

ALMANYA'DA BASIN

* Nurhayat YOLOĞLU

Almanya, yabancı işçileri ile birlikte nüfusu 79 milyonu aşan ve dünyada en çok günlük gazete okunan ülkeler arasında yer alan bir Avrupa ülkesidir.

Dünya ekonomisi ve siyasetinde önemli bir rol oynayan Almanya'da, " basının işlevi ve yapılanması nasıldır?" sorusuna yanıt arayacağımız bu çalışmanın amacı; Alman basını hakkında genel bir bilgi vermektir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, Alman basınının bugünlere gelinceye kadar geçirdiği tarihsel evrelere göz atılmıştır. İkinci bölümde, günümüzde Alman basınının yapısı incelenmiş, 16 eyaletten oluşan ve ulusal basından daha etkin olan bölgesel ve yerel basından örnekler verilmiş, basına haber sağlayan haber ajanslarına değinilmiştir.

Çalışmanın son kısmında, Almanya'da gazeteci eğitimi, çalışan gazetecilerin bağlı oldukları dernek ve birliklerle, basın için bir sorun olan tekelleşme, basın özgürlüğü ve basın etiği konuları gözden geçirilmiştir.

* Uzman, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Almanca İşletme ve İformatik Bölümü

I- ALMAN BASINININ TARİHSEL GELİŞİMİ

A- Gutenberg'den, Yazılı İletişim Araçlarına (1450- 1933)

1450 yılında Almanya'nın Mainz kentinde, Johannes Gutenberg tarafından, hareketli alfabe harfleri ile baskı tekniği olan matbaanın bulunması, basın hayatının en önemli gelişmelerinden biri, belkide birincisidir.

Matbaanın bulunmasından sonra 1482 yılında Mainz'da sahte paraya karşı halkı uyarmak için basılan tek yapraklı bülten, 1588 de Köln'de basılan Michael von Eyzinger'in "Postrema relatio historica" (Schmolke, 1988, s.540) bugünkü anlamda olmasa da Alman basının ilk örneklerinden sayılır.

Ancak bu dönemde (16. yüzyılda) basında, gazete haberini toplayan, düzenleyen, yazan, basımını, dağıtımını yapan gibi ayrımlar yoktu. Haber mektubu veya haber bülteni biçiminde olan gazeteler çoğunlukla aynı kişi tarafından düzenlenir, basılır ve dağıtımı yapılırdı. Örneğin, 1578-1647 yılları arasında yaşayan Philipp Hainhofer adlı Augsburg'lu bir antikacı, topladığı haberleri bir düzene sokar, onları basar ve prenlere, ticarethanelere ve özel abonelerine postalardı (Roegele, 1988, s.223).

Klasik anlamda, belli bir süre içinde çıkan ilk gazete, 1609 yılında Bremen yakınlarında Augsburg'da yayınlanmıştır. Augsburg'da iki haftalık olarak yayınlanan ilk gazete "Avis Relation oder Zeitung" dur.

¹ XIV - XVI. yüzyılda Avrupa da haber kağıtları, aristokrasi hakkında bilgi taşıma işlevi görürken, haber mektupları, burjuvazinin ticari sorunlarını çözmesinde yardımcı olurlardı.

1610 da Basel' de başlayan yenileşme hareketlerinin büyük bir hızla Avrupa'ya yayılmasıyla birlikte "Bilgi Çağı" da başlamıştır. Bu hareket içinde basılan ilk günlük gazete (1650-1652) "Leipziger Blatt" dır (Schmolke, 1988, 541).

XVII. yüzyıl kapanıp XVIII. yüzyıla girildiğinde, dünyada gazete çıkaran ülkelerin sayısı artarken, gazeteciliğin temel işlevi olan haber verme işlevinde bazı gelişmeler görülmüştür. Buna karşılık Avrupa'nın birçok ülkesinde olduğu gibi Almanya'da da gazete üzerinde denetimler, baskılar oluşturulmuştur. Böylece basın, matbaanın kullanılmaya başlanmasından itibaren devletin ve kilisenin düzenlemeleriyle karşılaşmıştır. Bu düzenlemeler, değişik sansür biçimlerini getirmiştir. Örneğin, 1501 de papa VI. Alexander tarafından yayınlanan buyrukta, katolik inancına ters düşecek ya da insanların başını derde sokabilecek yayınların basılmasının önlenmesi için kilisenin, matbaaların üzerinde tam bir sansür yetkisine sahip olmasının gerektiği belirtilmiştir (Ulus, 1989, s.4).

