

## Yerel Gazetelerde Okur Temsilciliği Uygulamaları

Zülfükar Özçelik<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Halkla İlişkiler ABD/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Serdivan  
zozcelik@sakarya.edu.tr

Sunum / Kağıt Türü: Sözlü / Tam Metin

**Özet** – Kamu yararı gözeterek toplumu bilgilendiren kitle iletişim araçlarının başında gazeteler gelmektedir. Bu özelliğiyle gazetelerin oluşturduğu ve hedef kitleye ulaştırdığı bilgilerin güvenilir, ilgi çekici ve hızlı olması önem taşımaktadır. Gazeteler bu bilgi akışını sağlarken hedef kitleyle arasında oluşturduğu bağın sürdürülebilir olması ve güvenilirliği sağlaması amacıyla okurlarının talep ve eleştirilerine açık olması da gerekmektedir.

Bir özdenetim sistemi olan ombudsmanlık, Türkiye’de okur temsilciliği adıyla da kullanılmaktadır. Bu sistemde hedef kitle, eleştiri ve önerilerini gazetede okur temsilcisiyle paylaşabilmekte, gazeteye etki etmektedir. Okur temsilciliğiyle gazete, mesleki ilkelere bağlı kalma hassasiyetini daha da arttırmakta, olası olumsuzluklardan etkilenmemeyi de sağlayabilmektedir.

Bu çalışma yerel gazetelerin okur temsilciliğine yönelik uygulamaları ve bu uygulamaların sonuçlarını ortaya koymaktır. Bu kapsamda Sakarya’daki beş yerel gazete okur temsilciliği uygulamaları kapsamında incelenmiştir. Nitel Araştırma yaklaşımı çerçevesinde kurgulanan bu çalışmada, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır.

Yapılan çalışmanın okur temsilciliğini teşvik etmesi açısından bir örnek olması ve yerel gazetelerde okur temsilciliğine yönelik diğer çalışmalara katkı sağlaması hedeflenmektedir.

*Anahtar Kelimeler – Yerel Gazeteler, okur temsilciliği, ombudsman, halkla ilişkiler, özdenetim*

**Summary** – Newspapers are the most significant among the media tools which are based on the public welfare. On this point, it is very important that the information provided by the newspapers to the target groups to be fast, attractive and reliable. Providing the flow of information, the newspapers have to be open to all demands and criticisms of readers in order to create and keep the bound between the reader and themselves sustainable and reliable.

As a self-audit system, ombudsmanship is also used as reader-relations expert in Turkey. In this system the target group shares the demands and criticisms with the reader-relations expert, and has an effect on the newspaper. By the help of the reader-relations system, the newspaper increases the care for occupational principles and keeping safe from possible negative situations.

This study manifests the applications and results of the applications on reader-relations expert systems in local newspapers. In this concept five local newspapers in Sakarya and their reader-relations systems were examined. In this study which is based on qualitative research approach, semi-structured interview technique is used.

The study is targeted to be a best-practise about reader-relations system and be an encouragement and support for local newspapers about implementing other Works on reader-relations system.

*Keywords – Local newspapers, reader-relations system, ombudsman, public relations, self audit*

### I. GİRİŞ

Basın, birçok açıdan bir işletme özelliği taşımakla birlikte temelinde kamu çıkarlarına hizmet etmekle yükümlüdür. Basın, bu yükümlülüğünü yerine getirirken çoğu zaman ticari veya siyasi kaygılarla hareket etmektedir. Bu da hedef kitleyle olan bağını zayıflatmaktadır.

Kamu görevini yerine getiren medyanın hem bünyesinde barındırdığı hem de kendisine tanınan hak ve özgürlüklerden kaynaklanan gücünü sorumluluk bilinciyle, kamu yararına yönelik kullanmak zorundadır. Bu güç, art niyetli kişilerin yönetimine verilmemelidir. Medyanın barındırdığı kuvvet, toplum ve devlet karşısında büyük bir güç olmasından bu yana tartışılmaktadır [1].

Basın, toplumu etkileyen ve yönlendiren bir güce sahip olmasına rağmen, toplumdan gelen eleştirileri çoğu zaman göz ardı etmektedir. Son zamanlarda teknolojinin de gelişmesiyle birlikte okurun farklı mecralarla haberleri takip etmesi, ilgilendiği gazetelere sosyal medya aracılığıyla

ulaşabilmesi, gazetelerin okur temsilciliğine önem vermesine neden olmuştur. Türkiye’de başlangıçta ombudsmanlık olarak başlayan ancak son dönemlerde ağırlıklı olarak okur temsilciliği şeklinde uygulanan bu sistemle, okurla iletişim sağlanmaya çalışılmaktadır.

Okur temsilcisi, basın işletmesinin iç işleyişini meslek ilkeleri bağlamında denetlerken okurdan gelen şikayet ve önerileri ciddiyle takip edip gazete yönetimini bu konuda uyarmaktadır. Yaygın basında örnekleri olan okur temsilciliği veya ombudsman uygulamasının yerel basındaki durumunu inceleyen bu çalışmada Sakarya’da tirajı binden fazla olan 4 gazete incelenmiştir. günlük süreli yayın yapan gazeteler incelenmiştir.

Bu kapsamda şu sorulara yanıt aranmıştır?

- Gazetenizle okur arasındaki iletişimi nasıl sağlıyorsunuz?

