. Uzmanlık Alanı Bakımından Gazetecilik**

Edmund Lambert 1992 yılında yayınladığı ‘Committed Journalism an Ethnic for the Profession’ adlı araştırmasında gazeteciliğin profesyonel bir meslek olup olmadığının sorusunu belirlediği bazı kriterlere göre cevaplamıştır. Lambert’e göre gazetecilik; tam zamanlı bir iştir ve bu durum kesinlikle gazetecilerin büyük bir kısmı için geçerlidir. Gazetecilik erken yaşta insanlara sosyal yapı içerisinde sağlam bir yer edinme imkanı verse de, birçok kişi gazeteciliği daha sonrasında başka alanlara yönelerek bırakmaktadır. Mesleğe giriş ve devam etme, mesleki standartları belirleyen resmi bir kuruluş tarafından yönetilir. Gazeteciler için herhangi bir lisanslama otoritesi yoktur. Etik kurallar ve mesleki standartlar birçok gazetecilik kuruluşu tarafından

önerilse de bunlardan hiçbirinin bir gazeteci olarak benimsenmesine gerek yoktur. Gazeteci olmak sadece birinin seni işe almasını gerektirir (Lamberth, 1986: s. 82).

Greame Burton'a göre ise gazetecilik mesleği bakımından kullanılan profesyonelleşme yani uzmanlaşma terimi, gazetecilerin kendilerini, meslek içerisinde yer almayan fakat kendisini gazeteci olarak adlandıran kişilerden ayırmak için kullandığı bir kelimedir. Gazeteciler mesleklerinde uzmanlaşmış olduklarını belirtirken aslında, yaptıkları işi onlardan başka kimsenin yapamayacağını ifade etmek üzere kullanmaktadır (Burton, 1995: s. 72).

### **1.1.7. Gazetecilik Perspektifinden Gündem Oluşturma**

İnsanlar çağlar boyu yaşadıkları dünya ile ilgili öğrenmek istedikleri olayları sürekli değişen ve gelişen iletişim araçları aracılığı ile öğrenmektedir. Günümüzde ise kitle iletişim araçları insanların yaşadıkları dünyaya ilişkin olayları, haberleri aktarmaktadır. Teknolojinin ve özellikle internetin gelişimi ile insanlar ulaşabildikleri bu bilgilere anında yorum, ekleme yapabilir ya da paylaşım yaparak daha fazla kitleye bilginin ulaşmasını sağlayabilir. 4. kuvvet olarak atfedilen medyanın gücü, insanların gündelik ya da genel hayatlarındaki bilgi sahipliğini en fazla etkileyen unsurların başındadır. Medyanın gösterdiği olaylar bir ulusun, toplumun ya da bireylerin gündemi haline gelirken, göstermediği olaylar hakkında toplumun fikir sahibi olamayacağı gerçeği internetin yaygınlaşarak interaktif kullanımına kadar genel geçer bir durumdu. Ancak günümüzde medyanın çoğu zaman iktidar sahiplerinin kontrolündeki gündem belirleme adımları, özellikle internet üzerinden yapılan paylaşımlar ile kırılmakta ve pasif hale gelebilmektedir. Bu durumda medyanın gündem belirlerken topluma göstermediği bazı olayların aslında toplum tarafından daha önemli olduğu kararı verilerek yapılan bir takım internet aracılığıyla yapılan bilgi yayma girişimleri, medyanın güvenilirlik gücünü de azaltmaktadır.

Paget H. Gross ve Holly Stocking'in 1989 yılında yayınladığı "How do Journalist Think?" adlı makale, gazetecilerin karşılaştıkları olayların haber değeri süreci ve yayınlanma kararlarındaki etkilerini ortaya koymuştur. Gross ve Stocking, haberciliğin sosyal bilimciler tarafından sistematik bir çalışmanın hedefi haline gelmesinden bu yana, insanların bilgiyi nasıl organize ettikleri, sakladıkları,

topladıkları ve bütünleştirdikleri hakkında çok şey öğrendiklerini belirterek bu bağlamda yaptıkları araştırmada gazetecilerin haberi nasıl inşa ettiklerini ortaya koymayı amaçladıklarını açıklamışlardır. Daha önce yapılan bilimsel çalışmalarda kişilere verilen bir konu hakkında objektif olmaları istendiğinde bile, kendi inançlarını doğrulayacak şekilde bilgiyi şekillendirerek yorumladıkları, olay hakkında ortaya çıkardıkları yeni bilgiye uyması için eski hatıralarını da çarpıtma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. İnsanların olaylardan çıkarım yapmaları üzerine yapılan araştırmalar, bireylerin önünde kendi inanışlarına zıt daha büyük bilgi olmasına rağmen, kendi inanışlarını doğrulayacak küçük ve güvenilmez bir örneklemden veri seçtiğini, diğer örneklemleri göz ardı ettiği, ispatlanmış istatistikler verileri dahi ret ettiği gözlenmiştir. Yine başka araştırmalar, bilgi yüklemesi koşulları altındaki kişilerin kendi inanışlarını doğrulayan klişeleşmiş düşünceye nasıl başvurduğunu göstermiştir (Gross ve Stocking 1989: s. 6-15).

Bu bağlamda gazeteciliğin vazgeçilmez kuralı olan objektiflik ilkesinin bireysel ideolojik refleksler sonucu çoğu zaman göz ardı edildiği ve olayın gazeteciler tarafından haberleştirilirken gazetecinin kişisel düşünceleri ile birlikte sunulduğu söylenebilir.

Pamela J. Shoemaker ve Stephen D. Reese'in 1996 yılında yayınladığı “Mediating The Messages Theories of Influences on Mass Media” adlı araştırmada medya çalışanlarının bireysel olarak haber içeriğine etkisi incelenmiştir. Shoemaker ve Reese araştırmalarında gazetecilerin; cinsiyet, etnik köken, cinsel yönelim, gelir düzeyi (zengin sınıf ya da orta sınıf), mesleğindeki kariyer gelişimi, eğitim durumu, mesleğe nasıl başladığı, kişisel değerleri ve inançları, kişisel siyasi tutumları, kişisel dini inançlarına göre haber içeriklerine etkilerinin olduğunu belirtmişlerdir (Shoemaker ve Reese, 1996: s. 60-92).

## **1.2. DİJİTALLEŞME VE BASIN**

İletişimin küreselleşmesine etki eden unsurlardan biri olan dijitalleşme ulaşılabilir bilgilerin herhangi bir bilgisayar tarafından okunabilecek şekilde dijital ortama aktarılması sürecine verilen addır (Mutlu, 2001: s. 66-69).

21 Temmuz 1969 tarihinde dünyanın pek çok yerinden Neil Armstrong'un ayda yaptığı yürüyüşe televizyon ekranları karşısından tanıklık edildi. Armstrong'un 'Benim için küçük, insanlık için büyük bir olay' şeklindeki sözleri ile nitelendirdiği bu olayın gerçekleştiği aynı yıl içerisinde günümüzde hemen hemen herkesin vazgeçilmezi haline gelen internet bir grup bilim adamı tarafından bulundu.

İnternet, Birleşik Devletler Savunma Bakanlığı'nın, kısaltılmışı ARPA olarak adlandırılan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Projeleri Birimi tarafından icat edilmiştir. ARPANET adı verilen Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı, savunma amacıyla üretilen ve birçok askeri üssü birbirine bağlayan dünyanın ilk internet ağıdır. ABD'nin askeri savunma projesi olarak ortaya çıkan ARPANET kısa süre içerisinde üniversitelerden başlayarak araştırma ve bilgi aktarımı konusunda paket veri dağıtımı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Askeri denetim altında olan bu ağın ardından diğer ülkelerde de kendi verilerini saklamak ve depolamak amacıyla farklı ağlar kurulmuştur. Yaşanan tüm bu gelişmeler sonrasında bağlantılar arası kolay geçişi sağlayan ve herkese açık olan World Wide Web (WWW) kullanıma sunulmuştur (Castells, 2017: s. 472-478).

İnternet Servis Sağlayıcı olarak adlandırılan ISS ile kişiler ya da kurumlar belli bir ücret ödeyerek günümüzde sabit olarak adlandırılan telefon hatları üzerinden internete bağlanabilmekteydi. Bu bağlantılar esnasında sabit telefonların arama yapma özelliği kısıtlanmaktaydı. ISS sayısının artmasının ardından 2000'li yılların başında aylık belli bir ücret tarifesi ile bağlantı esnasında sabit telefonların kullanımını kısıtlamadan internete bağlanmayı sağlayan Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL) devreye girdi. ADSL kullanımının yaygınlaşması ile ISS kullanımı büyük ölçüde rafa kalktı. İnternete kolay ve hızlı erişimin artması ile ortaya çıkan sosyal medya ya da sosyal ağ siteleri çoklu etkileşimi beraberinde getirdi. Türkiye'de ise internet kullanımı ile ilgili ilk adım Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumu Ağı'nın (TÜVEKA) ile çalışması atıldı. İnternet ve internet içeriğini sağlayan teknolojilerin kullanımı amacı ile Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 1991 yılında ortak bir çalışma yürüttü. Türkiye'den ilk bağlantı ODTÜ'den 1993 yılında ve günümüzde belki de



bağlanma tuşuna basmamızla sağlanan internet hızını karşılamayacak olan 64 Kilobits Per Second ile (Kbps) 1993 yılında yapılmıştır. ODTÜ'nün ardından, 1994 yılında Ege Üniversitesi, 1995 yılında Bilkent Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi, 1996 yılında ise İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) internet ağına bağlanmıştır. İnternet kullanımının artması ve yaygınlaşması ise Web 1.0 içerikten Web 2.0'a geçilmesi ile olmuştur. Web 1.0 içeriği internet kullanımını içerik üretici kontrollü, tek yönlü olarak veriyor internetteki içerik arayıcılarını pasif hale getiriyordu. Myspace, Facebook gibi sosyal ağ platformlarının etkisi ile artan internet kullanıcılarının katılımcılık isteğine 2004 yılı itibari ile Web 2.0 ile cevap verildi. İnternet kullanıcılarını içerik üreticileri haline dönüştüren Web 2.0 ile çok yönlü etkileşim, daha güncel bilgi akışı, kullanıcıların katılımı sağlanmıştır (Akyazı, 2019: s. 35-41).

Teknoloji geliştikçe bilgisayar kullanımının kolaylaşması ve yaygınlaşması, eskiden daktilolarla yazılan haber metinlerinin bilgisayarda yazılmasına, karanlık odalarda yıkanarak basılan fotoğrafların dijital olarak anında bilgisayara yüklenebilmesine olanak sağlamıştır. Gazeteciler yakın bir zamana kadar sadece analog fotoğraf makineleri, kalem kağıt ve ses kayıt cihazları ile haber yapmaya giderken artık yanlarında dijital fotoğraf makineleri, taşınabilir bilgisayarları ve cep telefonları ile haberlerini yapabilmekte ve hızlı bir şekilde çalıştıkları kurumlara haberlerini geçebilmektedir. Analog bir fotoğraf makinesi ile en fazla 36 kare fotoğraf çekilirken, şu anda dijital bir fotoğraf makinesi ile kullanılan hafıza kartının boyutuna göre çok daha fazla çekim yapılabilen ve hata yapma payı da kullanılabilir. Dijitalleşmenin getirisi özellikle basın için her alanda olduğu gibi enformasyonun daha hızlı ve çabuk iletimini sağlamış, bir anlamda gazetecilik mesleğini yapanların işini kolaylaştırmıştır. Ancak geçmiş dönemlerde bir gazeteci çalıştığı kurum için günde sadece 1 ya da 2 haber yaparken, dijitalleşme ile birlikte bu sayısı çalışılan kurumlar tarafından daha fazla yükseltilmiş, kimi zaman en az 5 ve üzeri haber yapmak da zorunlu tutulur hale gelmiştir. Yine geçmiş dönemlerde yazılı basın arşivlerini basılan gazeteler ile tutarken şimdi internet ortamında arşivlerini muhafaza edebilmekte ve tüm okuyucuların kullanımına açık tutmaktadır. Dijitalleşmenin bu denli yaygınlaşması ve kullanım kolaylığı enformasyon iletimine de oldukça etki etmiştir.

### **1.2.1. Yeni Medyada Enformasyon İletimi**

Teknolojinin durdurulamaz bir süreklilik haline gelen hızlı değişimi ile insan hayatına her alandaki olumlu ve olumsuz yansımaları kişiler ve kitleler arasındaki iletişim sürecini de etkilemiştir. İlk haberleşme süreçleri sayılan duvar resimleri, dumanlaşmadan ve benzerlerinden bu yana insanlık tarihinde devrim olarak nitelendirilebilecek telgraf, telefon ve televizyon icatları günümüzde özellikle internetin hayatımıza girmesi ile adeta rafa kaldırılmış gibi görünmektedir.

İnternet teknik olarak dünya üzerindeki birçok bilgisayar ve bilgisayar sistemlerinin birbirine bağlı olduğu ve herkesin kolaylıkla erişim sağlayabileceği en çok kullanılan iletişim ağıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile kitle iletişim araçları ve her birinin kullanıldığı farklı alanlar internetin dahil olması ile tek elde toplanmaya başlanmıştır. İç içe geçen tüm bu alanlar yakınsaklık olarak ifade edilen yöndeşme ile açıklanmaktadır. Oğuzhan Taş'a göre yöndeşme; toplum ihtiyacına ve talebine göre şekillenen teknolojik ve endüstriyel değişimlerin, yine toplumun politik ve sosyokültürel değişimlerinin birleşmesi sonucu düzenlenen, üretilen yeni medya içerikleridir (Ünal, 2012: s. 22-27).

Bu yeni iletişim ağı sadece kişiler arası konuşma, haberleşme olarak düşünülmemelidir. Eğitimden alışverişe, seyahatten finansa, medyadan beslenmeye her konuda insanlar internete girerek enformasyon ulaşımını sağlamaktadır. İnternet kullanımının kişileri yalnızlaştırdığını yoksa toplum hayatına daha fazla entegre ettiğini tartışılırken, günümüzde teknolojiyi ret eden küçük topluluklar hariç dünya üzerindeki herkes internet aracılığı ile yanlış ya da doğru her konu hakkında bilgi erişimi sağlayabilmektedir. Yeni medya ve yeni iletişim teknolojilerinin başında gelen internet gazetecilik alanına da büyük derece de etki etmiştir. Enformasyon ve bilgi kavramları ise ne kadar birbiri yerine kullanılsa da farklı tanımlanmıştır. Bilgi; gözlem, öğrenme ve araştırma yolu ile edinilen her türlü gerçek olarak tanımlanırken enformasyon ise; mesaj kaygısı taşıyarak düzenlenen ve iletilen bilgidir (Aktaş, 2007: s. 184-187).

İnternet içeriklerinde ulaşmaya çalıştığımız bilgilerin tümü aslında enformasyondur. Enformasyonun internet aracılığı ile hızlı bir şekilde yayılması gerçeğin çoğu zaman önüne geçmektedir.

John Pavlik “Journalism and New Media” adlı araştırmasında etkileşimli internet ortamı ile oluşan yeni medyanın bağlamsal gazetecilik kavramını ortaya çıkardığını savunmaktadır. Bağlamsal sözünü bir fikri daha ispatlı, daha anlamlı kılmak ve kullanıldığı alanla ilgili tüm bilgileri içine alan bir kavram olarak kullanan Pavlik, bağlamsallaştırılmış gazeteciliğin 5 temel ilkesi olduğunu savunur. Pavlik’e göre bağlamsal gazetecilik; iletişim yöntemlerinin genişliği, hiper ortam, yüksek izleyici katılımı, dinamik içerik, kişiselleştirme ilkelerinden oluşmaktadır (Pavlik, 2001: s. 3-22).

### **1.2.2. Yurttaş Haberciliği**

İletişimi, kişiler arası ve toplumsal olmak üzere iki ayrı grupta incelemek gerekmektedir. Kişiler arası iletişimde, belli gönderici ve alıcılar iletişimin öznesiyken, toplumsal iletişimde ise sunulan içerik tüm topluma yayılmaktadır ve böylelikle kitle iletişimi olgusu ortaya çıkmaktadır. Kişiler arası iletişimde ileti karşılıklı geri dönüşler ile gerçekleşebilir ancak kitle iletişimi tek yönlü olarak yani sadece topluma iletilerek ve geri dönüş alınma kaygısı taşımadan da yapılabilir. İnternetin yaygınlaşması ile karşılıklı etkileşime dayanan bir iletişim ağı ortaya çıkmıştır. İnternet siteleri, bloglar, video ve yazı paylaşımları gibi tüm multimedya içerikleri kendi başına bir enformasyon kaynağı oluşturmaktadır. Bu paylaşımların birçoğu alıcılar tarafından yeniden paylaşılabilir, yorumlanabilir, içerik zenginleştirilerek farklı bir ileti olarak tekrar ve tekrar farklı alıcılara ulaştırılabilir. Bu durum internet erişimi olan herkesin yeni bir enformasyon oluşturarak sadece kişiler arası değil, kitlesel iletişim sürecini gerçekleştirebilmesine olanak sağlamıştır (Castells, 2016: s. 84-92).

Medya üzerindeki politik ve siyasi kaygılar sebebi ile süren baskılar sonucu, kişilerin medyaya olan güveni azalmaya başladığı Türkiye’de ve tüm dünyada gözlenen bir gerçektir. Bu sebeple kişiler kendi içeriklerini üreterek internet ortamında

paylaşmakta, çoğu zaman bu paylaşımların haber yayın organlarında da genişçe yer aldığını görebiliriz. Bu durum katılımcı gazetecilik ya da yurttaş gazeteciliği olarak adlandırılmaktadır.

Google ve Amazon' un birleşmesi ile ortaya çıkan "Googlezon" geleneksel haber kaynaklarından aldıkları haberleri kendi içeriklerinden okuyucularına iletmiştir. Bu içerikler kişilerin internet kullarımlarına ilişkin kaydedilen okunma, aratma gibi özellikleri sınıflandırarak okuyuculara ilgi alanlarına göre haber içeriklerini direk olarak karşlarına çıkmasını sağlamıştır. Ülkenin en çok okunan gazetelerinden New York Times gazetesi, geleneksel medyanın en zor zamanlarını yaşadığı aynı dönem içerisinde internet üzerinden de tercih edilebilirlik sıralamasını kaybetmiştir. New York Times, arama motorlarında kimi zaman ücretle en üst kısma taşınabilirliği bile sağlayan ve belirli kanunlarla korunan, internette yer alma ve okuyucuya çabuk ulaşılabilir olmayı sağlayan yasadan faydalanarak telif hakkı kuralını ihlal ettiği gerekçesi ile Googlezon sitesini dava etmiştir. Geleneksel medya ekonominin bozulması, reklam giderlerinin azalması, medyanın güvenilirliğini kaybetmesi ve internet kullanımının çok yönlü olarak hayata geçmesi ile büyük bir kayba uğramıştır. Geleneksel medyadan bağımsız olarak iktidar sahiplerinin iletmek istedikleri enformasyon yerine, toplumu bilinçlendirmeye yönelik olarak ortaya çıkan bağımsız projeleri hayata geçirmek için amatör, gönüllü, profesyonel gazetecilerle ortak çalışmalar yapılarak söz konusu projeler internet içerikleri üzerinden kar amacı gütmeyen yayınlanmaya başlamıştır. Yurttaş gazeteciliği üzerine yapılan araştırmalarda bu yeni alandaki haber üretiminde önceliğin toplum ve toplumun yararına olabilecek bilgi akışının sağlanması olduğu gözlenmiştir (Lievrouw, 2016: s. 123-125).

Geleneksel medyadan yeni medyaya yönelimin ve artan yurttaş gazeteciliğine talebin sebepleri Tablo 1’ de verilmiştir.

	Geleneksel Medya	Yeni İletişim Ortamı
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı
İletim	Tek yönlü	İki yönlü etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, kültürel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlak ilkeleri, halk eğitimi	Teknik aygıtlar, izleme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapı	Merkeziyetçi (Bir noktadan bir noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (çok noktadan-çok noktaya)

**Tablo 1.** Yeni İletişim Ortamları ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklar

**Kaynak:** Aktaş, 2007: s. 11

Kershaw’a göre kişilerin kendi ürettiği enformasyonu yayınlaması gazeteciliği kendi kavramının dışına çıkardığı gibi bu içerikler özellikle baskı altındaki medya endüstrilerinin ve onları baskı altına tutan iktidar sahiplerinin çıkarlarından da uzaklaştırmış olur. Yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşması ve geniş kitlelerde kabul görmesi de aslına medyanın toplumun istediği gerçek mesaj yerine iktidar sahiplerinin istediği enformasyonu topluma dayatmasından kaynaklanmaktadır (Ünal, 2016: s. 125).

Elisabeth Noelle-Neumann’ın yürüttüğü araştırmalar sonucu kazandırdığı Suskunluk Sarmalı Kuramı’da yurttaş gazeteciliğin başlangıç nedenlerindedir. Suskunluk Sarmalı Kuramı’na göre, kamuoyunun gündemini belirleyen medyanın egemen iktidar anlayışı dışında enformasyon paylaşımında bulunmaması sonucu tek

bir bakış açısından her bireye ulaştırılan bilgi genel geçer bir kabullenişe yol açar. Yayılan enformasyona karşıt görüş ya da fikir sunmak ise toplum nezdinde dışlanmaya yol açabilme korkusu sebebi ile bireyler kendi düşüncelerini dile getirmez, suskunluk sarmalına dahil olur (Yaylagül, 2010: s. 80-82).

Yeni medyanın gelişimi ve internet kullanımının artması ile suskunluk sarmalı da günümüzde toplum nezdinde çok fazla gözlenmemektedir. Hatta zaman zaman egemen iktidarın istediği mesajı ileten medya kuruluşlarının da internet üzerinden suskunluk sarmalına dahil olmayan bireylerin bir araya gelerek geniş çaplı protesto gösterilerine de maruz kaldığı da bilinmektedir. Görsel ve yazılı basında yer alan ihbar hatları da yurttaş gazeteciliği destekleyen bir unsurdur. İnteraktif olarak video, fotoğraf, ses paylaşımına olanak sağlayan bu ihbar hatlarından yapılan paylaşımlara basın organlarında sıkça rastlanmaktadır. Kişiler sadece internet ortamında ürettikleri enformasyonu yaymakla kalmamış, basın organları ile direk iletişime de bu sayede geçerek bir bakıma hangi olayın haber değeri taşıyıp taşımadığına kendisi karar vermektedir. İletişim sürecindeki alıcılar, sahip oldukları cep telefonları, kameralar ve benzeri araçlar ile kayıt altına aldıkları karşılaştıkları olayların haber değeri taşıyıp taşımadığına kendileri karar vermeye başlamış ve bunları haber ihbar hatlarına iletmeleri de yaygınlaşmıştır.

Basın organlarının gerek kendi kişisel sitelerinde gerek ihbar hatlarına haber ileten yurttaş gazeteciler sebebi ile kurumlarında muhabir çalıştırmayı da azaltmıştır. Bu bağlamda muhabirlik mesleğinin de tehlikeye girdiği söylenebilir (Dilmen, 2007: s. 3-11).

### **1.2.3. Kurumsal İletişim ve Medya**

Yeni medyanın oluşumu ile topluma mesaj verme kaygısı sadece basın ile sınırlı kalmamıştır. Kurumsal iletişim adlı bir alanın da doğuşuna neden olmuştur. Kurumsal iletişim çeşitli kuruluş ve firmaların sadece kendi içerisindeki dinamik iletişim yapısını korumak ve geliştirmek için değil, belirledikleri hedef kitleye, kurumun amacını, çalışmalarını anlatmak, müşteri potansiyelini geliştirmek ve kamu oyu nezdindeki itibar ve saygınlığını koruma amaçlı projeler üreterek bunları basın ya da kitle iletişim ile duyuran bir yapıdır. Kitle iletişim kültürü ticari üretim ve tüketimin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Siyasilerin söylemlerinin medyayı nasıl şekillendirdiği ve

kamuoyu gündemini belirlediğine dair McCombs ve Shaw'ın yaptığı 1968 yılındaki incelemeden günümüze kitle iletişim araçları ile iletilen enformasyonun çoğalmasa da izleyici/okuyucu/dinleyici medyanın genellikle ticari kaygı ile iktidar sahiplerinin mesajlarını onların istedikleri şekilde ilettiğinin farkına varmıştır. Bu farkındalık toplumu aynı olayla ilgili birden fazla bilgi edinmesine ve farklı açılardan yaklaşımına aracılık eden yeni medya içeriğindeki özellikle internet özellikli kitle iletişim araçlarını kullanmaya daha fazla sevk etmiştir. Kitleler internet üzerinden kendi enformasyonunu yaratarak istek ve taleplerini iktidara iletmeye de başlamış ve gündem belirleme yaklaşımı da sadece iktidarın değil, toplumun istek ve taleplerine göre şekillenmeye başlamıştır (Yaylagül, 2010 s: 77-80).

Yeni medya birçok yeni toplumsal hareketlere de öncülük etmiştir. Lievrouw'a göre yeni toplumsal hareketin aktörleri; katılımcılar ve topluluklar, kolektif kimlik, anlam ve sembolik üretimden oluşur. Yeni toplumsal hareketin eylemi ise; sosyal ağlar, günlük hayat, medya ve enformasyon iletişim teknolojisi ,sıra dışı eylem repertuarları, sürekli ve ulus aşırı kampanyalar olarak sınıflandırılır. Özellikle sosyal ağlar üzerinden başlatılan hareketler dünyanın her yerinde ses getiren eylemlere dönüşmüştür. Bu hareketlerin çoğu iktidar mensupları üzerinde toplumu ilgilendiren ve kamuoyunun istemediği yaptırımlardan vazgeçiş sağladığı da bilinmektedir (Lievrouw, 2016: s. 50-61).

Tüm mecralarda gözlenen bu etki birçok kurum ve kuruluşu harekete geçirerek çalışmalarını medya aracılığı ile duyurmak yerine kendi bünyesi içerisinde kurumsal iletişim birimleri kurmaya yöneltmiş ve çalışmalarını ilgili enformasyonu çoğu zaman reklam vb. maddi kaynaklı içeriklerle medyaya ya da direk sosyal ağlar yolu ile hedef kitlesine ulaştırmaktadır. 2014 yılında Kocaeli'deki Yıldız Entegre ve Yıldız Sunta adlı firmalarda sendikal çoğunluğu sağlayan Ağaç-İş Sendikası Genel Merkezi'nin, sendikanın Kocaeli Şubesi'nden habersiz firmalar ile işçilerin talepleri göz ardı ederek yaptığı anlaşma büyük ses getirmiştir. Sendikanın Kocaeli Şubesi ve işçilerin sürekli olarak basın ile düzenledikleri hem ulusal hem yerel medyada geniş yer bulan toplantı ve eylemlerin ardından, firma sahipleri Kocaeli'deki tüm yerel gazetelere kurumsal iletişim birimleri aracılığı ile günlerce tam sayfa reklam ve kendi çalışmalarını olan basın bültenlerini iletmiştir. Reklam ücreti alan birçok yerel gazete ticari kaygı gözeterek Ağaç İş Sendikası Kocaeli Şubesi'nin ve firmada çalışan

işçilerin mağduriyetlerini haberleştirmeyi bırakmıştır (Evrensel Gazetesi, 2014 ve Kocaeli Gazetesi, 2014).

Bu bağlamda ticari işletmelerin basın ve medya üzerinde büyük bir etkisi olduğunu söyleyebilir. Bu etkiyi daha da genişletmek amacı ile işletmeler içerisinde açılan kurumsal iletişim departmanları da enformasyon iletim sürecini götürmektedir.

#### **1.2.4. Yeni Medyada Gazetecilik**

Yeni medyada internet kullanımının yaygınlaşması ile artık gazetelerde internet üzerinden okunabilmekte, televizyon kanalları da internet üzerinden takip edilebilmektedir. Günümüzde hala süre gelen yazılı basın bir gün önce yaşanan bir olayı ertesi günkü gazete baskısında yer verirken, yakın bir tarihe kadar televizyon kanallarının olay yerinden canlı bağlantı yapabilmesi medyanın hızı konusunda devrim niteliğinde bir gelişmeydi. Ancak bugün ise tüm basın organlarının internet üzerinden haberlerini paylaşması hatta dünyanın öbür ucunda yaşanan bir olayı saniyeler içerisinde duyurması geleneksel gazeteciliğin önüne geçmiştir.

Kimi zaman sade bir vatandaşın kendi içerisinde bulunduğu haber değeri taşıyan bir olayı video kayıt ya da fotoğraf yolu ile anında internette paylaşması ve bu paylaşımı basın organlarının haberleştirerek kullanması gazetecilik mesleğini tehlikeye atmaktadır. Dünyanın dört bir yanında oluşturulan internet ağları sayesinde gazetecilik mesleğinin artık uzmanlık alanı olmaktan çıkmaya başladığı söylenebilir (Castell, 2016: s. 108-138).

Medya kuruluşları internet ve basılı yayın organlarını birbirinden ayırmış ve çalışanlarını bu ayrıma göre görevlendirmiştir. İnternet üzerinden yayın yapan gazete ve diğer basın organlarının içeriğine ulaşmak daha kolay olduğundan izleyici/okuyucu/dinleyici de internet üzerinden basını daha fazla takip etmeye başlamıştır. Gazete satış tirajlarındaki ciddi düşüşler, televizyon izlenme verilerindeki azalmaları baz alan medya kurumları da internet gazeteciliğini basılı yayından daha fazla ön plana almıştır.

Browman ve Wills yaptığı incelemede basın kuruluşlarının savaş muhabiri olarak görevlendirdikleri çalışanlarının kendilerine ait sosyal medya ya da internet



sayfalarından olay yerinden görüntü ve bilgi geçmesini, paylaşmasını yasakladığı bilgisine ulaşmıştır. Çünkü medya kuruluşları bu zamansız yayınların basın organlarından önce bir şekilde kamuoyunda paylaşılması halinde haber değerinin hız faktörü bakımında azalacağını bilmektedir. Geçmiş yıllarda gazeteler en iyi muhabirlerini ya da editörlerini basılı yayın organları için görevlendirirken artık en iyi olanları internet gazeteciliği yayınları için görevlendirmektedir (Lievrouw, 2016: s.123-128).

Medya kuruluşlarının içerisindeki organizasyon yapısının bu değişimi uzmanlık alanı olarak gazetecilik mesleğini yürüten kişilerinde yazılı basından daha çok artık internet haberlerinde daha fazla imzası olan gazetecilerin kamuoyundaki tanınırlığına katkı sağlamıştır.

Yeni medyanın herkes için ulaşılabilir olması kendi enformasyonunu üreten kuruluşların basına haber geçmesini, kendi basın bültenini yayınlaması da gazetecilik mesleğini uzmanlık alanı bakımından sınırlandırmaktadır. Geleneksel gazetecilik anlayışında bir gazeteci haber değeri taşıdığı düşünülürken bir olayı, olayın olduğu yere giderek, ‘Kim, ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl’ sorularına cevap arardı. Ancak yeni medya aracılığı ile artık kurumlar ve şahıslar kendileri hakkında yayınlamasını istedikleri enformasyonu (haber değeri taşıyan taşıması) bireysel ilişkiler ya da reklam ücretleri karşılığında yayınlatabilmektedir. Öte yandan yeni medyanın vazgeçilmezi olan sosyal paylaşım siteleri üzerinden kişilerin ya da kuruluşların yaptığı açıklamalar gazeteciler tarafından onay alınmaksızın kopyalanarak haberleştirilmektedir. Bu yaygın her iki durum da geleneksel gazeteciliğin uzmanlık alanı olarak yürütülmesi sınırlarından bir kopmaya ve gazeteciliğin bir uzmanlık alanı olup olmadığının tekrar tartışmaya açılmasına yol açmaktadır.

### **1.3. EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM**

Ekonomi politik kavramını insanların maddi varlıklarını sürdürebilmek için gereken araçların üretim ve değişimini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlayan Engels’ e göre ekonomi politik, hem sınıfsal hem tarihsel bir alan olarak incelenmelidir. İnsanlık tarihi boyunca ortaya çıkan çeşitli toplumsal yapılarındaki ihtiyaçların giderilmesi üzerine kurulu düzenlere bakıldığında ekonomi politığın tarihsel ve sınıfsal olduğu açıkça görülmektedir. İlk çağlardan bu yana başlayan iş

bölümü ile şekillenen sınıf ayrılıkları ve dönem şartlarında doğan ihtiyaçlar ile üretilen çeşitli araçlar toplumlar içerisindeki güç dengelerini de şekillendirmiştir. (Yaylagül, 2010: s. 143-144).