17. yüzyılda Almanya, siyasal birlikten yoksun, krallıkların birleşmesinden oluşmuş bir ülke görünümündeydi. Ayrıca sıkı bir yayın sansürü uygulanıyordu. Bu nedenle, 17. yüzyıl Almanyasında bir Alman Kamuoyu oluşmamış, böylece gerçek basının doğması da gecikmiştir. Ancak, 1789 Fransız Devrimi ile birlikte yayılan basın özgürlüğü, dolayısıyla insan ve vatandaşlık hakları, düşünce ve haberleşme özgürlüğü, Alman basınında da yeni basın anlayışının temellerini oluşturmuştur (Ertuş, 1970). Bu düşünceler ışığında, 1814 yılında yayınlanmaya başlanan "Reinischen Merkur" adlı

gazete, düşünce gazetelerinin ilk örneklerinden sayılır². Ancak, 1819 yılında uygulanan sıkı sansür politikası nedeniyle, düşüncelerin yayım yoluyla açıklanması cesaret isteyen bir olaydır.

1870 lerde Bismark hükümeti, basının kuvvetini anlayan ve onu susturma yoluna giden bir politika izlemiştir. Bu politika sonucu birçok gazete kapatılmıştır. 1874 yılında çıkarılan basın yasası, basın özgürlüğünü güvence altına almayı amaçlamıştır. Ancak, yasanın 9. paragrafı ; bir yayımcının , basılan gazetenin her sayısından bir örneği polise göndermek zorunda olduğunu belirterek, bu amacı baltalamıştır. Böylece, polisin uygun görmediği yayınlara el konulması olanağı verilerek, ön sansür uygulanması öngörülmüştür (İçel, 1985, s.108). Günümüz Alman Basın yasasında ise bu tür maddeler görülmemektedir.

19. yüzyılın son çeyreğinde, Alman basınında politik yayınlarda artış gözlenmiştir. Bu dönemde basın, liberal, tutucu, dini ve sosyal demokrat olmak üzere başlıca dört alanda yoğunluk göstermiştir. Örneğin 1889 da yayınlanan "Arbeiter Zeitung" (İşçinin Gazetesi) sosyal demokrat, 1894 de yayınlanan "Reich Post" (Zengin Posta), hıristiyan partisinin görüşlerini savunan, renksiz gazeteleri oluştururken, Berlin de önemli bir yayın merkezi durumuna gelmiştir (Schmolke, 1988, 541). Burada yayınlanan "Berliner Illustrierte Zeitung" (Resimli Gazete) 1891, "Woche" (Hafta) 1899, "B.Z.am Mittag" 1904 yılının önemli gazetelerinden sayılmışlardır.

1. Dünya Savaşı ardından gelen ekonomik krize rağmen, Weimar Anayasası basına özgürlükler sağlamış, bunun

² "Reinischen Merkur" adıyla günümüzde de bir gazete çıkarılmaktadır.

sonucunda 1926 yılında piyasada 3250 adet gazete izlenmiş, 1927 yılında bu sayı 10.000 adete çıkmıştır.

B- Hitler Döneminde Basın

1933 yılında Hitler yönetimindeki Ulusal Sosyalistler (Nationalsozialisten) iktidara geldikleri zaman, karşılarında özgür bir basın bulmuşlardır. Bu basın içinde, Ulusal Sosyalist yanlısı basının oranı %4 dür. İktidarın ilk uygulamalarından biri, basın üzerinde otorite kurmak amacıyla bir bakanlık kurmak olmuştur. Böylece, Joseph Goebels kurulan bu bakanlığın; propaganda ve halkla ilişkiler bakanlığının başına getirilmiştir. Bakanlık, özgür basın yerine, hükümete destek veren bir basın oluşturmak için sert uygulamalarda bulunmuştur. Bu başlamda birçok gazete kapatılmıştır. Örneğin, 1927 de 10.000 olan gazete sayısı, 1944 de 977 ye düşmüştür.

C- II. Dünya Savaşı Sonrası Basın

12 yıl süren Ulusal Sosyalist hükümetin baskıcı yönetiminde konuşulmuş ve yazılmış olanlar, halkın basına olan güvenini sarsmıştır. Almanya'nın yenilgisi, Hitler rejiminin sona ermesi ve işgal devletlerinin (Amerika, İngiltere, Fransa, Sovyetler Birliği) Almanya'ya girmesi ile birlikte, Alman basınında da yeni bir dönem başlamıştır.

