

YEREL GAZETELER VE RESMİ İLAN

Mustafa Şeker *

ÖZET

Türkiye’de resmi özel kurumların kanun gereği yayınlanması gereken ilanları “resmi ilan” olarak adlandırılmaktadır. Bu ilanların gazetelere dağıtımı 8 ilde doğrudan Basın İlan Kurumu tarafından, kalan 73 ilde ise valilikler aracılığıyla yapılmaktadır. Yerel basına destek amacıyla başlanan resmi ilan uygulaması çeşitli sorunlar nedeniyle amacına ulaşamamaktadır. Temel sorunlardan biri, toplam resmi ilan potansiyelinin yarısının 8 ildeki 113 gazeteyle verilmesidir. Bu gazetelerin aldığı resmi ilanların yüzde 80’i de İstanbul’da yayınlanan gazetelere gitmektedir. Anadolu’da yayınlanan 700’ü aşkın gazete ise toplam resmi ilanların yarısını paylaşmaktadır.

Diğer yandan resmi ilanlar pek çok yerel gazetenin temel gelirini oluşturmaktadır. Bu durum, sadece resmi ilan almak için yayınlanan ve “nylon gazete” olarak adlandırılan, düşük tirajlı, içeriği diğer gazetelerden iktibas edilen ve halka ulaşmayan bir gazete türü doğmasına yol açmıştır. Sorunlar, resmi ilan için konulan ölçütlerin ciddi olarak denetlenmesiyle ve resmi ilan dağıtımına ilişkin kuralların değiştirilmesiyle bir ölçüde çözülebilir görünmektedir. Ancak, kesin bir çözüm için yerel gazetelerin içeriklerini, tekniklerini ve gazetecilik anlayışlarını değiştirmeleri gerekmektedir. Böylelikle yerel gazetelerin toplam geliri artacak ve resmi ilanları bir destek olarak kullanma amacına ulaşabilecektir.

Anahtar sözcükler: Yerel gazete, resmi ilan, Basın İlan Kurumu

LOCAL PAPERS AND OFFICIAL ANNOUNCEMENTS

ABSTRACT

In Turkey, announcements of public and private organizations in newspapers as legal requirement are called “official announcements”. The distribution of such announcements to the papers are carried by “Press Announcements Agency” in eight provinces and through municipalities in the remaining 113 provinces. Official announcement system which was originally created as a means of support for local press can not get this aim because of various problems. One of the fundamental problems is the distribution of almost half of total official announcement potential to 113 newspapers in eight provinces. Moreover 80 percent of these go to İstanbul newspapers. More than 700 Anatolian newspapers share the remaining half.

This official announcements constitute the main source of income for most of the local newspapers. This situation has promoted the formation of a new paper type called “nylon papers” with low circulation and no reach to public. All the contents of these papers are simply collected from other papers. It appears that these problems can partly be solved with a serious investigation of the measures for official announcement systems and alteration of the rules for their distribution. For a definite solution, local papers must change their contents, technics and understanding of journalism. Only this way, local paper’s total amount of income will increase and the original aim of using the announcements as a support for local papers will be achieved.

Keywords: Local papers, official announcement, “Press Announcements Agency”

GİRİŞ

Yerel gazeteler, gazetelerin toplumsal, kültürel ve katılımcı demokrasiye ilişkin bilinen işlevlerini yerel ve bölgesel anlamda gerçekleştirmek açısından önemli kitle iletişim araçlarıdır. Türkiye’de Osmanlı’nın son dönemlerinden başlamak üzere, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet’in ilk döneminde yerel gazeteler önemli siyasi

işlevler üstlenmişlerdir. Günümüzde ise bu gazetelerin yerel demokrasinin sağlıklı gelişimine katkıda bulunması, yayımlandığı kentin sorunları ve çözüm yollarını tartışan bir platform sağlaması, okuyucularının bilinç düzeyini ve ufkunu genişleterek yerel ilerlemeyi hızlandırması beklenmektedir. Ancak, yerel gazeteler uzun yıllardır pek çok olumsuz etkiyle mücadele ederek yaşama savaşı veren kurumlara dönüşmüş durumdadır. Yasal sorunlar, sermaye-

* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

nin yetersizliği ve sermaye yapısının basın dışından gelişinden kaynaklanan sorunlar, teknik altyapı ve nitelikli eleman istihdamı sorunu, düşük tiraj, reklam ve ilan gelirinin yetersizliği, haber ve görsel malzeme temininde karşılaşılan zorluklar gibi birbiri içine geçmiş pek çok temel sorun yerel basının işlevini yerine getirememesine yol açmaktadır.

Devlet, 1931 yılından bu yana yerel gazetelere resmi ilan ve reklam aktararak destek vermektedir. Bu aktarıma ilişkin düzenlemeler 1961'e kadar farklı şekillerde gerçekleşmiş, bu tarihten sonra da Basın İlan Kurumu aracılığıyla yapılmaya başlanmıştır. Basın İlan Kurumu yasası, yönetmelikler ve ilgili genel kurul kararları ile resmi ilanların dağıtımında geçerli olmak üzere bazı ölçütler belirlenmiştir. Bu ölçütler, gazetelerin içerik, teknik, personel, fiili satış, dağıtım, sayfa sayısı ve yüzölçümü gibi yönlerine ilişkindir.

Konulan kurallar, gazetelerin daha kaliteli, işlevsel ve kapsamlı olmasını sağlamaya yöneliktir. Kurum, gazetecilik açısından belli bir düzeyi yakalamış illerde şube açmakta ve buradaki gazetelere ilan aktarımı ve denetimini kendi elemanlarıyla gerçekleştirmektedir. Diğer illerde ise resmi ilana aracılık ve gazetelerin ölçütlere uygunluğunu denetleme görevi valiliklere bırakılmaktadır.

Bu çalışma, yerel basının her biri ayrı araştırma konusu olan sorunları içinden resmi ilan sorununu ele almaktadır. Türkiye'deki yerel basının gelişimi ve bugünkü durumu özetlendikten sonra, resmi ilan dağıtımının ilke ve yöntemleri ele alınmıştır. Basın İlan Kurumu'nun verileri temel alınarak, belli tarihlerdeki resmi ilanların İstanbul ve Anadolu gazetelerine hangi oranlarda dağıtıldığı saptanmaya çalışılmıştır. Ulaşılabilen en son bilgiler ışığında resmi ilanların yerel gazeteler açısından taşıdığı mali önem ve ilanların dağılımındaki sorunlar tartışılmıştır.

Çalışmada güncel verilere ulaşmada bazı sınırlılıklar yaşanmıştır. Yerel gazetelerin sayısı, türü, periyodu, tirajı, sayfa sayısı, teknik özellikleri, eleman durumu gibi bilgiler Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün verilerine dayanmaktadır. Ancak Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü bu bilgileri il ve ilçe savcılıklarından derlediği için güncellenmesi zaman almaktadır. Bu çalışmada kullanılan Türkiye'deki yerel gazetelerin sayısına

ilişkin veriler 2004 yılı Kasım ayı itibariyle Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nden alınmıştır. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün verdiği bilgiye göre 2005 yılı ile ilgili güncellenme çalışmaları Mayıs ayı itibariyle devam etmektedir ve yılın ikinci yarısında tamamlanması hedeflenmektedir.

Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunan illerle ilgili veriler ise bu Kurum'dan alınmıştır. Basın İlan Kurumu, resmi ilan ve reklam verilebilecek yayınlarla ilgili aylık listeler yayınlamakta, ayrıca yıllık faaliyet raporlarıyla bir önceki yıla ilişkin resmi ilan ve reklam dağıtımını yayınlamaktadır. Bu çalışmada Kurum'un 2004 yılı faaliyet raporunda yer alan veriler değerlendirilmiştir. 2005 yılı faaliyet raporu, çalışmanın hazırlandığı Mayıs 2005 tarihi itibariye henüz yayınlanmamıştır.

Diğer yandan çalışmada, Basın İlan Kurumu'nun doğrudan resmi ilan verdiği illerin sayısı 6 olarak geçmektedir. Çünkü verilerin ele alındığı 2003 yılında Kurum'un 6 ilde şubesi bulunmaktaydı. Ancak 2004 yılı Şubat ayında Gaziantep'te, 2005 yılı Mart ayında ise Kayseri'de yeni şube açılmıştır. Gaziantep şubesinin resmi ilanla ilgili verilerinin 2005 yılı faaliyet raporunda yer alması beklenmektedir. Kayseri şubesinin faaliyeti ise henüz başlamaktadır.

