

## **TOPLUMSAL GELİŞİM SÜRECİNE KATKI SAĞLAYAN BİR ARAÇ OLARAK YEREL MEDYA**

Ali Murat VURAL\*

### **Abstract**

The fast development in communication and electronic technologies formed a new concept, name and social type: the age of information and information society's. The prosperity level, reached by the societies that passed by an era of industrialization, could be possible at the twenty-one centuries for these societies that would apply the information technologies in their countries. The creations of the information society, the efforts and activities aiming to increasing the society conception have been taking place in the activity field of Media. It is commonly accepted that the mass media have serious functions, responsibilities and missions belonging the formation of the age of information and the information society, and its continuous protection of this aim, the right information of the mass, the formation of the social conscience and sense, and the realization of social and cultural mass development. A necessity that the Republic of Turkey special conditions' requires that it will be useful to evaluate the local media in its contribution of the social development. The local media must participate to the process of the information society, and publish and broadcast the right information, critical thoughts, different views and discussions.

.....

---

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

Son yıllarda bilim ve teknolojiye meydana gelen hızlı ve çarpıcı gelişmeler dünyada olduğu gibi Türkiye’de de toplumsal ve kurumsal düzeyde oldukça hızlı değişimlere neden olmuştur. Bu gelişmelerin önemlileri ise İletişim ve Elektronik Teknolojileri alanlarında gerçekleşmiştir ki bunlar birbirlerini tamamlayan, birbirlerinden kaynaklanan, biri diğerinin uzantısı olan teknoloji alanlarıdır. Söz konusu teknolojilerde gerçekleşen hızlı ilerleme, ikibinli yıllara yeni bir kavram, yeni bir ad ve yeni bir toplum tipi kazandırmıştır: Bilgi Çağı ve Bilgi Toplumu.

Bilgi çağı ve toplumunun en önemli özelliği ise, bilgiye hakim ve bilgiyi üreten, bilgiye en hızlı ve en doğru biçimde ulaşan, bilgiyi yalnızca depolamak yerine onu etkin ve verimli bir şekilde kullanan, kullandığı bilgi ile öğrenme yöntemleri arasında ilişki kurarak yeni bilgiler üreten ve edindiği bilginin bir kısmını günlük olarak tüketen bireylerden oluşmasıdır. Bir anlamda sözü edilen toplumsal değişimin bu düzeyde hızlı gerçekleşmesinin nedenini, bilginin tarihte benzeri görülmemiş bir hızla artması ve yayılmasına bağlamak mümkündür. Bugün, orta yaşta bir insanın yaşamı boyunca doğanın işleyişi hakkında edindiği bilgi birikiminin, tüm insanlığın 5000 yıl boyunca edindiği bilgilerden daha fazla olduğu iddia edilmektedir.

Bilgi bireylerin yaşamında olduğu kadar kurumların, kuruluşların ve devletin işleyiş, sistem ve organizasyonlarında da köklü değişikliklere neden olmuştur. Artık açıkça kabul edilmektedir ki askeri, ekonomik ve siyasal alanlarda sahip olunan gücün de temel unsurunu bilgi faktörü oluşturmaktadır. Bilgiye ve bilgi üretme temel altyapısı ve kültürüne sahip olamayan ülkeler, büyük bedeller ödeyerek bilgi teknolojilerini ithal etseler bile bunu kullanabilecek ve yeniden üretebilecek birikim ve bilgi süreçlerine hakim olmadıkları için, ithal ettikleri teknolojiyi etkin olarak kullanmaları söz konusu olamamaktadır. Akılcı olan yaklaşım bilgiye karşı direnmek yerine, bilgiyi elde etmek için her türlü çabayı göstermektir. Çağımızda devletlerin gücü, ürettikleri ve tükettikleri bilgi ile doğru orantılı olarak değerlendirilmektedir.