Üretime yönelen toplulukların ihtiyaçtan fazlasını üretmesi ile üretmeyen kişileri kendileri için çalışmak zorunda bırakması sınıf ayrılıklarının belki de en gözlenebilir şeklini oluşturmuştur. Fransız İhtilali ile feodal yapıda kendisine burjuva sınıfı olarak yer bulan bu üreticilerin, ihtilal sonrasında ellerinde bulundurdukları ekonomik gücün yanına siyasi gücü de eklemiştir. Bu güç birliği kapitalist üretim örgütlenmesinin önünü açmıştır. Ekonomi politik kavramının bir bilim olarak ortaya çıkışı ise 18. yüzyılın başlarında Adam Smith' in Sanayi Devrimi sonrası toplumdaki zenginleşmeyi açıklamak için yaptığı çalışmalara dayanmaktadır. Ekonomi politik toplumu ve yapısını inceleyen bir bilim dalıdır. Üretimin sosyal ilişkilerini, sosyal üretimin insanlar arasındaki ilişkilerde oynadığı belirleyici rolü incelemektedir (Yaylagül, 2010: s. 145).

Felsefe doktoru ve birçok araştırmaya günümüzde hala ışık tutan çalışmaları ile bilinen Karl Marx' ın ekonomi politiğe getirdiği yaklaşım ise üreticinin para karşılığında üretmek için çalıştırdığı kişilerin ürettikleri nesnenin kar ve rant durumunu hiçbir zaman kavrayamaması, üretime asıl emek verenlerin üretimde söz sahibi olamadığı gibi, ürettikleri nesneye de sahip olamaması döngüsüne dayanmaktadır. Marx' a göre ekonomi politikte doğru bir sonuca ulaşabilmek için öncelikle toplumun üretimdeki temel etkinliğini ve temel üretici sınıfını incelemeye başlayarak nüfus çözümlemesini en basit hale indirgeyene kadar sınıfsal inceleme devam ettirilmelidir (Marx ve Engels, 2004: s. 151-152).

Edward Herman ve Noam Chomsky 'Rızanın İmalatı' adını verdikleri eserlerinde ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) medya yapısını ekonomi politik kavramı üzerinden incelemiştir. Herman ve Chomsky, medya güçlerinin kendilerini reklam vb. yollar ile finanse eden grupların denetiminde olduğunu ve grupların topluma iletmek istediği mesajları, gündemde tutmak istedikleri konuları yayınladıklarını, toplumun ihtiyacı olan bilgi yerine kendilerini finanse eden bu kişi

ve grupların çıkarları doğrultusunda yayın yaptıklarını savunmuştur. Herman ve Chomsky'ın yaptığı bu inceleme siyasi aktörlerin toplum üzerinde propaganda bombardımanı sebebi ile yarattığı etkiden ziyade, medya politikalarını nasıl etkilediğine değinmektedir (Herman ve Chomsky, 2017: s. 15-16).

Medyanın iktidar sahipleri tarafından baskı altında olmasına rağmen kendi çizgisini koruyarak toplum yararına bilgi akışını sağlayabileceğini söyleyen Herman ve Chomsky, ekonomi politik kavrayışın getirisi olarak bu himaye altındaki çalışmalarını çoğu zaman bilinçli olarak gerçekleştirdiklerini söylemektedir. Gazetecilik mesleğinin haber alma, araştırma, kanıtlarla destekleme ve haberi sunma gibi yoğun süreçlerden geçtiğini hatırlatan iki araştırmacı, bu tempo içerisinde azami miktardaki bir ücretle, bazı durumlarda can güvenliği bile olmadan çalışmak durumunda kalan gazetecilerin hazır basın bültenlerini yayınlamak ya da iktidar sahiplerinden gelen bilgileri değiştirmeden destekleyici yorumlarla topluma sunmayı tercih ettiğini belirtmiştir. Çoğu gazetecinin bu çalışma planından memnun olduğunu hatta kendisine saygınlık kazandıracağını da düşündüğünü savunan araştırmacılar, gazetelerdeki imtiyaz sahipleri ile iktidar sahiplerinin bir noktada yakaladığı uyumda bu sürecin etkili olduğunu belirtmektedir. Herman ve Chomsky iktidar himayesine girerek mesleğini sürdüren gazetecilerin, uzun süreli iktidar propagandasının toplum nezdinde kırılamayacak ya da değiştirilemeyecek kanıksanmış bir ideoloji olduğunu düşündüğünü de ifade etmektedir. Araştırmacılar bununla birlikte, toplumun refah düzeyi bozulduğunda propagandaların da yetersiz kalabileceğini, ABD' nin dış politikada sürdürdüğü ve başka topraklarda düzenlediği silahlı saldırılara karşılık kendi toplumunda baş gösteren hükümet karşıtı ayaklanmalara işaret ederek örnek vermiştir (Herman ve Chomsky, 2014: s. 361-369).

Sanayi Devrimi ile birlikte güçlenen kapitalist toplumların egemenliğinde medyanın en büyük kültür endüstrisi olarak görülmekte ve bu endüstri toplumdaki en üst tabakaya hizmet etmektedir. Bu bağlamda medya, hizmet ettiği tabakanın rant ilişkilerine hizmet ederken diğer yandan sınıfsal ayrımcılığı ve çelişkileri gizlemektedir. Bazı araştırmacılar ise ekonomi politiğin medyadan bağımsız olarak ele alınması gerektiğini, ekonomi politiğin medyanın kültürel ve ideolojik işlevleri ile ilgili bir kavrayış içerisinde olmadığını savunmaktadır (Yaylagül, 2010: s. 148).

### 1.3.1. Medyanın Ekonomi Politikası

Gazeteciliğin gelişimine bakıldığında 4. kuvvet olarak adlandırılan medyanın ekonomik kaygılar sebebi ile büyük bir rant sahasına dönüştüğü gözlenmektedir. Teknolojinin ilerlemesi ve haberleşmeyi kolaylaştırmak amacı ile ortaya çıkan kitle iletişim araçları, gazetecilik mesleğini kolaylaştırdığı kadar zor bir dönemece sokmuştur. Her meslekte olduğu gibi gazetecilik mesleğini de sürdürmek için belirli bir sürdürülebilir bütçeye sahip olunması gerekmektedir. Basın hak ve özgürlükleri her ne kadar kanunlar ve yasalar çerçevesinde korunmuş olsa da, gazetelerin ya da medya kuruluşlarının gelir kaynakları gazete satış tirajları, okunma, dinlenme, internet sitesi tıklanma rakamlarından elde edilen bütçe ile giderlerini karşılamamakta ve bu sebeple medya kuruluşları reklam olarak bütçelerini korumaya çalışmaktadır. İş adamları, siyasi aktörler, hükümetler gibi belli başlı finansman gücü elinde bulunduran gruplardan reklam alan medya kuruluşları, bir müddet sonra ekonomik kaygılar sebebi ile reklam aldıkları grupların propaganda aracına dönüştüğü yadsınamaz bir gerçektir. Gazetelerin ve medya gruplarının ticari birer işletme olduğu gerçeği çerçevesinden bu durumun etkileri birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Türkiye’de de ekonomik kaygılar sebebi ile özellikle yazılı basın diye bilinen gazetelerin kapandığı, birçoğunun ise bu ekonomik ve politik baskıya direnmeye devam ettiği bilinmektedir. Buldukları ülke ve bölgelerde muhalif haberler yapan birçok yayının reklam alamadığı için ekonomik buhran içerisinde olduğu gözlenmekte, birçoğunun da bu sebeple yayın hayatını bitirdiği bilinen bir gerçektir (Öymen, 2014: s.420-424).

Yakın bir tarihe kadar ifade özgürlüğü, medya bağımsızlığının en büyük etkeni olduğu savunulurken, ekonomik özgürlüğün medya bağımsızlığı için daha büyük bir önem taşıdığı görülmektedir. Basında ifade özgürlüğü günümüzde, ekonomik destekçilerinin mesajlarını yayınlanmaktan öteye gitmemektedir. Özellikle hükümet ve devlet gibi iktidar sahibi siyasi aktörlerin finansçısı olduğu medya grupları, toplum ile bu aktörler arasında köprü kurarak etkileşim sağlaması gerekirken, tek yönlü olarak topluma sadece finansçılarının göstermek, iletmek istediği mesajları vermektedir. Tüm dünyada ve Türkiye’de örneklerine rastlayabileceğimiz gibi, söz konusu bu finansçılar; kendilerine muhalefet eden, eleştiren haberler yayınlayan gazeteleri, medya gruplarını ya satın alarak, sahip oldukları basın organları vasıtası ile

karalayarak veya ekonomik tüm gelir kaynaklarını kısıtlayarak susturmaya çalışmaktadır. Demokratik bir siyasetin demokratik bir basın getireceği varsayımı doğrulanmakla birlikte ekonomik kaygı gütmeyen basın organlarının yayın yaptıkları toplumdaki bireylerin taban hareketlerini, taleplerini, iktidar sahiplerinden isteklerini dile getirebileceği görülmektedir. Medyanın kendi içerisinde örgütlenerek hak ve özgürlükleri konusunda diretici bir politika izlemesi de bu durumun önünü açacağı konusunda savunulmaktadır (Herman ve Chomsky, 2017: s. 15-55).

Birçok ülkede yürütülen araştırmada ekonomi politiğin seçmen davranışlarında da oldukça etkili olduğu ortaya koyulmuştur. Seçmen davranışlarına bu denli etkisi olduğu bilinen ekonomi politiği kullanan siyasilerin de özellikle seçim dönemlerinde medyayı yoğun bir bilgi akışı sağlamak amacı ile kullandığı bilinmektedir. Mevcut iktidarı korumak isteyen siyasetçiler özellikle medyayı kendisine bağımlı hale getirerek yaşadıkları toplum üzerindeki bireylere yaklaşmaktadır, kendilerini ifade etmektedir. Toplum için hizmet anlayışı bu noktada seçmenlere hizmete dönüştüğü söylenebilir. Siyaset bilimci Valdimer Orlondo Key, bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: *“Seçmenler ülke ekonomisinin performansından iktidardaki partiyi ya da partileri sorumlu tutarlar ve bu sorumluluk bilincine göre oy verirler. Eğer bu önerme doğruysa, yani ülkede cereyan eden ekonomik koşullar vatandaşın parti seçimi üzerinde güçlü etkiye sahipse, iktidar partisinin kaderi önemli ölçüde ekonomideki başarısına bağlı olmasına gerekmektedir. Buna göre ülkedeki genel refahın artışını izleyen dönemlerde yapılan seçimlerde, seçmenlerin iktidardaki partinin adaylarına daha fazla destek vermesi, genel refahın azaldığı dönemlerde ise iktidarın desteğini çekerek cezalandırması beklenir...”* (Özkan, 2007: s.92-93).

Golding ve Murdock’ un ekonomi politik yaklaşımı temelde medyanın ticari ilişkilerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşımda, medya sahiplerinin ticari ilişkilerini inceleyerek, finansmanları olan iktidar sahiplerinin istekleri ile kamuoyu gündemini şekillendirme çabaları incelenmektedir. Golding ve Murdock yaptıkları araştırmada farklı basın kuruluşları ya da medya gruplarının tek tip haline geldiğini savunarak, iktidar sahiplerinin vermek istedikleri mesajı bu gruplar aracılığı ile farklı çerçeveler içerisinde de olsa aynı içerikte iletildiğini söylemektedir (Golding ve Murdock, 1997: s. 49-76).

### 1.3.1.1. Propaganda

Propagandanın sözlükteki tanımı ‘ mesajların otoriter bir üslup ile tek taraflı ve yoğun olarak hedef kitleye aktarılması ’ şeklindedir. Kavram olarak ele alındığında ise verilen mesajların yoruma açık olmadan, iletildiği şekilde alıcılar tarafından onaylanması şeklindedir. Propagandanın içeriği ne kadar geniş olursa olsun, süre bakımında en kısa zaman dilimi kullanılarak verilmelidir (Aziz, 2014: s.15-16).

Propagandanın etkisini anlamak için kitleler psikolojisini incelemek gerekir. Kitleler psikolojisinde, bir fikrin yerleştirilme şeklini Le Bon şu şekilde açıklamıştır:

“ Her türlü muhakmeden, her nevi ispattan uzak, saf ve seda iddia... Kitlelerin ruhuna bir fikri yerleştirmek için ne kadar sade ve ispattan uzak olursa, hüküm ve etki de o nispette büyük olur. Bütün çağların din kitapları ve kanunları daima böyle sade iddialar ortaya koymuşlardır. Herhangi bir davayı savunmaya davet edilen devlet adamları ve mamullerini ilanlarla her tarafa dağıtan sanayiciler iddianın değerini iyi bilirler ” (Le Bon, 2005: s. 94).

Propagandanın en can alıcı şekillerinden birini dünya tarihinde 2. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanya’sı lideri Hitler’ in kullanımında görmekteyiz. Bu etkili kullanım adına Nazi Almanya’sında bir Propaganda Bakanlığı kurulmuştur. Bakanlığın başına getirilen Joseph Goebbels propaganda tanımını ve önemini anlatırken sınırsızlığını da özellikle vurgulamıştır.

Propagandanın etkisi, sürekli olması ile bağıntılı bir durumdur. Domenoach bu etkiyi şu şekilde açıklamıştır: “...Propaganda yapmak, her yerde, hatta tramvayda bile düşüncelerinden söz etmektir. Propaganda çeşitleriyle de, durumlara uymadaki esnekliğiyle de, etkileriyle de sınırsızdır.” (Domenoach, 2003: s. 51).

1933 yılında yapılan erken seçim ile aşırı sağcılar tarafından adeta ilahileştirilen Hitler, yürüttüğü ve yürüteceği politikaları tartışmaya açmaksızın doğruluğunu herkese kabul ettirecek bir yol izlemiştir. Gazeteleri de tekeline alarak baskı içinde tutan Hitler’ in yaptırımları oldukça acımasızdır. Propagandayı en iyi şekilde kullanan Hitler, Hollandalı bir komünist tarafından Berlin’ deki parlamento binasının

kundaklanmasını fırsat bilerek bizzat hazırladığı bir metin ve manşet ile Völkischer Beobachter Gazetesi' nin, ardından Der Angriff Gazetesi' nin “Yabancı bir komünist Reichstag' ı, Alman ve Rus komünistlerin hesabına yakmıştır. Daha ne bekliyoruz” başlığı ile çıkmasını sağlar. Medyadan topluma iletilen bu mesaj dalga dalga yayılır ve toplumda solcu kesime karşı büyük bir karşıtlık baş göstermektedir. Sol gazetelerin hepsi kapatılır ve aynı görüşte gazete yayınları da yasaklanır, sol görüşlü memurlar tutuklanır. Kurulan korku ve baskı imparatorluğu sebebi ile sol kanattan kimse adım atmaya cesaret edemezken, Nazi hükümeti yeniden erken seçime giderek oyların yüzde 43,9 ile iktidarını pekiştirir. Hitler' in yürüttüğü yoğun propagandaları tartışacak, muhalefet edebilecek, topluma sorgulatabilecek tüm parti, kurum ve bireyler bir şekilde ilk olarak engellendi ardından yasadışı faaliyetler gösterdikleri gerekçesi ile işlerinden men edildi. Sosyal Demokrat Parti' nin de kapatılmasının ardından yasama yetkilerinin Hitler' de toplanması için destek veren Merkez Partisi de kapatılır ve Almanya' nın tek partisi Nazi Partisi olmuştur. Propaganda Bakanı Joseph Goebbels tek partili yönetim ile birlikte ülke genelinde faaliyet gösteren tüm basın kuruluşlarının en tepedeki isimleri ile bir araya gelir. Goebbels, “*Gazeteler hükümetin dilediği gibi çalacağı bir piyano gibi olmalıdır*” şeklindeki sözleri ile adeta Alman basına hem gözdağı hem biat emrini vermiş olur. Bu emrin ardından Propaganda Bakanlığı tarafından ardı ardına çıkan kararnameler basında en geniş biçimde yer bulmaya başlar. Bir önceki hükümet döneminde sol çizgide yayın yapan tüm gazeteciler tutuklanır. Almanya Basın Konseyi kapatılır ve Propaganda Bakanlığı tarafından yeni bir konsey kurulur. Dönemin kitle iletişim araçları günümüze göre yetersiz kaldığından, Propaganda Bakanlığı' ndan çıkacak olan kararları, haberlere ve olaylara dair yayınlanmasını istedikleri yorumları, bilgileri acil olarak basın kurumlarına iletmek üzere sadece ‘Aryan’ ırkından gelen ve Yahudiler ile evli olmayan kişiler seçilir. Basının bu denli biat eder konuma düşüren ve istediği yönlendirmek için tüm yetkiyi alan Almanya hükümeti yine de basından memnun değildi. Propaganda Bakanı Goebbels, “*Alman basını ya anarşisttir, her şeyi tahrip eder veya bir fino köpeği gibi emirleri yerine getirir*” sözleri ile kendilerine biat etsin ya da etmesin basından her halükarda rahatsız olduğunu anlatmıştır. Nazi iktidarına rağmen ufak da olsa baskıya direnen ve eleştirilerde

bulunan tek gazete *Franfurter Zeitung*’ da Goebbels’ in yaptığı açıklama üzerine çıkan “*Artık Alman basını halkın görüşlerini yansıtabilecek durumda değildir*” ve “*Basında kriz*” başlıklı haberlerin karşılığı ise 3 ay kapatma cezası ve genel yayın yönetmeninin toplama kampına gönderilmesi olmuştur. Propaganda Bakanlığı bünyesinde diğer devlet kademelerinin de kendi propaganda birimleri yer almakta ve bu yöneticiler kendi içlerinde zıtlıklar yaşamaktaydı. Nazi iktidarı ile artan infazlar, toplu ölümler, işkenceler vb. insanlık dışı tutumlar halk içerisinde tedirginliğe yol açmıştır. Yahudi katliamları durmaksızın devam etmekteydi. Cumhurbaşkanı’nın ölümü ile başbakanlık ve cumhurbaşkanlığı makamlarını Hitler’ in yönetiminde birleştirmek isteyen Nazi iktidarı halkı götürdüğü referandumdan yüzde 89’ luk ezici bir zafer elde etmiştir. Bu başarının altında yürütülen propagandaların etkinliği söz konusudur. Bu iki makam Hitler’ in çatısında birleştirilmesi ile tüm basın kuruluşlarına 15 maddelik bir yazı gönderilmiş ve maddelerde yer alan konularla ilgili yayın yapmak yasaklanmıştır. Hitler’ in her alandaki baskıcı tutumu Almanya ile sınırlı kalmadı ve yürüttüğü propagandalarla hem halkın hem de diğer batı devletlerinin desteğini de alarak barış içerisinde bir düzen sağlamak vaadi ile Çekoslovakya topraklarına girdi. 2. Dünya Savaşı’ nın da başlangıcı olan bu olay katliama dönüştü. Halkının desteğini kaybetmek istemeyen Hitler için Propaganda Bakanlığı tarafından dev halk mitingleri düzenlenmekte “Tek devlet, tek bayrak” , sloganı her yerde yankılanmaktaydı. Yürütülen propagandanın etkinliği ülke sınırlarını aşmış ve Çekoslovakya’ da da zafer getirmiştir. Burada yapılan seçimlerde Nazi Partisi oyların yüzde 98,9’ unu almıştır. Almanya’ nın bu kez Polonya sınırlarına girmesi ile resmi olarak 2. Dünya Savaşı resmen başlamış oldu. Propaganda ile savaş kazanılmasının tarihteki en büyük örneği Hitler’ in ve Nazi iktidarının kısa bir süre içerisinde yaptıkları oluşturmaktadır. Polonya’ ya yapılan saldırı için acil bir mantıklı yaklaşımla kitleleri arkalarına alması gereken Almanya Propaganda Bakanlığı çözümsüz kalmıştı. Ancak ülkesi adına savaş galibiyetlerine sevinen Almanya halkının büründüğü doyumsuzluk yeni bir propaganda üretilmesine yer bırakmamıştı. 2. Dünya Savaşı’ na birçok ülkenin dahil olması ile asıl hedef Hitler iktidarını bitirmek, Nazi zulmüne son vermek haline gelmişti. Alman topraklarına giren birçok devlet büyük bir direnişle karşılaştılar. Süren hava bombardımanlarının



ardından 98 bin Alman hayatını kaybetti. Almanya halkı büyük şiddet ile etkisinde olduğu propagandaya artık ihtiyaç bile duymuyordu. İngiliz hava saldırılarının yoğunlaşması ile büyük güç kaybeden Hitler ve Nazi iktidarı cephe savaşlarına ağırlık vermekten, propaganda sürecini pasifleştirdi. Propaganda Bakanı Goebbels, savaş süresince gizli yayın yaptıkları bir radyo kanalındaki dinleyicilerini de büyük ölçüde yitirmiş, Hitleri bile halka seslenmeye ikna edememişti. Propaganda Bakanı Goebbels savaş sırasında bulunduğu sığınakta ailesi ile birlikte intihar etti (Öymen, 2014: s. 184-200).

Cephede kullanılan bir savaş silahının etkisi, içerisindeki mermi sayısına ve kullanan kişinin isabet ettirme yetisi ölçülebilmektedir. Bir füze hedef aldığı belli bir alanda kayıplar yaşatabilmektedir. Propaganda ise yapıldığı, üretildiği sınırları dahi aşarak çok daha geniş bir alanda binlerce, milyonlarca kişiyi silahlandırmakta, elde tutulan bir silahın kapasitesinin çok üzerinde fazlaca can alabilmektedir. Propagandanın yayılması için en etkili araç basındır. Basının kullandığı kitle iletişim araçları istenilen mesajı topluma iletilebilmektedir. Yürütülen propagandanın bir dayanağı olması gerekmektedir ki toplumda sorgulamalara yol açmamalıdır. Nazi Almanya'sında yürütülen propaganda ilahi bir figür haline gelen Hitler' in asla ve asla yanlış bir karar vermeyeceği, onun emri ile yapılması istenilen her şeyin Almanya'nın yararına olacağı dair hazırlanan içerikle yapılmıştır.

### **1.3.1.2. Siyasal İktidar ve Medya**

Tüm iktidar sahipleri, görev süreleri boyunca sürdürdükleri çalışmaları, medyanın olumlu bir şekilde topluma iletmesini ister. Özellikle internet kullanımının hayatımıza girmesi ve kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşması ile medya bilgi akışı konusunda siyasal iktidarlara daha fazla yakın temasta hareket etmeye başlamıştır. Siyasal iktidar sahipleri medyanın gücünün ve kitle iletişim araçlarının bilginin yayılmasında üstlendiği hızın toplum üzerindeki etkisinin farkındalığı ile, her iki alanda da tek söz sahibi kişiler olmak istemektedir. Dünyanın her yerinde tüm iktidar sahipleri bu sebeple medya üzerinde gerek yasal çerçevede gerek masa altı anlaşmalar, gerek finansal kölelik yordamıyla bir üstünlük kurma çabasıdadır (Aziz, 2014: s. 109).

1970' li yıllarda ABD' de yapılan iletişim çalışmalarında ülkeler arasında kurulan bağımlılık ve sömürü ilişkisi incelenmiştir. Bu bağımlılık ve sömürü kültürünün medya çatısı altında ilerlediği sonucuna varılmıştır. Ekonomi ve iletişimin önemli temsilcileri bağımlılık kuramları çatısı altında kültürel bağımlılıktan söz etmektedir. Bağımlılık kuramının ana fikrini, az gelişmiş ya da üretimde aktif olmayan 3. Dünya Ülkelerinin çevresinde yer alan ve sanayi devriminde nasibini alarak süper güç haline gelen ülkelerin etkileşimidir. Bu etkileşimde süper güçler yarattıkları istihdam alanları, iş gücünün sürdürülebilirliği gibi ile az gelişmiş ülkelere bireyleri çekerek üretimde artış sağlarken, az gelişmiş ülkeler ise çalışabilecek durumda olan bireylerinin diğer ülkelerde istihdam edilmesinden dolayı az olan üretim miktarını ve kalkınma seviyesini daha da düşürmektedir. Süper güç dediğimiz gelişmiş ülkelerin sömürü sistemi ise medya aracılığı ile başlamaktadır. Hayat standartları düşük, kaynakları kısıtlı olan ülkelere göçler yaşanmakta ya da taklitçilik baş göstermektedir. Teknolojinin tüm imkanlarının sahipleri olan gelişmiş ülkeler kendilerini taklit eden az gelişmiş ülkeleri bu kez, kendileri gibi olma vaadi ile ekonomik ve politik olarak bağımlı hale getirmektedir. Siyasal iktidar sahibi olan gelişmiş ülkeler, tek yönlü olarak az gelişmiş ülkelere yayın yapmakta, kendi yaşantılarına az gelişmiş ülkeleri özendirmek için medyayı kullanmaktadır. Süper güç haline gelen bir devlet ile alakalı bir haber coğrafi yakınlık bakılmaksızın tüm haber kaynaklarında anında verilirken, az gelişmiş ülkelere yaşanan olaylar süper güç haline gelen ülkelerin basın organlarında sıkça yer almamaktadır (Yaylagül, 2010: s. 155-160).

Demokratik bir yönetim şeklinin ve sürecinin işlediği ülkelerde medya, devletin halk adına denetleyici mekanizma olarak atfedilen 4. kuvvet olarak adlandırılmaktadır. Medyanın bu görevi gerçekleştirmesi için kuvvetler ayrılığında olduğu gibi bağımsız bir yapıya sahip olmalı ve tüm işlevlerinde kamu yararının üstünlüğünü savunmalıdır. Ancak her ne kadar bir ülkede en demokratik süreçler işliyor olsun, medya bağımsızlığından dünyanın hiç bir yerinde tam anlamıyla bahsedilememektedir. Özellikle siyasal iktidar ile medya arasında etkileşim genellikle tek yönlü olmakta yani, siyasal iktidarın iletmek istediği mesaj medya aracılığıyla halka iletilmektedir. Kamu yararının üstünlüğünü savunması gereken medyanın aslında elinde

bulundurduğu tüm işlevleri ile, toplumun talep ve isteklerini siyasal iktidara iletmeli ve konunun takipçisi olmalıdır. Siyasal iktidar ve medya arasındaki her ne kadar kanunlarla ile şekillendirilmiş olursa olsun, demokratik anlayışı sadece sözlü olarak dile getirerek uygulamaya geçiremeyen ülkelerde medya bağımsızlığından ve medyanın kamu yararına çalıştığından söz edilemez. Medyanın ekonomi politik bağlamda bağımlı hale gelmesinin kaynağı siyasal iktidarların medyanın gücüne hakim olma isteğinden ileri gelmektedir (Özkan, 2007: s. 54-55).

### **1.3.2. Türkiye’ de Medyanın Ekonomi Politikği**

Toplumsal isteklere göre veya kamu yararına göre şekillenmesi gereken basın tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’ de bunun tam tersi olarak siyasi ve ekonomik unsurlara göre şekil alır. Bu şekil alma biçimi, ekonomik anlamda bağlı olduğu siyasi unsurların lehine haber içeriği üretmektir.

İktidar sahipleri şahsi çıkarları doğrultusunda belirlediği kendi isteklerini çoğu zaman siyasi ideolojilere uyarlayarak topluma kabul ettirme girişimlerini basın üzerinden yürütmektedir. Otoritelerden ekonomi politik bağlamda etkilenen basının haber içeriği üretmek ve iletmek gibi temel işlevleri her ne kadar değişmese de; siyasi otoriterlerin istekleri karşılığında ticari kaygıları sebebi ile ekonomik olarak kendini bağımlı hale getirmektedir (Baytar, 2015: s. 159).

Medyanın bağımsız olmasının en belirleyici ölçüsü finansal kaynaklardır. Türkiye’ de her iktidar değişimi ile finansal kaynaklar da el değiştirmektedir. Özellikle basın kuruluşları gazete satışlarından elde ettikleri gelir ile ticari olarak kendilerini kalkındıramayacak durumda olduğu gözlenmektedir. Gazetelerin her biri ticari işletmedir ve belli giderleri vardır. Bu giderleri karşılayabilmek için de reklam alımı, gizli finansör arayışları içerisine girmektedirler. Bu finans destekçileri kimi zaman her ne kadar gizli kalmaya çalışsa da gazetelerde yer alan haberlerin içeriğine bakıldığında tahmin edilebilir kimseler oldukları söylenebilir. Basında çıkan övgü dolu haberler bu finansörlere işaret etmektedir (Nebiler, 1995: s. 156).

1990' lı yıllardan itibaren holdingleşmeler gözlenmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan yeni kitle iletişim araçları, yaygın basında yer alan kuruluşları bu kitle iletişim araçlarını kullanarak yeni medya organlarını kurmaya ve tüm medya organlarını tek çatı altında toplayarak holdingleşmeye yöneltmiştir (Baytar, 2015: s. 172).

Yaşanan değişim ve gelişmeler ile medyanın gücü daha da fazla büyümüştür. Kitle iletişim araçlarının insan hayatındaki yeri ve önemi arttıkça medyanın her an yere ulaşımı kolaylaşmıştır. Bu gelişmeleri göz önünde bulunduran medya finansörleri de sektöre bu kez imtiyaz sahibi olarak giriş yapmaya başlamıştır. Medyada bu kez profesyonel işletmecilik anlayışı ile hareket eden bir serbest piyasanın oluştuğu, çeşitli yatırımların yapıldığı bir dönem başlamıştır ( Özgen, 2000: s. 64).

Her ülkede olduğu gibi Türkiye' de de devletin medya ve basın kuruluşlarına koyduğu vergilendirme sistemi mevcuttur. Bunun yanında da medya ve basın kuruluşlarına resmi ilan desteği, teşvik kredisi de sağlanmaktadır. Teşvik amacı ile yapılan bu düzenlemeler her ne kadar basının ekonomik durumunu rahatlamak için yapılsa da bu kardan yararlanmak isteyen ve gazetecilikle ilgisi olmayan kişilerinde sektöre girme durumunda artış vardır (Baytar, 2015: s. 163).

2000' li yıllardan itibaren başlayan siyasi kutuplaşma basın sektörüne de yansımıştır. AK Parti iktidarının başlangıcı ile medya ve basın kuruluşlarının satın alınması, el değiştirmesi, daha önce basın sektöründe olmayan iş adamlarının sektöre girmesinde artış olduğu gözlenmiştir (Adaklı, 2007: s. 77).

2000' li yıllarda Bilgin Grubu medya dünyasından tamamen silinirken, Doğan Grubu da ilk olarak bünyesindeki çeşitli medya kuruluşlarını satarak küçülmeye gitmiş sonrasında Türk Basını' nın köklü gazetesi Hürriyet başta olmak üzere bünyesindeki tüm basın ve medya kuruluşlarını Demirören Grubu' na satmıştır. Bu dönemde medya sermayesinin el değiştirmesi ile sektöre giren holdinglerin vergi borçları silinmiş, satın alma işlemlerini rahat bir şekilde gerçekleştirmeleri içinde teşvik kredileri sağlandığı bilinmektedir. Medya gruplarının medya dışındaki sermaye

piyasasında yürüttüğü ilişkilerin başlangıcı ile basının özgür olup olmadığı da günümüzde hala devam eden tartışmalara yol açmıştır (Adaklı, 2007: s. 78-80).

