

## ESKİŞEHİR BASINI NEDEN TİRAJ KAZANIYOR?

Erkan Yüksel \*

### ÖZET

Yaygın gazetelerin satış rakamlarında yıllardır önemli bir hareketlilik dikkati çekmezken, Eskişehir basınında son iki yıldır neredeyse hem yayınlanan gazete sayısı hem de gazetelerin toplam satış rakamı ikiye katlanmıştır. Bu çalışmada söz konusu değişimin nedenleri gazetecilerle ve gazete yöneticileri ile yapılan görüşmelere dayalı olarak sistematik bir biçimde açıklanmaya çalışılmaktadır. Çalışmada bu nedenler gazete okurlarından ve dış unsurlardan kaynaklanan nedenler, gazete içeriklerinden kaynaklanan nedenler ve yönetim anlayışından kaynaklanan nedenler şeklinde üç ayrı başlıkta açıklanmıştır. Genel olarak gazeteciler arasında tiraj artışının nedenleri konusunda genel bir uzlaşma bulunmazken, kimi konularda görüş ayrılıkları dikkati çekmektedir. Özellikle Eskişehirli'lerin ilgi ya da merak düzeyinin artması, Eskişehir'in gündeminin farklılaşması, İstanbul gazetelerinin Eskişehir'e ilgisiz kalması gibi yerel gazeteler dışında gelişen kimi unsurlarla birlikte, gazete içeriklerindeki değişimin de önemli bir rolünün olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar sözcükler: Basın, yerel basın, tiraj, gazetecilik.

### WHY ESKISEHIR DAILIES GET CIRCULATION?

#### ABSTRACT

While there is not an important movement in the daily circulation of the national dailies for many years, approximately the number of the daily printed newspapers and the total circulation of the dailies in Eskişehir have been nearly doubled in two years. This study tries to systematically explain the reasons of this development in Eskişehir press depending on the interviews with the journalists and the administrators. These reasons are identified in three different titles in this study, which are the reasons sourced by the readers and the external components, the reasons sourced by the newspaper content, the reasons sourced by the perceptiveness of the administrators. There is no agreement between the ideas about the circulation increase in general. But especially the reasons, which develops outside of the local newspapers, such as increase in the interest or curiosity level of people, the differentiation on the agenda of Eskişehir, the uninterestedness of Istanbul newspapers and the change in the newspaper contents seem to have important role on the circulation increase.

Keywords: Press, local press, circulation, journalism.

#### GİRİŞ

Gazetecilikte önemli sorunlardan birisi ve belki de en başta gelenlerden birisi tiraj artışının sağlanamamasıdır. Ülke nüfusu her geçen yıl artarken, ülke geneline dağıtımı yapılan yaygın gazetelerin toplam tiraj rakamı önemli bir değişiklik göstermemektedir. Ancak son yıllarda Eskişehir'de yerel basının giderek tirajını artırması dikkati çeken bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tiraj artışının nedenlerinin belirlenmesi, neredeyse kronikleşmiş olan tiraj sorununun çözümü açısından büyük önem taşımaktadır.

Son iki yıldır Eskişehir'de yayınlanan gazetelerin sayısı ve bu gazetelerin toplam tirajı neredeyse ikiye katlanmıştır. Önceki yıllarla karşılaştırıldığında değeri daha da iyi anlaşılabilen bu değişimin nedenlerinin tanımlanması, bu çalışmanın en temel hareket noktasını oluşturmaktadır.

Türkiye'de yaygın gazetelerin tirajlarında uzun yıllardır önemli bir değişiklik meydana gelmediği tiraj rakamlarına bakarak ifade edilebilmektedir. Hatta bu durum gazete okurunun, gazeteye küstüğü şeklinde de yorumlanmaktadır (Kocabaşoğlu 1997: 44). Rakamlar, gazete okuma alışkanlığının gerilediğini

---

\* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

ortaya koymaktadır. Örneğin 1000 kişiye düşen gazete sayısı 1970'lerde 54.5 iken, bu oran 10 aşağı, 10 yukarı şekilde yıllar içerisinde dalgalanmış ancak bu ortalama seviyeyi pek de aşmamıştır (Tutar 1993:35). Daha güncel bir örnek olarak bir hesaplamada bulunulacak olursa örneğin, 2004 yılı tahminine göre, yıl ortası ülke nüfusunun 72 milyon 3 olduğu ve gazete tirajları toplamının da 2004 yıl ortası rakamlarıyla 4 milyon 652 bin olduğu kabul edilirse, 1000 kişiye düşen gazete oranı 64,6 olarak belirlenmektedir (1). Dolayısıyla 1970'lerden bugüne ülkemizde gazete tirajlarında önemli bir artışın görüldüğü söylenebilir.

Yaygın gazeteler gibi yerel gazetelerin önemli sorunlarından birisi de tiraj meselesinde düşümlenmektedir. Ülkede yayınlanan 850'nin üzerindeki yerel gazete için geçerli ve güvenilir rakamlara ulaşmak, yaygın gazetelerinin tiraj rakamlarına ulaşmaktan daha zordur. Gazetecilerin beyanına dayalı olarak toplanan veriler, gazetecilerin kendi ifadesiyle "abartılı" rakamlardır (Kutlu 2005). Ancak son yıllarda Eskişehir'de yayınlanmakta olan gazetelerin sayısı ikiye katlanmış ve gazete tirajlarında da önemli artışlar meydana gelmiştir. Eskişehirli gazetecilerin tamamı gazete sayısındaki artışla beraber, gazete tirajlarında da neredeyse iki kata yakın artış olduğunu ifade etmektedirler. Ülkemizde gazete tirajlarının Eskişehir'deki gibi "iki yılda iki kata yakın seviyede artışı" gibi basında tiraj artışının nedenlerine ilişkin daha önce yapılmış akademik bir çalışma bulunmamaktadır. Genel olarak tiraj artışının nedenleri konusunda Eskişehir basınında gazeteci ya da gazete yöneticilerinin görüşleri de belirli noktalarda odaklanmak yerine oldukça dağınık bir yapı sergilemekte ve hatta kimi açılardan birbiri ile tamamen karşıt görüşler içermektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada, Eskişehir basınındaki tiraj artışının nedenleri gazeteci ve gazete yöneticileri ile yapılan görüşmelere dayalı olarak gazetecilerin görüşleri bağlamında ele alınmıştır. Eş deyişle araştırma, "bireysel görüşme" (Karasar 1994: 165-175) tekniğine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen görüşler sistematik bir çerçevede tanımlanmıştır (3).

## Yerel Basın ve Eskişehir Basını

5187 sayılı Basın Kanunu'na göre yerel basın olgusu, "yerel" ve "bölgesel" süreli yayınlar bağlamında konu edilmektedir. Bu kavramlarla, tek bir yerleşim yerinde ya da en az üç komşu ilde ya da en az bir coğrafi bölgede yayınlanan yayınlar ifade edilmektedir. Bunlar dışında her coğrafi bölgede en az bir ilde yayınlanan ve ülkenin en az yüzde 70'ine dağıtılan yayınlar ise "yaygın süreli yayınlar" biçiminde tanımlanmaktadır. Bu yapı ile ele alındığında Eskişehir'de yayınlanan gazeteler Eskişehir yerel basını oluşturmaktadır.