Son yıllarda bilgi (bilgişim, enformasyon) teknolojisinin popüler hale gelmesi ve bilginin tarım, sanayi ve hizmet faktörlerinden sonra dördüncü üretim faktörü olarak ekonomik sisteme dahil edilmesi, bilginin giderek artan öneminden kaynaklanmaktadır. Bir bilgisayarın üretiminin yüzde 70 oranında bilginin, yüzde 12 oranında işçiliğin

katkısıyla gerçekleştiği gerçeğinden hareketle, sırasıyla tarım devrimi ve uygarlıkları, sonrasında sanayi devrimi ve uygarlıkları ve şimdi de bilgi devrimi ve uygarlıkları döneminin başladığını söylemek yanlış olmasa gerek. Yirminci yüzyılın başında, tarım toplumundan sanayi toplumuna dönüşümü yaratan insanlık, yirminci yüzyılın sonunda, sanayi toplumundan bilgi toplumuna dönüşme sürecine girmiş bulunmaktadır.

Henüz biten yüzyılda, sanayileşme kervanına katılabilen toplumların ulaştığı refah düzeyi; öyle görülüyor ki yirmi birinci yüzyılda ancak bilgi teknolojisi kervanına katılabilenler için söz konusu olabilecektir. Bilginin kazandığı değer ve önem, bilgi toplumu olabilmeyi başaranlara büyük bir güç ve olanaklar dizisi sunarken, bu güce ve olanaklara sahip olamayan toplumlar içinse bir tür yeni sömürgeleşme döneminin başlaması kaçınılmaz görünmektedir.

Bilgi teknolojisinin gelişmesi ile küçülen dünyada, gelişmiş ülkeler hemen her alanda sahip oldukları bilim ve teknoloji avantajlarını kullanarak daha güçlü ve daha etkin bir pozisyon alabilmenin yarışını sürdürmektedir. Türkiye'deki tüm sektörlerin, kurum ve kuruluşların da böyle bir yarışta geride kalması düşünülemez. Ancak bu teknolojinin gerçekleştirilmesi ve etkin bir biçimde kullanılarak umut edilen toplumsal gelişme ve refahın elde edilebilmesi için, bilgi teknolojileri alt yapısının da etkin bir biçimde oluşturulması gerekmektedir. Bilgi teknolojileri alt yapısının en temel unsurunu ise kuşkusuz çağın koşullarına uygun biçimde eğitilmiş donanımlı insan gücü oluşturmaktadır. Ayrıca, toplumsal bilgi ve bilinç düzeyini açık tutma ve sürekli bir biçimde toplumsal bilgi birikimini yükseltmeye yönelik kitlesel çabalar da konunun önemli bir diğer sac ayağını oluşturmaktadır.

Bilgi toplumunun oluşmasına, toplumsal bilinç düzeyinin yükseltilmesine yönelik çabalar ve etkinlikler ise kitle iletişim araçlarının, bir diğer deyişle Medya sektörünün hareket alanı içinde yer almaktadır.

### **Bilgi Çağı ve Medya**

Teknolojinin hızlı devinimiyle birer bilgi kaynağı olan kitle iletişim araçlarının bugün için artık toplumsal düzlemde vazgeçilmez bir konuma geldikleri ve gündelik yaşam içerisinde belirleyici bir güce sahip oldukları artık tartışmasız kabul edilmektedir. Kitle iletişim araçlarının enforme edici, kültürlendirici, eğitici, aydınlatıcı, yeni yaşam ve davranış modelleri kazandırıcı, eğlendirici, tartıştırıcı, sosyalleştirici

özelliklerinden hemen tüm bireyler bir biçimde etkilenmektedir. Kültürel, dinsel, sosyal ve ekonomik alanlardaki farklılıklar bile bu etkilenme sürecinin önüne geçememektedir.

Bilgi teknolojilerinin yaygın olarak kullanılması ile medya merkezlerinin yeniden yapılanması gerekliliği de ortaya çıkmaya başlamıştır. Klasik yayıncılık ortamları dijital yayıncılık ortamlarına dönüşmekte, duvarsız ve kağıtsız çahşılan, haberi işleme, haberi kullanma ve değerlendirmede büyük titizlik, dikkat, özen ve uzmanlık düzeyinde bilgi ve beceri gerektiren eğitim ve moral disiplinleri önem kazanmaktadır.