- Gazetenize yönelik eleştiriler hangi alanlarda oluyor?
- Okur temsilcisi veya ombudsman istihdamı konusunda düşünceleriniz nelerdir?
- Eleştirileri cevaplandığınız bir mekanizmanız var mı?

## II. YÖNTEM

Nitel Araştırma yaklaşımı çerçevesinde kurgulanan bu çalışmada, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır.

Sakarya’da günlük süreli yayın olarak faaliyet gösteren ve tirajı binin üzerinde olan 4 gazetenin okur temsilciliği uygulamaları incelenmiştir. Diğer 3 gazete çalışma dışı bırakılmıştır. Bu çalışma, yerel gazetede yöneticilerinden görüşme tekniğiyle elde edilen verilerle sınırlıdır.

### A. Etik Ve Meslek Etiği

Eylemlerini geçerli töreye uygun olarak eğitim yoluyla düzenlemeye alışkın kişi, genel kabul gören “ahlak yasası” normlarını izlediği sürece etiğe göre davranmaktadır. Ama dar anlamda ve asıl anlamıyla ηθοος olarak yazılan etiğe göre eylemde bulunan ve davranan kişi, aktarılan eylem kurallarını ve değer ölçülerini sorgulamadan uygulamayı; aksine, kavrayarak ve üzerinde düşünerek talep edilen iyiyi gerçekleştirmek için onları alışkanlığa dönüştüren kişidir. Etik böylelikle karakter anlamını da almakta, erdemli olmanın temel tavrı olarak pekişmektedir. Günlük dilde ise etik sözcüğü, bazen töreyi/ ahlaki bazen de karakteri/ahlakiliği vurgulayacak biçimde kullanılmaktadır [2].

Bazı etik kurallar kanunlaşarak yargıyı ilgilendiren bir aşamaya geçse de etik kuralların genel itibarıyla yaptırım toplumsal baskı ve dışlanmadır. Bireysel olarak toplum içindeki davranışların genel kabul gören özellikleri etik konusunun dahilindedir. Diğer taraftan meslek etiği de o mesleğin ilkelerini ortaya koyması bakımından değerlendirilmektedir.

Meslek etiği, belirli bir mesleği icra ederken kişinin ne yapması ya da ne yapmaması gerektiği ile ilgilidir. Bütün meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkeye, mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanır. Burada, çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenir. İş sadece teknik kurallar aracılığıyla değil, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanır [2].

### B. Gazetecilik Mesleği ve Etik

Gazete, yazı ve fotoğraf kullanarak, halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük ya da haftalık olarak düzenli aralıklarla yayımlanan gazetelerde, haberlerin ardında yatan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur [3].

Asıl işi gazetecilik olan çalışanların, tüm gazetecilik süreçlerini “ideal” ölçüde gerçekleştirmeleri beklentisi, mesleki ilkeleri ve o ilkelerin de denetlenmesini ortaya koymaktadır.

Gazetecilikte geçerli olması istenen temel etik kuralların yazıya dökülmesi genellikle meslek örgütlerinin kurulmasıyla başlamıştır. 1900’lü yılların başında kurulmaya başlayan sendikalar, dernekler gibi mesleki örgütler yayımladıkları bildirimlerde temel mesleki etik kurallarından söz etmişlerdir. Sonraki yıllarda gazeteler de sadece kendi kurumlarını ve çalışanlarını bağlayan, gazetecilik mesleğiyle ilgili

kendilerine özgü etik kuralları saptama yolunu izlemişlerdir [4].

20.yüzyılda yoğun bir şekilde yapılan tartışmaların ardından ortaya çıkan etik kurallar ve gazetelerden beklentiler özdenetim kavramını ortaya çıkarmıştır.

### C. Özdenetim

Gazetecinin ve gazeteciliğin ideal amacı ve görevi, doğrunun ve gerçeklerin aranıp bulunacağı alanı yaratmak ve korumaktır [5]. Bu görev ve amacı yerine getirirken kendisine, hedef kitlesine ve elbette çalıştığı kuruma karşı sorumlulukları vardır. Gazeteciler sorumluluklarını yerine getirirken yasal ve kurumsal imaj zedelenmelerine karşılık özdenetim mekanizmasını çalıştırmaları.

Özdenetimin diğer bir adı da otokontroldür. Ancak özdenetim, temel tanımındaki kişisel yapısının yanı sıra kurumsal olarak da gerçekleşebilen bir eylemdir. Dolayısıyla özdenetim için, kurumsallaşabilen bir bireysel olgudur tanımı yapılabilir. Örneğin bir gazeteci haberini oluştururken nasıl ki özdenetime başvurabilirse, gazetenin genel yayın yönetmeni de gazeteyi yayımlamadan tüm haberleri inceleyerek ve sorumlu olduğu gazetenin içeriğine müdahale ederek özdenetimi gerçekleştirebilir. Böylelikle özdenetim uygulaması, gazetenin kurumsal kişiliği için de söz konusu olabilmektedir. Bunun yanı sıra gazetelerin ve gazetecilerin üye oldukları mesleki örgütler de, (oda, cemiyet, konsey gibi) basın alanında üyeleri aracılığıyla özdenetim eylemini gerçekleştirmektedirler [6]. Gazeteler eleştiri, uyarı veya kınama almaktansa kendi kendilerini denetlemeye yönelmekte, bu yönelim de ombudsman veya Türkiye’deki yaygın kullanımıyla okur temsilciliği uygulamasını öne çıkarmaktadır.