GAZETE ADI	İMTİYAZ SAHİBİ
KORKUSUZ	TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ METİN SARIKINACI
AKŞAM	TMEDYA YATIRIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
ANALİZ	YEDİTEPE GAZETECİLİK A.Ş. adına AVNİ ÖZGÜREL
ANAYURT	BELDE BASIN YAYIN HABERLEŞME AJANSI RADYO TV GAZ. SAN. TİC. adına PEYMAN ALAN
AYDINLIK	ANADOLUM GAZETECİLİK BASIM YAYIN SAN. ve TİC. A.Ş.
CUMHURİYET	YENİGÜN HABER AJANSI BASIN VE YAYINCILIK A.Ş.
DİRİLİŞ POSTASI	AKYILDIZ GAZETECİLİK MATBAACILIK SAN. TİC. LTD. ŞTİ adına MEHMET AKSOMAN
DOĞRU HABER	DOĞRU BASIN YAYIN LTD. ŞTİ. adına AHMET ÖZDEMİR
DÜNYA	DÜNYA SÜPER VEB OFSET A.Ş. adına DİDEM DEMİRKENT
GÜNEŞ	TMEDYA YATIRIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
EVRENSEL	BÜLTEN BASIN YAYIN REKLAMCILIK TİC. LTD. ŞTİ.
BİRGÜN	BİRGÜN YAYINCILIK VE İLETİŞİM TİCARET A.Ş.
HÜRRİYET	DEMİRÖREN HOLDİNG HÜRRİYET GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş.
KARAR	KARAR YAYINCILIK ADINA MEHMET AYDIN
MİLAT	MEKA GAZETECİLİK BASIM YAYIN SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ. Adına ALİ ADAKOĞLU
MİLLİ GAZETE	YENİ NEŞRİYAT A.Ş. (Milli Gazete) adına ÖMER YÜKSEL ÖZEK
MİLLİYET	MİLLİYET GAZETECİLİK VE YAYINCILIK A.Ş.
POSTA	DEMİRÖREN GAZETECİLİK A.Ş.
SABAH	TURKUVAZ HABERLEŞME VE YAYINCILIK A.Ş.
SÖZCÜ	ESTETİK YAYINCILIK A.Ş.
STAR	STAR MEDYA A.Ş.
ŞOK	ABC MEDYA AJANSI A.Ş. adına MUSTAFA KÜÇÜK
TÜRKGÜN	GÜNTÜLÜ GAZETECİLİK BASIN YAYIN A.Ş./ YKB ERCAN VAROL
TÜRKİYE	İHLAS GAZETECİLİK A.Ş./ YKB A. MÜCAHİD ÖREN
YENİÇAĞ	YENİÇAĞ GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş.
AKİT	RAMAZAN FATİH UĞURLU
TAKVİM	TURKUVAZ HABERLEŞME VE YAYINCILIK A.Ş.
YENİ ASIR	TURKUVAZ HABERLEŞME VE YAYINCILIK A.Ş.
YENİ ASYA	MEHMET KUTLULAR
YENİ BİRLİK	AVNİ ÖZGÜREL
YENİ MESAJ	BİLAL KARAMUS
YENİ ŞAFAK	AHMET ALBAYRAK

**Tablo 2.** Türkiye’ deki Yaygın Basın ve İmtiyaz Sahipleri 2019

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. TÜRKİYE’DE YEREL BASIN VE YEREL YÖNETİMLER ETKİLEŞİMİ

Türkiye’de faaliyet gösteren ulusal basın aslında ilk başta yerel basın olarak doğmuş ve teknolojik ilerlemeleri kullanarak, ekonomik atılımları da iyi kullanarak ülke genelinde yayına gitmiştir. Günümüzde, merkez yönetim birimi İstanbul ya da Ankara’ da olup ülke genelinde yayın yapan basın kuruluşlarına ulusal basın denilirken, belli bir bölgede yayın yapan basın kuruluşlarına yerel basın denilmektedir (Gürel, 2007: s. 171).

Dünyanın birçok yerinde yerel yönetim tanımı ve işlevleri farklılık göstermektedir. Türkiye’ de ise yerel yönetimlerin en basit kavrayış bakımından tanımı; bölgesel olarak sınırları çizilmiş fiziki bir alanda devleti temsilen kamu hizmetlerini gerçekleştiren, sorumlu oldukları bölgedeki halkın talep ve ihtiyaçlarına göre işlevlerini şekillendiren, karar mercileri olağanüstü bir durum dışında 5 yılda bir yapılan sadece bölge halkının oy kullanabildiği seçimle belirlenen devletin yerel bölgelerdeki tüzel temsilcileridir (Çukurçayır, 2015: s. 94).

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak Türkiye’de yerel basının işlevi ve yerel yönetimlerle olan etkileşimi incelenmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan Kocaeli yerel basının tarihi, mevcut durumu, çalışma sistemi ile araştırmanın örneklemini oluşturan basın bültenlerinin sahibi Kocaeli Büyükşehir Belediyesi’ nin (KBB) etkileşiminin haber üretim süreçlerine etkisi incelenmiştir.

#### 2.1.TÜRK BASIN TARİHİNDE YEREL GAZETECİLİK

Türk Basın Tarihi’nin temelleri Türkiye Cumhuriyeti kuruluşu öncesine Osmanlı Devleti’ne dayanmaktadır. Osmanlı Devleti himayesindeki vilayetlerde farklı etnik kökenlerden bireyler yaşamakta ve bölgesel olarak konuşulan dil farklılık göstermekteydi. 1800’lü yıllarda artan toplumdaki ayrıştırıcılığı arttıran bir takım olaylarla birlikte Osmanlı Devleti vilayet gazeteleri çıkarmak isteyen şahıslara destek olmuştur (Girgin, 2001: s. 24-32).

Osmanlı Devleti zamanında vilayet gazeteleri diye adlandırılan yerel gazetelerin özellikle 1800'lü yıllarda yaşanan iç kargaşaların önüne geçmek amacı ile etkili bir araç olmuştur. Osmanlı Devleti sınırları içerisindeki yerlerin coğrafi uzaklıklarını ve farklı etnik kökenden toplulukların yaşadığını düşünürsek dönemin koşullarında yaşanan iç karışıklıkların bastırılmasını, devletin resmi bir ağızdan yaptığı açıklamayı uzak bölgelere ulaştırmasını, yaptırımların, kararların ulaştırılmasını sağlamıştır. Dönemin koşulları altında vilayetlerde diğer ülkelerin gazetelerinin de yayımladığı haberlerde farklı etnik grupları kışkırtmak amacı ile yayınlandığı da görülmüştür. Türk Yerel Basını bu noktada Osmanlı Devleti'nin desteği ile vilayetlerde yoğunlukta yaşayan etnik kökendeki vatandaşların anadiline göre yayımlar yaparak devlete ve padişaha destek sağlamaya çalışmıştır. Türk Basın tarihinde yerel gazeteciliğin temelleri aslında 4. kuvvet olan ve halkın devlet kademesindeki denetleyici temsilcisi olarak değil, devlete destek olmak amacı ile atılmıştır (Girgin, 2001: s. 83-85).

Anadolu gazeteleri ve taşra gazetelerinin yaygınlaşmasının gelişen teknoloji ile birlikte yerel basın ortaya çıkmıştır. Günümüzde İstanbul ve Ankara haricindeki diğer tüm illerde basını yapılarak dağıtıma çıkan tüm gazetelere yerel gazete denmektedir. Bu gazetelerin internet üzerinden yaptıkları yayınlara ise herkes ulaşabilmektedir. Yerel basın sadece gazetelerden değil, televizyon, radyo ve internet aracılığı ile haber ileten tüm basın organlarını kapsamaktadır. Yerel basının haber seçimindeki önceliği yayın yaptıkları bölgelerdeki yaşanan olayları bölge halkına iletmektir. Yerel yönetimler de kamuoyu için yaptıkları çalışmaları, uygulamaları, düzenlemeleri ve duyurularını topluma iletmek amacı ile yerel basına başvurmakta, etkinlik ve uygulamalarını yayımlatmaktadır. Halk da bulunduğu bölgede yapılmasını istemediği bir çalışmayı yerel yönetimlere duyurmak, hizmet ve talep beklentisini iletmek amacı ile yerel basına başvurmaktadır. Yerel basın bölge halkı ile yerel yönetimler arasında köprü görevi görmektedir (Girgin, 2001: s. 161-164).

### **2.1.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1800-1923)**

Ülke genelinde yayın yapmayan ancak bulunduğu il haricinde çevre illerde de yayın yapan gazeteler bölgesel gazete diye adlandırılmaktaydı. Türk Basın tarihindeki ilk bölgesel gazete Osmanlı Sadrazamı Ahmet Refik Mithat Paşa'nın Tuna Valisi olarak görev yaptığı dönem Türkçe ve Bulgarca olmak üzere iki dilde 1864 yılında

yayınlanan İstanbul-çevre iller-Sırbistan' da yayınlanan Tuna-Dunav isimli gazetedir. İkinci bölgesel gazete ise Erzurum ve çevre illerinde 1867 yılında yayınlanmaya başlayan Envar-ı Şarkıyye adı ile çıkartılmıştır. Her iki gazete de devlet kontrolünde ve tüm gider bütçesi vilayet yönetimleri tarafından karşılanarak yayın hayatını sürdürmüştür. Osmanlı İmparatorluğu döneminde şu anki Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde yayınlanan bölgesel gazetelerin sayısının 1867 yılında 24 adet olduğu ifade edilmektedir (Topuz, 2003: s. 381-382).

20 Kasım 1828 yılında Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa yerel çalışmalarını, resmi duyuruları ve devlet uygulamalarını duyurmak amacıyla Vakayi-i Mısıriye'yi Kahire'de yayımlatmıştır. Günümüzde devlet ilanlarının yer aldığı ve yasal uygulamaların duyurulduğu Resmi Gazete ise tarih sahnesine 1831 yılında ilk kez 2. Mahmut'un isim önderliği ve kuruculuğunda Takvim-i Vakayi adı ile çıkmıştır. Osmanlı Devleti sınırları içerisinde yayın yapan bu gazete 1860 yılına kadar toplumsal haber akışını sağlarken daha sonra sadece devletle ilgili belge ve tüzüklere yer vermiştir, devletin resmi gazetesi halini almıştır. Osmanlılık ve Osmanlı Devleti Padişahına destek veren mesajlar içeren El Cevaib gazetesi ise 1860 yılında Ahmet Faris Şidyak'ın devlet desteği ile yayın hayatını 20 yıl boyunca Arapça olarak sürdürmüştür. Aynı tarihte Suriye'deki olayları bastırmak için Osmanlı Devleti tarafından görevlendirilen Fuat Paşa Beyrut'ta yayınlanan Hadikat-al Ahbar adlı gazeteyi yerel yönetimin sözcüsü olarak ilan etmiştir. Söz konusu gazete Türkçe-Arapça olarak yayınlanan ilk vilayet gazetesi olarak tarihe geçmiştir. 1860 yılında ise devlet desteği olmadan çıkartılan ilk Türk Gazetesi Tercüman-ı Ahval olmuştur. 1864'te yapılan düzenleme ile sadece valiliklerin kırtasiye ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kurulan basım evlerinin resmi yayınların yanı sıra özel kişilerinde yayınlarının basımını yapmasına izin verilmiş böylece vilayet gazetelerinin kuruluşu ve yayınlanması devlet eli ile desteklenmiştir. Aynı süre içerisinde farklı dillerde diğer ülkelerin girişimleri ile Osmanlı sınırları içerisinde yayın yapan gazetelerde bulunmaktadır. Vilayet gazeteleri öncelikli olarak padişah ve devletle alakalı övgü dolu haberlere yer vermekteydi (Girgin, 2001: s. 1-86).

#### **2.1.1.1. Basında Sansür**



Abdülhamit'in tahta geçmesi ile 1877 yılında ilk basın yasası tasarısı hazırlanmış, 1878 yılında ise tüm gazete ve dergilere sansür uygulaması başlamıştır. Uygulamaya göre tüm gazeteler, yayına girecek yazılarını Sansür Kurulu'na gönderiyor ve sansür memurları tarafından denetlemelerde yazılar istenilen şekilde tekrardan şekillendirilerek gazetelere geri gönderiliyordu. Yazıların, Sansür Kurulu'nun onayladığı şekli ile yayımlanmasına izin veriliyordu. Osmanlı'daki ilk haber ajanslarının kuruluşu 1. Dünya Savaşı'nın hemen öncesi, sırası ve hemen sonrasına tekabül etmektedir. Osmanlı'daki iç karışıklıkların arttığı dönemlerde diğer ülkelerin topluma istedikleri enformasyonu iletmeleri amacı ile yayın yapan ajanslar şu şekildedir; Osmanlı Telgraf Ajansı (1911-1914), Osmanlı Milli Telgraf Ajansı (1914-1918), Türkiye-Havas-Reuter Ajansı (1920-1922) (Topuz, 2003: s. 81-94).

Osmanlı Devleti tarafından görevlendirilen sansür memurlarının gazetelerin içeriklerini değiştirmek için birçok yetkisi vardı. Devletin kurduğu baskı politikası nedeni ile sansür memurları gazetelere giderek yanlarında herhangi bir değişiklik yapma hakkına dair devlet yetkisine dayanan gösterebilecekleri belge olmamasına rağmen içeriklere müdahale etmekteydi. O dönemde 3 farklı türde uygulanan sansür tipi vardır. Bunlardan ilki Türkçe ve azınlık dilleri ile uygulanan sansürdür. Gazetelerin yazı işleri müdürleri gazeteler baskıya çıkmadan bir gün önce tüm haber içeriklerini Sansür Kurulu'na yolluyor, sansür kurulunda gerekli görülen değişiklikler yapılarak içerikler yeniden gazetelere yollanmakta ve bu şekilde baskıya çıkmasına izin verilmekteydi. İkinci sansür uygulaması yabancı dillerde basılan veya diğer ülkelerde basılarak Osmanlı Devleti sınırları içerisinde satılan gazetelere yönelikti. Bu gazetelerden sorumlu olan Dışişleri Bakanlığı'na bağlı Matbuat-ı Hariciye Müdürlüğü ve ortak çalışma yürüttükleri Milli Eğitim Bakanlığı görevlileri, diğer ülkelerden satılmak üzere gelen yabancı dildeki gazeteleri gümrükte denetlemekte, uygunsuz görmeleri halinde devlet sınırları içerisinde sokmama hakkını elinde bulundurmaktaydı. Üçüncü sansür uygulaması yabancı ya da yerli basım kitaplara yönelik gerçekleşmekteydi. Döneme ait tarihi araştırmalarda saray başkatibi Serkatibi Hazreti Şehriyari Tahsin tarafından Matbuat Müdürlüğü'ne gönderilen 9 maddelik yazılı emirde açıkça basında çıkan haberlerin tamamen devletin çıkarları doğrultusunda olması gerektiği ifade edilmekteydi. 9 madde şu şekilde sıralanmaktaydı:

- Her şeyden önce Padişah'ın değerli sağlığına, ürünlerin durumuna, ticaretin ve sanayinin gelişmesini bildiren haberlere öncelik verilmesi;
- Milli Eğitim Bakanlığı'nın ahlak açısından onaylamadığı hiçbir romanın veya yazı dizisinin yayınlanmaması;
- Bir sayfada yayınlanamayacak kadar uzun ebedi ve bilimsel yazılara yer verilmemesi, "Devamı var", "Devamı yarına" gibi cümlelerin kullanılmaması;
- Yazıda boşluklar bırakılmaması, çünkü bunlar bir takım kötü sanılara ve kafaları karıştırmaya yol açabilir;
- Kişilere sataşılmaması; (bir vali veya mutasarrıfın hırsızlık yaptığı, para yediği, adam öldürdüğü veya ayıplanacak bir iş yaptığı söylenecek olursa saklanması gerekir.)
- Kişilerin ve vilayet ahalisinin bazı yolsuzlukları bildirmek için Hükümdar'a verdikleri dilekçelerin yayınlanması kesinlikle yasaktır;
- Tarihte ve coğrafyada özelliği olan bazı adların kullanılmaması, örnek: Ermenistan;
- Yabancı hükümdarlara karşı her biçimde ne olursa olsun girişilen suikastları ve yabancı ülkelerdeki kışkırtıcı gösterileri yazmak yasaktır. Çünkü yasalara saygısı olan barışsever halkımızın bunları duyması iyi olmaz;
- Bazı kötü niyetli kişilerin yersiz yorum ve gözlemlerine yol açabileceği için bu yönergenin gazetede yayınlanması yasaktır (Topuz, 2003: sf. 54-56).

### **2.1.2. Milli Mücadele Dönemi (1919-1923)**

İç ve dış kuvvetlerin kuşatması ile zor günler geçiren Anadolu halkı, Milli Mücadele ateşini yakanlara canları pahasına destek verdi. İletişimin, haberleşmenin hem devlet hem de dış kuvvetler himayesinde gerçekleştirildiği bu zor dönemde herkesin vereceği en ufak destek bile hayati değer taşımaktaydı. Devletin, düşman işgalcilerine gereken tavrı ortaya koymaması ve destekler duruma düşmesi halkın büyük bir çoğunluğunu Milli Mücadele'ye devlete rağmen destek vermeye itti. Ancak devlet ve işgalci kuvvetlerin elinde olan haberleşme birimlerinin en büyük silahı basındı. Basında, Milli Mücadele'ye bölgelerinde önderlik eden çoğu kişi

devlet emri ile hain ilan edilmiş, yürütülen mücadeleyi karalayıcı, hakikati saptıran haberlere yer verildiğinden halkın bir kesimi ayaklanmış, Milli Mücadele’ ye destek değil hainlik gözü ile bakmaktaydı.

Öymen, Milli Mücadele döneminde basının önemini şu şekilde aktarmıştır: “*Mütareke basınının yüz kızartıcı yayınları onlara da ulaşıyor ve halkın bu yola fikren zehirlenmesinden büyük üzüntü duyuyorlardı. Bir şeyi daha anlamışlardı: Böylesine büyük bir Milli Mücadele’ ye atılırken mutlaka onların görüşlerini ve hedeflerini halka anlatacak bir basın olmalıydı*” (Öymen, 2014: s. 85).

29 Ekim 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti’nin resmi olarak kurulması ile yerel gazetecilikte de yeni bir dönem başlamıştır. Ulusal bağımsızlık için Kurtuluş mücadelesinin sürdürüldüğü sancılı dönemlerde çıkartılan ve işgalci kuvvetlerin baskısı altında yayın hayatını sürdüren yerel gazetelerin yayınları büyük bir öneme sahiptir. Kurtuluş Savaşı yıllarında Milli Mücadele’yi desteklemeyen yerel gazetelere de rastlanmaktaydı. Türk milletinin bağımsızlığını kazanacağı mücadeleye Akşam, Vakit, Yeni Gün ve İleri gazeteleri destek verirken; İstiklal, İkdam, Tevhid-i Efkâr, Tasvir-i Efkâr ve Tercüman-ı Hakikat şiddetle karşı çıkan yayınlar yapmaktaydı. Manda ve himayeyi destekleyerek düşman kuvvetlerinin işgalini benimseyen Osmanlı Devleti, milli mücadeleyi destekleyen yayınları da sansür ve baskı altında tutmaya çalıştı. Bunlardan ilk nasibini alan 16 Kasım 1918 tarihli yayınında, İstanbul Limanı’nın Fransız ve İngiliz gemileri ile dolmasının ardından çıkardığı arka arkaya devlete çağrı yazılarının ardından son olarak, “Bütün dünyadan umudu keserek yapayalnız kaldığımız şu anda kurtuluşumuzu kimden bekliyoruz” satırlarına yer veren Akşam Gazetesi olmuştur. 2 Aralık 1918 tarihli Akşam Gazetesi Başyazarı Necmettin Sadak’ın yazısı silinerek ve diğer sayfaların yarısı da beyaz olarak yayınlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk’ün tarih sahnesine milli mücadelenin önderi olarak çıkmasıyla, Akşam Gazetesi başta olmak mücadeleye destek veren diğer gazeteler Mustafa Kemal’in mesajlarına da sayfalarında yer vermiştir (Topuz, 2003: s. 98-102).

İşgalci kuvvetlerin vatan toprağında rahatça dolaşabildiği bir dönemde görevini yapmaya çalışan basın unsurları baskılara direnişlerini sürdürürken, Milli Mücadele'nin önderleri tarafından bir gazete çıkartılması kararı alındı. Kurtuluş Savaşı'nın temel taşı sayılan, manda ve himayenin ret edilerek ulusal bağımsızlığın destekleneceği kararının alındığı Sivas Kongresi sırasında İrade-i Milliye gazetesi çıkartıldı ve gazete el altından halka ulaştırılarak kongrede alınan tüm kararlar duyurulmaya çalışıldı. 10 Ocak 1920 tarihinde ise Mustafa Kemal Atatürk ve milli mücadelenin diğer önderleri tarafından ve Ankara Hükümeti'nin ilk yayın organı olma özelliği taşıyan Hakimiyet-i Milliye gazetesi çıkartıldı. Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin (TBMM) kurulması sonrası Ankara Hükümeti'nin çıkardığı 7 Haziran 1920 tarihinde çıkardığı bir yasa ile İstanbul Hükümeti tarafından işgal kuvvetlerine destek veren yönde yürütülen tüm faaliyetleri yok saymıştır. Ülke toprakları içerisinde halkın menfaatine dair alınacak tüm kararların onaylayıcısının Ankara Hükümeti'nin olacağı, tüm kararların halkın iradesine dayandırılacağı gibi içerikleri kapsayan bu yasa ile basının üzerindeki işgal kuvvetlerinin ve İstanbul Hükümeti'nin yaptırım gücü de yok sayılmıştır. Cephede ayrı hükümet kanallarında ayrı süren Milli Mücadele için çıkan Cumhuriyet yönetimi şekli her kesimde farklı tepkiler uyandırdı. Basında bu tepkilere genişçe yer vermiş, köşe yazarları fikirlerini sansür olmadan yayımlayabilmiş, tüm karşıt görüşler dahil olmak üzere her türlü eleştiri gazetelerde yer bulmuştur. Milli Mücadele'ye destek veren dönemin önde gelen bazı gazetecileri padişahlıktan Cumhuriyet'e geçişi erken bulsa da, uzun yıllar baskı altında yürüttükleri görevlerini ilk kez özgürce yapabildiklerini, yayınladıkları eleştiriler için herhangi bir yaptırım uygulanmadığında bu nedenle de Cumhuriyet'in ilanının gerekliliğini kavramışlardır. Cephede hala süren Milli Mücadele için tüm dünyaya ve kurulacak Türkiye Cumhuriyeti ile ilgili bilgi vermek amacı ile Ankara Hükümeti tarafından 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı (AA) kurulmuştur (Öymen, 2014: s. 85-88).

Anadolu Ajansı'nın kuruluş amacı iki madde ile açıklanmıştır. Bunlardan ilki ulusal birliği engellemek amacı ile yapılan iç ve dış kaynaklı kışkırtmalara karşı önlem almak, ikincisi ise Kurtuluş Savaşı ile ilgili karar ve bilgileri halka duyurmaktır. Anadolu Ajansı'ndan geçilen ilk haber bülteni içeriğinde cephelerdeki durum, meclis toplantılarının özeti, Milli Mücadele ilgili önemli bilgiler yer almış, Ankara'dan resmi

tebliğ olarak 12 Nisan 1920 tarihinde yayınlanmıştır. Dağıtılması ulusun kaderi ve halkın bilgilendirilmesi için büyük önem taşıyan Anadolu Ajansı'nın geçtiği bültenler kara yoluyla ulaştırıldığı İzmit'ten deniz yolu ile İstanbul'a getirilmiş ve buradan kente gizlice dağıtıma çıkartılmıştır. TBMM'nin 23 Nisan 1920 tarihinde açılmasının ardından Ankara Hükümeti'nin basın ile ilgili aldığı ilk kararlardan biri Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürlüğü Teşkilat Kanunu'nun çıkartılması olmuştur. 1931 yılında lağvedilen bu müdürlük 22 Mayıs 1933 yılında İçişleri Bakanlığı'na bağlı olarak yeniden hayata geçmiştir (Girgin, 2001: s.107-109).

Milli Mücadele yıllarında süren İstanbul Hükümeti ile Ankara Hükümeti'nin arasındaki büyük çekişme halkı da derinden etkilenmiş. İşgal kuvvetlerinin TBMM'nin açılmış olmasına rağmen hala ülke içerisinde olması ve savaşın da bitmemesi gibi birçok unsurun da etkisiyle halk arasında birçok asılsız haber ve bilgi dolaşmakta ve hızla yayılmaktaydı. 6 Mayıs 1920 tarihinde Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatı ile Ankara'dan İcra Vekilleri Heyeti kararı çıkartılmış, bu karara göre İstanbul Hükümeti'nin kaynağı ile Ankara'ya gelecek ve ülke genelinde dağıtılması resmi evrak ve süreli yayınların geri gönderilmesi talimatı verilmiş, uygulanabilmesi için ise 26 il ve ilçede gerekli denetimlerin yapılması için Ankara'dan yetkililer görevlendirilmiştir. Ankara Hükümeti'nin bu sansür kararı 25 Ekim 1925'te yine kendileri tarafından kaldırılmıştır (Girgin, 2001: s. 112-113).

Kurtuluş Savaşı'nın başlangıcı kabul edilen Mayıs 1919 ve Cumhuriyet'in kurucusu milli mücadelenin önderi Mustafa Kemal Atatürk'ün ölüm tarihi 1938 Kasım tarihleri arasında Türkiye Cumhuriyeti'nin mevcut sınırları içerisinde 582 gazete yayınlanmıştır. İstanbul'da 176, Ankara'da 25, Eskişehir'de 13, Kastamonu'da 12, Samsun'da 16, İzmir'de 54, Gaziantep'te 11, Trabzon'da 28, Bursa'da 24, Adana'da 27 gazete yayınlanırken, 10 ilde hiç gazete yayını yapılmazken diğer 11 ilde sadece birer gazetenin yayınlandığı görülmüştür (Aydeniz, 2007: s.15).

29 Ekim 1923 tarihinde meclis kararı ile yeni yönetim şeklinin Cumhuriyet olarak ilan edilmesi coşku ile karşılanırsa da bu sisteme karşı çıkanlarda her kesimden olduğu gibi basın içerisinde de vardı. Yeni getirilen yönetim şekli 1924 anayasası ile şekillendirilmeye çalışılmış ancak meclis hükümeti sistemi ile parlamenter sistemin

birleşiminden oluşmuştur. Teşkilatı Esasiye Kanunu adı verilen bu anayasada basınla ilgili olarak sansüre karşı koruyucu nitelik taşıyan “Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşir edilmeden evvel teftiş ve muayeneye tabi değildir” ibaresi yer almaktadır (Girgin, 2001: s. 118-121).

### **2.1.2.1. İlk Basın Davası**

29 Ekim 1923 yılında Cumhuriyet ilan edilmiş ve resmi olarak Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Devletin yönetim şeklinin Cumhuriyet olarak belirlenmesinin ardından Osmanlı Devleti’ndeki yönetim biçimi halifelik ve saltanatın sona erdirilmesi için yasal düzenlemeler başlamıştır. Halifeliğin kaldırılmasına dönemin şartlarında toplumda hem olumlu hem olumsuz tepkiler oluşmuştur.

Milli Mücadele’ yi desteklemeyen, saltanat ve halifelik yanlısı dönemin ulusal ve Anadolu Basını’ nda da Ankara Hükümeti’ ni eleştiren, vatan hainliği ile suçlayan birçok haber ve demeç yer almaktaydı. Ankara Hükümeti, 3 Kasım 1923 tarihinde Matbuat Kanunu’ nda yaptığı değişiklik ile Cumhurbaşkanı hakkında basında yayınlanacak tüm negatif haber içeriklerinin, köşe yazılarının, karikatürleri vb. yazılar ile görsellere yasak getirerek, bu içeriklerin yayınlanması halinde sorumluların 2 aydan 3 yıla kadar cezalandırılmasına karar vermiştir (Lüleci, 2016: s. 64).

Bu bağlamda halifeliğin kaldırılmasını istemeyen dönemin İstanbul Baro Başkanı Lütfü Fikri Bey 10 Kasım 1923 tarihli Tanin Gazetesi’nde, Tanin Gazetesi Başyazarı Hüseyin Cahit Yalçın ise 11 Kasım 1923 tarihinde aynı gazetede konuyla ilgili açık mektup yayımlatmıştır. Yine halifeliği destekleyen Hintli Müslüman önderleri Ağa Han ve Emir Ali’nin konuyla ilgili mektupları Tanin, İkdam ve Tevhid-i Efkâr gazetelerinde yer almıştır. Yapılan yayınlar sebebi ile 1920 yılında Kurtuluş Savaşı’na karşı eylemde bulunanların yargılanması için kurulan İstiklal Mahkemeleri’nde ‘vatana ihanet’ suçlaması ile gazetecilere yönelik ilk basın davası açılmıştır. Görülen davada sanık gazeteci Hüseyin Cahit Yalçın mahkemedeki savunmasında gazetecinin düşündüğünü söylemesinin vatan borcu olduğunu belirtmiştir. Mahkeme kararı ile tüm gazeteciler beraat etmiştir. Hüseyin Cahit

Yalçın'ın yaptığı savunma ve mahkemenin verdiği karar, basın özgürlüğünün ve gazeteciliğin suç olmadığına Cumhuriyet çatısı altındaki çerçevesini belirlemiştir (Girgin, 2001: s. 114-116).

### **2.1.3. Cumhuriyet' in İlanı ve Tek Partili Dönem (1923-1946)**

Milli Mücadele'ye destek veren birçok Anadolu basını bulunurken İstanbul Hükümeti'ne coğrafi yakınlığın etkisi ile ekonomi politik yönden bağımlı olan İstanbul Basını'nın sayısı da göz ardı edilemez bir gerçektir. İstanbul Hükümeti ve düşman kuvvetlerinin talimatı ile İstanbul Basını'nda yayınlanan haberler halk içerisinde de tartışmalara sebep olmaktadır. Yeni yönetim şekli Cumhuriyet'in oturtulmaya çalışıldığı bu dönemlerde, halifeliğin kaldırılarak laikliğin gelmesi de bölünmelere yol açtı.

Cumhuriyet'in ilk basın davasının görülmesinin ardından Ankara Hükümeti ve İstanbul Basını'nın arasındaki buzları eritmek amacı ile Mustafa Kemal Atatürk İzmir'de bir basın toplantısı düzenlendi. Mustafa Kemal Atatürk'ün verdiği mesaj açıktı. Milli Mücadele'nin hala bitmediğine, fikir ayrılıklarına rağmen birlik ve dayanışma içerisinde olunması gerektiğine, bu konuda da basının dış güçlerin ya da devletin keyfi isteklerine göre değil; Milli Mücadele'yi cephede kendi imkanları ile sürdüren milletin hak ettiği kendi kendini yönetme şekli olan Cumhuriyet'in çıkarları doğrultusunda, halkın talep ve isteklerini duyurmak, halka da doğru bilgileri iletme amacı ile görev yapmaları gerektiğini ifade ediyordu. 1925 yılına gelindiğinde Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Elazığ, Bingöl, Diyarbakır ve bazı çevre illerinde merkez yönetime karşı ve hilafet taraftarlığı amacı ile Nakşibendi tarikatının önde gelen ismi Şeyh Sait'in öncülüğünde başlayan ve öncüsü ile aynı isimi ayaklanma, büyük bir bölgeye yayıldı. İstanbul ve Ankara'daki Cumhuriyet karşıtlarını da etkileyerek saflarına katan bu ayaklanmada basında da geniş yer buldu. Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası çatısı altında halife ve inkılap karşıtlarının birleşmeye devam etmesi, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin oturtmaya çalıştığı düzeni etkiliyor, halk arasındaki bölünmelerin boyutunu da büyütüyordu. Bugünkü adıyla Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) olarak bildiğimiz dönemin iktidarı Halk Fırkası'nın ileri gelenleri meclise Takrir-i Sükûn Kanunu önerisini yani Huzuru ve Barışı Sağlama Yasası'nı

onaylanmak üzere getirdi. Uzun soluklu tartışmaların ardından 4 Mart 1925 tarihinde yasa kabul edildi. Kanunda yer alan, “İrticaya ve isyana ve memleketin sosyal düzenini, huzur ve barışını, güvenlik ve asayişini bozmaya yönelik her türlü teşkilatı, kışkırtmaları, teşvikleri, girişimleri ve yayınları, hükümet, Cumhurbaşkanı’nın onayı ile yasaklamaya yetkilidir. Hükümet, sanıkları İstiklal Mahkemeleri’ne verebilir” ibareleri açıkça Cumhuriyet rejimi karşıtı her türlü yayın, söylem ve hareketin cezalandırılacağını belirtmekteydi (Topuz, 2003: s. 146-147).