Yerel gazetelerin yaygın gazetelerden önemli farklılığı, gazetenin dağıtım bölgesinden kaynaklanmaktadır. Yaygın gazeteler olayları ülke ve dünya bazında ele alırken, yerel gazeteler kasaba ya da kentlerinde gerçekleşen olaylarla ilgilenmekte, haber metinlerinde de bu "sınırlı" hedef kitleye seslenmektedir. Dolayısıyla yaygın gazetelerde, Eskişehir halkını ilgilendiren bir konu haber olamamakta ya da bir kaç satırlık metinle "geçştirilmekte" iken, bu konu yerel gazetelerde geniş bir biçimde ele alınmaktadır. Buna karşın yerel gazeteler ise, ülkeyi ve dünyayı ilgilendiren konulara daha az yer ayırmaktadır.

Girgin'in ifadesine göre (1997:61-62) Türkiye'de 876 yerel gazetenin 407'si illerde ve 469'u ilçelerde yayınlanmaktadır. Bunların 588'inin tirajı binden azdır. 10 binin üzerinde tiraja sahip dört gazetenin ikisi de Bursa'da yayınlanmaktadır. Bu gazetelerin 330'u günlük, 319'u ise haftalıktır. 342'si bir aile şirketi tarafından yönetilmektedir. 247'si elle, 342'si makineyle ve 274'ü bilgisayarla dizilmektedir. 146 yerel gazete yalnızca bir kişi tarafından ve 227 gazete de iki kişi tarafından hazırlanmaktadır. Bu sonuçlara göre Girgin, yerel gazeteleri iki ayrı gruba ayırmaktadır: Bunlardan ilki "her tür koşulda gazetecilik yapmaya çalışan idealistler" ve diğeri ise "resmi ilan gelirlerinden yararlanmak isteyen matbaacılar".

Tarihsel gelişim açısından bakıldığında yerel basının öncüsü konumundaki ilk gazeteler, Osmanlı döneminde yayınlanan "vilayet gazeteleri" olarak gösterilebilmektedir (Girgin 1997:17-19). Yerel gazetelerin Osmanlı döneminde özellikle ikinci Meşrutiyet'in ilanını

dan sonra önemli oranda artışı dikkati çekmiştir. Kurtuluş Savaşı'nın öncü gazetesi ise, Mustafa Kemal'in 14 Eylül 1919'da Sivas'ta çıkarttığı "İrade-i Milliye" gazetesidir. Sivas Kongresi'nin zabıtları ve Mustafa Kemal'in bildiriği bu gazetede yayınlanmıştır. Mustafa Kemal daha sonra Ankara'da "Anadolu'nun Sesi" ve "Hakimiyet-i Milliye" gazetelerinin yayınlanmasını sağlamıştır. Kurtuluş Savaşı boyunca Anadolu'da yayınlanan gazeteler arasında savaşa öncülük eden, destek verenlerin yanında karşı çıkan yayınlar da olmuştur. Cumhuriyet'in ilk yıllarında da Anadolu gazeteleri, siyasi konulara İstanbul gazetelerinden daha çok yer vermiştir (Girgin 1997:29). Çok partili siyasal yaşam yerel basın gelişiminde etkili olmuş ancak daha sonraki yıllarda İstanbul gazetelerinin hakimiyeti giderek perçinlenmeye başlamıştır. (Topuz 2003, Yüksel 1999, İnuğur 1993, İnuğur 1992, Koloğlu 1992, Girgin, 1997, Bodur 1997:43-44, Baraz 1988, Baraz 1989). Ülkemizde yakın zamana ait doğrudan yerel basın tarihini konu alan Girgin'in (1997) yüksek lisans tezi dışında bir çalışma bulunmamakta birlikte, "basın tarihi" konulu çalışmalarda ya da yerel basın üzerine yazılmış kimi eserlerde bu konuya değinmelerde bulunduğu dikkati çekmektedir (2). Girgin'in yorumuyla Osmanlı ve Türk basın tarihi, "özgür yayın girişimleriyle bunu engellemek için konulan sınırlamalar ve yasaklamalar manzumesidir" (1997:III).

Günümüzde yerel basının en başta ekonomik sorunlarla boğuştuğu ve "ayakta kalma mücadelesi" verdiği dile getirilmektedir. Sorunların konu edildiği ortamlarda en çok haber içeriklerine yönelik etik sorunlar, çalışanların sorunları, ekonomik ve eko-politik sorunlar ve hukuksal sorunlar konuşulmaktadır (Demiray ve ark. 2000: 227-232). Dolayısıyla yerel basının önemli sorunlarından birisi de "okur kazanamamak" şeklinde özetlenebilmektedir. Ülke genelinde yerel basının "okur kazanamadığı" ya da gazetecilerin deyimini ile "kan kaybettiği" dile getirilse de, Eskişehir basınında bunun tersi bir durumla karşılaşmaktadır. Eskişehir basınında son bir kaç yıldır, hem yayınlanan gazete sayısı anlamında, hem de gazetelerin okuyucu sayısı anlamında "sıradışı" bir durum ortaya çıkmıştır.

1950'li yıllarda 13 günlük gazetenin yayınlandığı Eskişehir'de bu sayı 1988'e gelindiğinde

4'e düşmüştür (Baraz 1988:4). Ardından kimi yeni gazete "denemeleri" olmuşsa da bunlar "uzun ömürlü" olamamıştır. Günümüzde daha önce yayınlanan Sakarya, İstikbal, Milli İrade ve Son Haber gazetelerine ek olarak, yeni yayınlanmaya başlayan İki Eylül, Ak Haber, Yeniden Kurtuluş ve Eskişehir Anadolu gazeteleri ile birlikte bu sayı 8'e çıkmıştır.

Yerel gazetelerden Yeniden Kurtuluş ve Akhaber dışındakiler dört renkli yayınlanmaktadır. Eskişehir Anadolu gazetesi 10, diğerleri 25 Yeni Kuruşa satılmaktadır. Normal gazete boyutlarında basılan Sakarya ve İstikbal ortalama 16-20 sayfa, İki Eylül ve Milli İrade 12-14 sayfa, Eskişehir Anadolu 12 sayfa, Son Haber 8-10 sayfa, Yeniden Kurtuluş 6-8 sayfa, tabloid boyda basılan Ak haber gazetesi de 16 sayfa şeklinde yayınlanmaktadır. Sakarya, İstikbal, Eskişehir Anadolu gazetelerinin baskı sayıları bir kaç binli rakamlarla ifade edilirken, diğerlerinin baskı sayısının daha az olduğu belirtilmektedir. Genel anlamda ise son birkaç yıl içerisinde Eskişehir basınının "iki kata yakın" tiraj kazandığı kaydedilmektedir (Aşkun 2005, Kutlu 2005, Taşkın 2005, Hacıoğlu 2005).

Eskişehir basının "okuyucu kazanmasına ilişkin" nedenleri değerlendirmek üzere gazetelerin sorumluları ile yapılan görüşmeler, birbirinden farklı nedenlere dikkat çekmektedir. Bu bağlamda belli başlıklar halinde söz konusu "okur ilgisinin nedenleri" tanımlanabilmektedir.