Çalışmada Türkiye'deki yerel gazeteciliğin geçmişi ve bugünkü durumu özetlendikten sonra, Basın İlan Kurumu'nun kuruluşu, yapısı, çalışma şekilleri, resmi ilanın kapsamı ve yerel gazeteler açısından taşıdığı önem ele alınmıştır. Basın İlan Kurumu'ndan elde edilen son rakamlar ışığında, resmi ilanların dağıtımında yaşanan dengesizlik ve yarattığı sonuçlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

1. Türkiye'de Yerel Gazeteciliğin Doğuşu ve Gelişimi

Türkiye'de yerel ve bölgesel gazeteciliğin geçmişi 1860'lara kadar uzanır. İlk bölgesel gazete, Mithat Paşa'nın Tuna valiliği sırasında çıkardığı Tuna gazetesidir (Topuz 1996: 207). Osmanlı'nın eyalet sisteminden vilayet sistemine geçmesiyle birlikte özellikle ayrılıkçı hareketlerin baş gösterdiği bölgelerde matbaalar kurulmuş ve vilayet gazeteleri çıkarılmıştır. Önce Tuna, Bosna, Suriye, Erzurum, Halep, Edirne, Trablusgarp gibi vilayetlerde Türkçe ve

yöresel dillerde gazeteler yayınlanmıştır. Vilayet gazetelerinin sayısı sonraki yıllarda artmış ve 1860-1908 yılları arasında gerek Anadolu'da gerekse Osmanlı'nın uzak vilayetlerinde 30'un üzerinde vilayet gazetesi yayınlanmıştır. Vilayet gazetelerinin yayımlandığı bölgeler arasında Konya, Bursa, Edirne, Trabzon, Kastamonu, Adana, Ankara, İzmir, Sivas, Elazığ gibi Anadolu şehirleri ile Beyrut, Şam, Halep, Lübnan, Bağdat, Yemen, Musul, Beyrut, Kudüs, Hicaz gibi Ortadoğu şehirleri ve Girit, Yanya, Selanik, Prizren, Manastır, Hersek, Priştine, Rodos gibi Balkan şehirleri de bulunmaktadır (Koloğlu 1994: 20-22).

Bu vilayetlerde kurulan matbaalar devletin kurtasiye işlerini yaptıkları gibi yıllık salnameler yayınlamışlar ve basım masrafını ödeyen özel girişimcilere de hizmet vermişlerdir. Vilayet matbaaları ve bunların teknik olanaklarını kullanarak yayınlanan yerel gazeteler, Türkiye'de yerel basının temelini oluşturmuştur. Genellikle haftalık olarak basılan ve 500 civarında tiraja sahip olan vilayet gazetelerinin yayını, resmi niteliklerini kaybettikten sonra özel girişim tarafından sürdürülmüştür (Faraç 1999: 22). Vilayet gazetelerinin devamı olan bazı gazeteler bugün de yayını sürdürmektedir. Örneğin Erzurum'da 1867'de kurulan Envar-ı Şarkiye adlı vilayet gazetesinin devamı olan gazete 1929'dan sonra Erzurum adıyla, 1969'dan sonra da yeniden Envar-ı Şarkiye adıyla yayınlanmıştır (Topuz 1996: 207).

1910'dan sonra sağlanan özgürlük ortamında 100'den fazla yerel gazete yayınlanan bir dönem yaşanmışsa da Birinci Dünya Savaşı döneminde bu gazetelerin büyük bölümü kapanmıştır (Yücel 1999: 174). Yerel gazeteler Osmanlı'nın son dönemlerinde ve savaş yıllarında zor şartlar altında yayınlarını sürdürmüş olmalarına karşın, özellikle Kurtuluş Savaşı döneminde önemli roller üstlenmişlerdir. 1919'da Ankara'da yayınlanan Anadolu'nun sesi ve 1920'den itibaren çıkan Hâkimiyet-i Milliye gazeteleri bizzat Mustafa Kemal tarafından kaleme alınan yazıları milli mücadelenin sürdürüldüğü diğer kentlere ulaştırmıştır. Aynı dönemde Sivas, İzmir, Eskişehir, Edirne, Konya, Erzurum, Adana, Balıkesir, Elazığ, Kayseri, Antalya, Giresun, Bartın gibi Anadolu şehirlerinde de milli mücadeleyi destekleyen gazeteler yayınlanmıştır (Faraç 1999: 23).

1919 ile 1938 arasında Türkiye'de 176'sı İstanbul'da, 406'sı taşrada olmak üzere 582 gazete çıkmıştır. Bu gazetelerin yarıya yakını günlük olarak yayınlanmıştır. Demokrat Parti döneminde resmi ilanların siyasi görüşe göre dağıtılması uygulaması nedeniyle yerel basının bir bölümü güçlenmiştir. Resmi ilan desteği nedeniyle sonraki dönemlerde de yerel gazetelerin sayısı giderek artmıştır. 1961'de resmi ilana yeni bir düzenleme getirildikten sonra ilan hakkı olan gazetelerin sayısı 1962 ile 1970 arasında 160-200 arasında değişmiş, 1974'te 214'e çıkmıştır. Resmi ilan desteği gazete sayısını hızla artırmış ve 1970'te yerel gazete sayısı 1100'e, 1975'te 2600'e kadar çıkmıştır. 1980'den sonra yerel gazete sayısını etkileyen gelişmeler yaşanmıştır. 24 Ocak kararlarının ardından pek çok yerel gazete kapanmıştır. 1984'ten sonra iki yıl içinde 244 gazete yayınına son vermiştir. 1986 yılı verilerine göre Türkiye'de toplam 745 gazete yayınlanmıştır. Basın İlan Kurumu 1991 yılı verilerine göre 249'u il merkezlerinde, 382'si ilçelerde olmak üzere resmi ilan alabilen toplam gazete sayısı 631'dir. Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü verilerine göre 1992 yılında Türkiye'deki yerel gazete sayısı 827'dir. Bu gazetelerin 317'sinin günlük olarak yayımlandığı belirlenmiştir (Yücel 1999: 174-177).

2. Yerel Gazetelerin Bugünkü Durumu

Yerel gazetelerin sayısı, periyodu ve tirajı konusundaki bilgiler temelde iki kuruma dayanmaktadır. Basın İlan Kurumu, kendi şubesi bulunan illerdeki gazetelere ilişkin bilgileri derlemekte ve diğer illerdeki gazetelere ilişkin bilgileri de valiliklerin saptamalarına dayanarak aktarmaktadır. Kurum'un şubesi bulunan iller; İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Konya, Gaziantep ve Kayseri'dir. Gaziantep'teki şube Şubat 2004'te, Kayseri'deki şube ise Nisan 2005'te faaliyete geçmiştir.

Konuyla ilgili diğer kurum olan Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü ise yerel gazetelerle ilgili listeleri ve ayrıntılı bilgileri içeren yıllıkların yayını 1993'ten itibaren sona erdirmiştir. Günümüzde, gazetelerin yüzölçümü, teknolojisi, il ve ilçelere dağılımı, tirajlar gibi bilgiler içeren yıllıkların yerine Genel Müdürlüğe ait byegm.gov.tr (1) adlı web sitesinde bazı bilgiler aktarılmaktadır. Ancak bu sitede gazeteler ile diğer süreli yayınlar ayrıştırılmadan verilmekte, gazetelerin periyotları, tirajları,

teknolojileri ve kesin sayıları hakkında ayrıntılı çıkarılanlar tarafından valiliklere aktarılan ve bilgi bulunmamaktadır (Tokgöz 2001: 14). güncellenmeyen bilgiler oluşu da temel bir Diğer yandan verilen bilgilerin süreli yayın sorundur.