İşgal kuvvetleri, Almanya'da basına, doğru bilgilendirme ve haber verme işlevini tekrar kazandırabilmek için, üç aşamalı bir planı uygulamaya sokmuşlardır. Buna göre, önce tüm sosyal çalışmalar durdurulmuş, sonra askeri gazeteler çıkarılmış, daha sonra, işgal kuvvetlerinin kontrolünde Alman gazetelerinin çıkışına izin verilmiştir.

Planın üçüncü aşamasıyla birlikte Almanya'da "lisanslı gazeteler" dönemi başlamıştır. İşgal kuvvetlerinin, kendi işgal bölgeleri içinde, Hitler döneminde yayın yapmamış olanlara verdikleri izinlerle oluşturulan gazeteler aracılığı ile, Ulusal Sosyalistlerin izleri silinmeye çalışılmıştır.

1949 Eylülünde lisans izninin tamamen kaldırılması ile birlikte, Ağustos 1949 da 168 olan gazete sayısı, Kasım 1949 da 568 e yükselmiştir.

Bu dönemin önemli gazeteleri arasında, "Aachner Nachrichten", "Frankfurter Rundschau", "Berliner Tagesspiel" yer alır. "Der Spiegel" ve "Bild" ise lisans döneminin son döneminde yayına başlayan ve bugün de yayına devam eden dergilerdendir³.

II-GÜNÜMÜZDE ALMAN BASINI

A- Almanya'da Yazılı Basın

1- Gazeteler

Almanya, gazete okuma yoğunluğu, yani 1000 kişiye düşen gazete sayısı bakımından, Japonya, İngiltere ve İsviçre'den sonra dördüncü sırada yer almaktadır (Hoffmann 1992, s.325). Almanya'da yazılı basın, yerel, bölgesel ve bölgeler üstü olmak üzere üç alanda kamuoyu oluşturur. Gazetelerin günlük görünümüne yerel ve bölgesel günlük basın hakimdir. Bugün tüm federal eyaletlerde hafta içinde, yaklaşık 1700 yerel ve bölgesel baskısı bulunan, 410 gazete çıkarılmaktadır. Günlük gazetelerin günlük toplam satış sayısı

³ Özellikle "Der Spiegel", Alman siyasi yaşamında yankılar uyandırmış, bugün 50. kuruluş yıldönümünü kutlayan bir dergidir. Bu konuda geniş bilgi için bkz., Der Spiegel (1997), "Spiegel Jubiläum", Der Spiegel, 13.1.1997, Nr.3, s.3.

29 milyondur. Gazeteler, okuyucularına hergün, ulusal ve uluslararası politikanın en önemli gelişmeleri, ekonomi, kültür, spor ve yerel olaylar hakkında genel bilgi verirler.

Almanya'da gazeteler iki yolla okuyuculara ulaştırılır. 1- Abone yoluyla, 2- Bayilerde satılarak. Buna göre, gazetelerin üçte ikisinden fazlası abone yoluyla dağıtılmakta, geri kalan kısım ise bayilerde satılmaktadır.

Bayilerde satılan gazeteler, diğer bir deyişle bulvar ya da sokak gazeteleri diye adlandırılan gazeteler, okuyucuyu bilgilendirme değil, oyalama mantığı ile hareket ederler. Popüler ve sansasyonel haberleri çarpıcı fotoğraflarla birlikte verirler. Almanya'da bulvar basını, günlük basın içinde az bir yer kaplar. Ama, "Bild" bu tespitin dışında bir görünüm sergiler. Çünkü, "Bild" 4,5 milyon net satışı ile, bayilerde en fazla satan günlük bir Alman gazetesidir. Ancak, bu gerçek yine de, bugün Almanya'da her on kişiden yedisinin, gazetelerini abone yoluyla satın aldığı ve sokak gazetelerinin, abone gazetelerin yanında ikinci gazete olarak satıldığı gerçeğini değiştirmez.