Ombudsman veya okuyucu temsilcileri, gazetecilerin ve yönetimin dikkatine sunulmak üzere kuruma gelen eleştirileri kaleme alıp, gerekli araştırmaları yapmak, kararları vermek, açıklamalarda bulunmak ve hataları düzeltmekle görevlidir [7].

## III. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE OMBUDSMAN / OKUR TEMSİLCİLİĞİ

Ombudsmanlığın bir denetim mekanizması olarak ilk kez İsveç’te ortaya çıkmasına rağmen, basın sektöründe ilk uygulama bir Uzak Doğu ülkesi olan Japonya’da görülmüştür. Asahi Shimbun gazetesi 1922’de okuyucu şikâyetlerini dinlemek ve incelemek üzere bir komite kurmuştur. Okur temsilciliğinin ilk olarak ortaya çıkışı da bu şekilde olmuştur [8].

Okur temsilcileri genel olarak gazetenin meslek ilkelerine uygun hareket etmesine yönelik çalışma yapar.

1926’da Washington’da toplanan Birinci Pan Amerikan Basın Konferansı’nda kabul edilen ilk basın etik yasasından günümüze kadar kabul edilen ve uygulanan basın etik yasalarında sürekli “belirli ve aynı ilkelerin yer aldığı” görülmektedir. Bunlar “doğruluk, dürüstlük, objektiflik, olayları gizlememek, haberlerin doğruluğunu araştırmak, söylentileri haber diye vermemek, ahlak dışı yollarla özel menfaatler elde etmemek, kişinin özel yaşama saygı göstermek, yazılmaması şartıyla verilen haberi yazmamak” gibi basın mensuplarının uymaları beklenen başlıca kurallardır [9]. Okur temsilcisi meslek ilkelerinin yerine getirilmesi noktasında takipçi, eğitici ve denetleyici bir pozisyondadır.

Denetlemede asıl amaç, gazeteyi, gazeteciliği daha nitelikli hale getirmeye çalışmakla birlikte hedef kitleyi de gazete süreci ve gazetecilik mantığı ile buluşturarak önerilerini ve beklentilerini gazeteye yansıtmak, yasal veya mesleki ilkelere aykırılığı en aza indirmektir.

Bu kapsamda “Gazetelerde okur temsilcisinin kurum içinde haber üretimi sürecinde çalışan gazetecilere ve kurum dışında okuyuculara yönelik olmak üzere ikili bir işlevi vardır. Okur temsilcisi bir taraftan gazetesinde yayımlanan haberleri, röportajları, fotoğrafları, kısacası tüm gazete içeriğini doğru, dengeli ve adil olması bakımından izler. Bunu yaparken de büyük ölçüde okuyucu eleştirilerinden yararlanır” [10].

Avrupa’dan yaklaşık iki yüz yıl sonra gazeteyle tanışan Türkiye, elbette gazetecilik tartışmalarını da geç yaşamaya başlamak zorunda kalmıştır. Gazetecilik ilkelerinin netleşmemesi, gazete basım ve haber süreçleriyle ilgili belirsizliklere dönemin yönetiminin yaklaşımları da eklenince yasal düzenlemeler getirilmiş, yer yer yayın öncesi kontrole uzanan sansür uygulamalarına gidilmiştir.

Türkiye’de basın alanına ilişkin etik anlayış, sistemli bir biçimde ilk kez devlet öncülüğünde gündeme gelmiştir. Hükümet, 25 Mayıs 1935’te Ankara’da Basın Genel Direktörlüğü aracılığıyla ilk Basın Kongresini topladı. Kongrenin amacı, basın ile Basın Genel Direktörlüğü arasında işbirliğini sağlamak, basının ulusal kültürü yayma görevini daha iyi yerine getirebilmesi için yollar belirlemek, gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin ilerleme ve yükselme yollarını araştırmak ve basın birliğini kurmaktır. Kongrenin çalışmaları sonucu, 27 Haziran 1938’de çıkarılan Basın Birliği Yasası ile Basın Birliği adında bir meslek örgütü kuruldu. Gazetecilik yapabilmek için Sarı Basın Kartı almak ve bunun için de Basın Birliği’ne üye olmak gerekiyordu. Yasayla kurulan ve devlet güdümünde olan bu birlik, II. Dünya Savaşı yıllarında gazetecilerin mesleki tek örgütü olmuştur [2].

Türkiye’de okur temsilciliği uygulaması 1980 darbesinin ardından kendisini göstermeye başlamıştır. Askeri yönetimin baskılarından en az etkilenmek ve hedef kitlesinin güvenini kazanmak amacıyla başlatılan “okur temsilciliği uygulamalarının ilk örnekleri Hürriyet Haber Ajansı’nda ortaya çıkmıştır [3]. Öte yandan uzun yıllar yurtdışında da basın sektöründe çalışmalarda bulunan Yavuz Baydar Türkiye’de ilk ombudsman(okur temsilcisi) olmuştur.