TABLO 1: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Ulusal ve Yerel İstanbul Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Akşam	26	5.20	9.299.101	237.320
Anadolu'da Vakit	24	4.80	3.145.259	66.494
Ayrıntılı Haber	8	1.60	223.702	6.416
Bizim Anadolu	8	1.60	240.663	6.073
Bizim Gazete	8	1.60	72.088	1.018
Cumhuriyet	20	4.00	2.714.294	57.659
Çağdaş Ulus	8	1.60	207.949	6.102
Dünden Bugüne Tercüman	31.94	6.39	5.411.462	110.625
Dokuz Sütun	16	3.20	206.543	5.420
Dünya	32	6.40	1.152.343	25.877
Ekonomi	8	1.60	205.918	5.335
Gazete 34	8	1.60	283.689	7.594
Gözcü	20	4.00	6.019.598	136.343
Günboyu	12	2.40	404.443	11.514
Güneş	16	3.20	6.037.666	139.747
Halka ve Olaylara Tercüman	20	4.00	2.852.494	42.843
Halkın Gazetesi Birgün	20	4.00	1.155.199	13.935
Hürriyet	38.20	7.64	19.036.556	510.837
Hürses	8	1.60	231.069	3.051
İstanbul	8	1.60	330.303	8.772
İstiklal	8	1.60	283.682	7.594
Milli Gazete	20	4.00	1.146.857	21.468
Milliyet	52.52	10.50	11.745.247	295.340
Ortadoğu	16	3.20	560.011	10.473
Önce Vatan	12	2.40	486.940	11.444
Posta	35.70	7.01	22.610.448	629.901
Radikal	40.10	8.02	2.311.050	41.396
Referans	20.07	4.00	1.134.832	14.236
Sabah	59.27	11.85	16.193.567	434.495
Son An	8	1.60	232.523	6.083
Son Saat	8	1.60	196.268	5.164
Star	50.00	10.00	5.734.462	100.531
Takvim	26.30	5.26	11.039.554	288.026
Tünaydın	8	1.60	232.535	6.084
Türkiye	24	4.80	7.452.954	211.007
Türkiye'de Yeni Çağ	20	4.00	2.569.190	57.380
Vatan	41.45	8.29	10.644.314	280.414
Yeni Asya	16	3.20	459.170	11.798
Yeni Devir	8	1.60	290.257	6.720
Yeni Mesaj	16	3.20	265.422	5.539
Yeni Nesil	8	1.60	284.119	7.526
Yeni Şafak	24	4.80	4.338.999	111.586
Yenigün	8	1.60	238.748	6.105
Zaman	32	6.40	17.662.894	510.023

2.1. Basın İlan Kurumu Şubesi Bulunan İllerdeki Gazeteler

Basın İlan Kurumu verilerine göre 1999 yılında taşrada 697 gazete yayınlanmıştır. Bu gazetelerin 331'i il merkezlerinde, 366'sı ilçelerde çıkmıştır. 697 gazetenin 242'si vasıflı gazetedir. Bu 242 gazetenin 197'si il merkezlerinde, 45'i ilçelerde yayınlanmıştır. 455 vasıfsız gazetenin ise 126'sı il merkezlerinde 329'u ilçelerde çıkmıştır. Bu rakamlara Kurum şubesi bulunan 6 ilde yayınlanan 63 gazete dahil değildir (Cillov 2001: 59-60).

Aynı Kurum'un 2000 yılı verilerine göre Türkiye'de yayınlanan toplam gazete sayısı 799'dur. Bu gazetelerden 63'ü Kurum şubesi bulunan 6 ilde, 736'sı ise diğer il ve ilçelerde yayınlanmıştır. 736 gazetenin 351'i il merkezlerinde 385'i ilçelerde çıkmıştır. İl merkezlerindeki 351 gazeteden 206'sı vasıflı, 145'i vasıfsız; ilçelerdeki 385 gazetenin 335'i vasıfsız, 50'si vasıflıdır. 2000 yılında 6 il dışında günlük olarak yayınlanan gazetelerin sayısı 330 olarak belirlenmiştir. Bu gazetelerin 252'si il merkezlerinde 78'i ilçelerde yayınlanmıştır (Özdemir 2001: 202). Basın İlan Kurumu, kendi şubesinin bulunduğu illerdeki resmi ilan alan gazete sayısının 2003 yılında toplam 73 olduğunu açıklamıştır.

Basın İlan Kurumu'nun Mayıs 2005'te resmi ilan ve reklam verilebilecek yayınlar listesine göre İstanbul'da ulusal ve yerel olarak 44, Ankara'da 11, İzmir'de 5, Adana'da 11, Bursa'da 4, Konya'da 6, Gaziantep'te 15 ve Kayseri'de 17 gazete bulunmaktadır. Toplamı 113 olan bu gazeteler Basın İlan Kurumu'nun asgari şartlarını yerine getirerek resmi ilan ve reklam yayınlama hakkını kazanmış gazetelerdir (2).

Kurum'un doğrudan resmi ilan verdiği (TABLO 1'de kalın yazılmış olan) İstanbul'daki yerel gazetelerin fiili satış ortalamaları, 3000 ile 11.000 arasında değişmektedir. Ulusal gazetelerin sayfa sayıları, tirajları ve fiili satış ortalamalarıyla yerel İstanbul gazeteleri arasında uçurum bulunmaktadır.

Ankara'da yayınlanan 11 gazetenin sayfa sayıları alt sınıra olan 8 ile 12 arasında değişmekte,

satış ortalamaları da Belde gazetesi hariç 10.000'i aşmamaktadır. Ankara'daki yerel gazetelerin durumu diğer Anadolu illerinden farklı değildir.

TABLO 2: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Ankara Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Anayurt	12	2.40	289.684	3.603
Ankara İl	8	1.60	181.159	4.434
Belde	12	2.40	415.700	10.976
Günlük Haber	8	1.60	138.935	3.577
Olay	8	1.60	123.200	3.481
Son Söz	8	1.60	172.425	4.377
Tasvir	8	1.60	123.400	3.473
24 Saat	8	1.60	36.355	1.070
Ankara Ticaret	8	1.60	43.230	1.396
Ekonomik Yorum	8	1.60	34.795	1.044
Gündem	8	1.60	37.539	1.092

TABLO 3: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek İzmir Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Ege Telgraf	8	1.60	152.250	4.152
Haber Ekspres	16	3.20	437.540	10.457
Yeni Asır	30	6.00	1.929.823	46.839
Ticaret	8	1.60	82.135	3.002
Yeni Ekonomi	8	1.60	37.925	1.175

İzmir'de Kurum şubesi bulunan diğer illere göre sayıca az gazete bulunmaktadır. 3'ü siyasi, 2'si ticari olan 5 gazete arasında, Yeni Asır sayfa sayısı, tirajı ve fiili satış ortalaması ile öne çıkmaktadır. Bu gazete, ulusal bir medya grubuna ait olmanın avantajlarını da kullanarak öteden beri Türkiye'deki en büyük yerel gazete olmayı başarmıştır. 16 sayfa olarak yayınlanan ve 10.000 fiili satış sınırını aşan Haber Ekspres gazetesinin de ortalamanın üzerinde bir başarısı bulunmaktadır. İzmir'deki diğer yerel gazetelerin durumu ise, Kurum şubesi bulunan diğer Anadolu illeri ile benzer özellikler göstermektedir.

TABLO 4: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Adana Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Adana 5 Ocak Bölge	12	2.40	67.319	1.094
Çukurova Merhaba	16	320	49.812	1.071
Ekspres	12	2.40	94.056	1.545
Haber	8	1.60	43.843	1.058
İlkhaber	16	3.20	99.821	1.133
Medya Yenigün	12	2.40	65.066	1.072
Süper Gazete	12	2.40	43.338	1.120
Toros	12	2.40	65.563	1.232
Yeni Adana	8	1.60	45.900	1.079
Zirve	8	1.60	59.207	1.132

Adana'da resmi ilan ölçütlerine uyan 11 gazete bulunmaktadır. Bu gazetelerin önemli bir bölümü asgari sayfa sayısının üstüne çıkmaktadır. Ancak fiili satış ortalamalarının asgari sınır olan 1000'i zorlukla aştığı görülmektedir.

TABLO 5: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Bursa Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Bursa Haber	16	3.20	138.932	1.381
Bursa Hakimiyet	30.19	6.03	293.833	5.961
Kent	14.77	3.53	79.516	1.123
Olay	33.70	6.74	592.590	14.680

Bursa, Kurum şubesi bulunan iller arasında sayıca en az gazete yayınlanan ildir. Ancak özellikle Olay ve Bursa Hakimiyet gazetelerinin 30'u aşan sayfa sayıları ve fiili satışları ile yerel ortalamasının oldukça üzerine çıktıkları görülmektedir. Bursa'daki diğer iki gazetenin sayfa sayısı da alt sınırmın iki katı civarında olmakla birlikte, fiili satışları 1000'i zorlukla aşmaktadır.

TABLO 6: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Konya Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Anadolu Manşet	8	1.60	55.450	1.098
Hakimiyet	25	5.00	104.625	1.154
Konya Postası	12.06	2.41	71.300	1.121
Merhaba	18.36	3.67	61.610	1.066
Yeni Konya	12.60	2.52	57.865	1.217
Yeni Meram	15.87	3.17	71.495	1.329

Konya'da yayınlanan yerel gazeteler, sayfa sayısı bakımından yerel ortalamasının üzerindedir. 6 gazetenin 5'i sayfa sayısını 12'nin üzerinde tutmaktadır. Ancak fiili satış ortalamaları bakımından başarı sağlandığı söylenemez. Gazetelerin tümü 1000 olan alt sınırı zorlukla aşabilmektedir.