Takrir-i Sükûn Kanunu yaklaşık 2 yıl boyunca geçerli kılınmış, kanun kapsamında birçok gazete kapatılmış, gazeteciler yargılanmıştır. Takrir-i Sükûn Kanunu’nun basın üzerinde yarattığı etki oldukça sertti. Cumhuriyet’e demokratik bir yönetim anlayışı üzere çok partili siyasal yaşama geçiş için yeni bir parti kurulması ile ilgili ikinci girişim başlatıldı. Her ne kadar Mustafa Kemal Atatürk’ün talimatı ile kurulmasına kararlaştırılan yeni parti, henüz hayata geçirmeden Ankara Hükümeti karşıtlarını bünyesinde topladı. 12 Ağustos 1930 tarihinde kurulan Serbest Cumhuriyet Fırkası’nın (SCF) etrafında birleşen Ankara Hükümeti karşıtı olan basın kuruluşları da en sert eleştirileri yayınlamayı sürdürdü. Bu eleştirilere Ankara Hükümeti herhangi bir yaptırım uygulamazken, iktidarı destekleyen basın ile muhalif basın arasında zaman zaman ahlaki sınırları da aşan büyük tartışmalar yaşandı. Basının arasında yaşanan ve durdurulamayan büyük kavgayı ve yine eleştirileri sansürlemek amacı ile 1909 Matbuat Kanunu değiştirilerek daha sert yaptırımların yer aldığı 1931 Matbuat Kanunu mecliste kabul edildi (Güz, 2008: s. 72-73).

25 Temmuz 1931 yılında bugünkü adıyla Basın Yayın Enformasyon Müdürlüğü olarak bilinen basın yayın organlarının kuruluş izinlerini ve uygulamalarını denetleyen, gerekli izinleri sağlayan Matbuat Umum Müdürlüğü kurularak yaptırımlarını yasallaştıran 1931 Matbuat Kanunu yürürlüğe girmiştir. 1931 Matbuat Kanunu saltanatı, hilafeti, komünizmi ve anarşizmi adeta yasaklayarak, basının bu yönde haber içerikleri yayınlanmamasına izin vermemiştir (Girgin, 2001: s. 122).

Ankara Hükümeti’ne karşıt olan kesimi istemsizce bünyesinde toplayan SCF 17 Kasım 1930 tarihinde kendisini lağvetti. 1931 Matbuat Kanunu kapsamında SCF’nin kuruluşu öncesi, aktif olduğu dönem ve kapatıldıktan sonra Ankara Hükümeti’ni



eleştiren yayınlar yapan birçok gazete kapatıldı, gazeteciler ise cezalandırıldı. 1931 Matbuat Kanunu'nda, "...Hükümlere muhalefet eden gazete ve dergiler en büyük mülkiye amirinin emriyle derhal kapatılır... Memleketin umumi siyasetine dokunacak neşriyattan dolayı İcra Vekilleri Heyeti kararı ile gazete veya mecmuanın neşrine devam edenler hakkında 18. Madde hükmü tatbik edilir. Bu suretle kapatılan bir gazetenin mesulleri tatil müddetince başka bir isim ile gazete çıkaramazlar" hükümleri yer almaktaydı (Lüleci, 2016: s. 70-72).

Cumhuriyet tarihinin ilk basın kongresi 25 Mayıs 1935 tarihinde Ankara'da 'Birinci Basın Kongresi' adı ile düzenlenmiştir. Amaçları; 'basın ile Basın Genel Direktörlüğü arasında iş birliği için ortak çalışma', 'Türk basınının kültür yayma görevini daha iyi gerçekleştirebilmesi için izlemesi gereken yöntemleri belirlemek', Gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin ilerleme ve yükselme yollarını araştırmak', 'Basın Birliği'ni kurmak' olarak sıralanmıştır (Girgin, 2001: s. 124).

27 Haziran 1938 tarihinde Basın Birliği kurulmuştur. 14 Temmuz 1938 tarihinde ise 'Türk Basın mensuplarının maddi, manevi, ferdi, müşterek şeref ve vakarını korumak' amacı doğrultusunda ve denetimleri daha kolay getirebilmek amacı ile Basın Birliği'ne üye olma zorunluluğunu getiren Basın Birliği Kanunu çıkartılmıştır. Aynı yıl içerisinde 1931 Matbuat Kanunu'nda da yenilenmeye gidilmiş ve siyasi içerikli yayınlara para depo etme şartı getirilerek, ruhsatlanma uygulamasına başlanmıştır (Lüleci, 2016: s. 73).

10 Kasım 1938 tarihinde Cumhuriyet'in kurucusu ve Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ün vefatının ardından İsmet İnönü Cumhurbaşkanı olarak göreve başlamıştır. İsmet İnönü döneminde Türkiye Cumhuriyeti, 2. Dünya Savaşı'nda her ne kadar yer almasa da etkilerini hissetmiştir. Savaşa dahil olmama politikası ile hareket eden iktidar, ülkenin yeniden kışkırtmalar sonucu savaşa sokulmaması için basını kontrol altında tutmak adını bir dizi kısıtlayıcı uygulamaya başvurmuştur.

22 Kasım 1940 tarihinde bazı illerde 1947 yılının Kasım ayına kadar sürecek olan sıkıyönetim ilan edilmiş ve sıkıyönetim komutanları, basılı şeylerin yayımını engelleme, matbaaları kapatma ve basına sansür koyma uygulamaları hakkında

yetkilendirilmiştir. Hükümetin sınırsız yetkisi ile bu dönem içerisinde birçok gazetenin yayın hayatına son verilmiştir (Girgin, 2001: s. 127).

Sıkıyönetim döneminin sürdüğü 2. Dünya Savaşı sırasında 22 Mayıs 1940 tarihinde çıkan Teşkilat Kanunu'na göre Matbuat Umum Müdürlüğü yayın içeriklerinin daha sıkı denetlenmesi amacı ile Başbakanlık birimine bağlanmıştır. 16 Temmuz 1943 tarihinde ise Matbuat Umum Müdürlüğü'nün adı Basın-Yayın Umum Müdürlüğü olarak değiştirilmiştir. Basın-Yayın Umum Müdürlüğü, günümüzdeki Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü adını 18 Haziran 1984 tarihinde almıştır. Çok partili döneme geçilen 1946 yılında 1931 Matbuat Kanunu'nun 'Gazete ve dergilerin, Bakanlar Kurulu kararıyla kapatılabilmelerine' hükmü kaldırılmıştır (Girgin, 2001: s. 128).

#### **2.1.3.1. İlk Basın Davaları ve Kapatılan Gazeteler**

İstanbul Basını çıkan kanun ile eleştirilerini daha da büyümüşür. Şeyh Sait isyanının git gide büyümesi üzerine çıkan kanundan ilk nasibini alanlar İstanbul Basını'ndan Son Telgraf, Aydınlık, Tevhid-i Efkar, Sebilürreşat, Orak Çekiç ve İstiklal Gazeteleri olmuştur. 6 Mart 1925 tarihinde bu 6 gazete için çıkan kapatılma kararının ertesi günü Adana'daki Toksöz Gazetesi de aynı gerekçeler ile kapatılmıştır. 9 Mart 1925'te ise yine Anadolu Basını'ndan İzmir'deki Sadayı Hak, Trabzon'dan Kahkaha ve İstikbal, İstanbul'dan Presse du Soir ve Adana'dan Savha kapatılır. Kapatılma kararları 1925 yılının 25 Nisan tarihinde Tanin Gazetesi , Resimli Ay Dergisi ve 12 Ağustos tarihinde Vatan Gazetesi ile devam eder. Terakkiperler Cumhuriyet Fırkası'nı içerisinde başlayan Cumhuriyet karşıtı yoğunlaşma hükümeti bu konuda denetim yapmaya iter. Bunun üzerine Tanin Gazetesi Başyazarı Hüseyin Cahit Yalçın, gazetenin yazı işleri müdürleri Baha Bey ve Kadri Bey "Terakkiperler Fırka basıldı" haberi sebebi ile İstiklal Mahkemeleri'nde yargılanan ilk gazeteciler olur. Hüseyin Cahit Yalçın Çorum'a sürgün edilirken, Kadri Bey ve Baha Bey ikişer yıl hapis cezasına mahkum edilir. İstiklal Mahkemeleri'ndeki ikinci basın davasının sanıkları Resimli Mecmua Dergisi'nin sahibi ve yazı işleri müdürü Zekeriya Sertel ve derginin yazarlarından Halikarnas Balıkcısı olarak tanınan Cevat Şakir olur. Dergide çıkan yazılarına istinaden memlekette isyan bulunduğu bir sırada askeri isyana teşvik

edici yazılar yazmak suçlaması yargılanan Zekeriya Sertel Sinop'a, Cevat Şakir ise Bodrum'a sürgün edilir. Kapatılma kararı alan gazetelerden olan Tevhid-i Efkâr'dan Velid Ebüzziya, Son Telgraf'tan Sadri Ertem, Fevzi Lütüfî Karaoğmanoğlu ve İlhamî Safa, Sebilürreşad'tan Eşref Edip ve Toksöz'den Abdulkadir Kemal, iki ay sonrasında ise Vatan Gazetesi'nden Ahmet Emin, Ahmet Şükrü, İsmail Muştak ve Suphi Nuri isyan bölgesinde kurulan İstiklal Mahkemesi'nde yargılanmak üzere Elazığ'a gönderilir. Uzun soluklu yargılanma sürecinin ardından tüm gazeteciler beraat eder (Topuz, 2003: s. 148-154).

Topuz, gazetecilerin İstiklal Mahkemeleri'nde yargılanma sürecini Şu Şekilde aktarmıştır: *“Devrimlerin gerçekleştirilmesi için Takrir-i Sükûn Kanunu'yla bir terör havası yaratılması, gazetelerin kapatılması, gazetecilerin isyancılarla birlikte İstiklal Mahkemeleri'nde yargılanması ve basının susturulması gerekli değildi. Halkı devrimlerden uzaklaştıran, yıllar sonra gericilik akımlarının yeniden başkaldırmasını hazırlayan, çok partili ortama girildikten sonra Halk Partisi'nin bir daha mecliste çoğunluğu kazanamamasına sebep olan etkenlerden biri Takrir-i Sükûn Kanunu'ydu. Bu yasayla basında uzun süren bir sessizlik dönemi başladı”* (Topuz, 2003: sf. 154).

1931 Matbuat Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile SCF döneminde iktidar karştı politikalara destek veren yayınlar yapan muhalif gazetelerden Yarın, Son Havadis, Muhit ve Türk Yurdu dergisi kapatıldı (Lüleci, 2016: s. 71).

#### **2.1.4. Çok Partili Dönem ve 27 Mayıs Darbesi ( 1946-1960)**

Çok partili sistem, demokrasilerin vazgeçilmez unsurlarından biridir. Her ne kadar siyasi yapıların basını yönlendirdiği bilinse de, yönetim Őekillerindeki geçiş ve siyasal gelişmelerin yönlendirilmesinde basın en önemli araçlardan biridir. Özellikle kitle iletişim araçlarının gelişimi ve kullanımlarının yaygınlaşması ile siyasi unsurlar basın çalışmalarını göz ardı edememekte, onların yönlendiriciliğe uygulamalarını Őekillendirmektedir (Öztürk, 1998: s. 76-77).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan 1946 yılına çok partili sisteme geçme denemeleri başarısızlık ile sonuçlanmıştır. 7 Ocak 1946 yılında Demokrat Parti'nin (DP) kuruluşu ile bu döngü kırılmıştır.

İktidar kontrolünde çalışmalarını yürüten ve sıkı yönetim sebebi ile baskı altında çalışan basın bağımsız bir şekilde gerçekleştirdiği ilk meslek örgütlenmesi 10 Haziran 1946 tarihinde Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin kurulmasıdır. İktidar tekeline faaliyetlerini sürdüren basın ekonomi politik bağlamda da Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) sıkı sıkıya bağımlı hale gelmiştir. Demokrat Parti'nin de katıldığı 21 Temmuz 1946'daki Cumhuriyet tarihinin ilk çok partili seçimlerinde iktidar değişmesine de basının tek yönlü haber üretimini kırmış, muhalif sesini yükseltmiştir (Büyükbaykal ve Büyükbaykal, 2015: s. 78).

14 Mayıs 1950 tarihindeki seçimlerde DP iktidar partisi olarak göreve gelmiştir. Seçim döneminde alınan karar ile muhalefet partilerinin propagandalarını yürütmek amacı ile radyo yayınlarını kullanmalarına izin verilmeye başlanmıştır. DP'nin basın ile ilgili attığı ilk adım gazetecileri iktidar tekeline çalışmak zorunda bırakan 1931 Matbuat Kanunu'nu değiştirmek olmuştur. DP iktidarında, 13 Haziran 1952 yılında 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlar ve Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkındaki Yasa günümüzdeki adı ile Basın İş Kanunu çıkartılmıştır. Ancak bu yasanın basın haklarını koruyuculuğu noktasındaki etkisi DP'nin iktidarda kaldığı 10 yıl içerisinde artan baskıcı tutumları sebebi ile hissedilememiştir (Törenli, 2005: 77-80).

Çıraklıktan yetişen ya da babadan oğula geçen basın kuruluşlarına DP'nin tarih sahnesine çıkması ile dış sermaye olarak adlandırılan farklı ticaret kollarından gelen imtiyaz sahiplerinin yeni kurdukları ya da satın aldıkları gazeteler eklenmiştir. Bu bağlamda basın önemli bir yatırım aracına dönüşmüştür. Ticari ve siyasi ilişkiler basına etki ederek, gazeteciler bu kez sermaye çıkarıcılarının rant kavgasının ortasına düşmüştür. Gazetecilik kamu yararı için haber üretme tartışmalarından çıkarak sermayenin isteğine göre hareket eden bir konuma getirilmiştir. Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana tüm zorluklara, en zor dönemlerde bile kalemlerini kullanmaktan çekinmeyen bazı gazeteciler eleştirilerin dozunu arttırmıştır. Dünya

Gazetesi yazarı Bedii Faik ‘Tarih Dersi’ adlı bir köşe yazısında şu ifadelere yer vermiştir: “ Yıl 1914 Birinci Dünya Savaşı, Yıl 1918 Mondros, Yıl 1939 İkinci Dünya Savaşı, Yıl 1950 Menderes.” (Özcan, 2015: s. 102-103).

DP’den yükselen laiklik ve cumhuriyet karşıtı seslere basından gelen tepkiler oldukça sert olmuştur. DP Samsun Milletvekili Hasan Fehmi Ustaoglu’nun da bu yönde verdiği beyanatların ardından tüm basın ağır eleştirilerde bulunmuştur. Basının iktidar üzerinde ne denli etkili olabileceği Milletvekili Hasan Fehmi Ustaoglu’nun partiden ihraç edilmesi ile birlikte görülmüştür. Ancak Hasan Fehmi Ustaoglu daha sonra kendisini eleştiri bombardımanına tutan tüm yazarları mahkemeye vermiştir. Bu gazetecilerin bir kısmı hapis cezasına çarptırılmış, bir kısmı tazminat cezası ödemiştir (Emre, 2002: s. 29-30).

DP iktidarının meclise getirdiği ve 9 Mart 1954 tarihinde kabul edilen Neşir Yoluyla veya Radyo Yolu ile işlenecek Cürümler Hakkında Kanun Tasarısı hem ulusal hem yerel gazeteleri ayaklandırmıştır. Namus, şeref veya haysiyete tecavüz edilmesi ve hakarete bulunulması veya itibar kıracak veya şöhret veya servete zarar verebilecek bir hususun kişilere dayandırılarak suçlanmasının önüne geçmeyi hedefleyen bu kanuna göre, söz konusu unsurlardan biri ile ilgili basında bir yazı çıktığı zaman savcıların anında soruşturma açabilecektir. CHP’nin mallarına DP’nin el koyduğu, CHP’nin en büyük destekçisi olan Ulus Gazetesi’nin kapatıldığı bir dönemde kabul edilen bu kanuna hem halk hem muhalefet kanadından tepki yağmıştır. Ulus Gazetesi’nin kapatılmasının ardından CHP’li isimlerin kurduğu Halkçı Gazetesi’nin Hüseyin Cahit Yalçın’ın bu kanuna istinaden tutuklanması basın ve iktidar arasındaki iplerin kopmasına sebep olmuştur (Topuz, 2003: s. 196-198).

Topuz, Neşir Yoluyla veya Radyo Yolu ile işlenecek Cürümler Hakkında Kanun Tasarısı’nın kabul edilme sebebini şu şekilde açıklamıştır: “*Bu maddenin kanuna girmesinin sebebi şuydu: Önemli bir gazetede ya da ufak bir taşra gazetesinde DP’nin ileri gelenlerinden birinin itibarını kıracak bir yazı çıkar, itibarı kırılan kişide bunu görmemiş olabilir. İşte bunu önlemek için savcılara doğrudan kovuşturma yapma yetkisi verilmiştir. Bunun üzerine Türkiye Cumhuriyeti Savcıları seferber olmuştur.*

*Binlerce kovuşturma yapılmıştır gazetelere karşı. Gazetelerin başına büyük dertler açılmıştır” (Topuz, 2003: s. 197).*

1955 yılında yaşanan 6-7 Eylül olaylarında, Kıbrıs Sorunu dolayısı ile Yunan Hükümeti ile yaşanan sorunlar neticesinde DP'nin halk nezdinde haklılığını gösterme ve kışkırtma çabalarının sonuçları ağır olmuştur. Atatürk'ün Selanik'teki evinin Yunanlılar tarafından yağmalandığı söylentisi üzerine İçişleri Bakanlığı'nın konuyla ilgili halka yaptığı çeşitli gösteriler gerçekleştirme çağrıları, İstanbul'un bazı ilçelerinde Rumlara ait dükkanların, evlerin yağmalanması, işlenen cinayetler ile sonuçlanmıştır. Ertesi gün sıkı yönetim ilan eden DP iktidarı çıkan olay sebebi ile basını suçlamıştır. Bazı gazeteler süresiz bazı gazeteler ise süreli olarak kapatılırken, çıkan olaylarla ilgili yayın yasağı getirilmiştir. DP iktidarının 1956 yılında çıkardığı yasa ile hükümet aleyhine yazılan yazıları ve gizli toplantılarda görüşülen kararların basında yer almasını yasaklamıştır. Bir yasa değişikliği de gazetecilerin hiçbir koşulda tutuklanmaması gerektiği hükmünün kaldırılması olmuştur. Hemen hemen her gün farklı bir gazeteye Cumhuriyet savcılığı tarafından farklı bir dava açılıyordu. Bir bölgede bulunan ceset haberi, yaşadığı çevrede Arap harfleri ile ders veren öğretmenin haberi, afyon kaçakçılığında yakalanan emniyet amirinin haberi gibi birçok yayın sebebi ile yerel ve ulusal gazeteler her gün davalarla boğuşmaktaydı. Gazetecilerin büyük bir çoğunluğu yargılandıkları davalar sebebi ile arka arkaya hapis cezası alıyor, gazeteleri ise süreli ya da süresiz olarak kapatılıyordu. Gazeteciler, gazetelerinde her gün yayınlanan tekzipler de kullandıkları mizahı üslupla bir nebze de olsun iktidara meydan okuyordu. 27 Mayıs 1960 darbesinden önce DP iktidarı son olarak 27 Nisan 1960 tarihinde özel bir kanunla kurduğu Tahkikat Komisyonu ile yayın yasaklarına uymayan tüm gazete ve dergilerin kapatılmasına hükmetmiştir (Topuz, 2003: s. 201-208).

27 Mayıs 1960 Darbesi'nin hemen ertesinde gazeteler darbenin haklılığı yönünde haberler yapmakta, Güney Kore yaşanan sokak hareketlerini manşetlere taşıyarak haklılıklarını ispat çabasına girişmişlerdir. Bu olaylar, DP iktidarının basın üzerindeki yoğun baskıcı tutumunun sonucu olarak yorumlanmıştır. Birçok ulusal gazetenin idari işlerinin başına darbe komutanları geçmiştir. Yassıda'da görülen

davalardan biri DP iktidarı yanlısı haberler yapan gazetecilerinde yargılandığı örtülü ödenek davasıdır (Özcan, 2015: s. 107-110).

### **2.1.5. 1960 Darbesi Sonrası Basın**

27 Mayıs 1960 Darbesi sonrası ilk olarak basından büyük tepki çeken ve gazetecilerin haber yapmalarını büyük ölçüde kısıtlayan Neşir Yoluyla veya Radyo Yolu ile işlenecek Cürümler Hakkında Kanun yürürlükten kaldırılmıştır. 29 Kasım 1960 tarihinde ise Basın Kanunu'nda gazetecilerin lehine değişikliğe gidilmiştir. 1961 yılında yapılan yeni Anayasa'da basın özgürlüğünü ve haklarını koruyan hükümler yer almıştır (Girgin, 2001: s. 131-132).

10 Ocak 1961 tarihinde 195 sayılı Basın İlan Kurumu'nun Teşkiline İlişkin Kanun kabul edilmiştir. Anadolu Basını'nın gelişmesine katkıda bulunulmasını amaçlayan bu kanunda Basın İlan Kurumu'nun görevi; resmi ilanların gazetelerde ve sürekli yayınlarda basılmasına aracı olmak, gazete ve sürekli yayınlara basın dernekleri ve sendikalarına en çok 5 yıllık kredi açmak, gazetecilere ve basın işçilerine en çok iki yıllık borç vermek, basının makine, kağıt ve mürekkep gibi ihtiyaçlarını sağlamak, çalışamaz durumda olan basın mensuplarına ve ölenlerin ailelerine yardım etmek, sosyal girişimlerde bulunmak olarak açıklanmıştır. Kurumun genel kurulunda 36 kişi yer almaktaydı (Topuz, 2003: s. 230).

Basın özgürlüğünün, basın haklarının ve bu haklara dokunulmazlığın en net bir şekilde sıralandığı Cumhuriyet tarihindeki ilk Anayasa, 1961 Anayasası'dır. Anayasa'da yer alan; "Basın hürdür sansür edilemez", "Yayın yasağı konamaz", "Gazete ve dergiler toplatılamaz", "Gazete ve dergiler kapatılamaz", "Gazete ve dergi çıkartmak için önceden izin alınmaz, mali teminat gerekmez", "Haber, düşünce ve kanıların yayınlanması engellemez", "Basımevlerine ve basın araçlarına el konulamaz", "Düzeltilme ve cevap hakkı kötüye kullanılamaz" maddelerine istinaden ek olarak devletin basın kurumlarına işlevselliklerinin sürdürülebilirliği için destek de bulunacağına hükmetmektedir (Topuz, 2003: s. 232-235).

1961 Anayasası'nın ardından birden çok siyasi partinin tarih sahnesine çıkması politik çekişmeleri beraberinde getirmiş, 1960-1970 yılları arasında siyasi ideoloji farklılıkları yüzünden yaşanan kavgalar sokağa da yansımıştır. Sağ-sol kavgalarının arttığı kavgaların birçoğunun ölümle sonuçlanması 1971 Muhtırası'nın ayak sesi olmuştur. Hükümetin istifası sonrası 1961 Anayasası'nda değişikliğe gidilmiştir. Yaşanan kavgalar ülkenin her yerinde olduğu gibi basına da sıçramış, birçok basın kuruluşu kapatılmıştır. Milliyet Gazetesi Genel Yayın Müdürü Abdi İpekçi'nin hala aydınlatılmayan faili meçhul bir cinayete kurban gitmesi de basının içinde bulunduğu acı tabloyu anlatmaktadır (Gürson, 2015: s. 63-65).

1977 seçimlerine katılan partiler tarafından hükümet kurulması için çoğunluk sağlanamaması ardından 12 Eylül 1980 Darbesi gerçekleşmiştir. 1980 yılına kadar ardi arkası kesilmeyen faili meçhul cinayetler, gazetecilerin tutuklanmaları, gazetelerin kapatılması, sağ ve sol kavgalarının sürmesi gölgesinde yürütülen basın çalışmalarında özgürlükler yine kısıtlanmıştır. Darbe sonrasında Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın bazı şubeleri kapatılmış, sendika üyeleri tutuklanmıştır. Darbe sonrası hazırlanan 1982 Anayasası'nda yer alan 'şartlı' basın özgürlükleri de bu durumu en net bir biçimde ortaya koymaktadır. 25 Ekim 1983'te ilan edilen Olağanüstü Hal ile yine her türlü yayın unsuruna kapatma, yayınlanma gibi cezalar ve yaptırımlar getirilmiştir. Özellikle basına yönelik uygulanan para cezaları, tüm dünyayı etkileyen ekonomik buhranında etkisi ile gazetelerin gelirlerini de derinden sarsmıştır (Topuz, 2003: 248-262).

1983-1993 yılları arasında ANAP ile tarih sahnesine çıkan Turgut Özal'ın iktidar döneminde birçok aydın gazeteci faili meçhul cinayete kurban gitti. Ulusal ve yerel basına sayısız tazminat ve ceza davası açıldı. Uluslararası Basın Enstitüsü'nden bu ağır bilanço sebebi ile Türkiye'ye uyarı yapıldı. Bu dönemde basın davalarının sayısının 2 binin üzerinde olduğu, 3 bin gazeteci, yazar ve sanatçının sanık olarak yargılandığı, çıkan cezalar sebebi ile kapatma cezası alan basın kuruluşları sorumlularına toplamda 5 bin yıldan fazla hapis cezası verildiği bilinmektedir (Topuz, 2003: s. 272-274).



1990'lı yıllarda süren kaos havası Uğur Mumcu, Ahmet Taner Kışlalı, Metin Göktepe ve birçok gazetecinin hala aydınlatılmayan faili meçhul cinayetlere kurban gitmesi ile Hürriyet ve Sabah Gazetelerinin bombalanması ile devam etmiştir. Siyasi iktidar ya da sermaye odaklı kişilerin tehdit, şantaj, baskı ve yatırım amacı ile basın baskı altında tutması oldukça sancılı bir sürecin yaşanmasına sebep olmuştur.

### **2.1.6. 2000'li Yıllardan İtibaren Günümüzde Basın**

2000'li yıllarda ülkedeki tıkanıklığın giderilmesi için yerele yöneliş olması gerektiği düşüncesi ile atılan adımlar yerel basının etkisini yeniden arttırmaya başlamıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) hükümetinin tarih sahnesine çıktığı ilk seçimlerle iktidara gelerek izlediği basın politikası toplumun isteklerine daha yakın bir yaklaşımdır. Ancak 2007 yılındaki seçimlerle yeniden hükümeti kurma görevi alan Ak Parti iktidarında yaşananlar basın olumsuz yönde etkilemiştir. Basını iktidara göre dizayn etme girişimleri, muhalif gazetelerin kapatılması, gazetecilerin tutuklanması, ulusal ve yerel basın tekelleşme girişimleri, bu girişimlerin iktidara yakın yatırımcılar tarafından yürütülmesi DP döneminde yaşananların tekrarına dönüşmüştür. Demokrasilerde devleti, halk adına denetleyen unsur olarak 4. kuvvet adıyla bilinen basın, siyasi iktidarların kontrolünden çıkamamıştır.

Teknolojik gelişmeler ile bilgi yayılımının hızlanması, ilk bilginin hangi kaynaktan verildiğinin önemi gibi birçok unsur medya rekabetini arttırmıştır. Bilginin toplumu yönlendiren en büyük silah olduğunu ve bunun en büyük aracının medya olduğunu gören siyasi iktidarlar, tüm dünyada olduğu gibi medyayı kamu yararına değil, kendi isteklerine göre dizayn yarışına girmiştir. Medya kolunda başlayan satın alma işlemleri, yeni medya kimliklerinin oluşturulması ve özelleştirmeler tekelleşmeyi doğurmuştur (Adaklı, 2006: s. 75).

Şimşek ve Uğur'a göre medya sektöründe yatay, dikey ve çapraz olarak adlandırılan 3 çeşit tekelleşme vardır. Yatay tekelleşmede, aynı alanda faaliyet gösteren birçok gazeteyi çatısı altında barındıran medya gruplarının birleştiği görülmektedir. Dikey tekelleşmede, gazetelerin başka medya grupları tarafından satın alınarak çoğu zaman kendi formatından çıkararak, satın alındığı grubun formatına

büründüğü görülmektedir. Çapraz tekelleşmede, oldukça etkili olan basın kuruluşlarının farklı alanlara yatırım yaparak büyüdüğü görülmektedir (Şimşek ve Uğur, 2008: s. 171-172).

Dikey ve çapraz tekelleşmenin Türkiye’de yaygınlaşması ile medya sahipleri önemli güç kazanmıştır. Bu gücü kullanmak isteyen birçok yatırımcı da medya sektörüne adım atmıştır. 2000’li yıllara kadar Türkiye’deki medya kuruluşlarının birçoğunun bünyesinde bir bankanın da bulunması bu duruma en açık örneklerden biridir. 2001 yılında tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye’yi de etkisi altına ekonomik kriz ile tarafından medya kuruluşları bünyesindeki bankalarında dahil olduğu birçok bankaya yaptırımlar uygulanmıştır. Birçoğuna Türkiye Mevduat Sigorta Fonu tarafından el konulmuştur. AK Parti döneminde ise büyük medya gruplarının sahipliği el değiştirmiştir. Siyasi güç ile gelir seviyesini arttıran birçok iş adamı medya sektörüne adım atmıştır. AK Parti döneminde medya üzerinde kurulan bu yeni oluşum, iktidarın doğrudan medya üzerindeki sahipliğini arttırmıştır. İktidara yakın kişi ya da kuruluşların medya alanında başlattığı tekelleşme ile birçok sivil toplum kuruluşu, sendika, her türlü topluluk ve birleşim alternatif medya oluşumlarına yönelmiştir (Adaklı, 2006: s. 75-77).

Yaygın basında faaliyet gösteren gazetelerin satışları, el değiştirmeleri, tek bir medya grubunda birleşmeleri, kapatılmaları ya da kayyum atanması gibi durumlar sonucu AK Parti döneminde iktidara yakın haber yayını yapan gazete sayısında artış gözlenmiştir. Basın İlan Kurumu (BİK) 2018 verilerine göre yaygın basın olarak toplamda 32 gazete bulunmaktadır.

## **2.2. YEREL BASININ İŞLEVİ**

Girgin, buldukları bölgelerde faaliyet gösteren yerel basının görevini en genel anlamda şu şekilde açıklamıştır: “Genelde, ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, onların içinde yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplum üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Yerel basının temel özelliği ise yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde

gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktır” (Girgin, 2001: s. 161).

Yerel basın çalışmalarını yürütürken öncelikle ulaştığı bölgenin tüm özelliklerini, bölge halkının kültür ve yaşam biçimini, isteklerini ve bölgenin ihtiyaçlarını bilmelidir, sorunların çözüm noktasında kamuoyu oluşturabilmelidir. Yerel basın kavramının içerisine hedef kitesinde yayın yaptığı yerel halk olan gazeteler ve dergiler girmektedir. Yerel basın, bu sebeple coğrafi odaklı olarak çalışır. Yayın yaptığı bölgedeki olaylara haber içeriklerinde daha fazla yer verir (Sim, 2007: s. 398).

Yerel basın ile yaygın basının en büyük ayrımı yayın yaptıkları bölgedir. Yerel basın çok daha dar bir çevrede yayın yapmaktadır. Yerel basının haberler içerikleri genellikle yayın yaptıkları bölgedeki olaylar oluşturur. Bu durum her ne kadar bölge halkının ulusal basından çok yerel basını tercih etmesi konusunda avantaj sağlasa da kısıtlı kaynaklar sebebi ile yerel basının basım ve yayın süreci, ulusal basın kadar avantajlı değildir ya da daha geniş imkanlarla gerçekleştirilememektedir.

Yerel gazeteler yayımlandıkları bölgelerin adeta sesi hali haline gelmiştir. Herhangi bir ulusal basın mecrasında ünlü bir isim dışında sıradan bir vatandaş ile ilgili haber yer verilmezken, yerel basın yayın yaptıkları bölgedeki halkın düğün, ölüm, özel gün, dile getirmek istedikleri sıkıntıları ve vb. her türlü yaşam kesitlerine yer verebilmektedir. Gazete ve dergilerde kendi haberlerinin yer aldığını bilen bireyler o gazete ve dergileri almak, ertesi gün kendileri ile ilgili başka haberler çıkacak mı düşüncesi ile ürün satın almasını devam ettirir. Bu durumda yerel basının bölgelerindeki satışını olumlu yönde etkilemektedir.

Girgin’e göre Türk gazeteciliğindeki 5 önemli gelişme; latin harflerinin kabulü, dizgi makinelerinin kullanımı, gazete içeriklerindeki değişiklik, ofsete geçiş ve bilgisayar teknolojisinin kullanımı olarak sıralanmaktadır (Girgin, 2001: s. 104-153).

