

PANEL

Oturum Başkanı :

Prof.Dr. Halil NADAROĞLU
*Marmara Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Dekanı*

Panelistler :

Özgen ACAR
*Cumhuriyet Gazetesi
Genel Yayın Yönetmeni*
Nezih DEMİRKENT
*Dünya Gazetesi
Yönetim Kurulu Başkanı*
Oktay EKŞİ
*Hürriyet Gazetesi
Başyazarı*
Yalçın ÖZER
*Türkiye Gazetesi
Başyazarı*
Zafer MUTLU
*Sabah Gazetesi
Genel Yayın Yönetmeni*
Yalçın ÖZER
*Türkiye Gazetesi
Başyazarı*
Umur TALU
*Milliyet Gazetesi
Genel Yayın Yönetmeni*

* Panelistler alfabetik sıraya göre yazılmıştır.

Prof.Dr. Halil NADAROĞLU: Ben ilk sözü Dünya Gazetesi Yönetim Kurulu başkanı ve Gazeteciler Cemiyetinin bir önceki başkanı Sayın Nezih Demirkent'e veriyorum. İlk turda konuşma süreleri 15'er dakikadır. Saat tam 17.00'de paneli tamamlamayı programladığımız için geriye kalan süre içinde eğer birbirleri ile karşı görüşler ileri sürerlerse ki muhtemelen sürebileceklerdir. Sayın panelistlere tekrar ikinci bir defa söz hakkı tanıyacağım. Buyurun Sayın Demirkent.

Nezih DEMİRKENT: Çok teşekkürler sayın Başkan, saygıdeğer Rektör, saygıdeğer öğretim üyeleri, sevgili gençler. Bana sunulan programda konu basın ekonomisi ve promosyonu. Ben bu sebeple birazcık da yaşıma uygun olarak basın ekonomisi konusunda çok süratli bazı hatırlatmalarda bulunmak istiyorum. Çünkü Türkiye'de 1970'li yıllara kadar basın ekonomisi diye bir kavram yoktu. Genelde gazetecilik matbaacılıktan doğdu. Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet yıllarında bir gazete sahibi gazetenin en iyi yazarıydı. Örneğin Hüseyin Cahit Tanin'in sahibiydi. Örneğin Yunus Nadi merhum Cumhuriyet'in sahibiydi. Ahmet Emin Vatan'ın sahibiydi. Ve sahiplik müessesesi vardır. Kurumsallaşmış bir durum ortalıkta değildi. Zamanla sahibe bir editör bir yazı işleri müdürü kavramı ilave edildi. Takip eden yıllarda da muhasebeciler doğdu, özellikle ben mesleğe başladığım 1950'li yıllarda her gazetede bir sahip vardı bunlar genelde yazardı Türkiye'nin tanınmış kişileri. Bir yazı işleri müdürü vardı günlük haberlerle uğraşan kişiler ve bir de gazetenin genel işlerini gören muhasebeciler vardır. Fakat teknolojinin gelişmesi ekonomik alandaki yeni kavramların gündeme gelmesiyle beraber Türkiyede de 1960'lı yıllardan itibaren gazetelerin bünyesinde müessese müdürlüğü ve pazarlama müdürlükleri ihdas edildi. O tarihlerde, ki bu tarihler 1970'lere kadar uzanır, gazetede en önemli kişi meslekten gelmiş gazete sahibi onu takiben yazı işleri müdürü veyahut genel yayın müdürü ondan sonra da pazarlama müdürleri idi. Bu pazarlama müdürleri aynı şekilde dağıtım fonksiyonunu da gerçekleştiren kişilerdi. 1970'li yılları takip eden günlerde yine ekonomik kavramlardaki değişiklikler sonucu pazarlama müdürleri ağır ağır yayın müdürlerinin önüne çıkmaya başladılar. Çünkü 1980'li yıllara geldiğimizde gazete çıkarmak kadar önemli olan gazeteyi çok satmaktı. Artık pazarlama müdürlerinin dedikleri daha ağırlık kazanıyordu. Gazete onların arzusuna uygun olarak daha erken saatlerde basılıyordu. Özellikle taşraya giden gazetelerde haberin tam olması aranmıyor ama gazetenin bir şehre erken girmesi hedefleniyordu. Hedef Türkiye'nin hemen her köşesinde gazetelerin sabah erken saatlerde piyasaya sürülmesiydi. İşte o yıllarda pazarlama müdürlerinin bu arzusu giderek artınca yazı işleri müdürleri veyahutta genel yayın müdürleri ister istemez kendilerine kısıtlamalar koymaya başladılar, saat 18.00'de haberlerin biteceği konusunda. Saat 16.00'da bilmem spor haberlerine son verileceği konusunda. Halbuki eskiden taşrada baskı olmadığı yıllarda gazete saat 12'den sonra hazırlanır saat 2'de basılır ve sabah saat 6'da 7'de piyasaya çıkardı. Pazarlama müdürlerinin ön plana çıkması gazete satışlarını artırınca ister istemez gazete sahiplerini veyahutta kurumları mutlu etti. Ve bunun sonucunda 1980'li yıllarda itibar gören kişiler pazarlama müdürleri oldular. 1980'de bu daha da arttı. En iyi lotaryayı seçen, en iyi promosyonu