#### IV. YEREL BASIN

Yerel basın merkez-çevre ilişkisinde çevreyi temsil eden ve çevrede yayın yapan araçlardır. Bu anlamda yerel basın demek, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında halkı bilgilendiren, bilinçlendiren ve kamuoyu oluşturan araçlardır. [11]

Türk gazetecilik tarihi, Osmanlı Devletiyle başlamakta ve günümüz kavramsal çerçevesini kullanırsak başlangıçta “yerel basın” şeklinde ortaya çıkmaktadır. Osmanlı’da ilk yaygın Türkçe gazete olarak kayıtlara geçen 1831 tarihli Takvim-i Vakayi’den önce yerel ölçekte yabancı dillerde yayımlanan gazeteler mevcuttur. Yani Türkiye’de ilk gazete örnekleri, yerel gazetelerdir [12].

Yerel basın, “Yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler” ya da “Genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete” olarak da tanımlanmaktadır. Yerel (yöresel) basın, Türk kamuoyunda

“Anadolu basını” ya da “taşra basını” olarak da adlandırılmaktadır. Genel bir anlatımla yerel basın, sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, (kasaba, kent ya da bölge) yöre halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye, böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır [13].

#### A. Yerel Gazetelerin İşlevi ve Önemi

İnternetin teknolojik özellikleri sayesinde küreselleştirici bir etkiye sahip olması, 1970’li yıllarda hızlanan “küreselleşme”, “enformasyon çağı”, “sanayi sonrası toplum” tartışmalarının da merkezinde yer almasına neden oldu [14].

Küreselleşme ile birlikte kültürler daha da gelişmeye ve dünya geneline yayılmaya başlamıştır. Kültürün yayılmasında da en etkili araç medyadır. Ulusal ajanslar, ulusal gazeteler yaptıkları yayınlarla küreselleşmeye hizmet etmektedir. Bunun tam da karşısında konumlanan yerel basın ise küresel kültürün aksine yerel kültür ve değerlerin koruyucusu olma işlevi yüklenmektedir [15].

İnternetin sunduğu imkanlarla, bireyler hiç yaşamadığı coğrafyalardaki insanları ve yaşamlarını takip edebiliyor, Dünya’nın bir ucundaki kaza, afet gibi haber olaylarından veya yeni bir hizmetten haberdar olabiliyorken her gün yaşanan yerlerle ilgili bilgi ve haber almak için yerel gazeteler önemli bir yere sahiptir.

Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın, bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamlarını sağlamakla yükümlü, dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş kurumdur. Yerel iletişim çevre koşulları içinde, kitle iletişim araçları açısından en önemli anahtar unsurlardır. Yerel gazeteler bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesidir. Bu gazeteler halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler. Bu nedenlerle modern yerel gazeteler, kitle iletişimi açısından toplumun en öncelikli araçlarıdır [16].

#### B. Yerel Gazetelerin Genel Sorunları

Yerel medyanın sorunları ele alındığından bunların başında teknoloji gelir. Teknolojiyi gazetelerin mizanpajı takip eder. Diğer taraftan gazetelerin kaynak ve haber sorunu bulunmaktadır. Haberler yanı başında olmasına rağmen istenilen şekilde haberlerden yararlanılamamakta ve yazılan haberlere yorumlar yapıp okuyucuya sunulamamaktadır [11].

Atilla Girgin’e göre; gazete okuma oranının düşük olması, halkın isteklerine cevap verilememesi, yetersiz baskı sayıları, teknolojilerden akılcı bir biçimde yararlanılamaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem verilmemesi, satışı arttırmak için içerik iyileştirmesi yerine magazin haberlerinden ve özendirme kampanyalarından medet umulması günümüzde yerel basının gelişmesini ve iyileşmesini önleyen en temel etmenlerdir. Buna devlet kurum ve kuruluşlarının yerel basına yönelik ilgi eksikliği de eklenince, yerel basın yıllardır kendisine değer verilmeyen, ciddiye alınmayan, sorunlarına çözüm üretilmeyen bir konumda kalmıştır [13].

#### C. Sakarya’da Yerel Gazeteler

Sakarya Vilayeti’nin teşkil edilme tarihi olan 1954’e kadar, bölge için Adapazarı kavramı etkin bir şekilde kullanılmıştır. İl olmadan önce Kocaeli’ne bağlı olması nedeniyle ilk gazete konusunda henüz tartışmalar devam etmektedir. 1998 yılında Sakarya Valiliği tarafından hazırlanan bir yıllık, Adapazarı

basın tarihi ve şehirdeki ilk gazetenin çıkmasıyla ilgili şu benzer bilgileri vermektedir. “Vilayet olmadan önce, Kocaeli’ne bağlı bir kaza merkezi olan Adapazarı’nda ilk basın hareketine 1909’lu yıllarda rastlanır [17].

2000’li yılların başlangıcına kadar ortalama olarak yıllık 3-4 yeni gazete şehir basınında ortaya çıkmaya başladı [17]. 2010 yılına geldiğimiz de, Sakarya’da 10 günlük gazetenin yayınlandığını görüyoruz. Adapazarı, Yenigün, Yenisakarya, Bizim Sakarya, Yenihaber, Adapostası, Anadolu, Sakarya Halk gazeteleri renkli ofset baskılı ve 12 sayfa yayınlanırken, Sakarya Olay Gazetesi renkli ofset baskılı 8 sayfa Akşamhaberleri Gazetesi 6 sayfa siyah beyaz ofset baskılı, ile yayınlanmakta [20]. Sakarya’da 2018 yılı itibariyle günlük gazeteler ise şunlardır: Adapazarı Akşam Haberleri (1951), Yeni Sakarya (1954), Sakarya Yenigün (2000), Sakarya Yenihaber (2004), Bizim Sakarya (2004), Sakarya Halk (2006), Adapostası (2006) Merkez binası Erenler İlçesi’nde bulunan Sakarya Yenihaber Gazetesi haricindeki tüm gazeteler Adapazarı İlçesi’nde yayımlanmaktadır. 2018 yılının ikinci yarısı gerçekleşen döviz kurundaki hızlı yükseliş ve ekonomik çalkantılar nedeniyle Sakarya’da bulunan yerel gazeteler 1 Eylül itibariyle Pazar günü basım yapmama kararı aldı.