Girgin 2001 yılında yaptığı çalışmasında dönemin koşullarını etken olarak, faaliyet gösteren yerel gazetelerin genel işleyişi hakkındaki özellikleri şu şekilde sıralamıştır:

*“Yerel gazetelerin çok büyük bir bölümünün sahiplerinin asıl işi matbaacılıktır.*

*-Yarı yarıya yakın bölümü, aile şirketi biçiminde yönetilmektedir.*

*-Önemli bir bölümü kapanmamak için adeta can çekişerek yayımlarını sürdürmektedir.*

*-Bir bölümünün teknolojileri ve teknik donanımları çok eskidir. Aralarında hala elle dizilerek, pedallı makineyle basılanlar bile bulunmaktadır.*

*-Bazılarının gerçek gazetecilik yapmak gibi kaygıları da yoktur.*

*-Bazı gazeteler ise yalnızca resmi ilan almak için kurulmuş görünümündedirler.*

*-Siyasi baskı kurmak ya da prestij sağlamak için gazete yayımlayan ya da satın alanlar da bulunmaktadır.*

*-Gazete sahipleri arasında yerel politikacılar ile iş adamlarının yanı sıra kırtasiyeci, fırıncı ve taksi şoförü de bulunmaktadır. Kendilerini gazeteci sayanlar arasında turşucu ve ciğerci gibi meslek mensupları da vardır.*

*-Genelde 100-1000 arasında tirajları olan gazetelerin bir bölümü postayla gönderilen abonelerin dışında ücretsiz dağıtılmaktadır. Başka bir dağıtım sistemi yoktur. Gazeteler genelde bayilerde görülmemektedir.*

*-Yerel radyo ve TV’lerin yaygınlaşmasıyla gazetelerin reklam gelirlerinde büyük düşüşler olmuştur.*

*-Resmi ilan gelirleri yetersiz kaldığından, gazetelerin büyük bölümü matbaalarda basılan kartvizit, davetiye, bülten, el ilanı, matbu evrak ve dergi gibi piyasa işlerinden sağlanan karın bir bölümüyle finanse edilmektedir.*

*-Matbaası olmayan gazetelerin ise durumları çok daha zordur.*

*-Gazetelerin büyük bölümünün yayın politikaları, yayın dili yoktur ama Türkçe imla ve dizgi hatalarına sıkça rastlanmaktadır.*

*-Gazetelerin büyük bölümünde genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü gibi beyin takımının adları künyede yer almakta ancak kendileri uygulamada görülmemektedir.*

*-Eğitilmiş muhabir, hatta bazılarında muhabir olmadığı için haber ağı, dolayısıyla haber de sınırlı kalmaktadır.*

*-Bazı gazeteler gönüllü ve alaylı birkaç kişinin özverileriyle yayımlanmaktadır.*

*-Yerel gazetelerin büyük bölümü içerik açısından yetersiz, yörenin toplumsal, kültürel, ekonomik, sanatsal yapısını ve sorunlarını sergilemekten uzaktır.*

*-Bu gazetelerin büyük bölümünün mizanpajı, teknik eleman azlığından ve yetersizliğinden (ya da yokluğundan) çok kötüdür. Birinci sayfayı bir iki şişirilmiş haberin yanında reklamlarla dolduranlar bile bulunmaktadır.*

*-Genelde 4 sayfa çıkan gazetelerin içeriği 'altın makas' diye adlandırılan ulusal basından aktarılan haberler, resmi dairelerden gönderilen bültenler, bir iki jandarma polis, adliye haberi, bulmaca, yıldız falı, güya okuyucu mektubu, bir iki fikranın yerleştirildiği mizah köşesi, lüzumlu telefonlar, TV programları, bir iki amatör heveslinin köşe yazıları, şiir köşesi, tüzük, kongre ve zayi ilanları, bazı yerel spor haberleriyle sınırlı kalmaktadır.*

*-Tipo basılan gazetelerde dizgi, monotip, linotip ve entertip denilen dizgi makineleriyle yapılmaktadır.*

*-Ofset basan gazetelerin dizgisi ise bilgisayarla gerçekleştirilmektedir.”*  
(Girgin, 2001: s. 181-182)

### **2.2.1. Gelir Kaynakları**

Yerel basının en önemli düzenli gelir kaynağı Basın İlan Kurumu (BİK) tarafından verilen resmi ilanlardır. Sermaye gücünün medyayı araç olarak görmesi ile gerek kamu kuruluşları gerek şahıslar da yerel gazetelere ilan, reklam vermektedir. Bu reklam, ilanları kullanan gazetelerin birçoğu reklam, ilan aldıkları yerlere ekonomik olarak bağımlı hale geldiklerinden toplum yararından çok, şahıs yararına haber içeriklerini oluşturmaktadır (Gezgin, 2007: s. 193).

Ekonomik bağımlılık, yerel basının en büyük sorunlarından biridir. Toplum yararından daha fazla ilan alınan şahıslar yararına haber içeriklerinin yer aldığı yerel gazetelerin zamanla okunurluğu da azalmaktadır. Ancak bu gelir kaynağı birçok asıl mesleği gazetecilik olmayan kişilerin de iştahını kabartmakta ve bölgelerinde yerel gazete kurma girişimlerini arttırmaktadır. Yerel gazete sayısı çoğaldıkça da BİK’ ten alınan resmi ilan payı da azalmaktadır. Yerel gazeteler bu sebeple adeta sürdürülebilirliklerini korumak için bir savaş vermektedir.

BİK resmi sitesinde ([www.bik.gov.tr](http://www.bik.gov.tr)) resmi ilan şartları ve çeşitleri ile ilgili detaylı bilgiler yer almaktadır. BİK Kanunu’ na göre resmi ilanlar icra ilanları, ihale ilanları, tebligat ilanları ve insan kaynakları ilanları olmak üzere dörde ayrılır.

### **2.3. KOCAELİ BASINI VE YEREL YÖNETİMLER**

Sanayinin başkenti olarak adlandırılan ve yaşadığı 17 Ağustos 1999 Gölcük Depremi’ ne rağmen her yıl en çok vergi veren ilk üç şehir arasına giren Kocaeli, ekonomik faktörler göz önüne alındığında Türkiye’ nin en güçlü yerel basınına sahip şehirler arasında gösterilmektedir (Girgin, 2001: s. 170).

Hem ulusal hem uluslar arası birçok sanayi kuruluşunun yatırımına ev sahipliği yapan Kocaeli’ de bu yatırımların sürdürülebilmesi için yerel yönetimlere ve yerel

medyaya oldukça büyük görev düşmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye’ de son yıllarda peş peşe yaşanan seçim süreçlerinde yerel yönetimler iktidarı kaybetmemek ya da kazanmak adına basının gücünü büyük bir silah olarak görmekte ve kendi lehine kullanmaktadır. Her koşulda, Kocaeli’ deki yerel yönetimler ekonomi politik bağlamda yerel basın ile yakın ilişkiler yürütmektedir.

### **2.3.1. Kocaeli Yerel Basınının Tarihçesi**

Kocaeli ili, Ankara ve İstanbul arasındaki geçiş noktası olduğundan Milli Mücadele döneminde birçok önemli olaya ev sahipliği yapmıştır. Bu önemli olayların içerisinde Türk Basın Tarihi’ni şekillendiren önemli unsurlarda yer almaktadır. Milli Mücadele döneminde Sakarya ve bazı çevre iller Kocaeli’ye bağlıdır. Bu bağlamda geniş bir çevrede yayın yapan Kocaeli’deki yerel gazeteler Anadolu Basını içinde örnek teşkil eden haber içeriklerine yer vermiştir.

#### **2.3.1.1. Kocaeli’ de İlk Matbaa**

Türkiye’nin en güçlü ve dinamik yerel basınına sahip illerden biri Kocaeli’dir. Kocaeli’deki yerel basının ortaya çıkışı da kente ilk matbaanın kurulması ile başlamaktadır. Kocaeli Valiliği arşivlerindeki İl Yıllığı verilerine göre Avrupa’dan 200 yıl sonra Osmanlı Devleti sınırları içerisine gelen matbaa ile yayıma başlayan yerel basının Kocaeli’deki başlangıcının ilk adımları günümüzde İzmit ilçesine bağlı olan Akmeşe’de Ermeni kökenli bir vatandaş olan Mardros Mavyan tarafından 1863 yılında kurulan ve Akmeşe Manastırı’na yönelik kitap, belge, kağıt ve benzeri materyalleri basan matbaa ile atılmıştır (Değirmencioğlu, 2011: s. 20).

#### **2.3.1.2. İlk ve Resmi Gazete “Kocaeli”**

Kentin ilk gazetesi tam tarihi bilinmemekle birlikte 1915 yıllarında ilk kez ‘Kocaeli’ adı ile basıldığı bilgisi bazı kaynaklarda yer almaktadır. Haftalık olarak çıkan Kocaeli Gazetesi’ nin 10 Haziran 1915 tarihli sayısının, gazetenin 7. sayısı olduğu belirtilmektedir. 1. Dünya Savaşı sırasında Kocaeli Gazetesi basımına ara verilmiştir. Kocaeli Gazetesi Günümüzde valilik makamı olarak bilinen dönemin mutasarrıflığının yazı işleri müdürü Tevfik Bey’in yönetiminde, yeniden 1918-1919 yıllarında Ermeni kökenli Maryan adlı bir vatandaşın sahibi olduğu taş matbaada

haftada bir kez yayınlanmak suretiyle basılmıştır. Kocaeli Gazetesi kentin resmi gazetesi olarak 1933 yılına kadar faaliyet göstermiştir (Şimşek, 2009: s. 64).

### **2.3.1.3. Kocaeli’de çıkan gazeteler**

Türk Yolu’ nun ilk yayın yılı hakkında kaynaklarda farklı bilgiler yer almaktadır.

1967 yılı Kocaeli İl Yıllığı’ nda yer alan bilgiye göre devlet iştiraki olmadan yayınlanan ilk gazete 1921 yılından 1943 yılına kadar haftalık olarak 1965 yılında ise Bizimşehir Gazetesi ile birleşen Türk Yolu’dur. (Değirmencioğlu, 2007: s. 485)

Avni Türe’ nin İzmit Tarihi adlı kitabında yer alan bilgileri aktaran Şimşek’ e göre Türk Yolu, 1921 yılında Türk Ocakları’ nın yayın organı olarak Behçet Diker, Tevfik Noyan, Mustafa Hulusi, Sıtkı Özer, Rıfat Yüce ve Ali Rasih tarafından yayınlanmıştır. 1923 yılından itibaren ise Türkçe olarak haftada 2 yayın olmak üzere Rıfat Yüce tarafından parti yayını olarak çıkartılmıştır. 1943’ ten itibaren günlük yayınlanmıştır. Şimşek’ in diğer bulgularına göre gazetenin 216. ve 311. Sayılarında kuruluş tarihi 13 Eylül 1924 olarak, 647. ve 724. sayısında ise 25 Eylül 1925 olarak ilan edilmiştir. İzmit’ in yanı sıra Akyazı, Hendek, İstanbul, Kandıra, Geyve ve Karasu’ da da muhabirleri bulunmaktadır. Sayfa sayısı 4.’ tür. Haber içeriği, politika öncelikli olmak üzere yerel konular üzerinedir (Şimşek, 2007: s. 22).

### **Hür Fikir**

Hür Fikir Gazetesi Kocaeli’ de çıkan ikinci Türkçe gazete olma özelliği taşımaktadır. Bu gazetenin ilk yayın tarihi ile ilgili kaynaklarda farklı bilgiler yer almaktadır.

Kocaeli İl Yıllığı’ nda yer alan bilgilere göre Hür Fikir Gazetesi ilk yayın hayatına 1923 yılında başlamıştır (Değirmencioğlu, 2007: s. 485).



Şimşek' e göre Hür Fikir Gazetesi' nin ilk çıkış tarihine ilişkin iki farklı bilgi bulunmaktadır. 1926 yılına ait Türkiye Cumhuriyeti Devlet Salnamesi' nde Hür Fikir Gazetesi' nin 1921 yılında Kılıçzade Hakkı Bey (Hakkı Kılıçoğlu) tarafından yayın hayatına geçirildiği belirtilmektedir. Şimşek' in bir diğer bulgusuna göre ise 3. Dönem Kocaeli Milletvekili Hakkı Kılıçoğlu, TBMM' deki konuşmasında gazeteyi 1923 yılında yayın hayatına geçirdiğini söylemiştir. Gazetelerin farklı yıllardaki sayılarında ölçüsünün sürekli olarak değiştiği, ilk yıllarda 4 sayfa haline çıktığı, 128. sayısının tek sayfa olarak çıktığı görülmüştür (Şimşek, 2007: s. 86).

### **Genç Düşünceler Gazetesi**

1928 yılında yayın hayatına başlayan Genç Düşünceler Gazetesi' nin sahibi Hür Fikir Gazetesi' nin eski yazı işleri müdürü Kasım Tevfik' tir. Gazete İstanbul' daki bir matbaada basılmaktadır. Haftada bir kez Perşembe Günleri yayınlanan gazete 4 sayfadan oluşmaktadır (Şimşek, 2007: s. 111).

### **Körfez Gazetesi**

Harfleri tek parça, bitişik satır durumunda dizen ve döken dizgi makinesi olarak bilinen Entertip kullanılarak ilk kez Kocaeli' de çıkan gazete Körfez Gazetesi' dir (Değirmencioğlu, 2011: s. 21).

Karamürselli avukat Sedat Pek' in kuruculuğunda 25 Nisan 1938 yılında ilk kez yayın hayatına başlayan Körfez Gazetesi' nin ilk sayıları İstanbul' da ardından İzmit' te basılmıştır. Sedat Pek CHP' den 8. Dönem milletvekili olarak seçilmesinin ardından gazetenin 39. sayısı sonrasında süresiz tatile girdiklerini duyurmuştur. Körfez Gazetesi haftalık olarak yayın hayatını sürdürmüştür ve 4 sayfadır (Şimşek, 2007: s. 20, 113).

### **Marmara Gazetesi**

Adapazarı' ndaki bir matbaada basılan Marmara Gazetesi ilk olarak 29 Kasım 1939 tarihinde yayınlanmıştır. Dr. Hasan Erim' in sahibi olduğu Körfez Gazetesi 4 sayfadan oluşmaktadır. Gazetenin Geyve, Akyazı, Hendek, Çorlu, Pamukova, Ankara ve Sapanca' de muhabirleri bulunmaktadır (Şimşek, 2007: s. 116).

1942 yılında İzmit Belediye Başkanı Kemal Öz Vatan Gazetesi'nde bir yazı yayınlanmıştır. Gazeteye yollanan bir mektupta belediye başkanı tarafından tek kişiye 6 adet ekmek karnesi verildiği iddiaları yer almaktadır. Mektubun gazetede yayınlanmasının ardından Kemal Öz tutuklanmıştır. Aklanarak beraat etmesinin ardından Kemal Öz, Vatan Gazetesi sahibine dava açmıştır. Dava sürecinde Vatan Gazetesi'ne ihbar mektubunu yazan kişinin Marmara Gazetesi sahibi Dr. Hasan Ömer Erim olduğu ortaya çıkmıştır (Kıranlar, 2015: s. 1167-1170).

### **Yeşil İzmit**

Hakkı Gündüz ve Cevdet Baykal tarafından 21 Ağustos 1943 tarihinde ilk kez yayınlanmıştır. Haftada iki kez 4 sayfa yayınlanan Yeşil İzmit, yaklaşık 2 yıl boyunca yayın hayatını sürdürmüştür (Şimşek, 2007: s. 121).

### **Demokrat Uyan**

Günümüzde sadece seçim döneminde yayın yapan ve ardından kapanan gazetelerin Kocaeli'deki ilk örneği Demokrat Uyan'dır. Daktilo tamircisi Mirza tarafından 1950 yılındaki seçimlerin hemen öncesinde yayına başlayan Demokrat Uyan, seçimlerden sonra sahibinin kenti terk etmesi ile kapanmıştır (Şimşek, 2007: s. 123).

### **Hürsöz**

31 Aralık 1947 yılında ilk kez yayınlanan Hürsöz'ün sahibi Selahattin Telser'dir. Basımında tipo baskı kullanılmıştır. İzmit'te basılmaktadır. Günümüzde basın ve medyanın sıkça kullandığı haber ihbar hatlarının, dönemin koşulları ile hayata geçirmiş ve kendi haber alma servisini kurmuştur. Hürsöz, Anadolu Basın Birliği'ne üye olmuştur (Şimşek, 2007: s. 124).

Selahattin Telser'in ardından gazeteyi oğlu Aytol Telser yönetmiştir. Hürsöz 50 yıl boyunca Kocaeli tarihine ışık tutmuştur. 17 Ağustos 1999 Gölcük Depremi sonrasında gazete kapanmıştır. Aytol Telser ise 2017 yılında vefat etmiştir.

## **Bizimşehir**

Bizimşehir gazetesinin ne zaman yayın hayatına başladığı tarih ile ilgili kaynaklarda farklı bilgiler bulunmaktadır.

Değirmencioğlu'nun aktarımına göre Bizimşehir Gazetesi'nin ilk yayını 1951 yılında yapılmıştır (Değirmencioğlu, 2007: s. 485).

Şimşek'e göre sadece Cumartesi günleri yayınlandığı bilinen Bizimşehir Gazetesi'nin ulaşılabilen en eski sayısı 119'dur. Saim Aşkın, Metin Yüce ve Feridun Özbay tarafından kurulmuştur. 1957 yılında Metin Yüce gazeteden ayrılmış yerine Faruk Tanaydın gelmiştir. 4 sayfa çıkmaktadır. 1965 yılında Türk Yolu Gazetesi ile birleşmiştir (Şimşek, 2007: s. 130-135).

## **Yavuz İzmit ve Yaman İzmit**

Yavuz İzmit 1952 yılında ve Yaman İzmit 1954 yılında M. İhsan Yaman tarafından kurulmuştur (Şimşek, 2007: s. 136-138).

Yaman İzmit M. İhsan Yaman'ın gazeteyi bırakmasının ardından 1953 yılında Kerim Sertöz'ün idaresinde yayınlanmaya başlamıştır (Şimşek, 2007: s. 141).

## **Demokrat İzmit**

M. İhsan Yaman tarafından 16 Aralık 1952 yılında kurulmuştur. 3 farklı gazeteyi yöneten M. İhsan Yazman, Yavuz İzmit ve Demokrat İzmit'i 30 Ocak 1953 yılında sağlık nedenleri ile bırakmıştır. Gazete 2 sayfa olarak çıkmaktadır (Şimşek, 2007: s.139).

## **Azim Gazetesi**

Fikri Dora'nın sahibi olduğu gazete 20 Ağustos 1954 yılında yayın hayatına başlamıştır. Yazı İşleri Müdürü Dünder Çiğit'tir. CHP Kocaeli İl Gençlik Kolları'nın girişimleri ile kurulmuştur (Şimşek, 2007: s. 144).

### **İstiklal Gazetesi**

Hereke'deki kendi matbaasında basılan gazete ilk kez 27 Eylül 1954 yılında kurulmuştur. Fahri Üstündağ, Hasan Başaran, Celal Avcı ve A. Özdemir gazetenin sahipleridir. 2 sayfa olarak yayınlanmıştır. Gazetenin 11 Ekim 1954 tarihli 13. Sayısında Kasr-ı Hümayun'un kast edildiği düşünülen şu bilgi yer almaktadır: "...1870 yılında Alman İmparatoru Wilhelm'in ziyareti münasebetiyle deniz kenarındaki küçük ve zarif köşk İstanbul'da kurularak bugünkü yerine monte edildi. Bu köşkte İstiklal Harbi'nden sonra Gazi Mustafa Kemal yanında Halide Edip ve Adnan Adıvar olduğu halde bir gazeteciler toplantısı düzenledi" (Şimşek, 2007: s. 145).

### **Demokrat Kocaeli Gazetesi**

1954 yılında Tevfik Palay ve Süreyya Sofuoğlu'nun girişimleri ile yayın hayatına başlamıştır. Sofuoğlu'nun 1964 yılında milletvekili seçildiği sürece kadar yayın hayatına devam etmiştir. Günümüzde aynı isimle faaliyet gösteren gazete ile isim benzerliğinden başka bir ilişiği yoktur (Şimşek, 2007: s. 147).

### **Hedef Gazetesi**

18 Ağustos 1955 tarihinde yayına başlayan gazetenin sahibi İhsan Basım'dır. Pazartesi hariç her gün yayın yapan gazete 4 sayfadır. Tam sayfa spor haberlerine yer veren Kocaeli'deki ilk gazete olma özelliğini taşımaktadır (Şimşek, 2007: s. 147).

### **Seka Postası**

Meslek ve işletme haberlerine ağırlık veren, siyasi içerikli olaylara yer vermeyen Kocaeli'deki ilk gazetedir. Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları İşletmesi Genel Müdürlüğü'nün yayını olarak ilk kez 21 Haziran 1956'da çıkmıştır. Yayın Müdürü Naci Girginsoy'dur. 1980 darbesinde kapatılmış, 1981 yılında yeniden faaliyete geçmiştir. 1982 yılında Naci Girginsoy'un ölümünün ardından tekrar faaliyete geçmemek üzere kapanmıştır (Şimşek, 2007: s. 149).

### **Doğuş Gazetesi**

Birsen Özkaya tarafından 2 Mayıs 1961’de ilk kez yayınlanan gazete entertip uygulamasına takılmıştır. Entertip kullanımı zorunluluğu gelen İzmit’te yayın yapamayan gazete bu sebeple Gölcük’te yayınlanmıştır (Şimşek, 2007: s. 151).

### **İzmit Postası**

19 Haziran 1967 yılında ilk yayını yapan gazetenin sahibi dönemin Adalet Partisi İl Başkanı ve daha sonra milletvekili olarak seçilen Vehbi Engiz’dir. Haftalık olarak 4 sayfa çıkmaktadır (Şimşek, 2007: s. 174).

### **Halkın Sesi**

İzmit Belediye Başkanı Leyla Atakan tarafından 1968 yılında yayınlanmıştır. CHP Kocaeli İl Örgütü bünyesinde hazırlanmıştır. Parti propagandasını yürütmüştür (Şimşek, 2007: s. 177).

### **Yeni İzmit Gazetesi**

Saim Aşkın tarafından kurularak 3 Ağustos 1971 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. 2 yılı aşkın bir süre yayın hayatına devam etmiştir.4 sayfa olarak çıkmaktadır (Şimşek, 2007: s. 180).

### **Kocaeli Bayram**

Kocaeli Gazeteciler Cemiyeti tarafından yılda 2 kez çıkartılan ilk yayını 7 Şubat 1971 tarihinde yapılan gazetedir. 1974 yılına kadar yayın hayatını sürdürmüştür (Şimşek, 2007: s. 183).

### **Kocaeli Barış Gazetesi**

Haftalık olarak ilk kez 11 Temmuz 1973 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Sahibi Ender Aşkın’dır (Şimşek, 2007: s. 187).

### **Özgür Kocaeli-Kocaeli Gazetesi**

Kocaeli Barış, Yeni Yarımca ve Kocaeli gazetelerini de bünyesine katarak Özgür Kocaeli adı ile 1975 yılında faaliyete geçmiştir. Ortakların yaşadığı

anlaşmazlıklar sebebi bir kısmı ayrılmış ve 1976 yılından itibaren Kocaeli Gazetesi adı ile hayatını sürdürmüştür. 1991 yılında ise gazete ortaklığından ayrılan İsmet Çiğit, Nahit Çiğit, Hazım Özbay ve Nazif Çanakçılı Özgür Kocaeli gazetesini kurarak yayın hayatına başlatmışlardır (Şimşek, 2007: s. 197).

Türk Basın Tarihi' ne dair Kocaeli önemli olaylara ev sahipliği yapmıştır. Bunlardan biri de 23 Temmuz 2019 tarihinde İngiltere Başbakanı seçilen Boris Johnson' un dedesi olan gazeteci Ali Kemal' in linç edilerek İzmit' te öldürülmesidir.

Milli Mücadele' nin devam ettiği yıllardaki İttifak Devletleri' ne destek veren kişilerin sayısı azımsanmayacak kadar fazladır. Bunlardan biri de Ali Kemal mahlası ile gazetelerde köşe yazarlığı yapan gazeteci Ali Rıza' dır. Ali Kemal savaş ve silah kullanımı karşıtı bir kişilik olarak yazılarında kendini yansıtmakta, ellerindeki silah ve mühimmat ile cephede çarpışan halkı, Milli Mücadele' yi sürekli eleştiren yazılar yayınlamaya devam etmekteydi. Ancak 9 Eylül 1922' de İzmir' in düşman işgalinden kurtulması sonrası Ali Kemal, 10 Eylül 1922 tarihli Peyam-ı Sabah adlı gazetede yayınlanan köşe yazısında daha önce savunduğu görüşleri bir kenara bırakarak Milli Mücadele' nin önemini anlatmış, ulus bağımsızlık için silahla cephede çarpışmanın gerekliliğini belirterek herkesten özür dilemiştir. Ancak Milli Mücadele' de yer alan halkın, geçmiş yazılarından dolayı ötürü olan tepkisini dindirememiştir.

Ali Kemal, 1922 yılının Ekim ayında İstanbul' da, Ankara' ya götürülerek sorgusundan sonra tutuklanmak ve tutuklanmadan önce herhangi bir linç girişiminden korunmak üzere kaçırılmıştır. Ankara' ya götürülmeden önce İzmit' e getirilen Ali Kemal burada Milli Mücadele' nin İzmit Ordusu Komutanı Sakallı Nurettin Paşa tarafından sorgulanmıştır. Ali Kemal' in İzmit' te olduğu haberi kısa süre sürede yayılmıştır. Gazeteci Ali Kemal, sorgusunun bitiminde Ankara' ya götürüleceği esnada yanındaki güvenlik kuvvetlerinin de desteği ile Kasr-ı Hümayun olarak bilinen İzmit Av Köşkü' nün kapısı önünde halk tarafından linç edilerek öldürülmüştür. Bu

olayın üzerinden iki yıl geçtikten sonra İzmit’ te çıkan resmi gazetede isimleri kapalı olarak yayınlanan gazeteci Ali Kemal’ e refakat eden polis memurları M. ve C.’ nin, Ali Kemal’ in linç girişiminde kaçmasını önlediklerini ve bunu vatanseverlik duygularının baskın gelmesi sebebi ile gerçekleştirdiklerini anlattıkları yazı yayımlanmıştır (Şimşek, 2007: s. 17).

#### **2.3.1.4. 16 Ocak 1923 Basın Toplantısı**

Türk Basın Tarihi denildiğinde Kocaeli’ye ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. Kurtuluş Mücadelesi devam ederken, Mustafa Kemal Atatürk’ün ülke genelinde yaptığı ziyaretlerin Cumhuriyet’in ilanı öncesinde büyük önem teşkil eden durağı Kocaeli’de gerçekleşmiştir. Mustafa Kemal Atatürk kendisinin düzenlediği tarihe ilk basın toplantısı olarak geçen buluşmasını, İzmit Av Köşkü’nde dönemin önde gelen gazetecileri ile bir araya gelerek gerçekleştirmiştir. 16 Ocak 1923 gecesi gerçekleşen bu toplantıya Hüseyin Cahit Yalçın, Vakıf Gazetesi Başyazarı Ahmet Emin Yalman, Tanin Gazetesi Başyazarı İsmail Müştak Mayakon, Akşam Gazetesi Başyazarı Falih Rıfkı Atay, Tevhid’i Efkâr Gazetesi Başyazarı Velid Ebuşziya, İleri Gazetesi Başyazarı Celal Suphi Nuri İleri, Halide Edip Adıvar, İdam Gazetesi Başyazarı Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Adnan Adıvar, Hakkı Tarık Us, Enis Tahsin Til ve Hakkı Kılıçzade katılmıştır. Söz konusu toplantı sabaha karşı bitmiştir. Toplantıda ülkenin her alandaki durumu ile ilgili gazetecilerin sorularını yanıtlayarak ileride yapılması gerekenleri söyleyen Mustafa Kemal Atatürk, ülkenin saltanat ile yönetilmeye devam edeceğini düşünen gazetecilere ilk kez bu toplantıda Cumhuriyet’in ilanı fikrini açmıştır. Toplantıya katılan gazeteciler burada görüşülenleri birebir olarak çalıştıkları gazetelere taşımamış, toplantıda konuşulanlar bir müddet gizli tutulmuştur (Kocaeli Üniversitesi, 2003: s. 39-50).

Bu basın toplantısı dolayısı ile Kocaeli Gazeteciler Cemiyeti tarafından her yıl 16 Ocak, çeşitli etkinlikler ile Basın Onur Günü olarak kutlanmaktadır.

#### **2.3.2. Günümüzde Kocaeli Yerel Basını**

Mevcutta yazılı olarak; Bizim Yaka, Çağdaş Kocaeli, Derince Ekspres, Gazete Gebze, Gebze Yenigün, Gölcük Haber, Gölcük Postası, Hedef, Kocaeli, Kocaeli

Demokrat, Kulis Haber, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli ve Yeni Haber gazeteleri yayın hayatına devam etmektedir (Basın İlan Kurumu, 2019).

Kocaeli yerel basını sadece gazetelerden oluşmamaktadır. Yeni medyanın iletişim sürecindeki etkin yeri ile internet gazeteciliği ve televizyonculuğu da Kocaeli’de yaygınlaşmıştır. Bu bağlamda Kocaeli’de 41 TV ve Kocaeli TV olmak üzere iki televizyon kanalı yayını yapmaktadır. İnternet gazetesi olarak yayın yapan medya kuruluşlarının sayısı Basın ilan Kurumu’na bağlı olmadıkları ve basın kuruluşları olarak yasallaşmadıkları için resmi bir rakamla ifade edilememekte, herkesin internet sitesi kurma hakkı olduğundan her geçen gün sayıları artmaktadır.

### **2.3.2.1. Kocaeli Yerel Basınının İşleyişi**

Kocaeli Yerel Basınının işleyişi teknik olarak çoğunlukla geleneksel medyaya bağlı kalarak devam etmektedir. Matbaacılık işlemlerine bağlı kalarak devam eden bu süreç içerisinde gazeteler, muhabirlerin getirdikleri haber ve kurumsal mail adreslerine düşen bültenleri editörler tarafından baskıya hazır hale getirdikten sonra en geç saat 18.00’a kadar anlaşmalı oldukları matbaalara iletmekte ve bu matbaalarda gazeteler basıldıktan sonra dağıtımına çıkmaktadır. Saat 18.00’den sonra ertesi günün gazeteleri satış noktalarında görülmektedir. Aynı gün içerisinde saat 18.00’dan sonra gerçekleşen ve gazetelerin takip ettiği haber değeri taşıyan bir olay yarının gazetesinde değil, ertesi gün gazetesinde yer alabilmektedir. Yazılı basın bu bakımdan haberin hızlı iletilmesi konusunda internet gazeteciliğinin oldukça gerisindedir.

Bu çalışmaya konu olan Kocaeli Gazetesi, Kocaeli Demokrat, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli, Bizim Yaka ve Çağdaş Kocaeli gazetelerinin kendilerine ait internet gazeteleri mevcuttur. Ancak haber üretim süreçlerinde yeni medyanın internet ayağından sadece internet gazeteciliği için değil, yazılı basın bölümleri için de yararlanmaktadırlar. Araştırmanın evrenini oluşturan bu gazetelerin, araştırmanın örneklemini oluşturan KBB’den gelen basın bültenlerini, nasıl temin edip gazetelerinde ne şekilde yer verdiklerini incelemeye geçmeden önce bu gazetelerde çalıştığı tespit edilen kişiler ile yapılan görüşmelere yer verilmiştir.