TABLO 7: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Gaziantep Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Doğuş	8	1.60	37.800	1.067
Bulvar	8	1.60	36.450	1.118
Gaziantep Ekspres	8	1.60	37.800	1.060
Gaziantep Güneş	9	1.88	42.610	1.267
Gaziantep Oluşum	8	1.60	37.800	1.053
Haber	8	1.60	39.825	1.117
Gaziantep 27	8	1.60	39.643	1.067
Gaziantep'e Günaydın	8	1.60	37.800	1.026
Gaziantep'te Yeni gün	8	1.60	39.100	1.086
Gaziantep'te Zafer	8	1.60	38.800	1.049
Güncel	8	1.60	35.910	1.084
Metropol	8	1.60	37.395	1.063
Olay	8	1.60	48.600	1.057
Sabah	8	1.60	44.010	1.328
Yeni GAP	8	1.60	41.292	1.224

2004 yılı Şubat ayında Basın İlan Kurumu şubesi açılan Gaziantep'te 15 gazete resmi ilan ölçütlerini yerine getirmektedir. Ancak bu gazetelerin tümünün sayfa sayısında alt sınır olan 8'i, fiili satış ortalamasında da yine alt sınır olan 1000'i yakalamış olmaları düşündürücüdür. Pek çok ilde olduğu gibi Gaziantep'te de, resmi ilanın varlık sebebi gibi algılandığı görülmektedir.

TABLO 8: Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Kayseri Gazeteleri (Nisan 2005)

Gazete Adı	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü (m ²)	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Satış Ortalaması
Kayseri Anadolu Haber	8	1.60	-	-
Kayseri Star Haber	8	1.60	-	-
Kayseri Akın Günlük	8	1.60	-	-
Yeni Kayseri	8	1.60	-	-
Kayseri Hakimiyet 2000	8	1.60	-	-
Büyük Kayseri	8	1.60	-	-
Kayseri Ana Haber	8	1.60	-	-
Kayseri Gündem	10	2.00	-	-
Kayseri Güneş	8	1.60	-	-
Kayseri Meydan	8	1.60	-	-
Kayseri Haber	8	1.60	-	-
Kayseri Yeni Sabah	8	1.60	-	-
Kayseri Olay	4	0.80	-	-
Ülker	8	1.60	-	-
Millet	8	1.60	-	-
Erciyes	8	1.60	-	-
Kayseri	8	1.60	-	-

Kayseri'de Basın İlan Kurumu şubesi Nisan 2005 tarihinde faaliyete geçmiştir. Bu nedenle Kurum'un 2005 Mayıs ayında resmi ilan verilebilecek gazeteler listesinde Kayseri gazetelerinin sadece sayfa sayıları ve yüzölçümleri yer almış, aylık tiraj ve günlük fiili ortalama satışlar listelere yansımamıştır. Bu ildeki 17 gazetenin 15'inin 8, birinin 10, birinin de 4 sayfa çıktığı görülmektedir. Basın İlan Kurumu şubesi bulunan iller arasında sayıca en fazla gazete

Kayseri'de bulunmakta ise de bu gazetelerin sayfa sayıları, asıl amacın resmi ilan almak olduğu şüphesine yol açmaktadır.

Basın İlan Kurumu şubesi açılan illerdeki yerel basının diğer illere oranla bir ölçüde gelişmiş olduğu kabul edilmektedir. Ancak, eldeki veriler Kurum şubesi bulunan 8 ilin pek çoğundaki gazetelerin resmi ilan ve reklam alabilmek için konulan şartları asgari düzeyde yerine getirdiğini göstermektedir. 1000 civarında satılan 8 sayfalık gazetelerin doyurucu bir içeriğe sahip olmaları, yayımlandıkları ilde yaşayan okuyucunun gereksinimlerini karşılayabilmeleri mümkün değildir. Bu gazetelerin pek çoğunun resmi ilan almak üzere kurulduğu, resmi ilana temel gelir olarak baktığı ortadadır.

Yeterli oranda habercilik yapılmayan, reklam hakkı için zorunlu olan kadroların dışında gazeteci çalıştırılmayan, teknik ve estetik açıdan sorunlarla dolu, içeriğin önemli bir bölümünün iktibaslarla oluşturulduğu bu gazeteler meslek camiasında "naylon gazete" olarak adlandırılmaktadır.

2.2. Basın İlan Kurumu Şubesi Bulunmayan İllerdeki Yerel Gazeteler

Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunan 8 ildeki 113 gazetenin dışında Türkiye'nin 73 ilinde ve bu illere bağlı ilçelerde çok sayıda gazete yayınlanmaktadır. Bu gazetelerin küçük bir bölümü günlük olarak yayınlanmakta, kalanları haftalık, 15 günlük ya da daha uzun periyotlarda çıkmaktadır.

Basın İlan Kurumu'nun, valiliklerden derlediği en son bilgi 2002 yılı verilerini içermektedir. Bu verilere göre, Kurum şubesi bulunmayan illerde toplam 798 gazete yayınlanmaktadır. Bunların 381'i illerde 417'si ilçelerde bulunmakta, illerdeki gazetelerin 277'si, ilçelerdeki gazetelerin ise sadece 84'ü günlük olarak yayınlanmaktadır. 798 gazetenin 290'ı resmi ilan kriterlerine göre vasıflı gazete, 508'i vasıfsız gazetedir. Vasıflı gazetelerin 240'ı illerde, 50'si ilçelerde yayınlanmaktadır. Vasıfsız gazetelerin ise 141'i illerde 367'si ilçelerde bulunmaktadır (Basın İlan Kurumu 2003 Yılı Faaliyet Raporu, 2004: 123).

GAZETELERİN YAYIN ZAMANLARI										
Yayın Yerleri	Günlük	Haftada 5 Gün	Haftada 4 Gün	Haftada 3 Gün	Haftada 2 Gün	Haftalık	10 Günlük	15 Günlük	Aylık	Toplam
İller	277	11	-	-	14	59	-	11	9	381
İlçeler	84	2	1	10	48	238	1	20	13	417
Toplam	361	13	1	10	62	297	1	31	22	798

TABLO 9: Basın İlan Kurumu Şubesi Bulunmayan İllerdeki Gazete Sayıları ve Periyotları

Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nden alınan en son veriler (3) ise 2003 yılında 551'i günlük, 849'u haftalık, 253'ü 15 günlük, 470'i aylık, 200 daha uzun periyotlu olmak üzere toplam 2322 gazete yayımlandığını göstermektedir. Ancak bu verilerin gerçek durumu yansıttığı kuşkuludur. Çünkü Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü, bu verileri il ve ilçe savcılıklarından derlemekte ve sık güncellenmemektedir. Diğer yandan il ve ilçe savcılıklarındaki veriler gazete çıkarmak üzere yapılan başvurulara dayanmaktadır. Bu nedenle söz konusu listedeki gazetelerin bir bölümünün düzenli yayınlanmadığı hatta kapanmış olabileceği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca bu gazetelerin tirajları ve fiili satışları hakkında da sağlıklı bilgi bulunmamaktadır.

Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün 1992 verilerinde üç büyük şehir dışında günlük olarak yayınlanan gazetelerin sayısı 317, haftalık ve daha uzun periyotlarla yayınlanan gazetelerin sayısı ise 510'dur (Yücel 1999: 177). 11 yıl önce 827 olan toplam gazete sayısı yeni verilere göre 2322'ye ulaşmıştır. Yüksek gibi görünen bu sayı aslında Türkiye'nin coğrafyası ve nüfusu göz önüne alındığında yetersiz bile sayılabilir. Türkiye ile nüfus ve coğrafya açısından kıyaslanabilecek bir ülke olan Almanya'da toplam 1578 yerel gazete yayınlanmaktadır (Buchner 1999: 20).

Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün verileri sadece nicel bilgileri içerdiği için yerel gazetelerin gerçek durumunu vermekten uzak görünmektedir. Valilikler kanalıyla Basın İlan Kurumu'na ulaşan veriler ise gazeteleri resmi ilanla ilgili kriterler açısından değerlendirdiği için daha gerçekçidir.

Ancak, her iki kurumun verileri incelendiğinde dahi Türkiye'deki yerel basının nicel ve nitel özellikleriyle ilgili sağlıklı bilgiye ulaşamadığı bir gerçektir. Gazete sayısının ve periyotlarının yanında, özellikle tirajlar konusunda bil-

giye ulaşamamaktadır. Türkiye'de yayınlanan 800 civarındaki yerel gazetenin ne kadar tirajı bulunduğu dair bir kayıt tutulmamakta, gazetelerin beyanları esas alınmaktadır. Basın İlan Kurumu, kendi şubesi bulunan illerde gazetelerle ilgili bazı saptamalar ve denetlemeler yapmakta ancak diğer illerde bu tür bir bilgi derlenmemektedir.