Abone kanalıyla satış yapan gazeteler, kalite gazetelerdir. Sözelimi, "Westdeutsche Allgemeine Zeitung" 700.000 dolayındaki baskısı ile, abone yoluyla satış yapan gazeteler arasında başta gelmektedir. Genel bir kural olmamakla beraber, önemli pekçok ulusal, bölgesel, ya da yerel gazete abone yoluyla satış yapmaktadır.

a- Ulusal Gazeteler = Bölgeler Üstü Gazeteler

Yalnızca bir bölgeye değil, tüm Almanya'ya yönelik olan Bölgeler üstü gazetelerin baskı sayısı az olmakla birlikte, bunların politika ve ekonomide kamuoyu oluşturan kimseler üzerindeki etkileri daha büyüktür. Buna göre önemli ulusal

gazeteler ve bunların 1991 yılı verilerine göre günlük satışları şöyledir:

<u>Gazete Adı</u>	<u>Günlük</u>	<u>Satış</u>
<u>Sayısı</u>		
Bild (Hamburg)	4.506.700	
Die Zeit (Hamburg)	495.000	
Frankfurter Allgemeine Zeitung (Frankfurt)	391.000	
Süddeutsche Zeitung (Münih)	389.000	
Die Welt (Bonn)	224.000	
Frankfurter Rundschau (Frankfurt)	190.000	
Rheinischer Merkur (Bonn)	112.000	
Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt (Hamburg)	93.000	

Bu gazeteler okurlarına başyazı ile birlikte araştırma yazıları ve röportajlar sunmaktadırlar. Piyasaya sunulan gazeteleri pazar günleri çıkan gazeteler tamamlamakta, birçok yabancı gazete de, Almanya'da yaşayan yabancılar için, özel Almanya baskıları hazırlamaktadır.

b- Bölgesel Gazeteler

Bölgesel gazeteler, öncelikle basıldıkları bölgede olup biten haberlere yer veren, o bölgenin halkını bilgilendirmeyi amaçlayan gazetelerdir. Bunların bir kısmı abone yoluyla, bir kısmı ise bayilerde satılarak okuyucuya ulaştırılmaktadır. Almanya'nın en önemli bölgesel gazetesi Essen'de çıkarılan ve abone yoluyla okuyucuya ulaştırılan "Westdeutsche Allgemeine Zeitung" dur. Diğer önemli bölgesel gazeteler ise şunlardır:

Abendzeitung
Expresß

Hamburger Morgenpost ve Abendpost

c- Yerel Gazeteler

Yerel Gazetelerin işlevi, yakın çevrenin haber, bilgi ve reklam gereksinimini karşılamaktır. Bu gazetelerin en büyük etkisi reklam ve ilanlar konusunda olmaktadır. Öyleki, özellikle aldıkları reklam nedeniyle, bazen bu gazetelerin satışı bir hayli yüksek olabilmektedir. Sözgelimi, "Emder Zeitung" 10.000 bin satış sayısı ile yerel gazetelerin içinde önemli bir yer tutar. Berlin de yayınlanan önemli yerel gazeteler ise şunlardır:

(1992 yılına göre satış baskısı)

B.Z	336.000
Berliner Morgenpost	337.000
Berliner Zeitung	275.000
Die Tageszeitung	61.000

1980 den sonra, ekonomik nedenlerden dolayı bölgesel ve yerel yazılı basında, basım ve dağıtım alanında birleşmeler, gruplaşmalar görülmeye başlanmıştır. Bunların en önemlisi "Essener Zeitungsgruppe" dir.

Bugün Almanya'da 126 basım grubu birleşmiştir. Bu birleşmelerin olumlu ve olumsuz sonuçları vardır. Örneğin, basım ve dağıtımdaki birleşmeler ekonomik ve teknik gücün paylaşımını sağlamış, Böylece güçlü, kaliteli bir yerel basın geliştirilmiştir. Olayın olumsuz yanı ise, birleşmenin gazeteler üzerinde tekelleşme ve baskı oluşturma tehlikesini beraberinde getirmesidir.

d- Alternatif Gazeteler

Alternatif gazeteler, özellikle yerel politika ile ilgili çevrelerin (kişi, grup ya da partilerin), bu konuda çıkardıkları gazetelere verilen addır. Partilerin kendi görüşlerini halka bildirmek için çıkardıkları yerel parti gazeteleri de bu grubun

içine girerler. Bayernkurier, München, Vorwärts, SPD, Bonn, Deutsche National Zeitung, Rechtsextrum önemli parti bildirilerinden bazılarıdır.

2- Dergiler

Almanya'da, basılı iletim araçları içinde en fazla gelişme görülen alan, dergiler olmuştur. Alman dergi piyasası, haber-magazin, çeşitli uzmanlık dalları, kadın, ev, iş, reklam, dernek çalışmaları gibi son derece geniş bir konular yelpazesi oluşturmaktadır.