Baş döndürücü düzeyde yaşam zenginliği, bilgi, kültür ve davranış üreten ve bunu tüketmeye bir anlamda bireyleri zorlayan medya, bu özellikleriyle oldukça önemli bir toplumsal kurum özelliğine kavuşmuştur ve etkinlik alanı içinde asla sınır tanımamaktadır.

Bir yanda küreselleşen ve böylelikle her gün biraz daha büyüdüğü düşünülen, diğer yandan teknolojinin sunduğu olanaklarla el altına giren ve istenildiği zaman istenilen köşesine ulaşılacak kadar küçülen dünyada, gelinen noktayı iki farklı bakış açısı ile değerlendirmek mümkündür.

İlk bakış açısına göre, teknolojinin sunduğu olanaklarla büyüyen medyanın bir paradoks olarak dünyayı küçülttüğünü, küçülen dünyada ise bir günde milyonlarca iletinin üretilebilir hale geldiğini ve küresel bir yaşam modelinin ortaya çıkmaya başladığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla böylesi bir ortamda birey gittikçe yalnızlaşmakta, kendine ve yakın çevresine yabancılaşmakta ve içine kapanmakta, bu yalnızlığını aşmak için de çeşitli araçlara örneğin daha lokal, kendisine daha yakın iletişim araçlarına ihtiyaç duymaktadır. Özellikle son 20 yılda küreselleşme sürecinin baş döndürücü bir hıza ulaşması, uluslararası düzlemde kendi avantajlarını yaratmakla birlikte bir anlamda sosyal yapıya ve bireyin bağımsız yaşamına müdahale ederek onu yığınların içinde kaybolmaya itmiştir.

Diğer yaklaşıma göre ise, bireyin teknolojinin sunduğu olanaklarla kısa bir sürede dünyanın diğer yarısında gerçekleşen bir olaydan anında bilgi sahibi olabilmesi ya da birkaç tuşa basarak dünyanın diğer ucundaki herhangi bir kültürden ve gelişmeden anında haberdar olabilmesinin üstünlüklerine ilişkindir. Buna göre, yerel kültürler ve bu kültür içinde yerini alan birey, dünyanın neresinden hangi ileti gelirse gelsin bunu kendi kültürel potasında eritmekte, kendi doğal yaşamını sürdürmekte

birlikte, teknolojinin ona sunduğu olanaklarla eskisine göre çok daha zengin, verimli ve bilinç düzeyi yüksek bir öz yaşam sürmektedir.

Her iki yaklaşımın da kayda değer yanları bulunmaktadır ve üzerinde ayrıntısı ile durularak tartışılabilir. Ayrıca şurası çok açık ki sözü edilen yaklaşımlar yalnızca medya sektörünün çalışan ve uzmanları ile ya da iletişim biliminin akademisyenleri ile değil, sosyologların da konuyu ele almasıyla tartışılmayı gerektirmektedir. Ne var ki söz konusu yaklaşımların burada gündeme getirilmesinin nedeni, her iki yaklaşımın da odağında bireyin ya da daha genel yaklaşımıyla toplumun olması ve toplumun her iki yaklaşım da da medya tarafından bilgilendirilme, kültürlendirilme, bir biçimde davranış değişikliklerine zorlanma ya da bu yönde etkilene süreçlerinin içine çekilmesinin söz konusu olmasıdır.

Medya, kullanım amaçlarına göre topluma olumlu etkilerde de bulunabilir olumsuz etkilerde de. Doğru ellerde, doğru amaçlara yönelik olarak, ilkeler ve etik kurallara bağlı kalınarak, uzmanların işe koşulduğu kitle iletişim araçlarınınca üretilen doğru mesajların, kitleler üzerinde de doğru etkiler ve yararlar sağlayacağı, sağlıklı bir kamuoyu ortamının oluşmasına yardımcı olabileceği ve demokratik ortama büyük katkılar sağlayabileceği varsayılmaktadır.