Valiliklerin denetlediği yerel gazetelerin teknolojik yapısı ve personel durumuyla ilgili bilgiler ise daha çok tahminlere dayanmaktadır. Bu gazetelerin tirajlarının ve fiili satışlarının birkaç yüzü geçmediği bilinmektedir (Gürel 1999).

3. Basın İlan Kurumu ve Resmi İlanlar

Resmi ilanlar 1931 yılına kadar ilgili kurumun seçtiği gazetelerde yayınlatılmıştır. Serbest dönem olarak adlandırılan bu yıllarda resmi ilanların dağıtımı özel ilanlar gibi gerçekleşmiştir. 1931 yılından sonra İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlatılacak resmi ilanların aracılık hakkı Muharip Cemiyeti'ne verilmiş ve Cemiyet'in kurduğu şirket 1943 yılına kadar özellikle ihale ilanlarının dağıtımını yapmıştır. 1943 yılında resmi ilan aracılık hakkı Basın Birliği'ne verilmiştir.

Dönemin hükümeti 27 Kasım 1957'de bir kararname çıkararak özel ve resmi bütün ilan-reklamların Resmi İlan Şirketi aracılığıyla yayınlatılması uygulamasına girmiştir. Ayrıca ihale yasası değiştirilerek ilanların yayınlanacağı gazeteleri doğrudan hükümetin seçmesi uygulamasına gidilmiştir (Cillov 2001: 56).

Hükümet 1958'in ilk günü bir kararname yayınlayarak ilan ve reklamları tek elden dağıtmaya başlamış, 3 Eylül 1958'de yayınlanan bir bildiriye özel ve resmi ilan tarifeleri ile gazete dağıtımını düzenlemek üzere çalışmalar yapıldığını açıklamıştır. Ulusal ve uluslararası meslek kuruluşları bu uygulamalara sert tepkiler

göstermişse de hükümet, doğrudan Demokrat Parti organı olan gazeteleri birinci kategoriye, kendisini destekleyen gazeteleri tirajlarına bakmaksızın ikinci kategoriye, tarafsızları üçüncü kategoriye almış hatta bazı muhalif gazeteleri ilan listesinden çıkarmıştır (Topuz 1996: 114).

3.1. Basın İlan Kurumu'nun Yapısı

Resmi ilan dağıtımındaki sorunları çözmek amacıyla 1961 yılında Basın İlan Kurumu kurulmuştur. Bu Kurum, resmi ilan ve reklam dağıtımını günümüzde de yürüten yetkili kurumdur. Kurum, 36 kişilik bir Genel Kurul ile 7 kişilik Yönetim Kurulu'ndan oluşmaktadır. 36 kişi 12'şer kişilik üç bölümden oluşmaktadır. 12 üye devlet kurumlarından, 12 üye ilanları yayınlayan gazetelerden, 12 üye de tarafsız kurumlardan seçilmektedir.

Devlet kurumlarından oluşan 12 üye; Cumhurbaşkanlığı'nın görevlendirdiği 1, Başbakanlık'ın görevlendirdiği 2, Adalet, Milli Savunma, İçişleri, Maliye ve Gümrük, Bayındırlık ve İskan, Sanayi ve Ticaret, Kültür ve Turizm Bakanlıkları ile Basın Yayın Genel Müdürlüğü ve SEKA'nın 1'er temsilcisinden oluşmaktadır.

Gazetelerin 12 temsilcisi ise; satışı 100 bin'in üzerindeki gazete sahiplerinin 2, satışı 50-100 bin arasındaki gazete sahiplerinin 1, satışı 10-50 bin arasında olan gazete sahiplerinin 1, Anadolu gazete sahiplerinin 1, Gazeteciler Sendikası'nın 3 temsilcisi ile, İstanbul, Ankara ve İzmir'deki Gazeteciler Cemiyetleri'nden 1'er temsilci seçilmek suretiyle belirlenmektedir.

Resmi ilan veren ve yayınlayan gruptaki 24 üyeye ek olarak tarafsızlar grubunu oluşturan diğer 12 üye ise İstanbul, Ankara ve Ege Üniversitesi Hukuk Fakülteleri ile Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden 1'er, İstanbul, Ankara ve Ege Üniversitesi İletişim Fakülteleri'nden 1'er, ilan üreticilerinden 1, Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği'nden 1, Türkiye Barolar Birliği'nden 1, TRT'den 1, Anadolu Ajansı'ndan 1 temsilci seçilmek suretiyle oluşmaktadır.

Kanun'a göre yönetim kurulu da her üç gruptan 2'şer üye seçilerek oluşturulan 6 kişiden mey-

dana gelmektedir. Genel Müdür ise Yönetim Kurulu'nun teklif ettiği 3 aday arasında hükümet tarafından atanmaktadır.

Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu ayda iki kez, Genel Kurulu ise yılda 4 kez toplanarak yeni kuralları belirlemekte, çıkan uyuşmazlıkları ele almaktadır. Genel Kurul'un en önemli görevi Kasım ayında yapılan toplantılarda bir sonraki yılın resmi ilan fiyatlarını belirleyerek Bakanlar Kurulu'nun onayına sunmaktır. Genel Kurul ayrıca yerel basının geliştiği illerde yeni şubeler kurma kararı da alabilmektedir. Yasada belirtilen İstanbul, Ankara, İzmir illeri dışında Adana, Bursa ve Konya ile 2004 yılında Gaziantep'te 2005 yılında da Kayseri'de Kurum şubesi açılması kararı bu şekilde alınmıştır.

3.2. Resmi İlanın Kapsamı

1977 yılında alınan ve sonraki yıllarda çeşitli değişikliklere uğrayan 67 Sayılı Genel Kurul Kararı, resmi ilan ve reklamların kapsamını, dağıtım esaslarını ve bunları yayımlayabilecek gazete ve dergilerin niteliklerini düzenlemiştir. Buna göre resmi ilanın kapsamı şu şekildedir:

- Kanun, tüzük veya yönetmelik gereği yayınlanması zorunlu olan ve reklam niteliği taşımayan ilanlar
- Genel ve katma bütçeli daireler, il özel idareleri, belediyeler, köyler, kamu iktisadi teşebbüsleri, kamu tüzel kişiliği taşıyan kuruluşlar ve sermayesinin yarısından fazlası kamuya ait kuruluşların resmi ilanları (Bu kuruluşlara ait özel ilan ve reklamların aracılık görevi de Basın İlan Kurumu'na aittir.)
- Kanunla kurulan müesseseler ve bunların iştiraklerine ait özel ilan ve reklamlar.

Basın İlan Kurumu, şubesi bulunan yerlerdeki resmi ilan ve reklamların aracılığını doğrudan üstlenmektedir. Diğer illerde ise valilikler yalnızca resmi ilanların aracılığını yapmaktadır.

3.3. Kurum Şubesi Bulunan İllerde Resmi İlan Yayınlayabilecek Gazetelerin Vasıfları

67 Sayılı Genel Kurul Kararı ile resmi ilan ve reklam yayınlayabilecek gazetelerin vasıfları da düzenlenmiştir. Bu vasıflar ve ödevler Ku-

rum şubesi bulunan yerler ile diğer iller için ayrı ayrı düzenlenmiştir. Kurum şubesi bulunan illerdeki gazetelerde aranan vasıflar daha yüksek tutulmuştur. İstenen nitelikler genel olarak gazetelerin içeriği, kadrosu, sayfa sayısı, baskı ve hazırlık tekniği gibi konularda kaliteyi artırıcı yöndedir. Gazetelerin türlerine uygun içerikte hazırlanmaları, yüzölçümünün yüzde 10'undan fazla iktibas yapmaması, iktibasların kaynağının belirtilmesi gibi içerikle ilgili şartlar istenmektedir.

Kurum şubesi bulunan illerdeki gazetelerin resmi ilan alabilmesi için en az 1.60 metrekare yüzölçümüne sahip olmaları (tam boy olarak 8 sayfalık gazete), İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlananların 1 sorumlu yazı işleri müdürü, 1 sayfa sekreteri, 1 haber sorumlusu, 7 muhabir, 2 yazar veya düzeltmen çalıştırmaları istenmektedir. Kurum şubesi bulunan diğer illerdeki gazetelerin ise 1 sorumlu yazı işleri müdürü, 3 muhabir, 1 yazar veya düzeltmen istihdam etmiş olmaları gerekmektedir.

Kararda gazetelerin teknik olarak rahatlıkla okunabilir, düzgün bir sayfa düzenine sahip olmaları istenmekte, metinlerin 10 puntodan büyük dizilmemesi şartı getirilmektedir. 2004 yılı için gazetelerin 100 bin liradan daha düşük bir fiyatla satılmamaları, asgari fiili satışlarının İstanbul'da yayınlanan sabah gazeteleri için 5000, akşam gazeteleri için 3000; Ankara ve İzmir'de yayınlanan sabah gazeteleri için 3000, akşam gazeteleri için 2500; şube bulunan diğer illerdeki gazeteler için 1000 olması istenmektedir.