Piyasaya sürülen dergilerin sayısı 20.000'in üstündedir. Bunların arasında "DER SPIEGEL", bir milyonu aşan baskı sayısı, uluslararası alanda tanınan bir dergidir.

Almanya da yayınlanan dergilerin büyük bir bölümünü, geniş halk kitlelerince okunan ve toplam tirajları 117 milyonu aşan 600 kadar dergi oluşturmaktadır. Bunların arasında "Focus", "Stern", "Bunte" ve "Quick " gibi resimli dergiler ile, "Hörzu" gibi radyo ve televizyon program dergileri de yer almaktadır.

"Special Interest" olarak nitelendirilen, belirli çevrelere yönelik yayımlar da gittikçe daha çok ilgi çekmektedir. Bu yayımlar, tenisten yelkenliye, bilgisayardan eğlence elektroniğine kadar türlü konuları ayrıntılı olarak işlemektedirler.

Uzmanlık dergileri grubu, sayıca büyük olmakla birlikte, tiraj olarak düşüktür. Bu gruba, haftalık politik yayımlar, dinsel gazeteler, müşteri dergileri, ilan gazeteleri ve resmi bildiriler girmektedir. Örneğin, Goethe Enstitüsünün

çıkardığı "Spracharbeit" (Dil Çalışmaları) önemli bir uzmanlık dergisidir.

Dergi piyasasının üçte birine çeşitli örgüt, dernek ve birliklerin yayımları egemendir. Alman Otomobil Kulübü'nün yayım organı olan "ADAC- Motorwelt" dokuz milyon baskı yaparak, Almanya'nın en yüksek tirajlı kulüp dergisi olmuştur.

Alman dergi piyasasında en dikkati çeken olay, dergilerin birkaç yayınevi elinde toplanmış olmasıdır. Bu yayınevleri ve buldukları şehirler şöyledir:

Heinrich Bauer (Hamburg)

Axel Springer (Hamburg)

Burda (Offenburg)

Grüner Jahr (Hamburg)

Bertelsmann Grubu (Gütersloh)

Dergilerin, birkaç yayınevinin elinde toplanmış olması, bir yandan ekonomik güç avantajını, diğer yandan tekelleşme sorununu da beraberinde getirmektedir:

B- Almanya'da Görsel Basın

Almanya'da radyo ve televizyon yayınları devletin elinde değildir. Radyo ve televizyonların düzen ve özgürlüğü yasalar tarafından saptanmış ve güvence altına alınmıştır. Teknik alandaki, başka bir deyişle posta ve telekomünikasyon alanındaki yasama yetkisi Federal Devlete aittir. Buna karşılık radyo ve televizyonların kurulması eyaletlerin kontrolündedir.

Almanya'da görsel basın, kamu hukukuna bağlı (diğer bir söylemle, kamusal) ve özel radyo ve televizyonlardan oluşur. Federal Anayasa Mahkemesinin 1986 yılında verdiği karara göre, kamusal radyo ve televizyonlara, "halkın temel bilgi ve haber gereksiniminin karşılanması" görevi verilmiştir.

1984 ten beri yayın yapan özel radyo ve televizyonlar ise "temel yayınları tamamlamakla" görevlendirilmiştir.

1- Kamusal Radyo ve Televizyonlar

Almanya'da, Eyalet radyo ve televizyonları, ortak bir kuruluş olan ARD (Arbeitsgemeinschaft der Öffentlich-rechtlichen Rundfunk anstalten Deutschlands / Kamu hukukuna bağlı Alman Radyo ve Televizyon Kurumları İşbirliği Topluluğu) içinde birleşmişlerdir. Bunlar resmi adı "Deutsches Fernsehen" olan, genellikle "Birinci Program" olarak adlandırılan ve bütün Almanya'da izlenebilen bir programı ortak olarak yayınlarlar. 3. program da yine bu kurum tarafından yayınlanmaktadır.