yapan kişi gazetesinin en önemli adamı oluverdi. Yazı işleri müdürleri kâğıt üzerinde çok önemli kişilerdi ama yine aynı şeyi söyleyeyim onlar okuyucu rahatsız etmeyecek, onlar hükümeti rahatsız etmeyecek ama gazetesinin satışını arttıracak haberleri bulmak. Bu bir bakımdan basın özgürlüğünün tartışılır hale dönüşmesine yol açtı. Bir bakımdan da gazetelerin çok satıp çok kazanmak, olanaklarını gündeme getirdi. 1990'lı yıllarda pazarlama müdürlerinin yerine bu sefer finansman müdürleri geçti. Bir tarihlerde pazarlama müdürleri çok satılmasından mutluymuştu gazete sahipleri de mutlu diyorlardı ama 90'lı yıllarda finansman müdürleri çok satmaktan bizim ne menfaatimiz ve cümlesi ile ne kazanıyoruz anlayışıyla ve bizim yatırımlara ihtiyacımız var düşüncesi ile çok satalım çok kazanalım konusunu gündeme getirdiler. Üzülerek şunu söyleyeyim, şu anda yayın dünyasında arkadaşlarım bana katılmasalarda açık açık söylüyorum önce finansman müdürleri sonra pazarlama müdürleri sonra da yazı işleri müdürleri geliyor. Ben şunu çok iyi biliyorum şu günlerde gazeteler bir milyonun üzerine çıktıkları için bir çok gazetemizde saat 10'dan itibaren haber girmede. Bir çok belgeye bazı haberler ulaştırılmadı. Şu günlerde bu gazetelerimiz son teknolojileri kullanıp erken saatlerde faks aracılığıyla baskı yaptıkları şehirlere ulaştıkları halde makina kapasiteleri veyahut makina dizaynları yetersiz olduğu için haberi erken bitirmek zorunda kaldılar. Bu gerçeği irdelemek isteyenler taşradan getirttikleri gazetelerle bunu görürler sonuçta basın ekonomisi finansman müdürlüğünü çok önemli hale getirince ortaya başka düşüncelerde geldi. Biz nasıl bir görev izliyoruz sonucunda maalesef bu ansiklopedi olayıyla birlikte bazı genel yayın müdürleri çok para kazanmak için her şeyi yaparız, biz bir özel kuruluşuz fikrini dahi beyan ettiler. O zaman ortada daha vahim bir tablo çıktı. Çünkü biz kendimizi dördüncü kuvvet olarak gören az önce sayın Berksoy'un belirttiği gibi yarı kamusal görev üstlenen kişiler olarak biliyorduk. O finansman müdürlüğünün veya finansman baskısı sonucu gazetelerin sadece bir özel teşebbüs olarak ortaya konulması yazı işlerinde ciddi bir sıkıntı yarattı. Bu sıkıntı bana göre bugünün olayı değil bu sıkıntı basın ekonomisinin sağlıklı kurulamamış olmasının sonucu kavram kargaşasının yaratılmış olması. Biz samimiyetle bazı konular itiraf etmek zorundayız yıllardır basın özgürlüğünün savaşını veren biz gazeteciler bu konuda hapse giren bu konuda can veren arkadaşlarımızın varlığına rağmen şu günlerde basın özgürlüğü konusunu tartışılır hale getirdik. Çünkü Türkiye'deki haberin alınışı haberin verilışı tatışmalı noktadır. Bu nokta gelecekteki habercilik konusunda son derece sakıncalı ortam yaratmaktadır. Bu görüşlerime biraz daha açıklık getirmek istersem gazeteler promosyon dolayısıyla gazeteler ticari faaliyetlere girmek dolayısıyla çok konuda bağımlı hale gelmişlerdir. Biz maalesef bugün özgürlük konusundaki mahalli gücün etkinliğini görmez haldeyiz. Ne mi oldu? Şunlar oldu. Bir, Gazeteler finans ihtiyaçlarını karşılamak için bilerek pazarlama şirketleri kurduklar ve ürün satışına başladılar. Bu doğrudan bir haksız rekabet olayıydı, televizyon dağıttılar, araba sattılar, yazlık villalar pazarladılar ve ister istemez o malların en iyi olduğunu beyan ederek karşı mal üreten ev satanları güç durumda bıraktılar. Bu nokta da da olabildiğince kendi olanaklarını kullandılar. Bu alışkanlık doğunca da maalesef daha ileriki günlerde bir günlük promosyon mallarını daha methetmek zorunda kaldılar. Siz sevgili gençler ansiklopedi savaşının verildiği günlerde gazeteleri izleyen söz