## **1. GAZETE OKURLARINDAN VE DIŞ UNSURLARDAN KAYNAKLANAN NEDENLER**

Gazetecilerin ya da gazete yöneticilerinin doğrudan etkisi dışında ortaya çıkan unsurları tek bir başlık altında toplamak mümkündür.

### **1.1 İlgi ya da merak düzeyinin artması**

Eskişehir'in "en çok satan" yerel gazetesi, Sakarya'nın Yayın Danışmanı Prof. Dr. İnal Cem Aşkun, gazete tirajlarında son yıllarda dikkati çeken artışı tanımlarken, "şu anda Eskişehir'de en fazla Posta gazetesi satılmakta, ikinci sırada da Sakarya gelmektedir. Sakarya'nın satış rakamı da yaklaşık 5 binin

üzerinde, 6 bine yaklaşmaktadır” diye konuşmaktadır. Tiraj artışının nedenlerini en başta “kamuoyunun yerel basına bakışının değişimine” bağlayan Aşkun, başka unsurlara da dikkati çekmektedir. “Şehir halkına sürekli, ‘Burası İstanbul, Ankara, İzmir değil, burası Eskişehir. Burası da bir Büyükşehir. Burada da önemli olaylar oluyor’ diyoruz. Eskişehir’in sorunlarını gündeme getiriyoruz. Halkı ilgilendiren konuları manşete taşıyoruz.” diyen Aşkun, dolayısıyla kamuoyunda yerel olaylara yönelik artan ilginin okuyucuyu gazete satın almaya ittiğini belirtmektedir. Aşkun’a göre gazete tirajlarındaki artışın en önemli nedeni kamuoyundaki bu ilgi değişiminden kaynaklanmaktadır.

İstikbal gazetesi Yazışleri Müdürü Murat Taşkın ise, son iki yıl içinde gazete tirajlarının iki kata yakın arttığını belirterek, “şu anda 4000 baskı yapıyoruz ve yalnızca 50 iade alıyoruz” diye konuşmaktadır. Taşkın, tiraj artışının en önemli nedeni olarak şu görüşleri dile getirmektedir: “Eskişehirli artık ‘benim şehrimde neler oluyor?’ diye merak etmeye ve onun için yerel gazete satın almaya başladılar. Tiraj artışının kökenine bakıldığında bu olgunun son iki ya da iki buçuk yıllık bir gelişme olduğunu söylemek mümkün. Daha öncesine dayanan bir gelişme değil yani. İnsanlar 10 Yeni Kuruş’a yaygın gazeteleri okuyabiliyorlar. Televizyon kanallarında da ülkeye ve dünyaya ilişkin tüm gelişmeleri izlemek mümkün. Ancak Eskişehir’de neler olduğunu merak edenlerin yararlanabileceği en önemli kaynak yerel gazeteler. Tiraj artışı da büyük ölçüde yerel olaylara olan merakın artmasına bağlı. Gazeteler bu nedenle artık daha fazla satılıyor.”

Sakarya gazetesi Reklam Müdürü Hüseyin Akyıldız da “güncel olayların” tiraj artırıcı etkisine dikkat çekmektedir. “Güncel haber önem kazandı. Çok önemli olaylar olduğunda gazetenin satışı artıyor” diyen Akyıldız, “birinci sayfada ya da manşette yer alan haberin içeriğine göre tiraj rakamının değiştiğini” ifade etmektedir.

Milli İrade gazetesi Yazışleri Müdürü Suat Topateş ise gazete tirajlarında “bir kıpırdanma” yaşandığını; ancak oranların “söylenildiği şekilde artmadığını” kaydetmektedir. Topateş,

“halkın güncel olaylara ilgisinin artması özellikle son bir yılda tirajlarda bir kıpırdanma yarattı” diye konuşmaktadır.

## 1.2 Eskişehir’in gündeminin farklılaşması

Yerel olaylara ilginin arttığını dile getiren Eskişehir Anadolu gazetesi Yazışleri Müdürü Hakkı Kutlu ise bir başka unsur olarak Eskişehir’in siyasal ortamına ve değişen gündemine dikkat çekmektedir. Ülkenin siyasal ortamı ve gündemi ile Eskişehir’in siyasal ortamı ve gündeminin giderek farklılaştığını belirten Kutlu, “Vatandaş, bizim görmediğimiz bir şeyler oluyor Eskişehir’de diye düşünmeye başladıkça yerel gazeteler satılmaya başladı. Büyükşehir Belediyesi’nin çalışmaları yaygın gazete ve televizyonlara haber ve yazı konusu olunca, insanlar olup bitenleri merak etmeye başladılar. Yerel gazeteleri de satın almaya, aramaya başladılar.” demektedir. Aşkun da bu konuda “Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen olmasaydı, belki de bu tiraj artışı olmazdı” diye gündemin farklılaşma nedenine değinmekte ve şunları dile getirmektedir:

“Belediyenin faaliyetleri suya sabuna dokunmaya, insanları rahatsız etmeye başlayınca, insanlar, şehirde neler olup bittiğini anlamaya, şikayetlerini yerel gazeteler aracılığıyla dile getirmeye başladılar. İstanbul gazeteleri Belediye’nin başarılı icraatlarını haber yaparken, yerel basın halkın şikayetlerini dile getirmeye başladı. İnsanlar Eskişehir’de ne olup bittiğini yerel gazetelerden öğrenir oldu. Her geçen gün de halkın şikayetleri arttı. Telefonla, faksla, mektupla yerel gazetelere akın ettiler. Gazete binamız şikayete gelen vatandaşlarla dolup taşmaya başladı.”

Eskişehir kamuoyunun şehrin değişen gündemine ilgisiz kalmadığının en güzel örneği olarak ulaşım sorununu dile getiren Aşkun, “Tramvay bunun en güzel örneğidir. Ulaşım sorununu sürekli yazdık. Tramvay konusunu sürekli haber yaptık. Eskişehirli, şehirleri ile ilgilenme zorunluluğunu hissetti. Şehirde bir şeyler değişmeye başladı. Bu nedenle de yerel haberlere ilgi arttı.” diye konuşmaktadır. Hükümet politikaları çerçevesinde yerel yönetimlere verilen “ağırlığın arttığını” dile getiren Aşkun, “Yerel basın halkın tek imkanı haline

geldi. Uygulamaların öğrenildiği, tartışıldığı tek yer yerel gazeteler oldu” demektedir.

### 1.3 Sivil toplum örgütlerinin etkisi

Şehirdeki gelişme ve hareketliliğe paralel olarak sivil toplum örgütlerinin de harekete geçtiği ve haber teklifçiliği anlamında önemli bir baskı unsuru haline geldiği bir başka unsur olarak dile getirilmektedir. Aşkun bu durumu şöyle ifade etmektedir: “Eskişehir’de bağımsız kuruluşlar, odalar, dernekler, sendikalar canlanmaya başladı. Gündeme gelmek için yerel gazetelerle daha fazla iletişime geçme ihtiyacı duydular. Kamuoyu baskısının önemini anladılar. Bunda da yerel basının önemini kavradılar. Daha fazla toplantı yapmaya, açıklamada bulunmaya başladılar. Bu da tirajı artıran bir başka unsur oldu.”