1991 yılında, on bir eyaletin ve çeşitli kurumların imzaladıkları anlaşma sonucu oluşturulan ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen / İkinci Alman Televizyonu) tüm Almanya'da izlenir. Bunların dışında çeşitli kent ve eyaletlerde yer alan kamusal radyo ve televizyonlar da bulunmaktadır. Bunların en önemlileri şöyle özetlenebilir:

Bayerischer Rundfunk (Münih)

Hessischer Rundfunk (Frankfurt / Main)

Norddeutscher Rundfunk (Hamburg)

Saarländischer Rundfunk (Saarbrücken)

Sender Freies (Berlin)

Süddeutscher Rundfunk (Stuttgart)

Südwestfunk /Baden Baden)

Ostdeutscher Rundfunk (Postdam)

Mitteldeutscher Rundfunk (Leipzig)

Bunların içinde en büyük yayın kurumu, 4400 kişilik kadrosu ile "Westdeutsche Rundfunk", en küçüğü ise bünyesinde 650 kişiyi çalıştıran Bremen Radyosudur. Bremen radyosu bölgesel bir radyodur. Ulusal radyo olarak, DLF (Deutschlanfunk / Almanya Radyosu) ve DW (Deutsche Welle / Almanya'nın sesi) sayılır. DLF, Fedaral hükümet ile eyaletlerin radyo ve televizyon kurumları tarafından finanse edilir. DW nin finansmanı ise tümüyle federal hükümet tarafından sağlanır. Her iki radyonun görevi, içerde ve dışarda Almanya hakkında bilgi vermektir. Bunların yayınları Almanca ve diğer bazı dillerde yapılmaktadır.

2- Özel Radyo ve Televizyonlar

İlk özel radyo ve televizyonlar ilk kez 1984 yılında "SAT 1 " ile yayına başlamıştır. Daha sonra 1986 yılında "RTL Plus" yayına katılmıştır. Bunların ardından, "Pro 7", "Tele 5" yayınları gelmiştir. Bunlar içinde "SAT 1", film yayınlarına, "Tele 5" eğlence yayınlarına ağırlık vermektedir.

Özel televizyon verici istasyonları, yığınsal iletim araçları birliklerinin geniş ölçüde katıldıkları firmalar grubu tarafından yönetilirler. Özel radyo ve televizyonlar, finansmanlarını yalnızca reklam gelirlerinden sağlarlar.

C- Haber Ajansları

Almanya'da yığınsal iletişim araçları, bilgi ve haberlerini yerli ve yabancı haber ajansları ile, kendi muhabirlerinden alırlar. Radyo ve televizyon kuruluşlarının, büyük gazetelerin,

dünyanın bütün önemli yerlerinde büroları, haber ajanslar bulunur. Bunların başında şu ajanslar sayılabilir:

Deutsche Presseagentur (dpa)

Deutscher Depeschendienst (ddp)

Associated Press (AP)

Reuter (rtr)

Agence France Presse (AFP)

Allgemeine Deutscher Nachrichtendienst (AND) (Eskiden Doğu Alman Haber Ajansıydı.)

Bu haber ajanslarından Deutsche Presseagentur, hemen bütün Alman günlük gazetelerine haber geçer. AP, rtr ve AFP ise Almanca servisleriyle ABD, İngiltere ve Fransa'daki merkezleriyle, dünya çapında örgütlenmiştir.

Almanya'daki kalite gazeteler, en az iki haber ajansına abone olmuşlardır. Radyo istasyonlarında ise bu rakam beşe ulaşır.

Almanya'da her tür konu ile ilgilenen haber ajanslarının yanısıra belirli konularda uzmanlaşmış ajans ve basın servisleri de bulunur. Sözgelimi, Evangelische Pressedienst (epd / Protestan Basın Servisi) Katholische Nachrichtenagentur (KNA / Katalik Haber Ajansı) Sport-Informationsdienst (Sid- Spor Enformasyon Servisi) Vereinigte Wirtschaftsdienste (VWd- Birleşik Ekonomi Servisi) gibi ajanslar, işletme ve meslek gruplarına hizmet verirler.

III- ALMANYA'DA GAZETECİLİK UYGULAMALARI

A- Almanya'da Gazetecilik Eğitimi ve Basın Birlikleri

Almanya'da gazetecilik eğitimi, biri üniversite düzeyinde, diğeri üniversite dışında olmak üzere iki yolla yapılır.⁴

- 1- Üniversite düzeyinde yapılan gazetecilik eğitimi
 - a- Frei Universität Berlin (Hür Berlin Üniversitesi)
 - b- Westfälische Wilhelms- Universität Münster
 - c- Ludwig- Maximillans -Universität München
- 2- Üniversite dışında eğitim veren okullar
 - a- Münih'de Alman Gazetecilik Okulu
 - b- Münih'de Televizyon ve filmcilik Okulu