#### D. Yerel Gazetelerde Okur Temsilciliği

Günümüzde pek çok kuruluş örneğin alışveriş merkezleri, polis, belediye, fabrikalar vb. bünyesinde müşteri temsilcilerine ya da halkla ilişkiler uzmanlarına sahipken gazetelerin bu konuya yeterince önem vermemesi eleştiri konusudur [10].

Gazetecinin yaptığı iş bir halkla ilişkiler faaliyeti değildir; ancak iki mesleğin birbiriyle güçlü ilişkileri ve ortak özellikleri de vardır. Gazeteci yaptığı işin kamu yararına ve halka bilgi-haber ulaştırmaya dönük olduğunu unutmamalıdır. Dolayısıyla çalışanlarının ve okur kitlesinin eleştiri ve beklentilerini ölçmek için de halkla ilişkilerden faydalanmak zorundadır.

Gazeteciler; neyin anlamlı, neyin önemli, neyin değersiz, kısacası neyin haber değeri olduğu konusunda seçim yaparlarken kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanmaktadırlar. Seçtikleri haberlerin sunumunda da yine söz konusu yargı ve değerlere başvurumaktadırlar; haberi sansasyonel ve vulgar bir biçimde sunmak ya da daha duyarlı ve dikkatli bir sunuşu tercih etmek gibi. Bu değerlendirmeleri yapan gazetecilerin belli başlı bazı ahlaki ve etik değerlere sahip olması gerektiği savunulmaktadır [19].

Halkla ilişkiler bağının güçlü olduğu, okurun gazeteye ulaşabildiği savı olmasına rağmen yerel gazetelerin okurla ilişkilerini düzenleyebilecek, etik kuralları denetleyecek bir sistemin ya sınırlı ya da hiç olmadığı görülmektedir.

Okur temsilcisi ise gazete ve halk arasında bir yerde bulunduğundan gazetecilik etik ve ilkelerini gözetip geliştirirken, hedef kitlesine yönelik de bir nevi halkla ilişkiler faaliyeti yürütür. Bu konuya yönelik Atabek’in Baydar’a yönelttiği soru açıklayıcı olmaktadır:

- Atabek: Kendinizi daha çok bir halkla ilişkiler görevlisi olarak mı yoksa gazete içeriklerinde etik standartların korunması için çalışan bir kişi olarak mı görüyorsunuz?

- Baydar: Her ikisi de; ama büyük ağırlık ikincisinde. İkincisini üstlenerek bir anlamda halkla ilişkiler işlevi de yerine getirilmiş oluyor [10] şeklinde değerlendirmiştir.

#### V. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI

Sakarya’da günlük süreli yayın yapan yerel gazetelerden tirajı binin üzerinde olan gazeteler incelenmiştir. Gazetelerin genel yayın yönetmenleriyle yüz yüze görüşme (mülakat) gerçekleştirilmiştir. Bu yolla gazetenin okurla olan iletişimi nasıl sağladığı ve okur temsilcisi uygulamasına yönelik bulgular elde edilmiştir.

##### A. Verilerin Analizi ve Katılımcılara Ait Bilgiler

Betimleyici analiz kullanılmıştır. Veriler soruların cevapları dikkate alınarak sadeleştirilmiştir. Katılımcılar 1. Görüşmeci 2. Görüşmeci 3.Görüşmeci 4. Görüşmeci 5.Görüşmeci olarak yansıtılmıştır. Katılımcılar, gazetelerin genel yayın yönetmeni düzeyinde seçilmiştir. Gazeteler de Yerel Gazete olarak Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, koduyla kodlanmıştır.

##### B. Bulgular

Bu bölümde katılımcıların yarı yapılandırılmış mülakat sorularına verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular sunulmuştur. Katılımcılara yöneltilen sorular ve cevapları aşağıda sıralanmıştır.

#### 1. Gazetenizle okur arasındaki iletişimi nasıl sağlıyorsunuz?

Araştırmaya katılan katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar birbirine benzerlik göstermektedir. Yeni medya araçlarından faydalandığı, ancak yerel olma özelliğiyle okuyucularla yüz yüze iletişimin devam ettiği belirtilmiştir.