Araştırmaya konu olan kuruluş yılı itibari ile en eski gazete Kocaeli Gazetesi' dir. Kocaeli Gazetesi Haber Müdürü Bülent Ekinci araştırma kapsamında yapılan görüşmede gazetenin işleyişi ile ilgili şu bilgileri aktarmıştır: “*Kocaeli Gazetesi 1975 yılında kurulmuştur. Sahibi Müzeyyen Ünal'dır. Gazetede matbaamızdaki baskı ekibi de dahil toplam 30 kişi çalışmaktadır. Yazı işleri bölümünde editörlerde dahil ise toplam 6 kişi çalışmaktadır. Spor gazetemiz ve ana gazetemiz yarı çıkmaktadır. Spor servisinde 2 ana gazetemizde 3 olmak üzere toplam 5 muhabirimiz bulunuyor. İnternet gazetemiz var. İnternet gazetesini güncelleyen ve haber girişlerini yapan bir kişi çalışıyor. 4 sayfalık spor ekimiz ve 12 sayfalık ana gazetemiz ile toplamda gazetemiz 16 sayfadan oluşuyor. Gazetemizde günlük ortalama 40 haber, 5 makale, 14 spor haberi, 3 spor makalesi yer alıyor. Toplamda günlük ortalama 60 ile 70 arasında haber gazetemizde yer alıyor. İnternet gazetemize girilen günlük ortalama haber sayısı 90 ile 130 arasında değişiyor. Bir muhabir günlük ortalama gazeteye sayısı 2 ile 4 adet arasında değişen haber gönderiyor. Gazetemizde günlük ortalama en fazla dış kaynaklı 5 adet basın bültenine yer verilir. İnternet gazetemizin günlük tıklanma sayısı 40 bindir. Önemli bir olay ya da haber olduğunda ise bu sayı 90 binlere ulaşabiliyor. Haber içeriklerimizi internet gazetemiz dışında sosyal ağlar üzerinden oluşturduğumuz gazetemizin adını taşıyan iki farklı sayfadan da paylaşıyoruz. Bazen tek başına bir haber sadece 34 bin kere tıklanabiliyor. Bir dönem 17 bin adet satan Kocaeli Gazetesi'nin bugünkü tirajı 2 bin 500'dür. Yazılı gazetenin, internet gazetesinden daha etkili olduğunu düşünüyorum.*”

(B. Ekinci ile ekinci.bulent@hotmail.com, 18 Mayıs 2019).

Araştırmaya konu olan bir diğer gazete Çağdaş Kocaeli Gazetesi' dir. Çağdaş Kocaeli Gazetesi editör-muhabirlerinden Ayşe Aydın gazetenin işleyişi ile araştırma kapsamında yapılan görüşmede şu bilgileri aktarmıştır: “*Çağdaş Kocaeli Gazetesi 2007 yılında kurulmuştur. Sahibi Ali Sami Sağsöz'dür. Gazetemizde toplam 12 kişi çalışmaktadır. Yazı işlerinde 2 editör, 2 muhabir olmak üzere toplam 4 kişi çalışmaktadır. İnternet gazetemiz mevcuttur. İnternet gazetemizi yönetmek için toplam 2 kişi çalışmaktadır. 12 sayfadan oluşan gazetemizde günlük ortalama 45 adet haber yer almaktadır. İnternet gazetemizde ise günlük ortalama 70 haber girişi yapılmaktadır. Bir muhabir gazeteye günlük ortalama 7 haber getirmektedir. İnternet gazetemizin günlük tıklanması 7 bin ile 10 bin arasında değişmektedir. Gazetemizin*

*günlük tirajı bin 350 adettir. İnternet gazeteciliğinin daha etkili olduğunu düşünüyorum.”*

( A. Aydın ile aydinayse89@gmail.com, 18 Mayıs 2019).

Araştırmaya konu olan bir diğer gazete Mavi Kocaeli Gazetesi’ dir. Gazetenin Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Oğuzhan Aktaş araştırma kapsamında yapılan görüşmede çalıştığı kurumla ilgili şu bilgileri aktarmıştır: “*Çağdaş Kocaeli Gazetesi 2008 yılında kurulmuştur. Sahibi Özlem Sanal’dır. Gazetemizde toplam 8 kişi çalışmaktadır. Yazı işlerimizde toplam 3 kişi çalışmaktadır, bunlarda 2’si muhabir olarak görev yapmaktadır. İnternet gazetemizin içerik giriş çıkışlarını yaparak kontrolünü sağlayan 1 kişi çalışmaktadır. 12 sayfadan oluşan gazetemizde günlük ortalama 45 haber çıkmaktadır. Haftanın 6 günü yayın yapmaktayız. İnternet gazetemize günlük ortalama 90 adet haber içeriği yüklenmektedir. Kendi internet sitemiz dışında girilen haber içeriklerini paylaşmak için 3 adet sosyal paylaşım sitesinde sayfamız mevcut. İnternet gazetemiz günlük ortalama 65 bin tıklanma alıyor. Satış tirajımız günlük ortalama 2 bindir. İnternet gazeteciliğinin daha etkili olduğunu düşünüyorum.”*

(O. Aktaş ile oguzhnakts41@gmail.com, 16 Mayıs 2019).

Araştırmaya konu olan bir diğer gazete Özgür Kocaeli Gazetesi’ dir. Gazetenin Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Cemalettin Öztürk yapılan görüşmede gazete ile ilgili şu bilgileri aktarmıştır: “*Özgür Kocaeli Gazetesi 1991 yılında kurulmuştur. Sahibi Recep Haldız’dır. Gazetemizde toplam 29 kişi görev yapmaktadır. Yazı işlerinde toplam 15 kişi çalışıyor. Spor muhabirlerimiz dışında ana gündemi takip eden toplam 3 muhabirimiz bulunmaktadır. İnternet gazetemiz mevcuttur. İnternet gazetemize haber içeriklerini yükleyen ve yöneten 2 personelimiz görev alıyor. 16 sayfadan oluşan gazetemizde ortalama günlük 40 adet haber yer alıyor. İnternet gazetemize ise günlük ortalama 80 adet haber içeriği yükleniyor. Bir muhabirimiz günlük ortalama 3 ya da 4 haber getiriyor. Gazetemizde günlük ortalama yer alan dış kaynaklı basın bülteni sayısı 6 ya da 7 oluyor. Sosyal ağlar üzerinde gazetemize ait 4 adet haber paylaşımı yaptığımız sayfamız bulunmaktadır. İnternet gazetemizin tıklanması günlük ortalama 50 bin ile 100 bin arasında değişmektedir. Günlük gazetemizin satış tirajı ise 4 bin*

780 adettir. Yazılı basının özellikle güvenilirlik açısından daha etkili olduğunu düşünüyorum.”

(C. Öztürk ile cemo-ozturk@hotmail.com, 17 Mayıs 2019).

Araştırmaya konu olan bir diğer gazete Bizim Yaka Gazetesi’ dir. Tüm gazeteler içerisinde Pazar günleri yayın yapmayan tek gazete Bizim Yaka Gazetesi’ dir. Gazetenin editör-muhabirlerinden Pınar Gül araştırma kapsamında yapılan görüşmede gazetenin işleyişi ile ilgili şu bilgileri aktarmıştır: “Bizim Yaka Gazetesi 2011 yılında kurulmuştur. Sahibi Onur Alp Demiray’dır. Gazetede toplam 10 kişi çalışmaktadır. Yazı işlerinde toplam 4 kişi çalışıyor, bunlardan ikisi muhabirdir. Ben hem muhabir hem editör olarak gazetede görev alıyorum. Gazetemizin internet gazetesi sayfası vardır. Yazılı gazetemiz 8 sayfadır. Haftanın 6 günü yazılı gazetemiz yayınlanmaktadır. Gazetemizde günlük ortalama 30 haber çıkmaktadır. İnternet gazetemize girilen haber içeriği ise günlük ortalama 40 il 50 arasında değişmektedir. Bir muhabir gazeteye günlük ortalama 4 haber getirmektedir. Gazetemizde günlük ortalama 2 adet dış kaynaklı basın bültenine yer verilmektedir. Gazetemizin haberlerini paylaştığımız internet ortamında 3 adet sosyal ağ sitesi sayfası mevcuttur. İnternet gazetemiz günlük ortalama 500 ile 1000 arasında tıklanma almaktadır. Gazetemizin günlük tirajı 500 adettir. İnternet gazeteciliğinin ulaşılabilirlik açısından daha etkili olduğunu düşünüyorum”

(P. Gül ile pınargul90@gmail.com, 18 Mayıs 2019).

Araştırmaya konu olan bir diğer gazete Kocaeli Demokrat Gazetesi’ dir. Araştırma kapsamında yapılan görüşmede gazetenin sorumlu yazı işleri müdürü Erdin Ağdede şu bilgileri aktarmıştır: “Kocaeli Demokrat Gazetesi 2006 yılında kurulmuştur. Gazetenin sahibi Niyazi Genç’tir. Gazetemizde toplam 21 kişi çalışmaktadır. Gazetemiz 12 ana sayfa, 4 spor sayfası olmak üzere toplam 16 sayfadır. Yazı işlerinde 3 editör, 4 muhabir olmak üzere 7 arkadaşımız ile görev yapıyoruz. Yazılı gazetemizde günlük ortalama 50 adet haber yer alıyor. İnternet gazetemizde ise günlük ortalama 60 haber girişi yapılmaktadır. İnternet gazetemize içerik girişi sağlayan 2 kişi çalışmaktadır. Bir muhabir gazeteye günlük ortalama 3 ya da 4 haber getirmektedir. Gazetemizin kendi adına sosyal medya hesaplarında 2 adet sayfası mevcuttur. İnternet gazetemizin tekil tıklanması sayısı günlük ortalama 13 bin

*civarındadır. Günlük satış tirajımız bin 750'dir. Yazılı gazetenin her zaman daha etkili olduğuna inanıyorum"*

(E. Ağdede ile erdinagdede@gmail.com, 17 Mayıs 2019).

### **2.3.3. Yerel Yönetimler ve Basın**

Yerel yönetim, kavramsal olarak bir ülke içerisinde sınırlarla belirlenmiş bir bölgenin merkez yönetimlerin temsilcileri olarak karar mercileri olarak tanımlanabilir. Bu kavram köy, kasaba, kent ve bölge yönetimlerini kapsamaktadır. Yerel yönetimler devletlerin, görev yaptıkları bölgelerdeki tüzel kişilikleridir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, demokratik bir seçim süreci ile halk oylaması ile seçilen yerel yönetimler, halkın ihtiyaçlarını merkez yönetim adına karşılamaktadır (Çukurçayır, 2015: s. 94).

Yerel yönetimlerin demokratik bir yapı olması için halk oylaması ile belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye' de 5 yılda bir yapılan seçimler ile yerel yönetimler göreve gelmektedir. Ancak halkın katılımı ile gerçekleşen bu seçimlerin 5 yılda bir olması siyasi tıkanıklığa sebep olabilmektedir. Halkın sadece 5 yılda bir sandık başına giderek oy kullanması ve yeni yerel yönetimi belirlemesi, yönetimdeki halk katılımının belirleyici bir ölçüsü değildir. Eğer ki halk kendi yerel yönetimini denetleyemiyor, ödediği vergilerin karşılığında ihtiyacı olan hizmeti alamıyor, finansal ve kamu kaynaklarının yerel yönetimler tarafından nereye harcandığı konusunda bilgilendirilmiyor, talep ve istekleri yerine getirilmiyorsa yapılan seçimlerin demokratik olduğundan söz edilemez (Çapoğlu, 1994: s. 67-68).

#### **2.3.3.1. Türkiye' de Belediyecilik**

Türkiye' deki yerel yönetim mekanizmaları içerisinde belediyeler en egemen konumdadır. Cumhuriyet' in kuruluşundan bu yana şekillenen ve demokratik bir yapı haline getirilmeye çalışılan belediyelerin yetkileri kendi sınırları içerisinde geçerlidir. Bu sebeple belediyelerin özerkliği de sınırlıdır (Şengül, 2018: s. 87-88).

Belediyeler, Anayasa' nın 3 Temmuz 2005 tarihinde yürürlüğe giren 5393 sayılı Belediye Kanunu' na tabiidir. Bu kanununa göre bir yerleşim yerinin belediye statüsü alması için nüfusu 5 bin ve üzerinde olmalıdır. İmar planı belirlenmiş ve iskan edilmiş, içerisinde içme ve kullanma suyu kaynakları olan, sit ve koruma alanları yer alan hali hazırda faaliyet gösteren bir belediyenin sınırlarına 5 bin metreden daha yakın olan yerleşim alanları belediye yapılmamaktır (Şengül, 2018: s. 93).

Belediyelerin karar ve yürütme organları; Belediye Meclisi, Belediye Encümeni ve Belediye Başkanı' dır. Belediye Meclisi ve Belediye Başkanı halk oylaması ile seçilmektedir. Belediye Encümeni ise Belediye Meclisi tarafından seçilmektedir (Çukurçayır, 2015: s. 179).

#### **2.3.3.2. Belediyecilik ve Siyasal İletişim**

Türkiye' de belediye yönetimlerinin belirlenmesi halk oylaması ile gerçekleşmektedir. Yönetime talip olan siyasi partiler ve temsilcileri iletişim araçlarını kullanarak halka kendilerini tanıtır, mesajlarını verir, propaganda işlevlerini yerine getirir. Kitlelere ulaşmak için kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Kitle iletişimi, mesajı ileten ile mesajı alanın bire bir temasta olmadığı, mesajı verenin mesajı alan kimseyi tanımadığı yani tek yönlü olarak ilerleyen bir yapıdır. Kitleler, bilgi edinmek istedikleri ya da mesajlarını almak istediği siyasi aktörleri kitle iletişim araçları aracılığı ile takip etmektedir. Bu takip süreci aslında seçmen konumundaki halkın seçim sürecine katılımını da etkilemektedir (Özkan, 2007: s. 16).

Demokratik bir yapının hakim olduğu ülkelerde 4. kuvvet olarak adlandırılan medya, siyasal iletişimde en büyük parçası haline gelmiştir. Halk adına devletin denetleyicisi konumunda olan medya üzerinde güç elde etme girişimleri, ekonomi politik bağlamda oldukça artış göstermiştir. Özellikle tek partili iktidarlarda hem yerelde hem ulusalda kitle iletişim araçları vasıtası ile aslında halkın ihtiyaç ve taleplerinin değil, iktidardaki yönetimlerin isteklerinin halka bir şekilde ihtiyaç varmışçasına dayatıldığını, aksettirildiğini görmekteyiz. Bir süre sonra halk ihtiyacı olmamasına rağmen iktidar yönetiminin istediğini, kendi isteği gibi görmeye başlamaktadır ve bu durum rızanın imalatını doğurmaktadır.

Siyasal iletişimin 7 temel fonksiyonu bulunmaktadır. Bunlar sırası ile siyaset mesajların iletilmesi, mesajların etkinliğinin ve kalıcılığının artırılması, kamuoyu beklentilerinin ölçülmesi, geri besleme kanallarının tesisi, kanaat önderlerinin etkilenmesi, gündem oluşturabilme yeteneğinin artırılması, siyaset rakiplere karşı avantaj sağlamasıdır. Mesajların hedeflendiği gibi halka iletilmesi isteniyorsa bu fonksiyonlar en verimli şekilde ve birinci elden kullanılmalıdır (Özkan, 2007: s. 27).

Bu bağlamda basın aracılığı ile halka duyurulması istenilen bilgilerin birinci elden hazırlanması amacı ile yerel yönetimler içerisinde basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri kurulmuştur. Ulusal ve yerelde bulunan her kamu kurumu ve yerel yönetimler yapısı içerisinde yer alan basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri rızanın imalatının gerçekleştiği mutfaklar haline gelmişlerdir. Söz konusu müdürlüklerde yapılan çalışmalar, ekonomik politik bağlamda ticari kaygı taşıyan ve sermaye bakımından dışarıya bağımlı hale gelen basın kuruluşlarına servis edilerek, gazetecinin haber üretim sürecini gerçekleştirmesinin önüne geçmektedir. Basın metni halinde gelen bilginin doğruluğuna ya da kamu ihtiyacı olup olmadığına bakılmadan halkın denetleyici gücü olan 4. kuvvet medya vasıtası ile sorgulanmaksızın halka iletilmektedir.

### **2.3.3.3. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve Basın**

Yerel yönetimlerin asli görevi buldukları bölgelerdeki halkın ihtiyaçlarına göre hizmet faaliyetlerini hayata geçirmektir. Yerel yönetimler içerisindeki basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri bu hizmetleri kamuoyuna duyurmak için çalışmakta, propaganda süreçlerini yönetmektedir. Bu birimlerde çalışanların profili genellikle basında deneyimli, daha önce yerel basında çalışan, gazetecilik alanında tecrübeli, kalifiye bireylerden oluşmaktadır. Belediyelerdeki, yerel basın çalışanı profilinden daha kalifiye bireylerle çalışma isteğinin altındaki neden, basını yetersiz bırakmak isteyerek sorgusuzca bültenlerini yayınlamaktır. Bu müdürlüklerde bir yerel gazetede çalışan muhabir sayısından daha fazla kişi görev almaktadır.

Bu araştırmanın örneklemini oluşturan basın bültenlerinin geçildiği KBB' nin kendi içerisinde Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı bulunmaktadır.

KBB Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı'na bağlı olarak Basın Yayın Müdürlüğü faaliyet göstermektedir. KBB Basın Yayın Müdürlüğü'nün görevleri, belediyenin resmi internet sitesinde şu şekilde yer almıştır:

*-Günlük, Haftalık, Aylık Gazete, dergi ve mecmuaların aboneliğinin yapularak ilgili birimlere dağıtılması ve arşivlenmesi,*

*-Radyo ve TV'lerde İnternet aracılığı ile Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ile ilgili tüm konuların takip edilip, kayıt edilmesi ve arşivlenmesi,*

*-Kocaeli ve belediye ile ilgili araştırmalar yaptırılması, mevcut veya yapılmış çalışmalar arasında gerekli görülen kitap, CD ve DVD'lerin basımı ve yayınlanması,*

*-Kocaeli ve Belediye ile ilgili belgesel-tanıtıcı-bilgilendirici filmlerin hazırlanması veya yaptırılması.*

*-Belediyenin ihtiyacı olan kitap alımının yapılması ve ilgili birim ve yerlere dağıtılması,*

*-Belediyeye ait tüm basılı ve görsel materyallerin kurum kimliğine uygunluğunu denetlemek,*

*-Belediye ile ilgili tüm açılışları takip ederek haber olarak internet sitesinde yayınlamak, yerel ve ulusal görsel, sesli ve yazılı medyaya servis etmek,*

*-Günlük, haftalık, aylık gazete, dergi ve bilgilendirme yayın organları hazırlayarak veya alarak ilgili birimlere dağıtmak ve arşivlemek,*

*-Yerel ve ulusal medyada Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ile ilgili tüm konuları takip ederek kaydını yapmak, arşivlemek ve kupür haline getirerek Başkan, Genel Sekreter ve yardımcılara ulaştırmak ve gerekli görüldüğü takdirde tezkip işlemlerini yapmak,*

*-Belediyeye bağlı icraatların tarihi mekân ve yerlerin fotoğraf - video ve film çekim izinlerini vermek.*

*-Belediye faaliyetleri ve yapılan hizmetleri medya ve halka etkin bir şekilde tanıtılmasını sağlamak. Bu amaçla her türlü reklâm-tanıtım-produksiyon görsellerini hazırlamak veya hazırlatmak. Açık hava görsellerini ve bu amaçla kullanılacak olan kent mobilyalarını yaptırmak ve takip etmek.*

*-Belediye ile basın ve yayın kurum ve kuruluşları arasındaki ilişkileri koordine etmek, haber ve bilgi akışını düzenlemek,*

*-Üstü tarafından verilecek benzer nitelikli diğer görevleri yerine getirmek.*

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. KOCAELİ YEREL BASININDA YER ALAN YEREL YÖNETİMLERİN BASIN BÜLTENLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Çalışmanın bu bölümünde Kocaeli’de faaliyet gösteren ve en çok satış tirajına sahip 6 gazete olan Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Kocaeli Demokrat, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli ve Çağdaş Kocaeli gazetelerinde, ilimizde kurumsal olarak gazetelere günlük en fazla basın bülteni geçen ve gazetelere verdikleri reklam payları ile bütçelerine en çok katkı sağlayan KBB’ nin basın bültenlerinin yer alış biçimleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

İçerik analizi yöntemi ile incelenen kaynaklar 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında yayınlanan Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Kocaeli Demokrat, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli ve Çağdaş Kocaeli, internet ortamında gazetelerin arşivlenmesine olanak sağlayan Ajans Press arşivi ve KBB’ de e-posta yollanan basın bültenleridir.

25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında KBB’ den e-posta yolu ile basın kuruluşlarına toplamda 191 bülten geçildiği tespit edilmiştir.

Elektronik ortamda tarama sağlayan Ajans Press arşivlerinde KBB ile ilgili çıkan tüm haberler taranmıştır. Bu haberler içerisinde gazetelerin köşe yazıları, kendi haber üretimleri ya da farklı bir kişi, kuruluşun KBB ile ilgili yaptığı açıklamaların haberleştirildiği içerikler elenmiştir. Bu içerikler elendikten sonra, Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Kocaeli Demokrat, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli ve Çağdaş Kocaeli’ nin yazılı gazeteleri incelenmiş ve Ajans Press verilerine aktarılmayan haberlerin olup olmadığına bakılmıştır. İncelemenin ardından KBB’ den e-posta yolu ile atılan bültenler incelenmiş olup içeriklerin, gazetelerde yer alan haberlerle aynı olup olmadığına bakılmıştır.



### **3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Araştırmanın amacı, araştırmanın neden, niçin, hangi amaçla yapıldığını açıklayan bölümdür. Bu bölümde araştırmaya konu olan sorunun ne olduğu açıklanmaktadır. Amaç, araştırmanın konusunu ve sorununu belirginleştirmek için kullanılmaktadır. (Aziz, 2018: s. 30)

Bu çalışmanın amacı Kocaeli’de faaliyet gösteren ve en çok satış tirajına sahip 6 gazete olan Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Kocaeli Demokrat, Mavi Kocaeli, Özgür Kocaeli ve Çağdaş Kocaeli gazetelerinde 25 Mayıs 2018 - 24 Haziran 2018 tarihleri arasında yer alan ve aynı tarih aralığında KBB’den gelen basın bültenlerinin, gazetelerde yer alış biçimine bakılarak, gazetelerin asli çalışma amacı olan haber üretimini ne yönde etkilediğini nicel verilerle incelemektir.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ**

Bu çalışmada Kocaeli’ de gazetelere en fazla hazır basın bülteni geçen kurum olan KBB’nin aktardığı enformasyonun gazetecilerin haber üretim süreçlerini ne yönde etkilemiştir sorusuna cevap aranmaktadır.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI**

Bilimsel araştırmalardaki varsayımlar ‘Baştan kabul’ olarak değerlendirilen bilgiler olarak verilmektedir. Varsayımlar, yapılan araştırmanın temel dayanaklarını belirtmektedir. Varsayımlar, yeniden kanıtlanmaya gerek duyulmadan araştırmanın üzerine kurulduğu kabullerdir. (İslamoğlu ve Alınçık, 2019: s. 110)

Bu çalışmanın üzerine kurulduğu 6 varsayım şu şekildedir:

1. KBB bölgesindeki yerel gazetelerle hem ticari hem basın alanında en fazla ilişki kuran kurumdur.

2. KBB, bölgesindeki yerel basına en fazla reklam desteği sağlayarak gazetelerin ticari döngüsünde de en büyük paya sahip olan kurumdur.

3.KBB kendi programlarını gazetelere kendisi servis ederek çoğu zaman gazetecilerin belediye programlarına katılmasına ihtiyaç bırakmamaktadır.

4.Yerel gazeteler çoğu zaman muhabirlerinin getirdikleri haber sayısından daha fazla KBB'den gelen basın bültenlerine yer vermektedir.

5.İnternet gazeteciliğinin ortaya çıkışı ile tirajı düşen yerel gazeteler muhabir sayısını azaltmıştır. Bu bağlamda ortalama 3 muhabiri olan bir yerel gazete sayfalarını doldurmak için yer vermesi gereken ortalama 50 haber içeriği ihtiyacını KBB bültenleri ile sağlamaktadır.

6.KBB'nin düzenlediği herhangi bir programa katılan bir muhabir, haberin servis edileceğini önceden bildiği için söz konusu programda kendi haberini üretmek yerine hazır bülteni kullanabilir.

#### **3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu çalışmaya konu olan haber içeriklerini ve basın bültenlerini incelemek üzere içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. İçerik analizi, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik, tarafsız ve sayısal olarak yapılan analiz olarak tanımlanmaktadır.

Bernard Berelson'a göre içerik analizi, iletişimin açıklanan içeriğinin yansız, sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir. Klaus Krippendorf'a göre ise içerik analizi, bir mesajın içindeki verilerden yinelenebilir ve değerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniğidir. (Aziz, 2018: s. 131)

Sosyal bilimlerde kullanılan nitel araştırma yöntemleri, bir sorunun kaynağını oluşturan nedenleri ve temeline dayanan durumu öğrenmek için; 'nasıl?', 'niçin?' sorularına yanıt bulmak amacı ile yapılan çalışmalardır. Nicel araştırmalar ise bir örneklem üzerinde yapılan ölçümleri ana kitleye genellemek amacı ile, 'ne kadar?', 'ne miktarda?' gibi soruları cevaplamak amacı ile yapılan araştırmalardır. (İslamoğlu ve Almaçık, 2019: s. 47)

### 3.5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışmanın evrenini 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında yayımlanan Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Özgür Kocaeli, Çağdaş Kocaeli, Kocaeli Demokrat gazeteleri oluşturmaktadır; örneklemini ise yine aynı tarihlerde KBB'den gazetelere servis edilen basın bültenleri oluşturmaktadır.

### 3.6. BULGULAR VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında yayımlanan Kocaeli Gazetesi, Bizim Yaka, Özgür Kocaeli, Çağdaş Kocaeli, Kocaeli Demokrat gazetelerinde yer alan ve KBB tarafından gazetelere servis edilen basın bültenlerinin haber üretim süreçlerine etkisi tablolar halinde incelenmiştir.

KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR	KOCAELİ GAZETESİ	BİZİM YAKA	ÖZGÜR KOCAELİ	ÇAĞDAŞ KOCAELİ	KOCAELİ DEMOKRAT	MAVİ KOCAELİ
191	198	134	259	179	204	151

**Tablo 3.** KBB'den gönderilen basın bülteni sayısı ve gazetelerde KBB ile ilgili çıkan haber sayısı

KBB'den 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında gazetelere toplamda 191 adet basın bülteni mail yoluyla servis edilmiştir. Aynı tarihler arasında KBB ile ilgili Kocaeli Gazetesi 198, Bizim Yaka 134, Özgür Kocaeli 259, Çağdaş Kocaeli 179, Kocaeli Demokrat 204 ve Mavi Kocaeli 151 haber içeriği yayımlamıştır.

Söz konusu haber içerikleri sadece KBB'den gönderilen basın bültenlerinden ibaret değildir. Bu tabloda yer alan gazetelerle ilgili nicel veriler, gazetelerin KBB ile ilgili herhangi bir kaynak kullanarak oluşturduğu haber içeriklerini kapsamaktadır.

KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR	KOCAELİ GAZETESİ	BİZİM YAKA	ÖZGÜR KOCAELİ	ÇAĞDAŞ KOCAELİ	KOCAELİ DEMOKRAT	MAVİ KOCAELİ
191	85	82	126	73	103	102

**Tablo 4.** KBB'den gönderilen basın bültenlerinin gazetelerde yayınlanma sayısı

KBB'den 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında servis edilen 191 adet basın bülteninden Kocaeli Gazetesi 85 adedine, Bizim Yaka 82 adedine, Özgür

Kocaeli 126 adedine, Çağdaş Kocaeli 73 adedine, Kocaeli Demokrat 103 adedine, Mavi Kocaeli 102 adedine yer vermiştir.

En fazla basın bültenine Özgür Kocaeli Gazetesi yer verirken en az basın bültenine Çağdaş Kocaeli Gazetesi yer vermiştir. Özgür Kocaeli Gazetesi sahiplerinin ticari ilişkileri doğrultusunda yerel iktidara yakınlığı ile tanınmasının bu duruma etki ettiği söylenebilir.

Basın bültenleri incelendiğinde içerik bakımında gazetelerde yer alış biçiminin çoğunlukla değiştirilmeden yayımlandığı gözlemlenmiştir.

HABER ÜRETİM ŞEKLİ	KOCAELİ GAZETESİ		BİZİM YAKA		ÖZGÜR KOCAELİ		ÇAĞDAŞ KOCAELİ		DEMOKRAT KOCAELİ		MAVİ KOCAELİ	
	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %
BÜLTEN	85	42,92	82	61,19	126	48,64	73	40,78	103	50,49	102	67,54
DİĞER	113	57,07	52	38,8	133	51,35	106	59,21	101	49,51	49	32,45
TOPLAM	198		134		259		179		204		151	

**Tablo 5.** KBB'den gönderilen basın bültenleri ve belediye ile ilgili farklı kaynaklar kullanılarak üretilen haber sayısı dağılımı

Yüzdeler oranlar incelendiğinde KBB tarafından gönderilen bültenler dışında belediye ile ilgili haber içeriği üretmek amacıyla farklı kaynakları en çok kullanan gazete Çağdaş Kocaeli'dir. Sayısal olarak bakıldığında ise en fazla farklı kaynağa başvuran Özgür Kocaeli gözükmektedir.

Kocaeli Gazetesi, Özgür Kocaeli ve Çağdaş Kocaeli gazeteleri belediye ile ilgili haber içeriği oluştururken, belediyenin kendi verdiği enformasyondan daha fazla farklı kaynak kullanmıştır. Bizim Yaka, Kocaeli Demokrat ve Mavi Kocaeli ise belediyenin verdiği enformasyondan daha fazla KBB ile ilgili haber içeriği üretememiştir. Yüzdeler oranlara bakıldığında yüzde 67,54 ile Mavi Kocaeli, KBB ile ilgili yayımladığı haberlerde belediyenin gönderdiği bültenlere yer vermiştir.

HABERİN YER ALDIĞI SAYFA	KOCAELİ GAZETESİ		BİZİM YAKA		ÖZGÜR KOCAELİ		ÇAĞDAŞ KOCAELİ		DEMOKRAT KOCAELİ		MAVİ KOCAELİ	
	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %
BİRİNCİ SAYFA	1	0,85	1	0,82	21	26,46	1	0,73	2	2,06	1	1,02
İÇ SAYFALAR	84	99,15	81	99,18	105	73,54	72	99,27	101	97,94	101	98,98
TOPLAM	85		82		126		73		103		102	

**Tablo 6.** Basın bültenlerinin yer aldığı sayfalar

KBB'den gelen ve belediyenin enformasyonunu içeren hazır basın bültenlerinden toplamda 126 adedini bir aylık süreçte kullanan Özgür Kocaeli, bu bültenlerden 21 adedine birinci sayfasında yer vermiştir. Yüzdeler oranlara bakıldığında Özgür Kocaeli yüzde 26,46 ile yine basın bültenlerine birinci sayfasında en fazla yer veren gazete konumundadır.

Basın bültenlerini en fazla kullanan gazete olan Özgür Kocaeli iç sayfalarda da bülten kullanımında 105 adet ile öndeyken, yüzdeler dilimlere göre Çağdaş Kocaeli yüzde 99,27 ile ilk sıradadır. Gazete mizanpajlarına bakıldığında Özgür Kocaeli'nin birinci sayfasında en fazla yazı kullanan gazete olduğu ve görsellere daha az yer verdiği de gözlemlenmiştir.

HABERİN YER ALDIĞI SAYFA ALANI	KOCAELİ GAZETESİ		BİZİM YAKA		ÖZGÜR KOCAELİ		ÇAĞDAŞ KOCAELİ		DEMOKRAT KOCAELİ		MAVİ KOCAELİ	
	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %
Sağ Üst Köşede	5	5,88	8	9,75	12	9,5	6	8,21	12	11,65	15	14,7
Sağ Alt Köşede	14	16,47	13	15,85	17	13,49	5	6,84	8	7,76	13	12,74
Sağ Ortada	12	14,11	4	4,87	12	9,52	7	9,58	13	12,62	10	9,8
Orta Üstte	9	10,58	10	12,19	21	16,6	22	30,13	25	24,27	8	7,84
Orta Alttı	12	14,11	3	3,65	16	12,69	7	9,58	7	6,79	9	8,8
Tam Ortada	3	3,52	4	4,87	6	4,76	7	9,58	6	5,82	3	2,9
Sol Üst Köşede	5	5,88	15	18,29	9	7,14	7	9,58	11	10,67	16	15,68
Sol Alt Köşede	15	17,64	12	14,63	16	12,69	4	5,47	11	10,67	10	9,8
Sol Ortada	10	11,76	12	14,63	15	11,9	8	10,95	10	9,7	17	16,6
Tüm Sayfayı kaplıyor			1	1,2	2	1,58					1	0,98
Toplam	85		82		126		73		103		102	

**Tablo 7.** Basın bültenlerinin sayfalar içindeki yeri

Kocaeli Gazetesi, belediye basın bültenlerinin 15 adedini sayfanın sol alt köşesinde kullanmayı tercih etmiştir. Yüzde 17,64 oranına denk gelen bu rakam ile Kocaeli Gazetesi'nin basın bültenlerini en fazla sayfasının sol alt köşesinde kullandığını söylemek mümkündür. Kocaeli Gazetesi belediyeden gelen hiç bir bültene tam sayfa yer vermemiştir. Aynı gazete sayfanın tam ortasında 3 bültene yer vermiştir. Yüzde 5,88 oran ile Kocaeli Gazetesi basın bültenlerini en az sayfa ortasında kullanmayı tercih etmiştir.