Almanya'da, gazetecilik eğitimi almış ya da almamış, ama bu mesleği sürdüren gazeteciler, çoğunlukla bir gazeteciler kuruluşuna üye olurlar. Buna göre Almanya'da ilk gazeteciler derneği yaklaşık 100 yıl önce kurulmuştur. Bugün bu konuda bazı önemli birlik ve dernekler çalışmalarını sürdürmektedir. Bunlar; Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Almanya Gazete Yayıncıları Birliği), Deutscher Journalistenverband (Alman Gazeteciler Birliği = Federal Basın Konfederasyonu), Deutsche Journalisten-Union (Ulusal Alman Gazetecileri), Deutscher Gewerkschaftsbund (Alman Sendikalar Birliği) dur.

⁴ Almanya'da gazetecilik eğitimi konusunda geniş bilgi için bkz., Mora (1988), Batı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırmalı Olarak Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi, İ.Ü.İ.F. (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), s. 37.

Gazetecilerin çoğu Federal basın Konfederasyonu üyesidir (Roegele, 1988, s.225). 1992 rakamlarına göre 550 kadar Alman gazeteci, Federal Basın Konfederasyonu çatısı altındadır. 400'ün üzerinde yabancı gazeteci ise yabancı Basın Birliği bünyesinde biraraya gelmiştir. Her iki kuruluş da bağımsızdır.

Almanya'da Federal hükümet ile kamuoyu arasındaki ilişkileri, Basın ve Enformasyon Dairesi (BPA) yürütür. Yayımcı ve gazetecilerin öz denetim için kurdukları "Deutschen Presserat" (Alman Basın Konseyi) gazetecilik töre ve ahlakına aykırı davranışlarla ilgilenir. Ancak konseyin görüşü bağlayıcı değildir.

B- Alman Basınında Tekelleşme

Almanya'da günlük ve pazar gazetelerinin yarısı yalnızca 5 yayınevi tarafından çıkarılmaktadır. Bu oranın %30'u Springer yayınevine aittir. Springer'in çıkardığı ; "Bild", "Welt am Sonntag", "Bild am Sonntag", "Hamburger Abendblatt," "Hörzu" dergileri , bu alanda hemen hemen rakipsizdir.

Ekonomik ve yayımsal güç, "Westdeutsche Allgemeine Zeitung yayınevi " grubu, "Süddeutscher yayınevi" grubu ve "DuMont Schaubert yayınevi" gibi kuruluşların elindedir.

Sürelili yayın alanında, Bauer-yayınevi ile Burda-yayınevi grubu daha çok söz sahibidir. Springer yayınevi grubu da bu alanda çalışır.

İşlem hacmi bakımından Almanya'da birinci, dünyada ise ikinci sırada bulunan Bertelsmann grubunun etkinlikleri, kitap ve plak kulüplerini, kitap, gazete ve dergi yayımlarını, müzik üretimini, film, televizyon, radyo ve basımevlerini

kapsamaktadır. Bertelsmann Grubu dünyada güçlü bir okuyucu kitlesi oluşturmuştur.

C- Almanya'da Basın Hukuku ve Düzenlemeleri

Almanya'da basın hukuku, eyaletlerin basın yasalarının düzenlenir. Bu yasalar temel noktalarda birbirine uymaktadır. Örneğin; yayıncının belirtilmesi gerekliliği, gazetecilerin dürüst ve doğru haber verme sorumluluğu, haber kaynaklarını açıklamama hakkı ve ilgililerin düzeltme ve yanıt verme hakkı gibi hak ve özgürlükler ortak noktaları oluşturur. Ancak, Alman basınında "ilgililerin düzeltme ve yanıt verme hakkı", Alman Basın Konseyinin uyarılarına rağmen düzenli işletilememektedir.

D- Alman Basın Etiği ve Basında Türkiye İmajı

Bilimsel çevrelerde yabancılar genellikle üç başlık altında değerlendirilir.1- turist, sanatçı, sporcu, 2- yabancı işçiler, 3- ilticacılar. Birinci grup kaliteli grup olarak adlandırılır. 2. ve 3. grup istenmeyen yabancılar olarak görülmektedir. Bu bağlamda, Almanya'da daha çok 2. ve 3. gruba bağlı Türkler bulunmaktadır ve bunların sayısı milyonlarla ifade edilmektedir.