Bu şartları taşıyan gazeteler İstanbul, Ankara ve İzmir'de 24 ay, diğer illerde 18 ay bekleme süresini tamamladıkları takdirde resmi ilan almaya hak kazanmaktadır. Her ile ait resmi ilanlar gazetenin göstergesinin resmi ilan kat sayısı ile çarpımı sonucu belirlenen kontenjana göre gazetelere paylaştırılmaktadır. Kontenjanlar, asgari kadronun üç katı fikir işçisi çalıştıran, asgari yüzölçümünün iki katı sayfa sayısına sahip ve rotatif makinede basılan, ulusal dağıtım şirketleri kanalıyla dağıtılan, yayınlandığı yerin dışında başka bir ilde de baskı gazeteleri için üçte bir oranında artırılmaktadır.

Kurum şubesi bulunan yerlerdeki gazeteler, oluşturulan denetleme kurulları tarafından sürekli olarak denetlenmektedir. Şartları taşı-

mayan gazetelerin resmi ilan hakları askıya alınmakta, yeni gazetelerden bekleme süresini tamamlayanlar resmi ilan listesine alınmaktadır.

3.4. Kurum Şubesi Bulunmayan İllerde Resmi İlan Yayınlayabilecek Gazetelerin Vasıfları

Kurum şubesi bulunmayan illerde yayınlanan gazetelerin resmi ilan alabilmesi için de bazı asgari vasıflar ve ödevler belirlenmiştir. 67 Sayılı Genel Kurur Kararına göre bu illerdeki gazeteler üç kategoriye ayrılmıştır. Birinci kategorideki gazeteler için asgari yüzölçümü 0.80 metrekare (tam boy olarak 4 sayfalık gazete), asgari kadro 1 yazı işleri müdürü ve 3 muhabir; ikinci kategorideki gazeteler için asgari yüzölçümü 0.60 metrekare, asgari kadro 1 yazı işleri müdürü ve 2 muhabir, üçüncü kategorideki gazeteler için asgari yüzölçümü 0.40 metrekare, asgari kadro 1 yazı işleri müdürü ve 1 muhabir şeklinde belirlenmiştir.

Bu gazetelerin içeriklerinin üçte birinin haber, yorum, röportaj, araştırma vb. türdeki yazılara ayrılması, ilan reklam gibi materyallerin yüzölçümü 1.60 metrekareden fazla olan gazetelerde yüzölçümünün yarısını, diğer gazetelerde üçte birini geçmemesi kuralı konmuştur. Koşulları taşıyan gazeteler için bekleme süresi 12 ay olarak belirlenmiştir.

İldeki resmi ilan kontenjanı, yüzölçümü 0.80 metrekareden az olmayan gazeteler arasında eşit olarak, 0.60 metrekareden az olmayan gazetelere 0.80 metrekare olan gazetelere düşen payın yarısı ve 0.40 metrekareden az olmayan gazetelere üçte biri şeklinde paylaştırılmaktadır. 0.80 metrekare yüzölçümüne sahip gazete yoksa o ildeki kontenjan 0.60 metrekare yüzölçümü bulunan gazetelere eşit olarak, 0.40 metrekareden az olmayan gazetelere ise diğerlerinin payının yarısı oranında dağıtılmaktadır. Bir ildeki gazetelerin hepsi aynı kategoride ise ilanlar eşit paylaştırılmakta, aranan vasıflarda gazete yoksa, kadrosunda 1 yazı işleri müdürü ve 1 fikir işçisi çalıştıran ve yüzölçümü 0.40 metrekareden az olmayan gazetelere de resmi ilan verilebilmektedir. (bik.gov.tr, 8.12.2004).

Gerek Kurum şubesi bulunan yerlerde gerekse diğer illerde yayınlanan gazetelere resmi ilan

verilebilmesi için aranan şartlar, gazetelerin kalitesini artırmaya yöneliktir. Gazetelerin sayfa sayılarını artırmaları, içeriklerini haber ve yorum iletecek şekilde düzenlemelerini, iyi bir teknik ve estetikle basılmalarını, daha fazla gazeteci çalıştırmalarını, yeterli sayıda basılıp, uygun fiyatla, bayi yoluyla satılmalarını özendiren kurallar konulmuştur. Asgari koşulların üzerine çıkan gazetelere ek kontenjan sağlanması yoluyla bu niteliklerin daha da geliştirilmesi hedeflenmektedir.

3.5. Resmi İlanların Fiyatlandırılması

Resmi ilan desteği yerel basın için yaşamsal önem taşımaktadır. Ulusal gazeteler satış ve özel ilan-reklam yoluyla gelir elde ederken, yerel gazetelerin pek çoğunun temel geliri resmi ilana dayanmaktadır. Yerel gazetelerin birim gazeteyi mal ettikleri fiyat yüksektir ve fiili satışları da düşüktür. Bu nedenle yerel gazeteler satıştan önemli bir gelir elde edememektedir. Diğer yandan, yerel gazetelerin yayınlandığı pek çok il, özel ilan ve reklam potansiyeli bakımından yetersizdir. Kısıtlı miktardaki özel ilan ve reklamlar da son yıllarda yerel televizyon ve radyolara yönelmiştir.

Resmi ilanların fiyatlandırması her yıl Kasım ayında Basın İlan Kurumu Genel Kurulu tarafından belirlenen ve Bakanlar Kurulu onayıyla yılbaşında yürürlüğe giren tarifeye göre yapılmaktadır. Basın İlan Kurumu yasasına göre, resmi ilanların yayın ücreti, her gazetenin sürekli olarak uyguladığı dizgi-tertip tekniğine göre, en az 40 mm.'lik tek sütunda bir santimetrelilik boy ile ölçülmektedir. Başlığın dışındaki metinlerin 10 punto dizilmiş olması, ilânların 5 santimetrelilik kısmında, satır aralıkları diğer yazı metinlerinden daha geniş olmamak kaydıyla, en az 12 satır bulunması ve ilân metinlerinde 8 puntodan küçük harfler kullanılmaması yasayla belirlenmiştir. Yasaya göre, resmi ilan başlıklarının 24 puntoyu geçmemesi ve ilan metninin yüzölçümü ile uyumlu olması şarttır. İlan metinlerinde 10 puntodan daha küçük harfler kullanılır ve gazetenin sürekli uyguladığı dizgi-tertip tekniği de gerekli kılarırsa, alışılmış sütun genişliğinin alt sınırı 36 milimetre kabul edilmektedir.

2005 yılında resmi ilan fiyatları artırılmamış, 2004 yılındaki tarife aynı şekilde geçerli kılın-

mıştır. Bu tarifeye göre ilânların bir santimetresinin tek sütundaki yayın ücreti 4.250.000 liradır. Ancak fiyat, günlük fiili satış ortalaması 10.000'den az olmayan gazeteler için 5.250.000, 25.000'den az olmayan gazeteler için 12.500.000, 100.000'den az olmayan gazeteler için de 25.000.000 lira olarak uygulanmaktadır (bik.gov.tr, 10.05.2005)

Bu fiyatlandırma, fiili satışı yüksek ulusal gazetelerin aynı resmi ilan için düşük tirajlı bir yerel gazetenin 6 katı daha fazla para alabilmesine yol açmaktadır.

3.6. Resmi İlan Bedellerinin Dağılımı

Basın İlan Kurumu'nun verilerine göre 1991 yılında Kurum şubesi bulunmayan il merkezlerindeki 249 gazeteye 7 milyar 746 milyon liralık, ilçelerde yayınlanan 382 gazeteye de 3 milyar 656 milyon liralık resmi ilan aktarılmıştır. Aynı yıl, Kurum şubesi bulunan 6 ildeki gazetelere aktarılan resmi ilan tutarı 20 milyar 313 milyon lira olmuştur (Yücel 1999: 175). 1991'de Kurum şubesi dışında resmi ilan verilen toplam gazete sayısı 631 olurken resmi ilanların toplam tutarı yaklaşık 11 milyar lira olarak gerçekleşmiştir. Toplam resmi ilanların yarıya yakınının 6 ildeki gazetelere, diğer kısmının ise Kurum şubesi bulunmayan il ve ilçelerdeki yerel gazetelere verildiği görülmektedir.

2000 yılı verilerine göre, Kurum şubesi bulunmayan illerde günlük olarak yayınlanan ve gerekli şartları taşıyan 736 gazeteye toplam 3 trilyon 875 milyar liralık resmi ilan aktarılmıştır. Bu ilanların 2 trilyon 812 milyar liralık kısmı il merkezlerinde yayınlanan 351 gazeteye, 962 milyar liralık kısmı da ilçelerde yayınlanan 385 gazeteye verilmiştir. Aynı yıl, Kurum şubesi bulunan 6 ildeki 63 gazeteye verilen resmi ilanların toplamı ise 6 trilyon 570 milyar liradır (Özdemir 2001: 202).