Bu varsayımdan hareketle; bilgi çağı ve bilgi toplumunun oluşmasında ve sağlıklı süreçler yaşamasında, kitlelerin doğru enforme edilmesinde, toplumsal bilincin ve sağduyunun oluşmasında, kitlesel kalkınmanın sosyal ve kültürel anlamda gerçekleştirilmesinde, yine aynı şekilde kitle iletişim araçlarının ciddi bir işlev, sorumluluk ve görevlerinin olduğu da kabul edilmektedir. Dolayısıyla, toplumsal gelişme sürecine katkı sağlayan pek çok araç ve unsurun yanı sıra medyanın da özellikle Türkiye gibi gelişme sürecini tamamlamamış ülkelerde işe koşulmasının bir zorunlu-gereklilik olduğu düşünülmektedir.

Bu değerlendirmelerden hareketle, halen kendi bünyesinde yaşadığı tikanlıklar, açmazlar ve sermaye hareketleri nedeniyle ulusal düzeyde yayıncılık faaliyetleri içinde bulunan medyanın şimdilik bir kenarda tutulmasının daha yararlı olacağı açıktır. Buna karşılık, bir atıl güç olarak kenarda bırakılan ve ulusal medyaya alternatif bir yaklaşım özelliği taşıması ve Türkiye'ye özgü koşulların da ortaya koyduğu bir gereklilikle, toplumsal gelişme sürecine katkı sağlamasına yönelik olarak sahip olduğu tüm yetersizliklerine rağmen **yerel medyanın** değerlendirilmesinin çok daha yararlı olacağı varsayılmaktadır.

İster küreselleşme, ister tekelleşme ya da ekonomik ve siyasal etkilerin bir sonucu olsun, gerek bireysel ve gerekse toplumsal boyutta yerel medyaya her geçen gün çok daha fazla ihtiyaç duyulduğu da bir başka iddia noktasını oluşturmaktadır.

### **Yerel Medya**

Yerel medya; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir kent ya da bir kasaba da olabilir- o yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, aynı zamanda yöre halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan araç ya da araçlar bütünüdür biçiminde ya da buldukları yöre ile sınırlı etkinlik gösteren, hedef kitlesini yalnızca yörede yaşayanların oluşturduğu ve sınırlı sayıda okura sahip basın kuruluşları olarak tanımlanabilir. (Vural, 1999: 44) Günümüz bireyinin yaşadığı çevreyle iletişimini sağlayabilmesinde, kendini yerel kültürün bir parçası kabul edebilmesinde, yerel kimliğini geliştirebilmesinde ve yaşadığı yerin sorunlarına, kederlerine ya da sevinçlerine katılabilesinde bir diğer deyişle sosyalleşebilmesinde yerel medya son derece etkili bir araç olarak kabul edilebilir.

Yerel medya, yayınladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentteki 24 saat kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle, bireye 'yaşanan yer' duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır. Bu nedenlerle tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kitle iletişim araçları iki yönlü bir ilerleme süreci içine girmişlerdir. Bir yönüyle sınırları aşan bir süreç yaşanmakta, öte yandan da hemen her kasaba hatta her semt ve mahalle bir lokal gazeteye, radyoya ve televizyona sahip olmaya başlanmaktadır. (Vural, 1996: 1063)

Amerika'da ulusal düzeyde satılan gazetelerin sayısı bir kaç geçmezken, buna karşılık yerel haberlere ağırlık veren yerel medyanın hayli geliştiğini ve yerel medyanın gelişmiş olmasının yerel iletişimi artırdığını, bu iletişimin yerel yönetimleri etkilediğini, bunun da yerel demokrasinin, yerel demokratik yönetimlerin güçlenmesine ve halk tarafından benimsenmesine yardımcı olduğunu söylemek mümkündür. (Keçeli, 1984: 91)

Gerçek anlamda fonksiyonel ve yerel kamuoyu adına hareket eden yerel medya kuruluşlarının, aynı zamanda yerel yönetimlerin en büyük

denetleyicisi olduğu da söylenebilir. Yerel yönetimlerin etkinliklerinin doğrudan halka duyurulmasında, halktan gelen tepkilerin ya da beğenilerin de yerel yönetimlere aktarılmasında en kolay, en hızlı ve en işlevsel araçlardan biri olma özelliğini yine yerel medyanın taşıdığını söylemek mümkündür.