Bizim Yaka, belediye basın bültenlerinin kullanım alanını en çok sol üst köşe olarak tercih etmiştir. Kullandığı bültenlerin 15 adedine denk gelen bu rakam yüzdelik oran ile 18,29'u kapsamaktadır. Bizim Yaka, belediye bültenlerinden sadece bir adedini tam sayfayı kaplayacak şekilde kullanmıştır.

En fazla basın bülteni kullanan ve birinci sayfasında yer veren Özgür Kocaeli, bu bültenleri sayfa içerisinde en çok orta üst kısımda kullanmayı tercih etmiştir. Özgür Kocaeli'nin yüzde 16,6 oranla orta üst kısımda yer verdiği bültenlerin birçoğu sayfanın yarısını kaplamaktadır. Orta üst kısım okurlar için özellikle yarım sayfayı kapsıyorsa en dikkat çeken bölümler arasındadır. Özgür Kocaeli, bir aylık süreç içerisinde tüm sayfayı kaplayacak şekilde belediyenin iki basın bültenine yer vermiştir.

Çağdaş Kocaeli, bir aylık süreçte kullandığı 73 belediye basın bülteninden 22 adedini sayfalarının orta üst kısmında kullanmıştır. Bu kullanım yüzde 30,13 ile gazetenin basın bültenlerine en çok yer verdiği sayfa alanına işaret etmektedir. Sol alt köşe de 4 adet bülten kullanan Çağdaş Kocaeli'nin yüzde 5,47 ile en az bu alanı tercih ettiği görülmüştür. Çağdaş Kocaeli belediyeden gelen hiçbir basın bültenine tam sayfa yer vermemiştir.

Demokrat Kocaeli belediye basın bültenlerine sayfalarında en fazla orta üstte yer vermiştir. Bir aylık süreçte toplamda kullandığı 103 belediye basın bülteninden 25 adedine sayfalarının orta üst kısmında yer veren Demokrat Kocaeli'nin bu alanı kullanım yüzdesi 24,27 olmuştur. Demokrat Kocaeli belediyeden gelen hiçbir basın bültenine tam sayfa yer vermemiştir.

Mavi Kocaeli belediye basın bültenlerine en fazla sol orta kısımda yer vermiştir. Yüzde 16,6 oranına denk gelen bu kullanım alanı okurların dikkatini çekmek açısından

genellikle çok fazla tercih edilen bir kısım değildir. Mavi Kocaeli bir aylık süre içerisinde belediye basın bültenlerinde bir adedine tam sayfa yer vermiştir.

Özgür Kocaeli, Çağdaş Kocaeli ve Kocaeli Demokrat'ın basın bültenlerine en fazla yer verdiği alanın orta üst kısım olması tesadüf değildir. Okurların sayfalarda en dikkatini çeken alanların başında gelen orta üst kısımda 3 gazetenin de kullandığı basın bültenlerinin büyük birçoğunluğu yarım sayfayı kaplamaktadır.

BÜLTEN İÇERİĞİ	KBB'DEN İLETİLEN BÜLTEN	
	SAYI	ORAN %
Organizasyon	102	53,4
İhale	4	2,09
Yatırım	16	8,37
Hizmet	69	36,12
Toplam	191	

**Tablo 8.** KBB' den iletilen bültenlerin konuları

KBB' den iletilen 191 bülten konularına göre organizasyon, ihale, yatırım ve hizmet olarak sınıflandırılmıştır. Yapılan incelemede KBB' den organizasyonları ile ilgili 102, ihale ile ilgili 4, yatırım ile ilgili 16, hizmet ile ilgili 69 bülten geçilmiştir. KBB' den en fazla gelen bülten sayısına organizasyonları ile ilgili olan içerikler sahiptir. Bu sayı geçilen bültenleri yüzde 53,4' ünü oluşturmaktadır.

BÜLTEN İÇERİĞİ	KOCAELİ GAZETESİ		BİZİM YAKA		ÖZGÜR KOCAELİ		ÇAĞDAŞ KOCAELİ		DEMOKRAT KOCAELİ		MAVİ KOCAELİ	
	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %
Organizasyon	55	64,7	29	35,36	61	48,4	37	50,6	47	45,6	55	53,9
İhale	4	4,7	4	4,87	4	3,17	4	5,47	4	3,8	4	3,9
Yatırım	2	2,35	13	15,85	16	12,69	4	5,479	12	11,65	13	12,7
Hizmet	24	28,23	36	43,9	45	35,7	28	38,35	40	38,8	30	29,4
Toplam	85		82		126		73		103		102	

**Tablo 9.** KBB' den gelen bültenlerin konularına göre gazetelerde kullanımı

Yapılan incelemede KBB' den gelen 4 ihale haberini 6 gazetenin de kullandığı görülmüştür.

Organizasyon bültenlerine en fazla Özgür Kocaeli Gazetesi yer vermiştir. Kocaeli Gazetesi ve Mavi Kocaeli Gazetesi organizasyon bültenlerinden 55 tanesine sayfalarında yer vermiştir. Demokrat Kocaeli 47, Çağdaş Kocaeli 37, Bizim Yaka ise 29 adet bülten kullanmıştır. Organizasyon bültenleri gazetelerin en fazla yer verdiği bülten sınıfı olmuştur.

Yatırım bültenlerine en fazla yer veren yine Özgür Kocaeli Gazetesi' dir. Özgür Kocaeli Gazetesi toplamda 16 tane yatırım bülteni kullanmıştır. Kocaeli Gazetesi yalnızca 2 adet yatırım bülteni kullanarak sayfalarında en az yatırım bültenlerine yer veren gazete olmuştur. Mavi Kocaeli ve Demokrat Kocaeli 13 adet yatırım bültenine, Demokrat Kocaeli 12, Çağdaş Kocaeli 4 yatırım bülteni kullanmıştır.

Hizmet bültenleri gazetelerin sayfalarında en fazla yer verdiği ikinci bülten sınıfıdır. Özgür Kocaeli Gazetesi hizmet bültenlerinden 45 tanesini kullanmıştır. Demokrat Kocaeli Gazetesi 40, Bizim Yaka Gazetesi 36, Mavi Kocaeli Gazetesi 30, Çağdaş Kocaeli Gazetesi 28, Kocaeli Gazetesi 24 adet hizmet bültenine yer vermiştir.

BÜLTEN İÇERİĞİ	KBB BAŞKANI PROPAGANDA SÖYLEMİ	
	SAYI	ORAN %
Organizasyon	64	53,3
İhale	0	0
Yatırım	12	10
Hizmet	44	36,6
Toplam	120	

**Tablo 10.** KBB Başkanı' nın propaganda söylemlerinin yer aldığı bültenlerin konuları

Araştırmaya konu olan basın bültenleri 25 Mayıs 2018-24 Haziran 2018 tarihleri arasında gazetelere yollanmıştır. 24 Haziran 2018 tarihinde Genel Seçim ve Cumhurbaşkanlığı Seçimi gerçekleştirildiğinden ve genel seçimler gibi Cumhurbaşkanlığı Seçimi' nin de parti adayları üzerinden yürümesi sebebi ile KBB' den gelen bültenleri çoğunlukla siyasi propaganda içeriklidir.



Yapılan incelemede KBB' den gelen 191 basın bülteninden 120 tanesinde dönemin Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu' nun propaganda içerikli söylemleri olduğu tespit edilmiştir.

120 propaganda içerikli bültenden 64' ü organizasyon, 12' si yatırım, 44' ü hizmet sınıfındadır. Bu bültenlerin hepsi belediye başkanının katıldığı KBB programların haber içerikleridir.

İhale bültenleri ile ilgili bir propaganda söylemine rastlanılmamıştır. İhale bültenlerinin hepsi yapılacak olan ihalelerin duyurusu ya da ihale sonuçlarının ilanı olarak gazetelere yollanan bilgilendirme amaçlı haber metinleridir.

PROPAGANDA BÜLTEN İÇERİĞİ	KOCAELİ GAZETESİ		BİZİM YAKA		ÖZGÜR KOCAELİ		ÇAĞDAŞ KOCAELİ		DEMOKRAT KOCAELİ		MAVİ KOCAELİ	
	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %	SAYI	ORAN %
Organizasyon	34	62,9	25	37,8	55	54,45	26	55,3	31	39,2	44	56,4
İhale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yatırım	2	3,7	11	16,6	12	11,8	3	6,38	12	15,18	10	12,8
Hizmet	18	33,3	30	45,4	34	33,6	18	38,29	36	45,56	24	30,76
Toplam	54		66		101		47		79		78	

**Tablo 11.** KBB Başkanı' nın propaganda söylemlerinin yer aldığı bültenlerin konularına göre dağılımı ve gazetelerde kullanım sayıları

KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin gazetelerde kullanımlarının sayı ve oranları incelenmiştir. Bu incelemeye göre Özgür Kocaeli Gazetesi en fazla propaganda içerikli söyleme yer veren basın kuruluşu olmuştur.

Özgür Kocaeli Gazetesi' nin kullandığı 126 KBB basın bülteninden, 101' i KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 101 bültenden 55' i organizasyon, 12' si yatırım, 34' ü hizmet sınıfıdır. Özgür Kocaeli Gazetesi, içeriğinde KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemleri olan bültenlerden en çok sayfalarında organizasyon konusuna yer vermiştir.

Mavi Kocaeli Gazetesi' nin kullandığı 102 KBB basın bülteninden 78' i KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 78 bültenden 44' ü organizasyon, 10' u yatırım, 24' ü hizmet konuludur. Mavi Kocaeli en fazla organizasyon konulu en az yatırım konulu bültenlere yer vermiştir.

Demokrat Kocaeli Gazetesi' nin kullandığı 103 KBB basın bülteninden 79' u KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 79 bültenden 31' i organizasyon, 12' si yatırım, 36' sı hizmet konuludur. Demokrat Kocaeli Gazetesi KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerine en fazla yer veren ikinci gazetedir.

Bizim Yaka Gazetesi' nin kullandığı 82 KBB basın bülteninden 66' sı KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 82 bültenden 25' i organizasyon, 11' i yatırım, 30' u hizmet konulu bültenlerdir. Bizim Yaka Gazetesi en fazla hizmet konulu bültenlere sayfalarında yer vermiştir.

Çağdaş Kocaeli Gazetesi' nin kullandığı 73 KBB basın bülteninden 47' si KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 47 bültenden 26' sı organizasyon, 3' ü yatırım, 18' i hizmet konuludur. Çağdaş Kocaeli Gazetesi sayfalarından en fazla organizasyon konulu bültenlere yer vermiştir.

Kocaeli Gazetesi' nin kullandığı 85 KBB basın bülteninden 54' ü KBB Başkanı' nın propaganda içerikli söylemlerinin yer aldığı bültenlerdir. Bu 54 bültenden 34' ü organizasyon, 2' si yatırım, 18' i hizmet konuludur. Kocaeli Gazetesi en fazla organizasyon bültenlerine sayfalarında yer vermiştir.

## SONUÇ

Ekonomi politik bağlamda medyanın ve siyasi iktidarların yakın bir ilişkisi vardır. Her ne kadar iktidarlar tarafından demokratik çerçevede bir yönetim biçimi izlenmeye çalışılsa da, toplumu yönlendiren ve halk adına devleti denetleyici konumda olan 4. kuvvet medyanın ticari kaygılarla sermaye tarafından kullanıldığı açıkça görülmektedir. İktidarların baskısı altında halkın talep ve isteklerini yayınlamaya çalışan birçok basın kuruluşu ve gazetecinin işine son verilmiştir. Gazeteciler üzerinde oluşan kaygılar ve teknolojinin gelişimi bileşenleri bir araya geldiğinde haber üretim süreçlerinin sadece iktidar sahiplerinin taleplerine göre şekillendirildiğini görmekteyiz.

Geçmiş yıllarda bir gazeteci sadece bir haber içeriği üretmek için çokça zahmete girebilirdi ve bütün bir gününü çalıştığı medya kuruluşuna o tek bir haberi ulaştırmak için tüketebilirdi. Karanlık odada fotoğraf yıkama, kağıt kalemle tutulan notların daktiloya geçilmesi, faks cihazı olan bir yer bulunup metnin gazeteye geçilmesi, faks cihazı yoksa otobüsler ya da araçla metni ulaştırılmaya çalışılması, video kasetlerin saatler süren aktarımı gibi birçok durum zor olan mesleği daha da zorlaştırmaktaydı.

Günümüzde ise her an her yere yetebilmeyi sağlayan kitle iletişim araçlarıyla, 36 kare pozlama sınırlaması olmayan kolay kullanımlı dijital fotoğraf makineleri, cep telefonları, laptoplar, taşınabilir internet modemleri gazetecilerin işini kolaylaştırmış gibi durmaktadır. Ancak bu araçlara sahip olan herkes günümüzde gazeteciliğe soyunarak kendi enformasyonunu yaymak istemektedir. Kocaeli yerel yazılı basınında da bu sorun sıkça görülmektedir. Bu bağlamda yerel yönetimlerdeki kamu kuruluşlarında ortaya çıkan basın yayın ve halkla ilişkiler müdürlükleri özellikle yerel basının haber üretim sürecini olumsuz etkilemektedir.

Ekonomik ve politik bağlamda ilerleyen yerel basın ile yerel yönetim ilişkileri çerçevesinde incelenen Kocaeli Yerel Basını ve KBB arasındaki haber alışverişi aslında tek taraflıdır. Gazete sahipleri ticari kaygılardan ötürü belediyelerden aldıkları reklam ücretleri karşılığında, çoğu zaman halkın taleplerini iletmekten ve yerel yönetimlerle ilgili eleştirel haber yayınlamaktan kaçınmaktadır.

Çoğu zaman belediyenin basın bültenlerinden ibaret bir hal alan Kocaeli’deki yerel gazetelerin okunurluğu da bu sebeple azalmıştır. Her yerde aynı bilgilerin yer aldığı ve kendi isteklerini gazetelerde göremeyen halkın tepkisi, gazetelere tirajların düşüşü olarak yansımıştır. Bu tiraj düşüşlerinde dijitalleşmenin de etkisi vardır. Basın çalışanları ve basın kuruluşu sahipleri her ne kadar yazılı gazetenin daha etkili olduğunu savunursa savunsun, her birinin gazetelerinde istisnasız bir internet sitesi mevcuttur. Hatta bu internet siteleri, gazetelerin satış oranından bir günde daha fazla tıklanmakta, okunmaktadır. Hatta bu internet gazeteleri sayfalarında okuyucular yorumlar yapabilmekte, olumlu bir haberi yorumlayarak kendi sosyal medya hesapları üzerinden paylaşabilmektedir. Tek yönlü olarak ilerleyen iletişim süreci okuyucuların gayretleri ile çok yönlü bir hale getirilmektedir. İnternet gazetelerinin sayısının da çoğalması bir bakıma bu durumla etkileşimlidir. Basının mevcut yapısı içerisinde çalışan ancak tek yönlü haber üretim sürecini gerçekleştiren, yerel yönetimlerin bir memuru gibi hareket etmeye zorlanan bazı kişiler internet gazetesi kurmaya en fazla eğilimi olan kişilerdir.

Birçok kişi ya da kuruluş yaymak istediği enformasyonu kendi oluşturduğu iletişim ağları üzerinden gazetelere iletmekte ve zaten kar etmeyen gazetelere reklam vermek gibi maddi destek sağlama anlaşmaları ile hazır basın bültenlerini yayınlamaktadır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi de bu durumu en profesyonel ve aktif şekilde gerçekleştiren kuruluştur. Kocaeli Yerel Basınına incelediğimizde özellikle gazetelerin sayfaları muhabir imzalı haberlerden ziyade birbirinin kopyası olan hazır bültenlerle doludur.

Gazetecilerin haber içeriği üretimi en aza inmiştir. Tabiki bu yayınlanan hazır bültenlerin sadece maddi karşılığı yoktur; bu desteği sağlayan kurumlarla ilgili olumsuz haber yapılması da yasal bir yaptırım olmasa da bir şekilde yasaktır. Bu acı gerçek maalesef gazetelerde çalışan muhabirlerin özellikle kent gündemini ilgilendiren yerel yönetimlerin çalışmalarıyla ilgili haber içeriği üretimini engellemektedir. Kocaeli Yerel Basınında yakın bir tarihe kadar bir gazetede en az 5 muhabir çalışırken şu anda bu sayı 3’ü geçmemektedir. 3’ün üzerinde muhabir sayısı bulunan gazeteler muhabirleri yarı zamanlı olarak editör ya da diğer alanlarda

da kullanmaktadır. Hazır basın bültenleri ile dolan sayfalar gazete sahiplerinin de maddi dayanak açısında ellerini kollarını bağlamıştır.

Özellikle KBB' nin kurduğu ve içerisinde bir gazete dolusu çalışanından daha fazla çalışan olan basın biriminin her gün iletği hazır bültenlerle gazetelerin dolu olması buna örnektir. Bu çalışma kapsamında incelenen gazetelerin temsilcileri ile yapılan görüşmeden her ne kadar günde ortalama az sayıda basın bülteni kullandıklarını ifade etseler de, sadece KBB'den gelen hazır bültenlerin kendi sayfalarında ne kadar yer aldığı görülmüştür.



## KAYNAKÇA

### 1.Kitaplar

Adaklı, Gülseren (2006). Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Aktaş, Celalettin (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması. İstanbul: Beta Yayınları.

Akyazı, Ayşenur (2019). İletişimde Dijitalleşme ve Yeni Nesil Habercilik. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Alver, Füsün (2011). Gazetecilik Bilimi ve Kuramları Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye’deki Gazetecilik Sistemi ve Uygulamalarıyla Sınama Denemesi. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Aydeniz, Hediyeullah (2007). “Tarihsel ve Literal Açından Yerel Gazetecilik”. Türkiye’de Yerel Basın. Ed. Suat Gezgün. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 15.

Aziz, Aysel (2014). Siyasal İletişim. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık TİC. LTD. ŞTİ.

Aziz, Aysel (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık TİC. LTD. ŞTİ.

Baytar, Orhan (2015). “Türkiye’de Siyaset ve Ekonominin Medyaya Etkisi”. Şu kitapta: Ed. Dr. Tolga Yazıcı. 1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset. Kocaeli: Volga Yayıncılık, 159.

Burton, Greame (1995). Medya Analizlerine Giriş: Görünenden Fazlası (Çev. Nefin Dinç). İstanbul: Alan Yayıncılık.

Castells, Manuel (2016). İletişim Gücü (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Crowley, David, Paul Heyer (2017). İletişim Tarihi Teknoloji Kültür Toplum (Berkay Ersöz). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çapoğlu, Gökhan (1994). Türkiye’de Siyasal Tıkanıklığı Aşmak İçin. Ankara: Stratejik Araştırmalar Vakfı.

Çukurçayır, Akif (2015). Yerel Yönetimler-Kuram, Kurum ve Yeni Yaklaşımlar. Konya: Çizgi Kitabevi.

Değirmencioğlu, Gürsoy (2007). “Yeni İletişim Teknolojilerinin Yerel Basına Sunduđu Olanaklar ve Kocaeli Yerel Gazetelerinin İnternet Sayfaları Üzerine Bir Deđerlendirme.” Türkiye’de Yerel Basın. Ed. Suat Gezgin. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakóltesi Yayınları, 485.

Domenoach, Jean-Marie (2003). Politika ve Propaganda (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Varlık Yayınları.

Emre, Süleyman Arif (2002). Siyasette 35 Yıl-1. Cilt. İstanbul: Keşif Yayınları.

Girgin, Atilla (2001). Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik. İstanbul: Anka Basım.

Golding, Peter, Graham Murdock (1997). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik.” (Çev. Beybin Kejanlıoğlu). Şu kitapta: Ed. Süleyman İrvan. Medya, Siyaset, Kültür. Ankara: Pharkamon Kitap, 49-77.

Gürel, Nail (2007). “Yerel Basının İşlevi ve Demokrasilerde Önemi”. Şu kitapta: Ed. Suat Gezgin. Türkiye’de Yerel Basın. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakóltesi Yayınları, 171.

Gürson, Poyraz (2015). “1946’dan Günümüze Türk Siyasi Hayatında Medya ve Siyaset İlişkisi.” Şu kitapta: Ed. Dr. Tolga Yazıcı. 1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset. Kocaeli: Volga Yayıncılık, 62-63.

Güz, Nurettin (2008). “Kültür Ocakları Olarak Halkevleri ve Halkevleri Dergileri.” Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim: Ed. Doç. Dr. Metin Işık, Dr. Ayhan Erdem. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 72-73.

Herman, S. Edward, Noam Chomsky (2017). Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası (Çev. Dr. Ender Abadoğlu). İstanbul: bgst Yayınları.

İslamoğlu, A. Hamdi, Ümit Açıkalın (2019). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Kocaeli Üniversitesi (2003). Atatürk’ün Kocaeli Ziyaretleri Kent ve Konuğu. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.

Leah A., Lievrouw (2016). Alternatif ve Aktivist Yeni Medya (Çev. İlkay Sevgi Temizalp). İstanbul: Epilson Yayıncılık.

Le Bon, Gustave (2004). Kitleler Psikolojisi (Çev. Selahattin Demirkan). İstanbul: Yağmur Yayınevi.

Lüleci, Tolga (2016). “Tek Parti Döneminde İktidar ve Basın”. Şu kitapta: Ed. Dr. Tolga Yazıcı. 1923-1946: Tek Partili Dönem Medya ve Siyaset 2. Kocaeli: Volga Yayıncılık, 64, 70-72, 71.

Marks, Karl, Friedrich Engels (2004). Felsefe Üzerine (Der. Mehmet Türdeş). İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.

Meyer, Thomas (2014). Medya Demokrasisi. İstanbul: Köprü Kitapları.

Mutlu, Erol (2001). “Ne Olacak Bu Kanu Yayıncılarının Hali?” Şu kitapta: Ed. D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı. Medya Politikaları. Ankara: İmge Kitabevi, 66-69.

Nebiler, Halil (19915). Medyanın Ekonomi Politiği Türk Basınında Tekelleşme ve Basın Ahlakının Çöküşü. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Öymen, Onur (2014). Propaganda Silahı Olarak Basın. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Özkan, Abdullah (2007). Siyasal İletişim Stratejileri. İstanbul: Tasam Yayınları.

Özcan, Ali (2015). “1945-1960 Türkiye’inde Basın İktidar İlişkileri ve 27 Mayıs 1960 Darbesinde Basının Etkisi.” Şu kitapta: Ed. Dr. Tolga Yazıcı. 1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset. Kocaeli: Volga Yayıncılık, 103, 107-110)

Özgen, Murat (2000). Türkiye’de Basının Gelişimi ve Sorunları. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Sim, Şükrü (2007). “Yerel Medya Olgusu ve Batman Medyasına Bakış.” Türkiye’de Yerel Basın. Ed. Suat Gezgin. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 398.

Schneider, Wolf, Paul-Josef Raue (2000). Gazetecinin El Kitabı (Işık Aygün). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı

Şimşek, Sedat, İmran Uğur (2008). “Basında Tekelleşmenin Nedenleri ve Ortaya Çıkardığı Olumsuzluklar.” Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim. Ed. Doç. Dr. Metin Işık ve Dr. Ayhan Erdem. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 171-172.

Topuz, Hıfzı (2011). II. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Törenli, Nurcan (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Ünal, Recep (2012). Mobil Video Haber Servisleri. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Yaylagül, Levent (2010). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.



## 2.Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Değirmencioğlu, Gürsoy (2011). “Yerel Basında Yeni Medya ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli’de Yayınlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme”. Online Academic Journal Of Information Technology, 2 (5), s.19-31. [https://www.ajit-e.org/?menu=pages&p=details\\_of\\_article&id=25](https://www.ajit-e.org/?menu=pages&p=details_of_article&id=25) / 6 Kasım 2017

Erdoğan, İrfan, Esra Keloğlu İşler, Nurgül Durmuş (2005). “Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleceğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar” Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi 20-2: s.1-48

Galtung, Johan, Mari Holmboe Ruge (1965). “The Structure Of Foreign News” Journal Of Peace Research, 2 (1), s. 64-91.  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002234336500200104>  
/ 15 Aralık 2017

Loeffelholz, Martin, Thorsten Quandt (2005). “New journalism, old theories?” Germany, s.5-7  
[https://www.researchgate.net/publication/260258687\\_New\\_journalism\\_old\\_theories\\_Current\\_developments\\_in\\_journalism\\_theory\\_The\\_German\\_speaking\\_countries](https://www.researchgate.net/publication/260258687_New_journalism_old_theories_Current_developments_in_journalism_theory_The_German_speaking_countries)

Kıranlar,Safiye (2015). İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Kocaeli’nin Sosyo Ekonomik Durumu üzerine Bir İnceleme.”  
[https://www.academia.edu/38701527/İkinci\\_Dünya\\_Savaşı\\_Yıllarında\\_Kocaeli\\_nin\\_Sosyo-Ekonomik\\_Durumu\\_Üzerine\\_Bir\\_İnceleme](https://www.academia.edu/38701527/İkinci_Dünya_Savaşı_Yıllarında_Kocaeli_nin_Sosyo-Ekonomik_Durumu_Üzerine_Bir_İnceleme)

McCombs, E. Maxwell, Donald L. Shaw (1972). “The Agenda Setting Function Of Mass Media” The Public Opinion Quarterly, 36 (2), s. 176-187.  
[https://www.academia.edu/13123517/The\\_Agenda-Setting\\_Function\\_of\\_Mass\\_Media](https://www.academia.edu/13123517/The_Agenda-Setting_Function_of_Mass_Media) / 20 Aralık 2017

Östgaard, Einar (1965). “Factors Influencing the Flow of News” Journal of Peace Research, 2 (39), s.39-63. <http://jpr.sagepub.com/cgi/content/abstract/2/1/39> / 15 Aralık 2017

Pavlik, John (2001). Journalism and New Media. United States of America: Columbia University Press.

Öztürk, Ahmet (1998). “Çağdaş Demokrasilerde Siyasal İktidar- Basın İlişkileri.” İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8, 76-77.

Shoemaker, Pamela, Stephen D. Reese (1996). “Mediating the Message; Theories Of Influences on Mass Media Content” United States of America: Longman Publishers, s. 29-92

<https://journalism.utexas.edu/sites/default/files/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/mediating-the-message.pdf> / 20 Kasım 2017

Stocking, S Holly, Paget Gross (1989). “How do journalists think?”. United States Of America: Indiana University Printservices

White, David Mannig (1950). “The Gatekeeper: a Study case in selection of news”. United States Of America: Association for Education in Journalism

### **3. Elektronik Kaynak**

Basın İlan Kurumu (2019) 02.01.2019

<https://www.bik.gov.tr/yerel-gazeteler/kocaeli/tumu/>

Kocaeli Gazetesi (2014) 03.03.2019

<https://www.kocaeligazetesi.com.tr/haber/1318168/yildiz-entegrenin-sozlesmesi-ornek-olmus#>

Evrensel Gazetesi (2014) 03.03.2019

<https://www.evrensel.net/haber/90038/agac-is-simdi-de-kocaeli-subesini-kapatti>

## EKLER

Ek 1. 14 Haziran 2018 tarihli Özgür Kocaeli Gazetesi 3. Sayfa KBB Haberi ve 12 Haziran 2018 tarihinde KBB'den medya kuruluşlarına geçilen basın bülteni

Yayın Adı : Özgür Kocaeli  
Referans No : 78352813  
Dağıtım alanı : Yerel  
Yayın Periyot : Haftada Alb  
Yayın Tipi : Gazete

Yayın Tarihi : 14.06.2018  
Sayfa : 3  
Tiraj : 5150  
Reklam E.(%) : 233,33

AJANS PRESS

# Kongre Merkezi'nin çalışmalarını sürüyor

**Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Sekapark'ta kongre merkezi inşa ediyor.**  
Sekapark'ta yer alan eski Mannesman Fabrikası bir dizi çalışmayla yenilenecek modern bir kongre merkezi haline getiriliyor. İrili ufaklı pek çok salonu bünyesinde bulunduracak olan kongre merkezi bu özelliği ile toplantılara ve nikah törenlerine ev sahipliği yapacak.

### MONTAJ ÇALIŞMALARI YAPILIYOR

**Büyükşehir Belediyesi,**

**Kocaeli'ye kongre merkezi kazandırıyor.**

İnşa çalışmaları devam eden yapıda B

blok kolon döşeme kalıp işleri sürüyor. Gaz beton duvar örülmesine de başlandı. C blok içinde yeni üretilen ve montaj yapılacak olan çelikler şantiye sahasına nakledilerek montajlanıyor. Ayrıca bu blokta yangına dayanıklı boyama uygulaması yapılıyor. İnşaat alanında çalışmalar sürerken yeni çeliklerin fabrikada üretimlerine de



**ÇALIŞMA-** Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Sekapark'ta kongre merkezi inşa ediyor. Sekapark'ta yer alan eski Mannesman Fabrikası bir dizi çalışmayla yenilenecek modern bir kongre merkezi haline getiriliyor.

devam ediliyor. A blokta kolon perde demirleri bağlanması ve perde betonu döküm işleri sürüyor.

### 36 DÖNÜMDE İNŞA EDİLİYOR

36 dönüm alan üzerinde inşa edilen kongre merkezi üç bloktan oluşuyor. A ve B bloğun taban alanı 7 bin 500 metrekare, toplam inşaat alanı ise 11 bin 700 metrekare olacak. Büyük kon-

gre salonu bu iki blokta yer alacak. C bloğun ise taban alanı 2 bin 700 metrekare toplam inşaat alanı da 4 bin metrekare olacak. Projede bin 300 kişilik ana kongre salonu, fuaye ve sergi salonları olacak.

Merkezde 4 adet 120 kişilik çok amaçlı salon, 4 adet 40 kişilik salon, 60 kişilik senato salonu ve idari ofisler, 2 adet 460 kişilik nikah salonu, farklı ölçeklerde toplantı odaları, atölyeler ve yeme içme birimleri bulunacak.

### ZENGİN BİR ALAN

### ORTAYA ÇIKACAK

Mannesman fabrikasının kongre merkezine dönüşmesiyle Sekapark bir bütün haline gelecek.

Sekapark'ta vatandaşların

faaydalanabileceği daha

büyük bir alan elde edilecek. Bugün büyük ölçüde açık alan faaliyetleri baskınlı kıyı bandına yeni kongre merkezinin eklenmesiyle zengin bir alan ortaya çıkacak. Proje alanına tramvay, yaya ve taşıtla ulaşım sağlanabilecek. Peyzaj düzenlemeleri yapılacak projede açık otopark da bulunacak.



**BÖYLE OLACAK-** İrili ufaklı pek çok salonu bünyesinde bulunduracak olan kongre merkezi bu özelliği ile toplantılara ve nikah törenlerine ev sahipliği yapacak.

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'nin Sekapark'ta inşa ettiği Kongre Merkezi'nin çalışmaları devam ediyor.

### **Kongre Merkezi'nin çalışmaları sürüyor**

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Sekapark'ta kongre merkezi inşa ediyor. Sekapark'ta yer alan eski Mannesman Fabrikası bir dizi çalışmayla yenilenerek modern bir kongre merkezi haline getiriliyor. İrili ufaklı pek çok salonu bünyesinde bulunduracak olan kongre merkezi bu özelliği ile toplantılara ve nikah törenlerine ev sahipliği yapacak.

#### **MONTAJ ÇALIŞMALARI YAPILIYOR**

Büyükşehir Belediyesi, Kocaeli'ye kongre merkezi kazandırıyor. İnşa çalışmaları devam eden yapıda B blok kolon döşeme kalıp işleri sürüyor. Gaz beton duvar örülmesine de başlandı. C blok içinde yeni üretilen ve montaj yapılacak olan çelikler şantiye sahasına nakledilerek montajlanıyor. Ayrıca bu blokta yangına dayanıklı boyama uygulaması yapılıyor. İnşaat alanında çalışmalar sürerken yeni çeliklerin fabrikada üretimlerine de devam ediliyor. A blokta kolon perde demirleri bağlanması ve perde betonu döküm işleri sürüyor.