“Eski yıllarda mektup gönderenler oluyordu. Okurlar genellikle telefon ve sosyal medya aracılığı ile bize ulaşıyorlar. Örneğin WhatsApp iletişim hattımızdan ulaşıyorlar. Muhabirlerimizi gördüklerinde onlara ya bir haber konusu söylüyorlar ya da gazetemizle ilgili görüşlerini iletebiliyorlar.” (Y1)

“Gerek muhabirlerimiz olsun, gerek biz olalım, biz sürekli halkla iç içeyiz, devamlı iletişim halindeyiz. Son teknolojiye biz de ister istemez uyduk. Bizim de internet sitemiz var. WhatsApp hattımız var, telefonlarımız var, mektup var mıdır? Evet var halen daha şikayet mektupları bize gelir..” (Y2)

“Okurlar genellikle yerel gazete olduğumuz için ziyaret ederek bize ulaşıyorlar telefonla ulaşıyorlar. WhatsApp hattımız var, internet portalımız var Oradan da yorumlar aracılığıyla eleştiriler alıyoruz ağırlıklı telefonla ulaşıyorlar. Gerek talepleri gerekse de haberle ilgili eleştiri veya memnuniyetlerini bizlere ulaştırıyorlar.” (Y3)

“Whatsapp ihbar hattımız var. Büyük oranda bu hat üzerinden iletişim kuruluyor. Ayrıca benim ve diğer yönetici arkadaşlarım köşe yazılarının altındaki mail adreslerine, gazetemizin ve bizim sosyal medya adreslerimize bildirimler geliyor. Gazetemiz santralinden de okurlarımız bize çok rahat ulaşabiliyorlar. Ayrıca gün boyu da çoğu kez ziyaretçi okurlarımızı ağırlıyoruz.” (Y4)

“Gazetemizle okur arasındaki iletişim. Okuyucu temsilcimiz, mail adresi ve telefon ile sağlıyoruz. Okuyucu temsilcimiz gün içerisinde sosyal medyada kurumumuz ile ilgili arama motorları ve sosyal medyada araştırma yaparak okuyucununun istek ve şikayetleri ile birebir muhatap oluyor.

*Onun dışında okuyucular bizzat gazetemize de geliyor.” (Y5)*

## 2. Gazetenize yönelik eleştiriler hangi alanlarda oluyor?

Araştırmaya katılan genel yayın yönetmenlerinin bu soruya verdiği cevaplar farklılık göstermektedir.

Ortak eleştiriler yerel gazetelerin aynı haberlerle yayınlanması olurken, bazı gazete yöneticileri gazetelerindeki haberlerin taraflı olduğu eleştirilerine maruz kaldıklarını, bazıları da bol fotoğraflı, az metinli yazılar yazılmaması, tashih konusunda eleştiri aldıklarını beyan etmişlerdir.

*“İnsanımız çok okuma eğiliminde olmadıkları için daha çok büyük fotoğraf ve kısa haber talebinde bulunuyorlar. Neden tüm sayfalar renkli değil? ya da sayfa sayınız daha fazla olabilir gibi eleştiri ve tavsiyelerde bulunabiliyorlar. Ayrıca taraflı yayın yapmakla eleştiriyorlar, örneğin belediye haberleri yaptığımızda eleştiriyorlar” (Y1)*

*“Bize en çok gelen eleştiri, şu yerel gazetelerde hepsinde aynı haber var. Ben onu sevmiyorum deme şanssı yok. Yerel de taraf olamazsınız, ne varsa vermek zorundasınız. Bunun dışında harf veya imla hatalarına yönelik eleştiriler gelebiliyor.” (Y2)*

*“7 gazetenin birbirine benzerliği eleştiri konusu oluyor. Biz aradan sıyrılmak istiyoruz, bir kimlik oluşturmak istiyoruz.” (Y3)*

*“Yerel gazetelerin birbirine benzeştiği ve ağırlıklı olarak belediye haberlerinin verildiği yönünde eleştiriler alıyoruz. (Y4)*

*“Eleştiriler genellikle ajans haberleri konusunda geliyor. Yerel bazda ajans haberleri genellikle asayiş içerikli olduğu için ajansın geçtiği bültenin doğruluğunu, tutarlılığını araştırma ve sorgulama imkanı olmuyor. (Y5)*

## 3. Okur temsilcisi veya ombudsman istihdamı konusunda düşünceleriniz nelerdir?

Bu soru, yerel gazete genel yayın yönetmenlerinde farklı değerlendirmelerin oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bazı yöneticiler yerel gazetelerde ombudsman veya okur temsilcisine ihtiyaç olmadığını söylerken, bazıları da ekonomik nedenlerden dolayı böyle bir istihdamın mümkün olmadığını söylemektedir. Bir gazete ise künyesinde okur temsilcisi olduğunu belirtmektedir.

*“Aslında yapılabilir bu özellikle bir kişi istihdam edilebilir ama etmedik. Tabii bu bir istihdam sorunu bu kişinin tamamen bununla ilgilenmesi gerekir. Bu da ekonomik nedenlerle diğer arkadaşlarımız üstlenmiş durumda. Bu işlerle ilgili bir kişi olsa bizim yükümüzü alırdı.” (Y1)*

*“İstanbul’da okul temsilcisi niye var çünkü her okuyucu köşe yazarına, gazeteciye ulaşamadığında var. Şimdi git bizim kapıya bak anahtarları üstündedir, fotoğrafını da çek çalışmana da koy.” (Y2)*

*“Yerel gazeteler olarak bizler halkla iç içeyiz ama tabii bizim de göremediklerimiz olur, bunu takip edecek bir kişinin olması iyi bir şey. Eğer ekonomik iyileşmeler olursa ombudsman olsun isterim.” (Y3)*

*“Bizde yok. Ben yerinde bir uygulama olduğunu düşünüyorum. Bu konuda duyarlı birini görevlendirmek faydalı olabilir; ancak ekonomik olarak bir okur temsilcisi görevlendirmek zor olabilir” (Y4)*

*“Kurum olarak okuyucu geri dönüşlerine yüksek önem veriyoruz. Ancak yerel gazetecilikte de istihdam ve maddi kaynaklar ulusala göre sınırlı oluyor. Tüm bu zorluklara rağmen bünyemizde bir okuyucu temsilcisi barındırıyoruz.” (Y5)*

## 4. Eleştirileri cevaplandığı bir mekanizmanız var mı?

Gazete yöneticilerinin bu soruya verdiği cevaplarda farklılıklar görülmektedir.