Buchner, Almanya'daki yerel medyayı anlatırken, yukarıdaki görüşleri destekleyen bir yaklaşımla, Almanya'da yerel medyanın geçen 25 yılda imajını düzenli olarak düzelttiğini belirterek şöyle demektedir: *"Demokratik işlemlerin kökleri lokal alanlardadır ve burada vatandaşların daha yoğun bir şekilde dikkatini çekmektedir. Burada vatandaş doğrudan etki sağlayabilmektedir. Bunun idrakına varan gittikçe daha fazla gazeteci harekete geçmekte ve okurlara (yani vatandaşa) kamu hayatına aktif katılımı mümkün kılan gazeteler teşekkül etmektedirler. Onlar sadece yerel olayları haber yapmamakta, onlar olayları açıklamakta ve yorumlamakta, kendiliğinden parmağını yaraya basmaktadırlar. Ayrıca günlük yaşamıyla ilgili öneriler ve yardımlar sunmaktadırlar."* (Buchner, 1999: 21)

Kayacan, yerel medyanın bölgelerine yapılan yatırımları günü güne izleyen, bölgenin sorunlarını sürekli gündemde tutan vazgeçilmez bir kurum olduğunu, halka hizmet veren kurum ve kuruluşlar arasında dengeyi izleyen, kurum ve kuruluşların tarafsızlığını tespit ettiğinde belgeleyip kamuoyuna duyurarak kamu görevi yapan kuruluşlar olduğunu vurgulamaktadır. (Kayacan, 1996: 101) Kayacan ayrıca, yerel medyanın, yerel bir iletişim ağı içinde çalıştığı için tiraj kaybı taşımadığını, çünkü yerel gazetelerin satışlarının büyük ölçüde abone sistemine bağlı olduğunu söyleyerek, yerel gazetelerin işlevsel özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

*"Çalışmaları küçük çaplı olduğu için ve çevre ile olan ilişkileri nedeniyle adil, objektif ve dengeli olmak zorundadırlar. Gerek politik, gerek sosyal ve gerekse ekonomik konularda en ince detaylara kadar girmeleri nedeniyle buldukları yörelerde büyük bir etkiye sahiptirler. Tirajlarının küçük olmasına rağmen, yerel gazeteleri basıldığı sayıdan çok daha fazla insan okur, yazılanları o yöredeki herkes konuşur. Büyük gazete işletmelerinde olduğu gibi tiraj + kar hesaplarından uzak buldukları için daha fazla güvenilirlik taşırlar. Tüm bu özellikleriyle, yerel medya kuruluşları politik alanda her tür seçim döneminde kamuoyunun aydınlatılmasında büyük bir görev üstlenirler. Sosyal ve*

*kültürel alanda bir iletişim aracı görevi görürler. Ekonomik konularda yörelerinin sesini, sorunlarını yansıtırılar". (Kayacan, 1996: 82)*

Kayacan'ın yerel medya adına çizdiği bu olumlu tablodaki düşüncelerinde haklılık payı oldukça yüksektir. Ancak söz konusu özellikleri ve işlevselliği bugün için tüm yerel medyanın taşıdığını söylemek oldukça güçtür.

Amerika'da ve Avrupa'da yerel medya son derece gelişmiş ve büyük bir yapı gösterirken Türkiye'de yerel medyanın aynı oranda gelişmiş bir düzeye ulaştığını hem teknolojik yapılanmaları ve tirajları, hem de içerik ve okuyucu üzerindeki etkileri açısından ifade etmek olanaksızdır. Yayımlanan yerel gazete sayısının oldukça yüksek rakamlarda olmasına rağmen bu gazetelerin işlevsel anlamda ne düzeyde başarılı olduklarını ölçmek de güçtür.