Alman bulvar basınına bakıldığında genellikle, Türklerin adi suçları abartılarak anlatılırken, ciddi gazetelerde yabancılar politikası konusunda tarafsız haberler verildiği görülür. Ancak, Türkiye konusunda tarafsız yayıncılık yapıldığı söylenemez. Türkiye sözkonusu olduğunda, basın etiği ve objektiflik ilkesinin rafa kaldırıldığı görülür.

Tarihinde, gerek krallar, zorba yöneticiler, gerekse din adamları, işgal kuvvetleri gibi birçok kesimin baskısına uğrayan Alman basını, günümüzde özgür bir basın olarak değerlendirilir.

Bugün Alman basını, günlük ortalama 29 milyon gazete satış rakamı, 20.000 nin üstünde dergi sayısı ile Avrupa'nın önde gelen basınları arasındadır. Yerel haberlere, reklam ve ilanlara yer verdiği için özellikle yerel basın, halk üzerinde daha etkindir.

Birçok demokrasilerde olduğu gibi Alman basının da görevi yalnızca kamuoyunu bilgilendirmek değil, aynı zamanda kamuoyunu yönlendirmektir. Özgür Alman basını bu görevini yerine getirmektedir.

Ancak, bütün dünyada olduğu gibi Alman basınında da tekelleşme, basın etiği kurallarına uymama gibi eğilimler, en büyük tehlike olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Deutsche Botschaft (Ankara) (1995), **Medien in der Türkei.**
- Doğan, Ahmet Attila (1994), **Almanya'da Türk Göçü ve Türkçe Yayın Yapan Radyo ve Televizyonlar.** İ.Ü. İletişim Fak. (Yayınlanmamış Dr.Tezi).
- Ergi, İrfan (1996), **Almanya'da Yaşayan Türkiyeli Göçmenler ve Yıgınsal İletim Araçları.** İ.Ü.İletişim Fak. (Bitirme Tezi).

- Ertuğ, Hasan Refik (1970), **Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi**. İstanbul.
- Fischer Lexikon (1994), **Publizistik Massenkommunikations**. Frankfurt am Main, Fischer.
- Goethe Institut (1994), **Wegweiser zum Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland**. München, Goethe Inst.
- Hans-Bredow Institut (1996), **Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97**. Baden Baden, Nomos.
- Hoffmann, A. (1992), **İşte Almanya**. Çev. Belma Emircan, Frankfurt/Main, Societätsdruck.
- İçel, Kayıhan (1985), **Kitle Haberleşme Hukuku**. İstanbul, İ.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu.
- İnuğur, M.Nuri (1982), **Basın ve Yayın Tarihi**. İstanbul, Çağlayan Basım.
- Mora, Nejla (1988), **Batı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırmalı Olarak Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi**. İ.Ü. İletişim Fak. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Onaran, Alim Şerif (1984), **Kamuoyu**. İstanbul, Filiz Ktb.
- Pürer, Hainz; Johannes Raabe (1994), **Medien in Deutschland. Bd.1; Presse**. München, Ölschlager.
- Roegele, Otto B. (1987), "Journalismus". **Staatslexikon**. Bd. 3, Freiburg, Herder, s.223-226.
- Roegele, Otto; Martin Bullinger (1987), "Medien". **Staatslexikon**. Bd.3, Freiburg, Herder, s.1059-1069.

- Schmolke, Michael; Walter Rudolf (1988), "Presse". **Staatslexikon**, Bd.4, Freiburg, Herder, s.540-554.
- Der Spiegel (1996), "Aufstand gegen Honecker". **Der Spiegel**, 16.9.1996, Nr.38, s.72-92.
- Der Spiegel (1997), "Presse: "Maßtäbe für gut und Böse: Der Spiegel ist 50 Medien- Echo auf ein Jubiläum". **Der Spiegel**, 13.1.1997, Nr.3, s. 172- 175.
- Der Spiegel (1997), "Zitate, Der Spiegel; 1947- 1997 Sonderausgabe". **Der Spiegel**, 4.1.1997.
- Der Spiegel (1997), "Spiegel- Jubiläum". **Der Spiegel**, 13.1.1994, Nr.3, s.3.
- Starck, Christian (1987), "Meinungs - und Informationsfreiheit", **Staatslexikon**, Bd.3, Freiburg, Herder, s.1089-1093.
- Ulus, Selma (1989), "Batı Alman Basını ve Bir örnek "DER SPIEGEL". M.Ü.İ.F. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)