*“Bir köşemiz yok, Bize gelen istek şikayetler ile ilgili düzeltme gibi şeyleri biz editörlerimize yönlendiriyoruz Hangi yolla ulaşıyorlarsa o yolla cevaplandırıyoruz. Bu tür eleştiriler bende toparlanıyor, ilgili birime havale ediyorum. Hatamız olursa özür diliyoruz.” (Y1)*

*“Eksik veya hata olmaması için gayret gösteriyoruz, eğer bir düzeltme gerekiyorsa kesinlikle yapıyoruz. Yanlış yaptığımızı inandıysak, kastımızı aşmışsak özür dileriz veya düzeltme yaparız.” (Y3)*

*“Eleştirileri önemsiyoruz, bize telefon, mail veya muhabirlerimiz üzerinden gelen eleştirileri arkadaşlarımızla değerlendirip bir haksızlığımız varsa gerek gazetemizde düzelterek gerekse de o kişiye ulaşarak özür diliyoruz.” (Y4)*

*“Gazetemiz içinde eleştirileri cevapladığımız bir köşemiz bulunmuyor. Fakat haberde eleştirdiğimiz ya da iddialarda bulunduğumuz kişilerin bize cevap ve açıklamalarına kesinlikle yer veriyor cevap hakkına büyük hassasiyet gösteriyoruz.” (Y5)*

## VI. SONUÇLAR

Yerel gazetelerde uzun yıllar görev almış ve gazetenin yöneticisi konumuna gelmiş yerel gazetecilerin yapılan görüşmeler neticesinde okurla sıklıkla iletişim halinde oldukları ortaya çıkmaktadır. Bu iletişim yerelin özelliğinden kaynaklı yüz yüze iletişim olmakla birlikte, telefon ve internet imkanlarının, sosyal medya araçlarının da dahil edilmesiyle devam etmektedir.

Yerel Basın ile okur arasındaki ilişkilerin belli bir sistem üzerinden sürdürülmediği, günlük etkileşimlerle taleplere veya eleştirilere cevap verildiği ortaya çıkmaktadır.

Yerel gazetelerin birbirlerine benzer haberlerle yayınladığı yönündeki eleştirilerin öne çıktığı çalışmada, buna yönelik haber kaynaklarının sınırlı olması görüşleri sunulsa da bazı gazete yöneticilerinin ekonomik sıkıntılardan dolayı muhabir istihdam edemeyişleri, bu nedenle de özel haber yapamadıkları vurgulanmaktadır. Bazı gazete yöneticileri ise siyasi alanda taraf tutmakla eleştirildiğini, ancak bunun doğru olmadığını, şehirdeki haber kaynaklarının ve haber değerlerinin belli olduğunu belirtmektedir.

Diğer taraftan dilbilgisi hataları da gazetelere eleştiri olarak iletilebilmektedir.

Yerel gazete yöneticileri, gazete çalışanlarının okurla her daim iletişim halinde olduklarını, okurun dilediği zaman gazeteyle gelebilmeye rahatlığından dolayı herhangi bir okur temsilcisine ihtiyaç olmadığını savunurken, bu durumun İstanbul için mümkün olmadığından okur temsilcisi görevlendirmek zorunda kaldıklarını belirtmektedir. Görüşmedeki diğer yöneticiler ise ekonomik nedenlerden dolayı istihdam etmenin zorluklarına değinmektedir. Okur temsilcisi istihdam eden bir gazete bulunmaktadır. Bu gazetede okur temsilcisi, sosyal mecraları inceleyerek veya gazeteyle ilgili yapılan eleştirileri takip ederek aynı yolla cevaplandırmaya çalışmaktadır.

Okur temsilcisi bulunan gazetede okurlardan gelen eleştirileri gazetede bir köşede yayınlamamakta, gelen eleştirileri aynı mecralardan cevaplandırmaya çalışmaktadır. Bu göreviyle gerçekleşmesi beklenen okur temsilciliği özelliğini barındırmadığı tespit edilmiştir.

Okur temsilcisi bulunmayan diğer gazetelerde ise hatalı veya gerçek dışı bir haber yapıldığında özür dilediği belirtilmiştir. Bir yönetici ise eğer çok önemli bir konuya kendi köşesinde bu konuyu ele alarak özür dilediğini veya düzeltme yaptıklarını belirtmektedir. Geneli cevap hakkına önem verdikleri belirtmektedir.

#### TARTIŞMA

Okur temsilciliği veya ombudsmanlık konusunda Türkiye'deki uygulamalara bakıldığında meslek ilkelerinin gazete çalışanları tarafından özümsemesi, okurdan gelecek eleştirilerin dikkatlice değerlendirilerek gerekli görüldüğünde gazetede bir köşede cevaplandırılması örnekleri bulunabilmektedir. Ancak yerel gazetelerde benzer hassasiyetler olduğu belirtilse de bunun yansımaları görememekteyiz.