Yerel medyanın Türkiye'de elbette, ekonomik ve teknolojik olanaksızlıkları olduğu kadar yazı işleri ile teknik servislerinde görevlendirilecek fikir işçisi ve teknik eleman açısından da olanaksızlıkları bulunmaktadır. Karmaşık bir yönetim ve organizasyon yapılanması içinde oldukları hatta büyük bir çoğunluğunda herhangi bir yönetim ve organizasyon yapılanmasından bile söz edilemeyeceği de açıktır.

Ne var ki bu ülkenin yerel medyası içinde bulunduğu tüm yetersizlik, olumsuzluk ve sorunlu yapısına rağmen bir biçimde varlığını sürdürme çabasındadır. Buldukları kentin yaşamını bir ucundan tutmaya ve kentte yaşayanlar üzerinde etkili olmaya çalışmaktadırlar. Tüm olumlu ya da olumsuz koşullarına rağmen ülkede önemli bir misyonu yerine getirme çabasından uzaklaşmayan ciddi sayılara ulaşan yerel medya kuruluşları da bulunmaktadır.

Yerel medyanın içinde bulunduğu kent ortamı, bu kentin fiziksel, kültürel, sosyal ve tarihsel özellikleri de yerel medyayı doğrudan etkileyen unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bir anlamda kentin kimliği yerel medyanın da kimliğini ve işlevselliğini etkileyebilmektedir.

Ortaya konulan tüm yetersizliklerine rağmen; yerel medya kuruluşlarını yine de üzerlerinde taşıdıkları toplumsal sorumluluk, önem ve görevleri gereği toplumsal iletişim kurumları olarak kabul etmek gerekmektedir. Kaldı ki bugün artık, yerel medyanın ulusal medyadaki tıkanma noktalarına karşılık yerel medyayı alternatif bir medya kurumu olarak da değerlendirmek mümkündür.



## **Bilgi Toplumu Olma Sürecinde Yerel Medya**

Ülkenin demokratikleşmesinde, yöresel kalkınmada, eğitimde, kültürel devinimin sağlanmasında, toplumsal yapının iyileşmesi ve sağlıklı kalmasında yerel medya kuruluşlarına büyük görevler düşmektedir. Yerel medya kuruluşları artık, bilinen, alışıl gelmiş gazeteciliklerinin ötesinde, etkinlik alanları içindeki bölgenin kültürel konularında ya da o bölgede gerçekleşen sıcak olayların aktarılmasında, o kent kurum ve kişiliklerini kendisine dayanak noktası ya da haber kaynağı olarak alabilmiştir. Bu dayanağı kendine sağlamayı başarmış olan yerel medya organları da zaten özgün ve araştırmacı bir yayıncılık niteliği kazanmaktadır

Dünya Gazetesi'nde "Salı Yazıları" adıyla düşüncelerini kaleme alan Demirkent yerel medyaya ilişkin şu saptamalarda bulunmaktadır:

*"Şehirlerin simgeleri vardır. Örneğin spor kulüpleri onların heyecan kaynağıdır. Herkes kendi takımının başarısını ister. Bu sebeple yerel medya spordan güç alırken spor kulüpleri de arkalarında güçlü bir medya bulurlar. Bizim futbolumuzun üç büyük kulüp hegemonyasından kurtulmamasında yerel medyanın güçsüzlüğü yatmaktadır. İstanbul basını için hala üç büyük kulüp okur artışı sağlamaktadır. Şehir takımlarının başarısı daima sürprizdir. Aynı şekilde her şehrin başarılı insanları vardır. Artık Anadolu'da başarılı doktor hayli fazladır. Her çeşit ameliyatın yapıldığı hastaneler çoğalmıştır. Buna rağmen hastalar İstanbul'a taşınıyorsa bunda bilgisizliğin önemli rolü bulunmaktadır. Şehirlerimizde sosyal aktiviterin azlığı bilgisizlikten kaynaklanmaktadır. Bunların yaygınlaşması için yerel medyaya desteğine ihtiyaç vardır. Anadolu'daki ticaret yeterince gelişmiyorsa bunda yerel medyanın yokluğu da rol oynamaktadır. Basındaki tekelleşmenin kırılması için tek alternatif yerel medyanın güçlenmesi, sermayenin yaygınlaşması ve doğru bilgilendirmenin doğmasıdır. Yerel medya demokrasinin köküdür. Bugün medyada yaşanan sorun basının köksüzlüğünden kaynaklanmaktadır. Köksüz ağaç haline dönüşen kuponlu yayıncılığı önleyecek olan yerel medyadır". (Demirkent, 1995: 7)*