Bu veriler, Türkiye'deki toplam resmi ilanların yarıya yakınının 6 ildeki 63 gazeteye diğer yarısının ise 75 ildeki 736 gazeteye dağıldığını göstermektedir. Resmi ilan tutarları ve gazete sayıları değişmekle birlikte 10 yıl arayla gerçekleşen dağılıma bakıldığında oranların aynı kaldığı görülmektedir. Toplam resmi ilanların yarıya yakını 6 ile, kalan yarısı ise diğer illerde yayınlanan gazetelere aktarılmaktadır.

Bu dağılımda, büyük şehirlerdeki ve diğer illerdeki gazetelerin kontenjanlarının yüksek olması ve resmi ilan sütun/cm fiyatının fiili satışa göre artması yanında, resmi ilanların bazılarının ulusal gazetelerde yayınlanması zorunluluğu da etken olmaktadır. Bu nedenle, Kurum şubesi bulunan illerdeki yüksek resmi ilan tutarının da yüzde 80'den fazlası İstanbul gazetelerine gitmektedir.

Basın İlan Kurumu 2003 Yılı Faaliyet Raporu'na (Basın İlan Kurumu, 2004: 131-136)

bakıldığında Kurum'un şubesinin bulunduğu 6 il içerisindeki resmi ilan dağılımının da uçurumlar taşıdığı görülmektedir. İstanbul'da yayınlanan gazeteler 2003'te 23 trilyon 381 milyar liralık resmi ilan alırken, Ankara gazeteleri 3 trilyon 459 milyar, İzmir gazeteleri 1 trilyon 902 milyar, Bursa gazeteleri 1 trilyon 68 milyar, Konya gazeteleri 698 milyar, Adana gazeteleri ise 677 milyar liralık resmi ilan almışlardır.

Yeri	Resmi İlan	Mecburi Aracılık	Hususi İlan ve Reklam	Toplam	Payı (%)
İstanbul	23.381.218.434.000	18.922.679.029.047	145.295.893.250	42.449.193.356.297	83,59
Ankara	3.459.676.080.000	52.173.214.000	-	3.511.849.294.000	6,91
İzmir	1.902.682.400.000	68.098.788.200	-	1.970.781.188.200	3,88
Bursa	1.068.155.080.000	43.467.000.000	130.666.950.000	1.242.289.030.000	2,45
Konya	698.266.240.000	11.302.000.000	129.950.341.255	839.518.581.255	1,65
Adana	677.965.760.000	48.588.000.000	44.613.400.000	771.167.160.000	1,52
Toplam	31.187.963.994.000	19.146.308.031.247	450.526.584.505	50.784.798.609.752	100,00

Tablo 10: Basın İlan Kurumu Şubesi Bulunan İllerdeki Resmi İlan ve Reklam Dağılımı (2003)

Tablo 10'daki rakamlar, kontenjana ve ölçütlerle bağlı resmi ilanların 6 ildeki dağılımı yanında, Kurum'un zorunlu olarak aracılık yaptığı resmi reklamları ve Kurum aracılığıyla verilen özel ilan ve reklamları da göstermektedir. 31 trilyon liralık resmi ilan potansiyelinin yüzde 83'ü aşan bir bölümü olan 23 trilyonluk ilanın İstanbul basınına verildiği görülmektedir. Diğer illere göre gelişmiş kabul edilen Ankara, İzmir, Bursa, Konya ve Adana yerel basınının resmi ilanlardan aldığı pay toplamı yüzde 20'yi bulmamaktadır. 2003 yılında Kurum şubesi bulunmayan illerdeki resmi ilanların dağılımı henüz yayınlanmamıştır. Ancak önceki yıllardaki oranlara göre bu rakamın Kurum şubesi bulunan iller toplamına yakın olacağı öngörülebilir. Bu da büyük olasılıkla 30 trilyon civarındaki resmi ilanın 75 ildeki 736 gazeteye dağıtıldığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla resmi ilan dağıtımında öncelikle Kurum şubesi bulunan iller lehine bir uygulama bulunduğu, bu iller arasında da en büyük payı İstanbul gazetelerinin aldığı ortadadır. Kurum şubesi bulunmayan illerdeki "taşra basını"na verilen resmi ilan desteğinin ise son derece yetersiz olduğu görülmektedir.

Resmi ilan dağılımında 1963-1994 yılları verilerini ele alan Dursun ve Alemdar (1999: 196-198) 1980'e kadar olan dönemde Anadolu basını ile İstanbul basını arasında önemli bir fark bulunmadığını saptamıştır. Ancak bu tarihten sonra İstanbul gazeteleri, Kurum aracılığıyla verilen resmi ilan ve reklamlardan daha fazla pay almaya başlamıştır. Aradaki fark 1980'den itibaren sürekli açılmış ve 1994'te İstanbul gazetelerinin resmi ilan payı, Anadolu gazetelerinin iki katını aşmıştır. Dağılımdaki bu oran, yeni rakamlarda da açıkça görülmektedir.

Resmi ilanların önemli bir bölümü ulusal nitelikteki, yüksek tirajlı İstanbul gazetelerine gitmekte ise de yerel gazetelere aktarılan bölüm de bu gazeteler açısından önemli bir gelir kalemi oluşturmaktadır. Örneğin 2004 yılında Konya'daki gazetelerinin ayda ortalama 20-30 milyar lira arasında değişen resmi ilan kontenjanları bulunmaktadır (4). Bu da yerel ölçekteki gazeteler için önemli bir parasal kaynaktır. Ancak resmi ilanların tek başına "gerçek" bir yerel gazetenin yayınını sürdürmesine yetmeyeceği de ortadadır. Bu nedenle özellikle küçük il ve ilçelerdeki yerel gazeteler resmi ilanı,

daha iyi gazete çıkarmak için bir destek olarak görmek yerine, varlık nedeni saymaktadır.

Diğer yandan resmi ilanlarla ilgili yasal düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar da yaşanmaktadır. 1 Ocak 2003 tarihinde yürürlüğe giren 4734 Sayılı Kamu İhale Kanunu yerel basın ve gazetecilik örgütleri tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Yeni yasanın 13. maddesi, 25 milyar liraya kadar mal ve hizmet alımları ile 50 milyar liraya kadar olan yatırımlarla ilgili ihalelerin bir kez yerel gazetelerde yayınlanması hükmünü getirmiştir. Eski yasada, 10 milyar liraya kadar olan tüm ihalelerin yerel gazetelerde iki kez yayınlanması şartı bulunurken getirilen değişiklikle 25 milyar liralık mal ve hizmet, 50 milyar liralık yatırım ihalelerinin üzerindeki ihalelerin Resmi Gazete’de ve bir ulusal gazetede yayınlanması öngörülmüştür.

Bu düzenlemenin, yerel gazetelerin basın ilan gelirlerini üçte bir oranında düşüreceğini savunan yerel basın temsilcileri ve üyesi buldukları Türkiye Gazeteciler Federasyonu yasada değişiklik yapılması yolunda çalışma başlatmıştır. Çalışmaların sonunda Kamu İhale Yasası 2003 yılı Ağustos ayında değiştirilmiştir. Değişiklikle yaklaşık maliyeti otuz milyar liraya kadar olan mal veya hizmet alımları ile altmış milyar liraya kadar olan yapım işlerinin ihalesinin, ihalenin ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin en az ikisinde, yaklaşık maliyeti otuz milyar ile altmış milyar lira arasında olan mal veya hizmet alımları ile altmış milyar ile beş yüz milyar lira arasında olan yapım işlerinin ihalesinin Resmi Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde, yaklaşık maliyeti altmış milyar liranın üzerinde ve eşik değer altında olan mal veya hizmet alımları ile beş yüz milyar liranın üzerinde ve eşik değer altında olan yapım işlerinin ihalesinin Resmi Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde yayınlanması uygulanması getirilmiştir.

Yapılan bu değişiklik yerel gazeteler ve cemiyetleri tarafından olumlu karşılanmıştır (5).

Yasadaki yeni düzenleme Bakan Beşir Atalay tarafından X. Yerel Medya Eğitim Semineri’nde yerel basına mali katkılar sağlayacak önemli bir düzenleme olarak aktarılmış (2004: 34), aynı seminerde konuşan Basın İlan Kurumu Genel Müdürü Ertan Cillov da (2004: 114)

yasanın ilk şeklinde, mahalli gazetelerdeki ilanların çok kısıtlandığını, hatta yok denecek kadar azaltıldığını belirterek Basın İlan Kurumu’nun ve bir kısım milletvekillerinin çabalarıyla 2003 yılı Ağustos ayında yapılan değişiklikle mahalli gazetelerde ihale ilanlarının daha fazla yer almasının sağlandığını ve böylece yerel basına daha fazla destek verildiğini ifade etmiştir.