Yerel gazetelerin, buldukları yöreye ait haber yaparken, habere konu olan veya haberden etkilenen kişi veya kurumlarla doğrudan ilişkileri, onları ulusal gazetelerden de ayıran bir iletişim sürecine çekmektedir.

Yerel gazetelerin, buldukları yöreye ait haber yaparken, habere konu olan veya haberden etkilenen kişi veya kurumlarla doğrudan ilişkileri, onları ulusal gazetelerden de ayıran bir iletişim sürecine çekmektedir.

Yapılan görüşmelerde öne çıkan eleştirilere bakıldığında aslında bu işle meşgul olabilecek tecrübeli bir gazeteciyle yerel olmayı ve ekonomik durumu iyileştirmeye dönük önemli bir avantaj haline getirebilecektir.

Muhabir eksikliğinden veya belirtilmese de nitelikli muhabir eksikliğinden kaynaklanan kurum, kuruluş ve ajanslardan gelen haberlerle okuyucu karşısına çıkıldığı anlaşılmaktadır. Okurların ağırlıklı olarak internet etkisine kapılmaları, ciddi haberlerden ziyade spor, magazin veya sansasyonel haberlere yönelmeleri de yerel gazeteleri etkilemektedir. Tüm bunlara rağmen basılı olma gücünü elinde tutmaya devam eden yerel gazeteler, okur analizleri yaparak, meslek ilkelerine uygun gazetecilik anlayışıyla tiraj ve ekonomik kazanımlar sağlayacağı göz ardı edilmemelidir.

Yerel gazetelere yönelik akademik çalışmaların sadece yerel gazete sorunlarına yöneldiği, bunun kaynağı olarak da genelde ekonomiye bağlandığı ve çoğu zaman da benzer sonuçları ele aldığı görülmektedir.

Bilim insanları, yerel basının önemi, işlevleri ve sorunları ötesine geçen araştırmalarıyla, toplumun içinde bulunduğu alanda haber alma ve bilgilenme ihtiyacının karşılanmasında önemli bir rol üstlenen yerel gazetelerin daha nitelikli, ekonomik anlamda güçlü, meslek ilkelerine bağlı hale getirilmesine katkı sağlamış olurlar.

Tüm eleştiri ve beklentiler gösteriyor ki, yerel gazetelerde de okurla iletişim sağlayan, okurun beklentileri doğrultusunda gerek içerikleri gerekse de mizanpajı yenileyebilecek, meslek ilkelerinin gazete çalışanlarınca sahiplenilmesine katkı sağlayacak, okurun güvenini ve ilgisini arttıracak, böylelikle hem mesleki hem de ticari alanda fayda sağlayacak bir okur temsilcisine ihtiyaç vardır.

#### KAYNAKLAR

- [1] A. Yücel, "İletişim Özgürlüğü ve Medyada Özdenetim," Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara, 2012.
- [2] R. Uzun, İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2007, p. 11.
- [3] A. Girgin, Gazeteciliğin Temel İlkeleri, İstanbul: Der Kitapevi, 2014, p. 146.
- [4] Z. Alemdar, Oyunun Kuralı, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990, p. 24.O.
- [5] Tokgöz, Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Kitapevi, 2015, p. 132.
- [6] İ. Arvas, "Basında Sosyal Sorumluk Anlayışı Bağlamında Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim," *Akademia*, p. 87, 2011.
- [7] Z. Avcı, Ombudsman-İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi, İstanbul: Hayat Yayınları, 2012, p. 183.
- [8] A. Ocaklı, "Basında Ombudsman Uygulaması," *Akademi İletişim*, no. 6, pp. 69-72, 2006.
- [9] M. Özgen, Basın ahlak kuralları ve yasalar, İstanbul: Kardeşler Yayınevi, 1988, p. 94.
- [10] N. Atabek, Okur Temsilciliği: Türk Basımında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005, pp. 2-3.
- [11] E. Sözen, "Yerel Medya Ne Kadar Yerel", X. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, 20-21 Şubat Kayseri, Ankara: BYEGM, 2004, p. 109.
- [12] N. Demirkent, Türkiye'de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2007, p. 10.
- [13] A. Girgin, Türkiye'de Yerel Basın, İstanbul: Der Yayınları, 2009.
- [14] M. Güzel, "Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü," *Küresel İletişim Dergisi*, no. 1, p. 2, 2006.
- [15] M. A. K. v. Temel, "Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri Ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması," *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, vol. 9, no. 19, p. 129, 2012.
- [16] A. Girgin, "Türkiye'de Yerel Basın ve Resmi İlan, Türkiye'de Yerel Basın," *İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları*, pp. 247-248, 2007.
- [17] E. Şahin, Sakarya Basın Tarihi, İstanbul: Sakarya Gazeteciler Cemiyeti Yayını, 2005, p. 17.
- [18] SGC, "Sakarya Gazeteciler Cemiyeti," 2018. [Online]. Available: <http://www.sakaryagazetecilercemiyeti.org/icerik/21/sakarya-basin-tarihi.aspx>. [Accessed 02 08 2018].
- [19] B. Çaplı, Medya ve Etik, Ankara: İmge, 2002, p. 82.