### 1.4 İstanbul gazetelerinin Eskişehir’e ilgisiz kalması

Şehirde yaşanan olaylara insanların ilgisi artarken, “İstanbul gazetelerinin” bunlara duyarsız kalması yerel gazetelerin okunurluğunu artıran bir başka unsur olarak ifade edilmektedir. İki Eylül gazetesi Yazışleri Müdürü Can Hacıoğlu, yerel basındaki tiraj artışında “birinci derecede” İstanbul gazetelerinde Eskişehir haberlerinin yayınlanmamasının etkili olduğunu savunmaktadır. Aynı şekilde Kutlu da “İstanbul gazetelerinin Eskişehir’e ilgisiz kalmasını” önemli bir unsur olarak vurgulamaktadır. Kutlu, yerel gazete okurlarının İstanbul gazetelerine tepkili olduğunu da ileri sürmektedir.

“Yerel kamuoyunda İstanbul baskısını ortadan kaldırmaya çalışıyoruz” diye yayın politikasını açıklayan Aşkun, “İstanbulcuların da kendi kentlerine yönelik yerel gazetelere ihtiyaç duyduklarını ve bunun arayışı içerisinde olduklarını” dile getirmektedir. Aşkun, “Büyük gazeteler, büyük projeler peşindeler. Kentle, kent insanı ile meşgul değiller. Ancak yerel gazeteler kendi kentleri ve kendi kentlerinin insanları ile ilgileniyor. Bunun için de tiraj alıyor.” diye konuşmaktadır. Aynı nedene dikkati çeken Sakarya gazetesi Spor müdürü Engin Bayrı ise, “Vatandaş artık uyandı. İstanbul basını, İstanbul haberlerini istemiyor.

Kendi haberlerini okumak istiyor” diye, benzer yöndeki görüşlerini ifade etmektedir.

### 1.5 Kültürel seviyenin artması

Bir başka unsur olarak Eskişehirliilerin “kültürel seviyesinin” arttığını savunan Sakarya gazetesi Yazışleri Müdürü Hakkı Sağlam, kentin kültür seviyesindeki değişime bağlı olarak yerel gazetelerin tiraj kazandığını ileri sürmektedir. Aşkun ise bu görüşe katılmadığını belirtmekte ve şöyle demektedir: “Eskişehir öteden beri, Anadolu’nun kültür seviyesi yüksek bir kenttir. Aydını bol bir kenttir. Böyle bir ‘kültürel seviye artışı’ neden olarak göstermek doğru olmaz. Bence diğer nedenler daha önemlidir. Kültürel seviyenin artması o kadar sözü edilebilecek bir neden değildir.”

### 1.6 Hızlı nüfus hareketinin etkisi

Eskişehir’de yaşanan nüfus hareketlerine işaret eden Aşkun, “Eskişehir’de hızlı bir nüfus değişimi yaşanmaya başladı. Şehir göç alıp, göç vermeye başladı. Eskişehir’e gelen insanlar da yerel gazetelere yöneldi. Yeni okurlar geldi.” sözleriyle bir başka unsura vurguda bulunmaktadır.

### 1.7 Üniversite kenti olmanın etkisi

Eskişehir’de iki ayrı üniversitenin, eş deyişle Anadolu ve Osmangazi Üniversitelerinin var olması da Eskişehir kamuoyunu hareketlendiren bir unsur olarak tanımlanmaktadır. Aşkun bu konuda şunları söylemektedir:

“İki üniversite arasındaki mücadele, düzenlenen pek çok etkinlik, şehri ilgilendiren bir çok konunun gündemine gelmesine neden oluyor. Örneğin deprem, imar planı, porsuk çayı, tramvay gibi bir çok konuda üniversiteden açıklamalar yapılıyor. Üniversiteden şehre yönelen mesajların taşıyıcısı da yerel gazeteler oluyor. Üniversite hocaları şehrin sorunları ile ilgilenmeye başladıkça, yerel gazeteler de bu konulara kamuoyunun dikkatini çekiyor. Öğrenciler de faaliyetlerini, eylemlerini yerel gazetelerde görüyorlar. İstanbul basını bunlara yer vermiyor.”

### 1.8 Okur profilindeki değişim

“Kültürel seviye” ile ilişkili görülebilecek bir başka unsur olarak Kutlu, Eskişehir basının-

daki okur profilinin değişimine dikkati çekmektedir. “Artık yerel gazeteler bayilerden satın alınmaya başlandı.” diyen Kutlu, abonelik sisteminden çok bayii satışlarının artmasının gazetelere olan talebin en önemli göstergesi olduğunu dile getirmektedir. Kutlu, “Eskiden işyerleri ve kahvehanelerde okunan yerel gazeteler artık evlere girmeye başladı. Bu çok önemli bir gelişme. Okur profilinde de ciddi anlamda bir değişiklik söz konusu.” diye konuşmaktadır. Aşkun da artık “yerel gazetelerin evde okunmaya başlandığını” dile getirmektedir.

Sonuç olarak yukarıda sıralanan unsurlar gazetecilerin ya da gazete yönetiminin doğrudan etkisi dışında gelişen unsurlar biçiminde bir araya getirilebilmektedir. Bunun dışında bir de gazetecilerin üzerinde emek verdiği, yayın içeriklerine yönelik kimi unsurlardan söz etmek gereklidir.

## **2. GAZETE İÇERİKLERİNDEN KAYNAKLANAN NEDENLER**

Tiraj artışını yayın içeriklerinden kaynaklanan nedenlere bağlayan görüşler ise şöyle sıralanmaktadır:

### **2.1 Gazetecilik anlayışındaki değişim**

Yayın içeriklerindeki değişim konusunda öncelikle Kutlu, “standart yerel gazetecilik anlayışının” değişiminden söz etmekte ve şunları söylemektedir:

“Gazetecilik anlayışında önemli bir değişim yaşandı. Geçtiğimiz yıl, Anadolu gazetesi olarak bizim yayın hayatına farklı bir anlayışla başlamamız, yeni okurların gazete ile buluşmasına neden oldu. Basına kalite geldi. Yerel gazete okumayanlar, yerel gazete satın almaya başladı. Sadece bizim gazeteyi değil, diğer gazeteleri de merak etmeye başladılar. Diğer gazeteler de tiraj kazandı. Sorumlu, bilinçli ve doğru habercilik anlayışı yerel gazetelere tiraj kazandırdı. Gazetecilerin mesleğe ve haberciliğe bakış açıları değişti.”

2002 yılında yayınlanmaya başlayan Yeniden Kurtuluş gazetesinin Yazışmaları Müdürü Mehmet Göktekin de gazetecilik anlayışındaki değişimi vurgulamakta ve “değişimin kabuğu

henüz kırılmadı” diye eklemektedir. Halkın istediği yönde gazete yapılmaya başlandığını ifade eden Göktekin, “Bunda İletişim Fakültesi mezunu arkadaşların da yerel gazetelerde çalışmaya başlaması etkili oldu. Şu anda önceki yıllara göre fakülte mezunu gazeteci sayısında ciddi bir artış var. Bu arkadaşların da biraz etkisiyle; artık daha fazla muhalefet yapan, denetim anlayışının benimsendiği, sorgulama alışkanlığının kazanıldığı bir habercilik tarzı gelişmeye başladı.” demektedir.