Yerel medyanın farkında olmasa da aslında ciddi işlev ve misyonlarının var olduğunu saptamaya yönelik bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere, Türkiye'deki yerel medyanın kendi kent kimliğini ortaya koyması artık bir gereklilik hatta bir zorunluluk halini almıştır. Yayımlandıkları kentlere, kentlilere, kent kurumlarına, kuruluşlarına,

kültürüne sahip çıkan bir yerel medyanın, ülkenin gelişme hızına da katkıda bulunacağı düşüncesi artık pek çok platformda kabul görmektedir. Fonksiyonel bir yerel medyanın yukarıdaki bölümlerde de belirtildiği gibi gerek demokrasinin, gerek sosyal ve kültürel kalkınmanın ve gerekse bilgi toplumu olma sürecine katkı sağlayan en önemli araçlarından biri olabileceği göz ardı edilmemelidir.

Bilgi toplumu olmak, okullarında, işyerlerinde, kurum ve kuruluşlarında bilgisayarı işe koşturmak, bilgisayarlı yaşama geçmek, bilgisayarı iyi kullanan bireylerin sayısal olarak çoğaldığı bir toplum olmak anlamı taşımamaktadır. Tıpkı, okuma yazma oranının yüzde 90'ları bulmasının Türkiye'yi aydın bir toplum yapmaya yetmediği gibi. Okumayan, yazmayan ve düşünmeyen, gazete ve kitap satış rakamları hiçbir unsurla karşılaştırılamayacak kadar düşük bir ülkenin, yüzde 90 okur yazar nüfusuna sahip olması, Türkiye'de beklenen hamlelerin gerçekleşmesine yetmemiştir. Bilgi toplumu olmaktan bilgisayar toplumu olmak, gençlerin bu bilgisayarlarda bolca oyun oynadığı, internet üzerinden birbirleriyle sohbet ettikleri bir toplum da anlaşılmalıdır.

Bilgi toplumu olmanın belki onlarca farklı yöntemi ve açılımı sıralanabilir ancak burada özellikle kastedilen ve sınırlandırılmaya çalışılan boyut, yerel kitle iletişim araçlarının bilgi toplumu olma sürecine aktif bir biçimde, sahip oldukları olanakları zorlayarak katılmaları, böylesi bir bilince öncelikle kendilerinin sahip olması ve daha sonra da bu bilinç ile hareket etmeleridir. Örneğin, doğru bilgiyi, aydınlatmayı, eleştirel düşünmeyi, özeni öne almaları ve bunun bir değer olduğunu topluma hissettirmeleri, farklı görüşleri, tartışmaları, aydınların bakışlarını sayfalarına, ekranlarına, mikrofonlarına taşımasıdır.

Toplumsal değerlere sırtını dönmeyen ancak yöresel katı geleneklerin arkasına da sığınmayan, ilgi çekmek uğruna şiddeti, düzensizliği yayınlarına taşımayan ve bunları topluma özendirmeyen, yöre halkının medyadan beklentilerini araştıran ve bu beklentileri ilkesizliğe ve etik kuralların ihlaline düşmeden cevaplamaya çalışmasıdır. Yaptığı işin ciddiyetinin farkında olan, özellikle genç kuşakları kazanmaya çalışan, okulları, öğrencileri, öğretmenleri, eğitimin kalitesini yakından takip eden, etrafındaki kitleyi okumaya, seyretmeye, dinlemeye özendiren, araştırmalara yer veren, temiz anlaşılabilir ve

doğru bir dil kullanan, yerel ve diğer kültürel motifleri işlemeye yönelik bir yayıncılık etkinliği içinde bulunmasıdır.