SONUÇ

Resmi ilanların yerel gazeteler için önemli bir gelir kalemi olduğu ve hatta pek çok yerel gazetenin resmi ilan almak için çıkan “naylon gazetelere” dönüştüğü bir gerçektir. Yerel gazetelere destek olmak amacıyla başlatılan resmi ilan aktarımı, gazetelerin içerik ve teknik kalitesini yükseltmeyi amaçlayan, gazetelerin daha fazla gazeteci çalıştırmasını teşvik eden, bunlara bağlı olarak tirajı ve satışı yüksek gazeteleri ödüllendiren bazı yararlı ölçütlere bağlanmıştır.

Ancak uygulamada, bu ölçütlerin yeterince denetlendiğini söylemek mümkün değildir. Basın İlan Kurumu, kendi şubesi bulunan 8 ildeki gazetelerde denetleme işlemini görel olarak daha iyi yerine getirirken kalan 73 ildeki gazetelerin denetimi valiliklere bırakılmıştır. Bu illerdeki gazeteler yeterince denetlenmediği için, başta fiili satış ve asgari kadro sayısı olmak üzere konulan kuralların pek çoğu yerine getirilmemektedir.

Bu durumda, resmi ilanların daha iyi gazeteler çıkmasına bir destek olarak öngörülen işlevinin değiştiğini, pek çok yerel gazete için tek gelir kaynağına dönüştüğünü söylemek mümkündür. Tiraj ve fiili satışların gazetelerin beyanı esasına göre belirlenmesi nedeniyle, ortaya çıkan rakamların gerçekleri yansıtmadığı, gazetelerin beyan ettikleri sayının çok altında basıldığı ve bazılarının bölgelerindeki okuyucuya hiç ulaşmadığı bilinmektedir.

Diğer yandan, resmi ilanların dağılımında yerel gazeteler aleyhine bir adaletsizlik olduğu ortadadır. Toplam resmi ilanların yarısı Kurum şubesi bulunan 8 ildeki 113 gazeteye gitmekte, 73 ilde yayınlanan 700’ü aşkın gazeteye ise diğer yarısı dağıtılmaktadır. Kurum şubesi

bulunan iller içinde de resmi ilanların yüzde 80'inin İstanbul gazetelerine verildiği görülmektedir.

Oysa, resmi ilan desteği ulusal gazetelerden çok, yaşama savaşı veren yerel gazeteler için önemlidir. Dağılımdaki bu adaletsizlik resmi ilanla ilgili yasa ve yönetmeliklerdeki düzenlemelerle ve Basın İlan Kurumu Genel Kurulu'nun alacağı kararlarla bir ölçüde düzeltilebilir. Sayfa sayısına, çalıştırılan personele ve fiili satışa göre değişen ilan kontenjanı ile yine satışa göre ayrı ayrı yapılan fiyatlandırma Genel Kurul kararları ile yerel basın lehine düzenlenebilir.

Bütün bunların dışında, yerel basının resmi ilanı temel gelir kaynağı olarak görmekten vazgeçmesi gerekmektedir. Daha kaliteli bir içerik ve teknikle, halkın sorunlarının sözcüsü olacak şekilde ve yurttaş gazeteciliği olarak adlandırılan (Cangöz 2003, Duran 2003) bir gazetecilik anlayışını benimsemek suretiyle yayın yapan yerel gazetelerin okuyucusuyla bütünleşeceği bir gerçektir. Böylelikle satış geliri, özel ilan ve reklam geliri artacak, gazetelerin resmi ilana bağımlılığı azalacaktır.

Diğer yandan, yerel basınla ilgili incelenmesi gereken pek çok yön ve sorun bulunmaktadır. Bu çalışma Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü ve Basın İlan Kurumu'nun verilerine dayanarak var olan durumun bir yönünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Ancak yerel basının resmi istatistiklere yansımayan ekonomi-politik kısıklar, teknik yetersizlikler, bilgiye ulaşmada yaşanan zorluklar, yetişmiş personel eksikliği ve gazetecilik kültürü gibi konulardaki önemli sorunları akademik araştırma konusu olarak ilgi beklemektedir.

NOTLAR

(1) byegm.gov.tr adresinde, Türkiye'de çıkan tüm süreli yayınların illere dağılımına ulaşmak mümkündür. Ancak bu listelerde gazete dışındaki süreli yayınlar da herhangi bir ayrıştırma yapılmadan aktarılmıştır. Bu nedenle gazete niteliğindeki yayınları, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün web sitesinden belirlemek olanaklı değildir.

(2) Basın İlan Kurumu'nun yasa gereği her ay yayınladığı "Resmi İlan ve Reklam Verilebile-

cek MevkuTelere Ait Liste", Kurum şubesi bulunan illerdeki gazete ve dergileri içermektedir. Liste süreli yayınların türünü, sayfa sayısını, yüzölçümünü aylık tirajını ve günlük fiili satış ortalamasını içerecek şekilde 8 il için ayrı ayrı yapılmaktadır. Bilgiler söz konusu listenin Mayıs 2005 için düzenlenmiş nüshasından alınmıştır.

(3) Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü gazetelerin sayı ve periyotlarını yayınladığı için, bu bilgiler Genel Müdürlükten istenmiş ve Basın Yayın Dairesi Başkanlığı tarafından 24/11/2004 tarih ve B.02.1.BYE.0.11.00.02/1251-5489 sayılı resmi yazı ile gönderilmiştir. Ayrıca Genel Müdürlük'ten 2005 yılına ait veriler elektronik posta yoluyla istenmiş, Rukiye Değer (Yayın Şube Müdürü) imzasıyla 6 Mayıs 2005 tarihinde verilen yanıtta yeni verilerin il ve ilçe savcılıklarından derlenmekte olduğu ve güncelleme çalışmalarının henüz tamamlanamadığı belirtilmiştir.

(4) Basın İlan Kurumu Konya Şube Müdürü Ümit Gündüz'den alınan 2004 yılı Konya gazetelerinin resmi ilan kontenjanlarına ilişkin bilgi.

(5) Kamu İhale Kanunu'nda yerel basına resmi ilan kısıtlaması getiren düzenlemenin değiştirilmesi için aktif olarak çaba gösteren Konya Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Sefa Özdemir, 2003 yılı Ağustos ayında yapılan değişikliğin sorunu giderdiğini hatta yerel gazetelere resmi ilan aktarımının eski düzenlemeden daha iyi duruma geldiğini belirtmektedir.

KAYNAKLAR

Atalay B (2004) Açılış Konuşması, X. Yerel Medya Eğitim Semineri, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

(bik.gov.tr, 10.05.2005).

Basın İlan Kurumu (2004) Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu 2003 Yılı Faaliyet Raporu, İstanbul.

Buchner B (1999) "Alman Yerel Basını Hakkında Genel Bilgi", Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara.

Cangöz İ (2003) Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın, Sevda Alankuş (ed.), Gazetecilik ve Habercilik, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

Yerel Gazeteler ve Resmi İlan (101-115)

Cillov E (2001) “Mahalli Basın, Resmi İlan ve Basın İlan Kurumu”, Yerel Medya Eğitim Seminerleri, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Cillov E (2004) “Mahalli Basın, Resmi İlan ve Basın İlan Kurumu”, X. Yerel Medya Eğitim Semineri, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Duran R (2003) Yurttaş Gazeteciliği, Sevda Alankuş (ed.), Gazetecilik ve Habercilik, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

Dursun Ç ve Alemdar K (1999) İlan ve Reklam Gelirleri, Korkmaz Alemdar (der.), Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Afa Yayınları, İstanbul.

Faraç M (1999) “Türkiye’deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi”, Türkiye ve Almanya’da Yerel Gazetecilik, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara.

Gürel N (1999) “Türkiye’de Medya’nın Genel Durumu”, Türkiye ve Almanya’da Yerel Gazetecilik, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara.

Koloğlu O (1994) Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Basın, İletişim Yayınları, İstanbul.

Özdemir A (2001) “Basın İlan Kurumu İlan Mevzuatı”, Yerel Medya Eğitim Seminerleri, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Tokgöz O (2001) Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi, İletişim Derg, 2001/9, 5-39.

Topuz H (1996) Başlangıcından Bugüne Türk Basın Tarihi, Gerçek Yayınevi, İstanbul

Yücel S (1999) Yerel Basın, Korkmaz Alemdar (der.), Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Afa Yayınları, İstanbul.