### **2.2 Eskişehirspor etkisi**

İki Eylül gazetesi spor muhabiri Ali İhsan Sarıçoban ise, gazetelerin tiraj artışlarındaki “en önemli nedenin” Eskişehirspor olduğunu savunmaktadır. Sarıçoban, “Tiraj artışlarının yüzde 60’ını Eskişehirspor ile açıklamak mümkündür” diyerek şunları söylemektedir:

“İstanbul gazetelerinde Eskişehirspor haberlerine neredeyse hiç yer verilmemekte, bu durum da Eskişehir gazetelerine olan ilgiyi artırmaktadır. Yerel gazeteler Eskişehir’i yalnız Eskişehir’de oynanan karşılaşmalarda değil, deplasmandaki karşılaşmalarıyla da haber yapmakta, takımla ilgili tüm gelişmeleri okuyucuya aktarmaktadır. Eskişehirspor meraklıları da takımları ile ilgili haberleri birinci elden Eskişehir gazetelerinden almaktadır. Aslında Eskişehirspor’un ligden düşmesinin de yerel gazetelerin tiraj artışında etkili olduğunu söylemek mümkündür. Takım küme düşünce İstanbul gazetelerinde haber yayınlanmaz olmuş, bu durumda da yerel gazeteler tiraj kazanmıştır.”

Sağlam ise, Sarıçoban’ın iddialı görüşlerinin aksini savunmaktadır. Sağlam, “Hayır. Bu doğru değil. Şu anda Eskişehirspor süper lige çıksa, bizim gazete satışımız 1000 daha artar. Tiraj artışının Eskişehirspor kaynaklı olduğunu düşünmüyorum” demektedir. Bayrı da “Eskişehirspor’dan bir şekilde haberi oluyor insanların. Süper ligde olsak İstanbul gazetelerinde daha çok haber çıkar.” diye görüşlerini açıklamaktadır. Aynı şekilde Aşkun da “Eskişehirspor süper lige çıkarsa tiraj büyük oranda artar” diye görüş bildirmektedir. Eskişehirspor’un “şu anda halkın ilgisini eskisi gibi çekmediğini” söyleyen Aşkun, “Eskişehirspor taraftar kaybetti. Artık İstanbul takımlarının

tarafatları şehirde taraftar dernekleri kurmaya çalışıyor. Eskişehirspor eskisi gibi gündeme gelmiyor. Oysa İstanbul takımları ile mücadele veren ve onlar karşısında başarı elde eden ilk Anadolu takımı Eskişehirspor'dur. Eskişehirspor'un bu başarıyı yeniden gösterebilirse yerel gazeteler daha büyük tirajlar alır." demektedir. İstikbal gazetesi Yazışları Müdürü Murat Taşkın da Eskişehirspor'un "bu kadar" etkisinden söz etmenin doğru olmayacağını dile getirmektedir. "Eskişehirspor eskiden daha önemliydi" görüşünü savunan Taşkın, artık "bu etkiden söz etmek yerine yerel olaylara olan ilgi artışını izlemek gerektiğini" belirtmektedir.

### 2.3 Polis-Adliye haberlerinin etkisi

Polis-Adliye haberlerinin okuyucu kazandırıp kazandırmadığı konusunda ise Taşkın, "Eskiden öyle söylenirdi. Cinayet, fuhuş gibi haberlerin prim yaptığı konuşulurdu. Ancak şu anda bundan söz etmek doğru olmaz. Artık insanlar tramvayı merak ediyor, şehirdeki gelişmeleri öğrenmek istiyor." diye yanıt vermektedir. "Manşet için eskiden polis-adliye haberleri beklenirdi. Ancak şimdi durum öyle değil" diyen Aşkun ise bu durumu, "halkın bu kurumlara güveninde de önemli ölçüde azalma var" diyerek bu güçlere ve buralardan gelen haberlere yönelik "duyarsızlaşmaya" işaret etmektedir. Bayrı ise, "Polis-Adliye haberleri klişeleşti. İstisnai kimi haberler çıkıyor ama bunlar tiraj sağlamaz. Çok önemli, ilginç kimi haberler günlük tiraj sağlar. Kalıcı bir etkisi olmaz" diye konuşmaktadır.

### 2.4 Magazin haberlerinin etkisi

Birçok gazetecinin "tiraj getirdiği yolunda" üzerinde neredeyse uzlaştığı en dikkat çekici neden, magazin sayfalarıdır. Son yıllarda artık pazar günleri de yayınlanmaya başlayan yerel gazeteler, iki ya da dört sayfa dört renk baskılı yerel magazin sayfaları yapmaya başlamış ve bu da gazetelere tiraj kazandırmıştır.

"Eskişehir'de gazetelerin pazar günleri de yayınlanması geleneğini 1997 yılında Sakarya gazetesi başlatmıştır." diyen Aşkun, pazar günleri verilen magazin sayfaları sayesinde gazetenin daha fazla sattığını, ancak hafta içi günlerde magazin etkisinden söz etmenin

mümkün olmadığını" söylemektedir. Gazetelerde yayınlanmaya başlayan bulmaca sayfalarına ve at yarışı sayfalarına da işaret eden Aşkun, önemli oranda okurun da bu sayfalara ilgi gösterdiğini belirtmektedir. Bayrı da "Magazin haberlerinin fazla etkili olmadığını" dile getirmekte, magazin sayfaları kadar, at yarışı ve bulmaca sayfalarının önemine işaret etmektedir. Taşkın ise bu konuda şunları söylemektedir: "Tiraj artışının 500'ünü magazin haberlerine bağlamak mümkün. Örneğin pazar günleri magazin sayfaları yapıyoruz. O gün o sayfaları koymazsak 100 gazete daha az satırız." Sağlam da pazar günleri gazete satışında magazin sayfalarının etkili olduğunu savunmaktadır. "Ancak diğer günlerde de gazete satışlarının arttığını" belirten Sağlam, başka unsurlara da dikkat etmenin gerekli olduğunu dile getirmektedir.

### 2.5 Kampanyaların etkisi

Kimi zaman da yerel gazetelerde yarışma ya da turnuvalar düzenlenmekte, bu sayede de okuyucu kazanmaya çalışılmaktadır. Aşkun bu konuda şunları söylemektedir: "Biz Sakarya'da Minik Kral ve Kraliçe Yarışması, Halı Saha Futbol Turnuvası, Tavla Turnuvası gibi bazı kampanyalar düzenliyoruz. Bunlarla o günlerde tiraj sağlayabiliyoruz. Ancak bu tiraj, kalıcı tiraj olmuyor. Kampanya bitince, bitiyor." Akyıldız da "Minik Kral ve Kraliçe yarışması gazeteye tavan yaptırdı. Günlük değişimle birlikte tirajımız 500 arttı" diye konuşmakta, ancak bu artışın dalgalı seyrini başka nedenlere bağlı de bağlı olduğunu altını çizmektedir.

### 2.6 Haber kaynaklarının çeşitlenmesi

Habercilik anlayışındaki değişimle paralel bir olgu olarak değerlendirilebilecek ve "dış unsurlar" bağlamındaki gelişmelerle de ilişkilendirilebilecek bir başka unsur olarak haber kaynaklarının çeşitlenmesinden de söz edilmektedir. Geçmiş yıllara oranla haber çeşitliliği ve haber kaynaklarının çeşitliliği bağlamında önemli mesafe alındığını anlatan Aşkun, "Muhabir sayısında bir artış olmadı. Ayrılanların yerine, yenisi geldi. Ancak haber kaynaklarının sayısı arttı. Artık daha çeşitli kesimlerden haber almaya başladık. Bağımsız kuruluşlar daha fazla haber kaynağı haline

geldi” diye konuşmakta ve yine sivil toplum örgütleri başta olmak üzere baskı gruplarının faaliyetlerine vurguda bulunmaktadır.