Kentin sosyal yaşamına renk katacak etkinliklere öncülük eden, o kentin iletişim aracı ya da kurumu olmakla birlikte o kentte etkinlik gösteren ulusal bir yayın aracı gibi bir misyonla toplumun önüne çıkan, ulusal konuları yerel ölçekte bir kez daha inceleyerek, inceleterek, görüş olarak süzgeçten geçiren, o kentin demokratik kitle örgütlerini göz ardı etmeyen bir yayıncılık çabası içinde olmasıdır.

Gelişen olayları yörenin kültürel özellikleri içinde ele alarak, nedenleri ve nasılları ile inceleyen, olaylara çok yönlü yaklaşan ve yöresel özelliklerle ilintilendiren bir yerel medya kuruluşu, gerçek sorumluluğunu da yerine getirmiş olmaktadır. Çünkü artık yerel medyadan, yörede yaşayan herkesi bir şekliyle olaylara ortak eden, bir anlamda içinde yaşadığı kültürün gazeteciliğini yapan, verdiği haber ve yorumlarla kanaatlerin oluşmasını ya da değişmesini ve böylelikle kamuoyunun biçimlenmesini sağlayan bir kurum anlaşılmaktadır.

Yerel medya, günü kurtarmanın, bitmeyen tartışmaların ve devletten destek beklemenin ataletinden kurtulmalıdır. Kişisel çıkarlar uğruna kullanılan, özensiz, pekçoğu şişirme bir içerikle hazırlanan, ne yapsa nasılsa kabul edilen, yeri geldiğinde bir sosyal zırh gibi kullanılan araçlar olmanın ötesine geçmelidir. Kitle iletişim aracı belki özünde ticari bir karlılık kaygısını da barındırır. Ancak, sunulan haber de araştırma da röportaj da, görüntüler de klasik anlamda bir mal olarak değerlendirilmemelidir. Kitle iletişim aracı kamu yararını öne alan ve bir sosyal fayda sağlamaya yönelik araçlardır. Dolayısıyla elbette öğretim hizmeti sunan bir okul olmamakla birlikte, kültür kazandırıcı, sosyalleştirici, aydınlatıcı bir eğitim kurumu niteliği de taşır.

Medya (ve elbette yukarıda çizilen genel çerçevenin bütününde yerel medya), sivil toplumun iletişim aracı olmalıdır. Medya, yalnızca yeni ürünlerin değil, dinamik bir demokrasinin gereği olan toplumsal yeniliklerin benimsenmesindeki aracı rolünü ısrarla sürdürdüğü takdirde, yani ulusal (ya da yerel) sorunların kaynakları konusunda doğru sözlü bir araştırmacı olma kimliğini benimsediği takdirde, içinde bulunmaktan hoşnut olacağı, (kendi beklentilerine de cevap bulabileceği, tatmin olabileceği) ve gurur duyacağı bir izleyici, okur ve dinleyici kitlesine kavuşabilecektir. (Türkoğlu, 1999: 12)

### **Kaynakça**

- Buchner, Birgit. **Alman Yerel Basını Hakkında Genel Bilgi.** Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1999. Ankara.
- Demirkent, Nezih.** Demokrasinin Kökünde Güçlü Yerel medya Olduğu Unutulmamalı. **Anadolu Üniversitesi** İletişim Bilimleri Fakültesi Medya Köşesi (Salı Yazıları), Dünya Gazetesi 19 Aralık 1995, İstanbul.
- Kayacan, İsa. **Basınıımızın Anadolu Cephesi.** Ece Yayınları, 1996, Ankara.
- Keçeli, Nail. **İletişim Olayları İçinde Yazılı Basının Durumu.** Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1984, İstanbul.
- Türkoğlu, Nurçay. **Gerçekten Kötü Haber.** İletişim Araştırma, İLAD İletişim Araştırmaları Derneği Bülteni, Sayı: 18, Eylül-Ekim 1999, İstanbul.
- Vural, Ali Murat. **Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Medya.** Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 12, 1996, Ankara.
- Vural, Ali Murat. **Yerel Basın ve Kamuoyu.** Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1141, 1999, Eskişehir.