#### **36 DÖNÜMDE İNŞA EDİLİYOR**

36 dönüm alan üzerinde inşa edilen kongre merkezi üç bloktan oluşuyor. A ve B bloğun taban alanı 7 bin 500 metrekare, toplam inşaat alanı ise 11 bin 700 metrekare olacak. Büyük kongre salonu bu iki blokta yer alacak. C bloğun ise taban alanı 2 bin 700 metrekare toplam inşaat alanı da 4 bin metrekare olacak. Projede bin 300 kişilik ana kongre salonu, fuaye ve sergi salonları olacak. Merkezde 4 adet 120 kişilik çok amaçlı salon, 4 adet 40 kişilik salon, 60 kişilik senato salonu ve idari ofisler, 2 adet 460 kişilik nikah salonu, farklı ölçülerde toplantı odaları atölyeler ve yeme içme birimleri bulunacak.

#### **ZENGİN BİR ALAN ORTAYA ÇIKACAK**

Mannesman fabrikasının kongre merkezine dönüşmesiyle Sekapark bir bütün haline gelecek. Sekapark'ta vatandaşların faydalanabileceği daha büyük bir alan elde edilecek. Bugün büyük ölçüde açık alan faaliyetleri barındıran kıyı bandına yeni kongre merkezinin eklenmesiyle zengin bir alan ortaya çıkacak. Proje alanına tramvay, yaya ve taşıtla ulaşım sağlanabilecek. Peyzaj düzenlemeleri yapılacak projede açık otopark da bulunacak.

Bülten No: 1196

**Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Haber Merkezi**  
Tel: 0 262 318 16 00 Faks: 0 262 318 16 31 Web: www.kocaeli.bel.tr E-mail: basin@kocaeli.bel.tr



12 Haziran 2018 tarihinde KBB'den gelen basın bülteni ve görselleri

**Yayın Adı** : Mavi Kocaeli  
**Referans No** : 78223151  
**Dağıtım alanı** : Yerel  
**Yayın Periyot** : Haftada Altı  
**Yayın Tipi** : Gazete

**Yayın Tarihi** : 09.06.2018  
**Sayfa** : 14  
**Tiraj** : 350  
**Reklam E.(%)** : 160,56

**AJANS PRESS**



Temel atma törenine Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri İlhan Bayram, Dilovası Kaymakamı Mustafa Asım Alkan, Dilovası Belediye Başkanı Ali Toltar, protokol ve vatandaşlar katıldı.

# Dilovası, olimpik havuzuna kavuşuyor

## Dilovası ilçesine değer katacak olan yarı olimpik yüzme havuzu için temel atma töreni gerçekleştirildi

### PROJELER HAYATA GEÇİYOR

Her ilçeye bir yüzme havuzu yapmayı hedefleyen Kocaeli Büyükşehir Belediyesi bu doğrultuda projelerini hayata geçirmeye devam ediyor. Kenti spor tesisleriyle donatan Kocaeli Büyükşehir, sporcu bir gençliğin yetişmesi için bu alanlara önem veriyor. Yarı olimpik yüzme havuzları kentin pek çok yerinde yerlerini alırken yeni tesislerin yapımı için de projeler hayata geçiriliyor. Bu kapsamda Dilovası ilçesine değer katacak olan yarı olimpik yüzme havuzu için temel atma töreni gerçekleştirildi.

### TEMEL ATMA TÖRENİNE YOGUN İLĞİ

Törende konuşan Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Dilovası'na eğitim, kültür ve spor alanlarında yapılan yatırımların gelecekte de devam edeceğini söyledi. Başkan Karaosmanoğlu, tesisin 2019 yılı ocak ayında bitirilmesi için müteahhit firma yöneticisinden söz aldı. Temel atma törenine Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri İlhan Bayram, Dilovası Kaymakamı Mustafa Asım Alkan, Dilovası Belediye Başkanı Ali Toltar, protokol ve vatandaşlar katıldı.

### KARAOSMANOĞLU: "EN BÜYÜK DEĞER SAĞLIK"

Temel atma töreninde konuşan Başkan Karaosmanoğlu, "Eskişehir insanlarımız köylerde yaşarken, bağ bahçe ve tarla işleriyle uğraşarak zaten spor yapıyorlardı. İnsanlarımız şehre geldiklerinde bazen dört duvar arasında sıkışabiliyor. Ondan sonra da insan hareketsiz kalınca, her türlü hastalık ortaya çıkmaya başlıyor. Biz toplumumuzdaki gencinde yaşlısında da, kadının da, erkeğinin de spor yapmasını arzuluyoruz. En büyük değer, en büyük sermaye sağlıktır" dedi.

### TOLTAR: "ÖNEMLİ BİR PROJE"

Törende konuşan Dilovası Belediye Başkanı Ali Toltar, "Bugün burada çok

Tesisin 2019 yılı ocak ayında bitirilmesi bekleniyor.



Dilovası Yarı Olimpik Yüzme Havuzunun temel atma törenine katılan Başkan Karaosmanoğlu, eğitim, kültür ve sporda Dilovası'na yatırımların devam edeceğini söyledi.



Törende konuşan ve ilçeye yapılan yatırımların arttığını belirten Dilovası Belediye Başkanı Ali Toltar, "Artık Dilovası bir ilçe hâviyetini kazanmıştır" dedi.

önemli ve hayırlı bir projenin temel atma törenindeyiz. Son 16 yıl içerisindeki bu ve bunun gibi projelerle genç bir nüfusa sahip ilçemizde, büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanıyor. Artık Dilovası bir ilçe hâviyetini kazanmıştır. Bu dönüşümde büyük emeği olan Başbakan Yardımcısı Filiz İşık'a ve Büyükşehir Belediyesi Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu'na çok teşekkür ediyorum" dedi.

### TAM DONANIMLI

Dilovası Bilal-i Habeş Caddesi üzerinde

yer alan Dilovası Spor Salonu ve Şehit Nihat Karadağ Spor Tesisi arasında kalan alanda yarı olimpik yüzme havuzu inşa edilecek. Proje alanı 4 bin 400 metrekare olan yapının, toplam inşaat alanı 4 bin 200 metrekare olacak. Yapının bodrum katında 2 adet masa tenisi salonu, 2 adet satranç ve 1 eğitim odası ile soyunma odaları ve dışlar yer alacak. Yapının tesisat su deposu, kazan dairesti, havuz tesisat odası ve klima santrali gibi kısımlar da bu katta bulunacak.

Dilovası Yarı Olimpik Yüzme Havuzu'nun temel atma törenine katılan Başkan Karaosmanoğlu, eğitim, kültür ve sporda Dilovası'na yatırımların devam edeceğini söyledi

### Büyükşehir'in hedefi her ilçeye yüzme havuzu; **Dilovası Yarı Olimpik Yüzme Havuzu temeli atıldı**

Her ilçeye bir yüzme havuzu yapmayı hedefleyen Kocaeli Büyükşehir Belediyesi bu doğrultuda projelerini hayata geçirmeye devam ediyor. Kenti spor tesisleriyle donatan Kocaeli Büyükşehir, sporcu bir gençliğin yetişmesi için bu alanlara önem veriyor. Yarı olimpik yüzme havuzları kentin pek çok yerinde yerlerini alırken yeni tesislerin yapımı için de projeler hayata geçiriliyor. Bu kapsamda Dilovası ilçesine değer katacak olan yarı olimpik yüzme havuzu için temel atma töreni gerçekleştirildi. Törende konuşan Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Dilovası'na eğitim, kültür ve spor alanlarında yapılan yatırımların gelecekte de devam edeceğini söyledi. Tören sonunda Başkan Karaosmanoğlu, tesisin 2019 yılı ocak ayında bitirilmesi için müteahhit firma yöneticisinden söz aldı.

#### **TEMEL ATMA TÖRENİNE YOĞUN İLĞİ**

Temel atma törenine Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri İlhan Bayram, Dilovası Kaymakamı Mustafa Asım Alkan, Dilovası Belediye Başkanı Ali Toltaç, AK Parti Dilovası İlçe Başkanı Osman Akbulut, protokol ve vatandaşlar katıldı.

#### **BAŞKAN: EN BÜYÜK DEĞER SAĞLIK**

Temel atma töreninde konuşan Başkan Karaosmanoğlu, "Eskiden insanlarımız köylerde yaşarken, bağ bahçe ve tarla işleriyle uğraşarak zaten spor yapıyordu. İnsanlarımız şehre geldiklerinde bazen dört duvar arasına sıkışabiliyor. Ondan sonra da insan hareketsiz kalınca, her türlü hastalık ortaya çıkmaya başlıyor. Biz toplumumuzdaki gencinde yaşlınının da, kadınının da, erkeğinin de spor yapmasını arzuluyoruz. En büyük değer, en büyük sermaye sağlıktır" dedi.

#### **"SAĞLIKLI BİR YAŞAM İÇİN SPOR YAPMAMIZ GEREKİYOR"**

Başkan Karaosmanoğlu, "Sağlığımız bizim için çok önemli, onun için sağlıklı besleneceğiz. Doğal ürünler bulup tüketmeye çalışalım. Bunun yanında da

**Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Haber Merkezi**  
Tel: 0 262 318 16 00 Faks: 0 262 318 16 31 Web: www.kocaeli.bel.tr E-mail: basin@kocaeli.bel.tr



8 Haziran 2018 tarihinde KBB'den gelen basın bülteni ve görselleri

### Ek 3. 14 Haziran 2018 tarihli Bizim Yaka Gazetesi'nin 7. sayfa KBB haberi ve KBB'den gelen basın bülteni

**Yayın Adı** : Bizim Yaka  
**Referans No** : 78354652  
**Dağıtım alanı** : Yerel  
**Yayın Periyot** : Haftada Altı  
**Yayın Tipi** : Gazete

**Yayın Tarihi** : 14.06.2018  
**Sayfa** : 7  
**Tiraj** : 1750  
**Reklam E.(\$)** : 39,00

**AJANS PRESS**

Parkomatlar, Ramazan Bayramı süresince vatandaşlara ücretsiz olarak hizmet verecek

## Bayramda parkomatlar ücretsiz

**Kocaeli Büyükşehir Belediyesi**, Ramazan Bayramı'nda Belde A.Ş.'ye bağlı parkomatlı otoparkları ücretsiz olarak vatandaşların hizmetine sunacak. Bayram boyunca devam edecek uygulama ile vatandaşlar, araçlarını park etme sıkıntısı çekmeyecek. **Büyükşehir Belediyesi**, Ra-

mazan Bayramı'nda vatandaşların şehir içindeki ziyaretlerinde park sorunu yaşamamaları için gerekli tedbirleri aldı. Bu doğrultuda bayram süresince 15-16-17 Haziran günlerini kapsayacak şekilde parkomatlı otoparklardan ücret alınmayacak. ■ **BÜLTEN**



14 Haziran 2018 Bizim Yaka Gazetesi – 7. sayfa

**KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ** CALISINCA OLUYOR

... HABER BÜLTENİ... HABER BÜLTENİ... HABER BÜLTENİ...

13 Haziran 2018  
Çarşamba

Parkomatlar, Ramazan Bayramı süresince ücretsiz olacak

### Bayramda parkomatlar ücretsiz

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Ramazan Bayramı'nda Belde A.Ş.'ye bağlı parkomatlı otoparkları ücretsiz olarak vatandaşların hizmetine sunacak. Bayram boyunca devam edecek uygulama ile vatandaşlar, araçlarını park etme sıkıntısı çekmeyecek.

#### BAYRAM BOYUNCA GEÇERLİ

Büyükşehir Belediyesi, Ramazan Bayramı'nda vatandaşların şehir içindeki ziyaretlerinde park sorunu yaşamamaları için gerekli tedbirleri aldı. Bu doğrultuda bayram süresince 15-16-17 Haziran günlerini kapsayacak şekilde parkomatlı otoparklardan ücret alınmayacak.

Bülten No: 1201



13 Haziran 2018 tarihinde KBB'den gelen basın bülteni ve görselleri

Ek 4. 17 Haziran 2018 tarihli Demokrat Kocaeli Gazetesi 9. Sayfa KBB haberi ve KBB'den gelen basın bülteni

Yayın Adı : Kocaeli Demokrat  
Referans No : 78403951  
Dağıtım alanı : Yerel  
Yayın Periyot : Günlük  
Yayın Tipi : Gazete

Yayın Tarihi : 17.06.2018  
Sayfa : 9  
Tiraj : 3000  
Reklam E.(%) : 107,22

AJANS PRESS

# Bu bayram çocukları özellikle sevindirir

Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Ramazan Bayramı'nda çocukların özellikle sevindirilmesi gerektiğine dikkat çekerek, "Aile büyükleri bunu asla ihmal etmemelidir" dedi



Başkan Karaosmanoğlu, bayramlaşma sırasında çocuklara özel ilgi gösterilmesi gerektiğini belirtti.

**T**ÜRK Dünyası Belediyeler Birliği ve Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, bayramların çocukları sevindirmek için özel fırsatlar sunduğunu, bayramın manevi duygusunu yaşatmak için çocuklara özel ilgi gösterilmesini gerektiğini belirterek, "Çoşkusıyla gönüllerimize misafir olan Ramazan ayını uğurladık ve Ramazan bayramına kavuştuk. Küçükler sevilsin, büyükler sevensin, eller öpülsün, başlar oksansın, gönüller alınsın, dargınlar barışsın. Bayramımız, bayram olsun inşallah. Böyle dönemlerde Sila-i Rahim'in önemini bilelim. Aile büyüklerimizi ve akrabalarımızı bayramlarda ihmal etmeyelim. Çocukları da özellikle sevindirelim" dedi. Başkan Karaosmanoğlu, Bayram namazını kıldığı Yuvacık Hafız Muharrem Camii'nden çıkarken kendisiyle bayramlaşmaya gelen çocuklarla özel olarak ilgilenmiş ve bayram harçlığı dağıtmıştı.



Çocuklar, Bayram namazı çıkışında Başkan Karaosmanoğlu'nun elini öperek harçlıklarını aldı.

17 Haziran 2018 Demokrat Kocaeli Gazetesi – sayfa 9



Başkan Karaosmanoğlu, Hafız Muharrem Camisinde Bayram Namazını kılmasının ardından Yuvacık Merkez Camisinde de vatandaşlarla ve çocuklarla bayramlaştı.

### **Başkan Karaosmanoğlu, “Bu bayram çocukları özellikle sevindirelim”**

Türk Dünyası Belediyeler Birliği ve Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Hafız Muharrem Camisinde kıldığı Bayram namazı sonrası vatandaşlarla bayramlaştı. Daha sonra Yuvacık Merkez Camisine geçen Karaosmanoğlu, burada da çocuklarla yakından ilgilenirken vatandaşlarla da bayramlaşmayı ihmal etmedi.

#### **“AİLE BÜYÜKLERİMİZİ İHMAL ETMEYİN”**

Hafız Muharrem ve Yuvacık Merkez Camisinde toplanan çocuklara bayram harçlıklarını da dağıtan Karaosmanoğlu, “Coşkusuyla gönüllerimize misafir olan Ramazan ayını uğurladık ve Ramazan bayramına kavuştuk. Küçükler sevelsin, büyükler sevelsin, eller öpülsün, başlar okşansın, gönüller alınsın, dargınlar barışsın. Bayramımız, bayram olsun inşallah” açıklamasını yaptı. Sıla-i Rahim’in önemine de dikkat çeken Başkan Karaosmanoğlu, “Aile büyüklerimizi ve akrabalarımızı bayramlarda ihmal etmeyelim. Çocukları da özellikle sevindirelim” ifadelerini sarf etti.



15 Haziran 2018 tarihinden KBB'den gelen basın bülteni ve görselleri

# Yeni Kandıra Belediye binası için ihale yapıldı

Büyükşehir Belediyesi'nin Kandıra'ya yapacağı yeni belediye hizmet binasının ihalesi gerçekleştirildi

Büyükşehir Belediyesi Kandıra'da yeni bir belediye hizmet binası kazandı. Geçtiğimiz yıllarda Başiskele ve Karamürsel belediyelerini yeni belediye hizmet binaları kazandıran Büyükşehir Belediyesi Kandıra için de yeni ve modern bir hizmet binası yapacak. Yeni hizmet binası Kandıra Akdurak Mahallesi'nde yapılacak. Mülkiyeti büyükşehir belediyesi ait arazi üzerinde yapılacak olan belediye hizmet binası toplam 13 bin 893 metrekare kullanım alanına sahip olacak.

## 2 FİRMA TEKLİF VERDİ

Kandıra Belediyesi yeni belediye hizmet binası için Büyükşehir Belediyesi'nde ihale dü-

zenlendi. İhaleye iki firma teklif verdi. El Yapı Beton 29 milyon 419 bin TL teklif sunarken Eksan Yapı'dan 29 milyon 753 bin TL teklif geldi. İhale komisyonunu teklifleri değerlendirmesinin ardından belirlenecek olan yüklenici firma yer tesliminden itibaren projeyi 450 günde tamamlayacak.

## ÜÇ BLOK

Hizmet binası üç blok halinde yapılacak. Bina tam donanıma sahip olacak. Yapının en alt ve orta bodrum katlarında otopark yer olacak. En alt bodrum 44 araçlık otopark ve sığınak olarak, orta bodrum kat da 40 araçlık otopark ve depo,



Büyükşehir Belediyesi, Kandıra için yeni ve modern bir hizmet binası yapacak.

duş, arşiv alanları olarak düzenlenecek. Üst bodrum katta ise giriş fuayesi, bekleme salonu ve hizmet birimleri yer alacak. Yapının zemin katında başkanlık girişi, bekleme salonu ve hizmet birimleri bulunacak. İkinci katta belediye meclis salonu ve meclis grup odaları yapılacak. Üçüncü kat ise başkanlık makamı olarak düzenlenecek. Bu katta ayrıca personel dinlenme terası da yer alacak. ÇAĞDAŞ KOCAELİ

4 Haziran 2018 Çağdaş Kocaeli – sayfa 5



03 Haziran 2018  
Pazar

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'nin Kandıra'ya yapacağı yeni belediye hizmet binasının ihalesi gerçekleştirildi.

## Yeni Kandıra Belediye binası için ihale yapıldı

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kandıra'da yeni bir belediye hizmet binası kazandırıyor. Geçtiğimiz yıllarda Başiskele ve Karamürsel belediyelerini yeni belediye hizmet binaları kazandıran Büyükşehir Belediyesi Kandıra için de yeni ve modern bir hizmet binası yapacak. Yeni hizmet binası Kandıra ilçesi Akdurak Mahallesi'nde yapılacak. Mülkiyeti büyükşehir belediyesi ait arazi üzerinde yapılacak olan belediye hizmet binası toplam 13 bin 893 metrekare kullanım alanına sahip olacak.

## 2 FİRMA TEKLİF VERDİ

Kandıra Belediyesi yeni belediye hizmet binası için Büyükşehir Belediyesi'nde ihale düzenlendi. İhaleye iki firma teklif verdi. El Yapı Beton 29 milyon 419 bin TL teklif sunarken Eksan Yapı'dan 29 milyon 753 bin TL teklif geldi. İhale komisyonunu teklifleri değerlendirmesinin ardından belirlenecek olan yüklenici firma yer tesliminden itibaren projeyi 450 günde tamamlayacak.

## ÜÇ BLOK

Hizmet binası üç blok halinde yapılacak. Bina tam donanıma sahip olacak. Yapının en alt ve orta bodrum katlarında otopark yer olacak. En alt bodrum 44 araçlık otopark ve sığınak olarak, orta bodrum kat da 40 araçlık otopark ve depo, arşiv alanları olarak düzenlenecek.

## HİZMET BİRİMLERİ

Üst bodrum katta ise giriş fuayesi, bekleme salonu ve hizmet birimleri yer alacak. Yapının zemin katında başkanlık girişi, bekleme salonu ve hizmet birimleri bulunacak. İkinci katta belediye meclis salonu ve meclis grup odaları yapılacak. Üçüncü kat ise başkanlık makamı olarak düzenlenecek. Bu katta ayrıca personel dinlenme terası da yer alacak.

Bülten No: 1135



Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Haber Merkezi  
Tel: 0 262 318 16 00 Faks: 0 262 318 16 31 Web: www.kocaeli.bel.tr E-mail: basin@kocaeli.bel.tr

3 Haziran 2018 tarihinde KBB'den gelen basın bülteni ve görselleri

Yayın Adı	: Kocaeli
Referans No	: 78111756
Dağıtım alanı	: Yerel
Yayın Periyot	: Günlük
Yayın Tipi	: Gazete

Yayın Tarihi	: 05.06.2018
Sayfa	: 6
Tiraj	: 6500
Reklam E.(\$)	: 657,22



# “Türkiye için şahlanma vakti”

Gebze, Darıca, Çayırova ve Dilovası bölgesindeki STK'larla iftarda bir araya gelen **Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu**, “Türkiye için büyük şahlanış 24 Haziran'dan sonra başlayacak” dedi

**B**üyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Darıca, Çayırova, Gebze ve Dilovası ilçelerinin sivil toplum kuruluşlarının temsilcileriyle bir araya geldi. Gebze Belediyesi'nin Tatlıkuyu Kapalı Pazarı'nda düzenlenen iftar programına çok sayıda STK temsilcisi katılırken, birlik ve beraberlik vurgusunun yapıldığı programda konuşan Başkan Karaosmanoğlu, Türkiye'nin, 24 Haziran'dan sonra yeniden yükselişe geçecek” dedi.

## KESİNTİSİZ İSTİKRAR VURGUSU

Düzenlenen iftar programına Başkan Karaosmanoğlu ve STK temsilcilerinin yanı sıra Gebze Belediye Başkanı Adnan Köşker ve Dilovası Belediye Başkanı Ali Tolta da yer aldı. Buluşma sırasındaki konuşmasına Türkiye ve dünyanın değiştiğini söyleyerek başlayan Başkan Karaosmanoğlu, “Milletimize daha fazla huzur ve refah sunmamız, çocuklarımızın geleceği için ülkemizin önünü açmalıyız. İşte bu nedenle millî birlik ve beraberliğimiz çok önemlidir” dedi.

## “ÜLKE HEP ZAMAN KAYBETTİ”

AKP'nin güçlü bir iktidarla, Türkiye'yi 16 yıldan beri yönettiğini belirten Karaosmanoğlu, “Bizim ihtiyacımız olan şey yeniden kurulan dünya düzeninin dışına kalmamaktır. Bu varlığımızı sağlamak için güçlü olmamız şart. Geriye dönüp baktığımızda, tarihimizin nice kayıplarla dolu olduğunu görürüz. Gereksiz siya-

si tartışmalarla büyük zaman kayıpları yaşadık. Ülkemizde bazı hükümetlerin ömrü 3-5 gün olmuş. 3-5 gün yaşayan hükümet, kaç saatlik hizmet yapabilir?” dedi.

## “GEBZE VE ÇEVRESİ BUGÜN ÇOK BAŞKA”

Kocaeli'nin 14 yılda önemli bir noktaya geldiğini dile getiren Karaosmanoğlu, “14 yıl önceki Gebze'yi hatırlayın. Yarım kalmış hizmetler, çarpık bir kentleşme hakimdi. İstikrar sayesinde Gebze ve civarı bugün bambaşka bir görünüme kavuştu; Kültür merkezleri, belediyeye hizmet binaları, Eskişehir sahili, Danca sahili, plajı, köprülü kavşakları, tünelleri, Kocaeli'nin en büyük olimpik yüzme havuzu, FIFA standartlarında sahaları ve daha niceleri ile Gebze makûs talihi ni yendi. Şimdi ışıldayan bir yıldız” diye konuştu.

## “ŞAHLANMA BAŞLAYACAK”

Kocaeli'de yakalanan başarıda STK'ların da emeği olduğunu belirten Karaosmanoğlu, şöyle konuştu: “Kentimizdeki yatırımların ve hizmetlerin itici gücü



Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu



Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, iftar programına katılan STK temsilcileri ile ailelerini tek tek selamladı.

Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'dır. 24 Haziran da bu hizmet imvesinin devam edebilmesi için çok önemli bir virajdır. İnşallah bu dönemin ardından hedeflerimize daha hızlı kavuşacağız. Seçimle birlikte Türkiye yeniden yükseliş ve şahlanma dönemine girecek. Bu güne kadar bize hep inandınız, destek verdiniz.” Gebze Belediye Başkanı Adnan Köşker de konuşmasında programa katılan STK temsilcilerine teşekkür etti.

Başkan Karaosmanoğlu, Darıca, Çayırova, Gebze ve Dilovası ilçelerinin Sivil Toplum Kuruluşlarının temsilcileriyle buluştu.

## “Türkiye yeniden yükseliş ve şahlanma dönemine girecek”

Türk Dünyası Belediyeler Birliği (TDBB) ve Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Darıca, Çayırova, Gebze ve Dilovası ilçelerinin Sivil Toplum Kuruluşlarının temsilcileriyle bir araya geldi. Gebze Belediyesi'nin Tatlıkuyu Kapalı Pazaryeri'nde düzenlenen iftar programına çok sayıda STK temsilcisi katılırken, birlik ve beraberlik vurgusunun yapıldığı programda konuşan Başkan Karaosmanoğlu, “Siyasetin önu ne zaman tıkanmışsa, Milletimiz en doğrusuna karar vermiş, Türkiye'nin önünü açmıştır. İnşallah, 24 Haziran'da da en doğrusuna, Türkiye için en faydalısına milletimiz karar verecektir. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ile Türkiye, 24 Haziran sonrası yeniden yükseliş ve şahlanma dönemine girecek” dedi.

### “KESİNTİSİZ İSTIKRARLA DAHA DA GÜÇLENMEMİZ LAZIM”

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığına bağlı Sivil Toplum Kuruluşları Şube Müdürlüğü tarafından organize edilen programda çok sayıda davetlinin yanı sıra Gebze Belediye Başkanı Adnan Köşker ve Dilovası Belediye Başkanı Ali Tolta da yer aldı. Dünya değişti ve Türkiye değişti diyerek kentlerin geliştiğini ifade eden Karaosmanoğlu, “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine yeni ve büyük Türkiye'nin ihtiyacı var. Milletimize daha fazla huzur ve refah sunmamız, çocuklarımızın geleceğini garantiye almamız için ülkemizin önünü açmamız gerekmektedir. İşte bu nedenle milli birlik ve beraberliğimiz çok önemlidir. Milli iradeyi, asıl sahibine; millete vermemiz lazım. Kesintisiz istikrarla daha da güçlenmemiz lazım” şeklinde konuştu.

### “GEBZE VE CİVARI BUGÜN BAMBAAŞKA BİR GÖRÜNÜME KAVUŞTU”

AK Parti güçlü iktidarla, Türkiye'yi 16 yıldan beri yönetiyor diyen Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, “Bizim ihtiyacımız olan şey yeniden kurulan dünya düzeninin dışında kalmamaktır. Türkiye'nin yeniden kurulan dünyada güçlü bir şekilde var olması, sözünü en yüksek perdeden söyleyebilmesi için, güçlü olması şart. Geriye dönüp baktığımızda, tarihimizin nice kayıplarla dolu olduğunu görürüz. Gereksiz siyasi tartışmalarla

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Haber Merkezi  
Tel: 0 262 318 16 00 Faks: 0 262 318 16 31 Web: www.kocaeli.bel.tr E-mail: basin@kocaeli.bel.tr



kaybettığımız zamanın haddi hesabı yok. Ülkemizde bazı hükümetlerin ömrü üç - beş gün olmuş. Üç beş gün yaşayan hükümet, kaç saatlik hizmet yapabilir? Bakınız Kocaeli'de 14 yılda nereden nereye geldik. 14 yıl önceki Gebze bölgemizi hatırlayalım. Avrupa ile Asya arasında geçiş güzergahında bulunan Kocaeli'nin en büyük ilçesine yakışmayacak görünümdeydi. Yarım kalmış tamamlanamamış hizmetler, çarpık bir kentleşme hakimdi. Bakın istikrar sayesinde Gebze ve civarı bugün bambaşka bir görünüme kavuştu; Kültür merkezleri, belediye hizmet binaları, Eskihisar sahili, Darıca sahili, plajı, köprülü kavşakları, tünelleri, Kocaeli'nin en büyük olimpiik yüzme havuzu, FIFA standartlarında sahaları ve daha niceleri ile Gebze makûs talihini yendi. Şimdi ışıldayan bir yıldız” diye konuştu.

### “DESTEK VERDİNİZ VE HER DAİM YANIMIZDA OLDUNUZ”

Kocaeli'de yakalanan başarıda vatandaşımızın ve Sivil Toplum Kuruluşlarımızın emeği büyük diyen Karaosmanoğlu, “Kentimizde yapılan yatırımların ve hizmetlerin en büyük itici gücü Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'dır. Onun liderliği sayesinde bugün şehrimizde ve ülkemizde bu güzel hizmetleri yapabiliyoruz. İşte 24 Haziran'da bu hizmet iymesinin devam edebilmesi içinde çok önemli bir virajdır. İnşallah bu dönemecin ardından hedeflerimize daha hızlı kavuşacağız. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın güçlü bir şekilde seçilmesinin ardından Türkiye yeniden yükseliş ve şahlanma dönemine girecek. İşte bizlerde ülkemizde ve kentimizde bu yatırımları yaparken sizlerde her daim bize inandınız, destek verdiniz ve her daim yanımızda oldunuz. Bazen eksikimizi gösterdiniz, yön verdiniz. Allah hepinizden razı olsun. Bu vesile ile bir kez daha sizlere teşekkür ediyorum. Bu mübarek Ramazan ayının ve akabinde yaşayacağımız büyük seçimin kentimiz ülkemiz ve istikbalimiz için hayırlara vesile olmasını yüce Allah'tan niyaz ediyorum” diyerek sözlerini tamamladı. Gebze Belediye Başkanı Adnan Köşker'de programda bir selamlama konuşması yaparak, bugün iftar programında bir araya gelen STK temsilcilerine teşekkür etti. Köşker ayrıca milli birlik ve beraberliğimizin çimentosu olan STK'ların Türkiye için çok önemli olduğunu da vurguladı.



## ÖZGEÇMİŞ

1988 yılı Kocaeli doğumluyum. İlk ve orta öğretimimi Özel Seymen Koleji'nde, lise öğrenimini ise İzmit Lisesi'nde tamamladım. 2006 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'ne girmeye hak kazandım. Üniversite yıllarında dünyanın en büyük öğrenci değişim platformu olan AIESEC'in Kocaeli Şubesi'nde edindiğim liderlik tecrübeleri ve kişisel gelişim eğitimlerinin ardından Yetenek Yönetiminden Sorumlu Yönetim Kurulu üyesi olarak görev yaptım. AIESEC'in yurtdışı fırsatlarından yararlanarak Ukrayna'nın Odessa şehrindeki çeşitli üniversitelerde İngilizce eğitmeni olarak sosyal sorumluluk projelerinde yaklaşık 2 ay boyunca görev aldım. 2013 yılı itibariyle çeşitli yerel ve ulusal gazetelerde muhabir olarak 3 yıl boyunca görev yaptım., Kocaeli Kent Konseyi Gazetecilik Kulübü Başkanlığı (2013-2015), Kocaeli Gazeteciler Cemiyeti Yönetim Kurulu Üyeliği (2014-2016) görevlerini de mesleğimle birlikte yürüttüm. Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı tarafından hibelendirilen Gazetecilere Yönelik Yüksek Lisans Sertifika Eğitim Programı'nın proje yazarım. Kocaeli Gazeteciler Cemiyeti tarafından düzenlenen 16 Ocak Basın Onur Günü Kazım Ertek 2015 Gazetecilik Yarışması'nın haber fotoğrafı dalında birincilik, Hürriyet Gazetesi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Galatasaray Üniversitesi işbirliğinde düzenlenen Çetin Emeç Ödülleri 2015 Gazetecilik Yarışması'nın haber fotoğrafı dalında Yerel Basını Teşvik Ödülü'nü kazandım. 2015 yılı eylül ayından bu yana Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Yüksek Lisans programında eğitimime devam ederken, 2016 yılı Ekim ayında başladığım Kocaeli Üniversitesi Formasyon eğitimimi 2017 Haziran ayında başarıyla tamamlamış bulunmaktayım. 2018 yılının Mayıs ayından bu yana Cumhuriyet Halk Partisi Kocaeli İl Örgütü'nün Basın Danışmanı olarak çalışmaktayım.