### 2.7 Köşe yazarlığındaki artış

Haber kaynaklarının çeşitlenmesi kadar, yazar kadrolarındaki artış da bir başka neden olarak ifade edilmektedir. “Güncel sorunlara yönelik yeni yazarlar ortaya çıktı.” diyen Bayrı, yerel konularda yazan yazar sayısındaki artışın önemine işaret etmektedir. Aynı görüşe katılan Aşkun, “halkın kendi yazarlarını okumaya” ya da “kendisi bir şeyler yazıp gazeteye göndermeye başladığını” söylemektedir. Sakarya’da 40’ın üzerinde köşe yazarının bulunduğu belirten Aşkun, yerel basın yazarlarına “karşılığının ödenmediğini” de dile getirmektedir.

### 2.8 Siyasi yansızlık

Gazete içeriklerindeki siyasi yansızlık nedeniyle her kesimden farklı okur kazanıldığını söyleyen Aşkun, bu durumun diğer Anadolu gazetelerine de örnek olduğuna işaret etmekte ve şunları söylemektedir: “Eskişehir’de hemşerilik bilinci yoktur. Eskişehir’de siyasi partiler ve gruplar daha önemlidir. Biz gazete olarak ülke geneli düzeyindeki siyaseti Eskişehir odaklı şekilde yönlendirdik. Siyasilerden parti liderlerinin görüşleri yerine Eskişehir’e yönelik görüşlerini sorduk. Türkiye siyaseti istemedik. Bu mesaj da siyasilerce gayet iyi alındı. Yerel siyaset ön plana çıktı. Eskişehir gazetelerinde şu anda ideolojik, sağ, sol ya da siyasal parti düzeyinde bir ayırım söz konusu değildir. Gazeteler arasında da bütün siyasal partilere eşit düzeyde bir yaklaşım vardır. Şu anda Eskişehir gazetelerini ideolojik olarak etiketlemek mümkün değildir.”

### 2.9 İlan ve reklamların etkisi

Sakarya gazetesi Reklam Müdürü Hüseyin Akyıldız, diğer unsurlarla birlikte bir başka unsur olarak, ilan ve reklamların etkisinden söz etmekte ve şunları dile getirmektedir: “Bundan beş yıl önce iki sayfa kutu ilan yayınlamaya başladık. Günlük 300-400 kutu küçük ilan alıyoruz. Tiraj kazanırken, ilan da kazanmaya başladık. Gazete satın alanların önemli bir kısmı, ilanlar için gazete alıyor. Eleman ilan-

ları, iş ilanları, emlak ve otomobil ilanları okur kazandırıyor.”

Sonuç olarak yayın içeriklerinde ve gazetecilik anlayışında önemli denilebilecek değişimlerin yaşanmış olması tiraj artışının nedenleri olarak gösterilmektedir. Bunlar dışında bir de yönetim anlayışındaki değişimden ve teknolojik gelişmelerden söz etmek gereklidir.

## 3. YÖNETİM ANLAYIŞININ KAYNAKLANAN NEDENLER

Gazetelerin yönetim anlayışındaki değişim ve teknolojik gelişmeler, tiraj artışını açıklayan gazete kaynaklı diğer unsurları oluşturmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilir:

### 3.1 Gazete sahibinin gazeteye bakışındaki değişim

Gazete içeriği ve teknolojik altyapısının değişimi ile ilgili önemli nedenlerin başında gazete sahiplerinin gazeteye olan bakış açılarındaki değişim dikkati çekmektedir. Bu konuyu ekonomik kriz dönemi ile ilişkilendiren Aşkun, şunları söylemektedir: “Gazete sahipleri eskiden gazeteyi matbaanın bir yan ürünü olarak görüyordu. Ekonomik kriz döneminde ise matbaa işleri durma noktasına geldi. Gazete sahipleri gazetenin gelirleri ile ilgilenmeye başladı. Çünkü gazete satışları ve ilanlar krizden etkilenmedi. İstanbul’dan Bursa’dan, büyükşehirlerden, büyük matbaalardan Eskişehir’den iş almaya gelenler oldu. Çok ciddi rekabet doğdu. Matbaa işi yokken, gazeteden para kazanır oldular ve gazeteye daha fazla önem vermeye başladılar. Gazeteye bilgisayar aldılar. Dijital fotoğraf makinesi aldılar. Teknolojik yatırım yaptılar. İnternete bağlandılar. Ajanslara abone oldular. Gazete sahiplerinin gazeteye bakışı değişti. Bu da gazeteye yapılan yatırımın artmasına neden oldu.”

### 3.2 Baskı kalitesinin artması

Gazete tirajlarını artıran bir diğer neden olarak baskı kalitesinin artması da gösterilmektedir. Yeni matbaa makineleri ve daha kaliteli baskı Sağlam’a göre okur kazandırmıştır. Sağlam bu konuda şöyle demektedir: “Artık baskı kalitesi ile birlikte sayfa sayımız da artmış durumda. 12 sayfalık gazete yerine 16-



20 sayfalık gazete yayınlıyoruz. Renkli yayınlanan sayfa sayımız da arttı. Dört renk, kaliteli baskı teknolojisi ile baskı yapıyoruz. Okur boyası eline çıkan, fotoğrafın ne olduğunu anlamadığı, çamur gibi bir gazete okumuyor.”

Aşkun da aynı görüşleri dile getirmekte ve şöyle demektedir: “Baskı kalitesinde İstanbul gazetelerinden farkımız kalmadı. Artık gazeteler ‘ben yerel gazeteyim’ diye bağırıyor. Aynı dağıtım şirketi tarafından dağıtılıyor. İstanbul gazeteleri ile aynı bayide satılıyor. Matbaadan satılan ya da belli yerlerde satılan gazete yerine artık bayide satılan, dağıtıma çıkan gazete konumuna geldik.”

### **3.3 Gazete fiyatlarının “makul seviyede” tutulması**

Yerel basın giderek daha fazla “teknoloji yoğun” üretim imkanlarından yararlanmaya başladığını belirten Kutlu ise, gazete fiyatlarının “makul seviyede” tutulmasının önemine işaret ederek şunları söylemektedir: “Hala bir çok yerel gazetede daktilo, dizgi ve montaj çizgisiyle hazırlanan sayfalar yerine bilgisayar teknolojilerinden yararlanmaya başladık. Bu maliyetleri düşürdüğü gibi okuyucuya daha kaliteli gazete sunmamıza olanak sağladı. Böylece 10 Yeni Kuruş’a yerel gazete çıkarılabilir hale geldik. Yerel gazetelerin 25 Yeni Kuruş’a satıldığı bir ortamda, 10 Yeni Kuruş’a dört renk 12 sayfa gazete yayınlamaya başladık. Eğer yerel gazeteler fiyat politikalarını mantıklı şekilde ayararlarsa şu anda Eskişehir basınında toplam 15 bin tirajı yakalamak içten bile değil.”

Aşkun ise “bunun doğru olmadığını” savunmaktadır. Sakarya gazetesinin İstanbul gazeteleri ile aynı fiyata, 25 Yeni Kuruş’a satıldığını söyleyen Aşkun, “Eskişehir gazeteleri, İstanbul gazetelerinin rakibi değil ki, fiyat konusunda bir rekabet yaşansın. Eskiden yerel gazeteler daha ucuzdu ama şimdi okuyucu için bu bir tercih unsuru, tasarruf unsuru olmaktan çıktı. Gazetenin fiyatını düşürsek şu anda, tiraj almayız. Çünkü yerel basın fiyata bakarak satın alınmaz. Ancak İstanbul gazeteleri birbirinin aynısı gibi. O nedenle fiyat indirip rekabet etme yolunu seçiyorlar. Oysa Sakarya’da olan haber İstanbul gazetelerinin hiçbirinde yok. Eskişehir haberi okumak isteyenler de

Sakarya satın alıyor. Biz bu fiyata istediğimiz okuyucuyu bulabiliyoruz.” diye konuşmaktadır.

### **3.4 Abone sisteminin etkisi**

Gazete satışları üzerinde abone sisteminin “neredeyse hiç etkisinin olmadığını” söyleyen Akyıldız, “Abone işine sıcak bakmıyorum. Gazete satışını düşürür abone. Şu anda Eskişehir’de kahvehaneler gazete abonesi değil. Esnaf ve sanayiciler abone. Yeni fabrika açılırsa o abone oluyor. Böylece de abone sayısı artıyor. Ancak bu rakamın tiraj içinde payı yüzde 1 bile değil.” demektedir. Öte yandan yaklaşık 5 yıldır tabloid boyda yayın hayatını sürdüren Akhaber gazetesinin Yazışlıeri Müdürü Ali Akyüz, daha çok abone sistemine dayalı olarak yayın yaptıklarını söylemektedir. “Gazeteyi yayınlamaya başladığımızda büyük ekonomik sıkıntılar içerisindeydik. Emanet bilgisayarla işe başladık. Reklam, promosyon, tanıtım yapamadık. Şu anda ancak kendimizi tatmin edecek, müessese haline gelebilecek düzeyde bir çabamız var.” diyen Akyüz, tabloid boydan ve siyah beyaz baskıdan ödün vermeden bundan sonraki yıllarda gazete içeriğini zenginleştirmeyi ve sayfa sayısını artırmayı planladıklarını ifade etmektedir. Akyüz de diğer gazetelerdeki kadar olmasa da Akhaber’in tiraj rakamında son yıllarda yüzde 30’a yakın bir artış olduğunu dile getirmektedir.

### **3.5 Abartma payı**

Diğer tüm unsurlardan farklı olarak, gazete tirajlarının diğer gazetelerce abartıldığını ileri süren Kutlu, “Eskişehir gazetelerinin günlük ortalama tirajı 10 bin seviyesindedir. Ancak her bir gazeteye ayrı ayrı sorulduğunda sanki 20 bin tiraj varmış gibi bir rakama ulaşılmaktadır” demektedir. Kutlu’nun işaret ettiği “abartma payı” aslında diğer gazetelerin temsilcileri tarafından da doğrulanmaktadır. Çünkü gazete temsilcilerinin, gazetelerinin tirajları konusunda verdikleri bilgiler alt alta getirilip toplandığında oldukça yüksek bir rakamla karşılaşılmaktadır. Bu doğrultuda pek çok temsilci, diğerinin söylediği tiraj rakamının “abartılı” ya da “yalan” olduğunu ifade etmektedir. Yine de tiraj artışının son zamanlarda dikkati çektiğini dile getiren Kutlu, bu artışın

diğer illerde de yaşanacağını savunmaktadır. “İzmir”den sonra Türkiye’de kişi başına yerel gazete okunurluğunun en yoğun olduğu ilin Eskişehir olduğuna” işaret eden Kutlu, “Eskişehir’de her 50 kişiye bir yerel gazete düşüyor. Bu oran 30 kişiye bir yerel gazeteye düşebilir. Bu zor değil” diye konuşmaktadır.

Eskişehirli gazete okurluğu potansiyeli konusunda Göktekin de şunları söylemektedir: “Benim şu anda ekonomik gücüm olsa, Eskişehir’de yaptıracağım anketlerle, Eskişehirliilerin istediği biçimde bir gazete hazırlarım. Promosyon ve tanıtımla bu gazeteyi günlük 10 bin, 15 bin satarım.”

## SONUÇ

Eskişehir basınındaki tiraj artışlarının nedenlerini gazeteciler birbirinden farklı unsurlara bağlamaktadırlar. Hatta kimi gazeteciler, kimi nedenler konusunda birbirinin tam tersi görüşleri savunmaktadırlar. Ancak genel olarak yerel gazetelerin yerel gelişmeleri merak eden yeni okurlar kazandığını, gazetenin baskı ve içerik kalitesindeki artışın bunda etkili olduğunu, gazetecilik anlayışındaki değişimle birlikte spor haberleri kadar magazin sayfaları ve diğer haber çeşitlenmelerinin de etkili olduğunu özetle ifade etmek gereklidir.

Edinilen izlenime dayalı olarak ifade edilebilecek bir başka sonuç, gazetecilerin tiraj artışının nedenleri konusunda kesin bir yargıya sahip olmadıkları ve bu konunun üzerine pek de eğilmedikleri şeklindedir. Hatta Aşkun’un şu açıklaması bu anlamda dikkat çekicidir:

“Yerel gazeteler ‘çok tiraj kazanayım’ diye yayınlanmaz ki. Anadolu gazetelerinin bir çoğu matbaanın bir yan ürünü olarak yayınlanır. Resmi ilanlarla yaşar. Gazete sahibi para kazanmak için gazete çıkartmaz, şehirde kazandığı itibar için çıkarır. İstanbul gazeteleri için tiraj bir güç göstergesidir. Ancak küçük ya da büyük bir yerel gazetenin sahibi olursanız, itibarınız olur, ses getirir. Anadolu’da yerel gazete silah demektir. Kentte herkesin çekindiği bir silahtır bu. Tirajı ne kadar düşük olursa olsun, etkili bir silahtır. Bu nedenle yerel basında tiraj almak gazete sahibi için pek de önemli değildir.”

Aşkun daha sonra yerel gazetelerde “tirajdan çok ilanın” önemli olduğunu belirtmekte ve şunları dile getirmektedir:

“Yerel basında ilan almak için de tiraja gerek yok. 10 bin de satsa, 5 bin de satsa, yerel gazeteler aynı ilanı alır. Ancak İstanbul gazeteleri için daha fazla tiraj, daha fazla ilan anlamına gelir. Yerel basında ise ilan belli ölçüdedir ve bu da gazeteler arasında belli ölçülerle dağılır. Eskişehir basınında ilan, reklam pazarı kavgası yapılmaz. Tiraj kavgası da yapılmaz. Böyle bir rekabet ortamı yoktur. Gelenekleşmiş bir yapı vardır. Eskişehirli gazete sahipleri de böyle bir hırs taşımadığı için, herkes yerini bilmekte, ona saygı göstermektedir”

Yayın hayatına başlayalı bir yılı doldurmayan Eskişehir Anadolu gazetesi Yazışları Müdürü Hakkı Kutlu ise “Eskiden öyleydi. Tiraj kaygısı yoktu. Ancak bizim yayın hayatına başlamamız dengeleri değiştirdi. Artık bütün gazeteler ilan alırken tiraj rakamlarını telaffuz etmeye başladılar. Çok yıllık gazete olduklarını söylemeye başladılar. Çünkü bizim gazete satışımız en çok satan iki gazetenin tahtını sallamaya başladı.” diye konuşmakta ve yavaş yavaş Eskişehir basınında tiraj ve ilan konulu rekabetin kendisini hissettirmeye başladığını ifade etmektedir.

Akhaber gazetesi Yazışları Müdürü Ali Ak-yüz’ün söyledikleri ise olayın bir başka boyutuna dikkati çekmektedir. Ekonomik güçlükler içinde özverili çabalarla yayınlanan gazete ancak “kendi ayakları üzerinde durma” kavgası vermekte ve yayın hayatına bir şekilde devam etmeye çalışmaktadır.

Eskişehir basınında görülen hareketlilik bundan sonra hangi noktaya ulaşacak ve rekabet neler getirecektir, merak konusudur. Bir başka merak konusu ise bu çalışma ile de bağlantılı olarak, Eskişehir kamuoyunun yerel basına ilgisinin nedenleri ve yerel basına bakışının nasıl olduğudur. Bunlar ise bundan sonra yapılacak alan araştırmasının konusunu oluşturmaktadır.

## NOTLAR

(1) Bu hesaplamada kullanılan verilerden Devlet İstatistik Enstitüsü yıl ortası nüfus

tahmini verileri için bkz. <http://www.die.gov.tr/IstTablolar/04nf023t.xls>. 14-20 Haziran 2004 haftasında gazetelerin ortalama günlük net satışları için bkz. <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=3498>. Ayrıca diğer haftalar için bkz. <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/categories.php?op=newindex&catid=26>.

(2) Ülkemizde yerel basının doğuşu ve gelişimine ilişkin bilgileri “basın tarihi” konulu kitaplardan derlemeye çalışmak mümkündür. Ancak bu kitaplarda genel olarak, doğrudan İstanbul dışındaki şehirlerdeki gazeteler ve bunların gelişimi ele alınmamaktadır. Bununla birlikte kimi kentlerde kentin basın tarihine yönelik çıkarılmış bazı kaynaklara da ulaşılabılır. Örneğin Yükseköğretim Kurulu’ndan alınan bilgiye göre (<http://www.yok.gov.tr/YokTezSrv>) “yerel basın” anahtar ifadesi ile yapılan taramada 1996-2003 yılları arasında yapılmış yerel basına yönelik olarak toplam 14 yüksek lisans ve 5 doktora çalışmasına ulaşılmaktadır. Bunlar arasında “Cumhuriyet döneminde Türkiye’deki yerel basının gelişmesi”, “Milli Mücadele döneminde Ankara basını”, “Elazığ basınının öncüsü Mamuratül-Aziz Vilayet gazetesi”, “Doğu Anadolu medyasının genel görünümü”, “Konya’da basının gelişmesi ve Yeni Konya gazetesi”, “Yerel yönetimler ve yazılı basın etkileşimleri Mersin örneği”, “Söke’de yerel basın ve yayın hayatı” gibi başlıklar dikkati çekmektedir. Eskişehir’de basın tarihi konusunda yayınlamış tek kaynak ise Baraz’a (1998) attır.

(3) Eskişehir basınının tiraj alışının nedenleri konusunda yapılabilecek bir başka araştırma ise gazete okurlarının “neden satın aldıkları” sorusunun yanıtlanması olacaktır. Kamuoyu araştırmasına dayalı olarak gerçekleştirilecek bu araştırma, bu çalışmanın devamı niteliğinde görülmektedir. Aynı soruya yanıt verebilecek bir başka çalışma ise içerik analizi yöntemine dayalı olarak gazete içeriklerindeki değişimin tanımlanması ve okurun satın alma nedenlerinin ortaya konulmaya çalışılmasıdır. Bu da ayrı bir çalışma konusu olarak düşünülmektedir. Bu çalışma ise gazeteci ve gazete yöneticilerinin tiraj artışı konusundaki düşünceleri üzerine odaklanmıştır.

## KAYNAKLAR

- Akyıldız H (2005) Telefonla görüşme, 26 Ocak 2005.
- Akyüz, A (2005) Telefonla görüşme, 2 Şubat 2005.
- Aşkun İ (2005) Yüzyüze görüşme, 27 Ocak 2005.
- Baraz T (1988) Başlangıcından Günümüze Eskişehir Basını, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Baraz T (1989) Eskişehir’de Bir Yerel Basın Taramasının Düşündürdükleri, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi Kurgu 6, Eskişehir.
- Basın Kanunu. <http://www.byegm.gov.tr/byegmhakkında/basinkanunu.htm>
- Bayrı E (2005) Telefonla görüşme, 26 Ocak 2005.
- Bodur F (1997) Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Demiray U, Gürcan H İ, Vural A M, Yüksel E, Bodur F, Kaya A Y (2000) TGC-KAV Yerel Medya Projesi Meslek İçi Eğitim Seminerlerinin İçerik Çözümlemesi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Konrad Adenauer Vakfı Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 17, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, 20-21 Temmuz 2000, Muğla. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.
- Girgin A (1997) Türkiye’deki Yerel Basının Gelişmesi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Göktekin M (2005) Telefonla görüşme, 2 Şubat 2005.
- Hacıoğlu C (2005) Telefonla görüşme, 14 Ocak 2005.
- İnuğur N (1992) Türk Basın Tarihi, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- İnuğur N (1993) Basın ve Yayın Tarihi, Üçüncü Baskı, Der Yayınları, İstanbul.
- Karasar N (1994) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Beşinci Baskı, 3 A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., Ankara.
- Kocabaşoğlu U (1997) “Geçmişten Günümüze Türk Basını”, İki Arada Bir Derede, İmge Kitabevi, Ankara.

Eskişehir Basını Neden Traj Kazanıyor? (18-29)

Kutlu H (2005) Yüzyüze görüşme, 14 Ocak 2005, 28 Ocak 2005.

Sağlam H (2005) Telefonla görüşme, 14 Ocak 2005.

Sarıçoban A İ (2005) Telefonla görüşme 11 Ocak 2005.

Taşkın M (2005) Telefonla görüşme, 14 Ocak 2005.

Topateş, S (2005) Telefonla görüşme, 12 Şubat 2005.

Topuz H (2003) Türk Basın Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Tutar H (1993) 21. Yüzyılda Türk Basını. Ankara.

Vural A M (1997) Bir İletişim Kurumu Olarak Yerel Basının Kamuoyu Oluşumu Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın-Kamuoyu İlişkileri Eskişehir Basını Örneğinde Bir Uygulama, Doktora Tezi. A.Ü. Sos. Bil. Enst., Eskişehir.

Yüksel E (1999) Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi (Özelleştirme Örneğinde Bir Gündem Belirleme Çalışması), Doktora Tezi, A.Ü. Sos. Bil. Enst. Eskişehir.