okurlar bir gazetenin daha önce kötülediği bir ansiklopediyi dağıttığı için çok methettiğini çok methettiği bir ansiklopediyi bir müddet sonra kötülediğine tanık oldunuz. İşte bu yanlış düşüncelerin ortaya konması bana göre basın üzerindeki basın özgürlüğü kavramının tartışılmasına yol açmıştır. En iyi deterjanın dağıttığımız deterjan olduğunu ilân ettiğimiz ve bu sayede 1 milyon, 1,5 milyon tiraj aldığımız günlük gazetenin bundan bir süre önce o deterjanın çok yanlış ve kullanılmaması gereken bir deterjan olduğunu söylemediği gibi halka sunulan deterjanların aslında stok fazlası ve kullanımını az olan deterjanlar olduğunda açıklamadılar. Bunu belki deterjanı dağıtan grup vermezdi ama diğer gazetelerde bundan kaçındı. Şimdi, biz önce lotaryayı icat ettik. Sonra promosyona kapıldık Allah'a şükür şu anda ansiklopedi olayıyla yetindik. Kültür hizmeti içinde varlığımızı sürdürdüğümüzü iddia ediyoruz. Ansiklopedinin yarattığı veya promosyonun yarattığı temel kötülük Türkiye'nin sosyal yapısındaki değişiklik dolayısıyla bu değişikliği yaratan habercilikteki gerilemedir. Türk basını bugün bana kendimi atfen söylemiyorum önümde bulunan bir mecmuaye atfen söylüyorum reklam veren reklamcı arasında bir kısır döngü içine girmiştir. O ürünlerin satışı yolunda gayret sarfetmektedir. Bu haberciliği geri itmektir. İşte bu gazete satışlarını, bilinçli okuru gazeteden uzaklaştırmaktadır. Bağımlılığın getirdiği bu sıkıntının önümüzdeki günlerde daha da fazla hissedilmesi muhtemeldir, çünkü bugün üç gazete belli bir tiraja varmış olsalar dahi önümüzdeki aylarda ansiklopedi veriş sona erecektir. Sona erdikten sonra neyin yapılacağı belli değildir. Şimdi barış sağlanmıştır, ne pahasına barış sağlanmıştır, büyük finansman girdileri yaratılarak diğer gazetelerin gerilemesine yol açarak ve belli bir tiraja ulaşılacak koşuluyla. Ben sayın Berksoy'un görüşüne çok katılmadığımı az önce kendisine de söyledim. Promosyon dolayısıyla veyahut ansiklopedi satışıyla artan tirajların bir okura mı yoksa birden fazla okura mı konusu tartışmalı bir konudur. Ben ikisi arasında karar vericek durumda değilim ama çevremden izlediğim bir kişinin birden fazla gazete aldığıdır ve yine buradaki tebliğ sahiplerine teşekkür etmek isterim genelde kişiler ansiklopedi satın almaktadırlar, ansiklopedi dolayısıyla gazete okumaktadırlar. Yani gazete ikinci mal haline dönüşmüştür ve nitekim bunu farkedene gazetelerimiz özel istek kuponları yayımlayarak ansiklopediyi satmaya devam etmektedirler. Ama gazete için özel istek kuponu yayınlanmıyor. Şimdi bu vahim tablonun ayarttığı ortamda yine birazcık gazetelerin ekonomisine gireyim. Gazeteler bu kavgaya niçin girdi? Bir tek nedenle, çok satmak arzusuyla. Çok satmak neyi yarattı? Malî yapıda bir takım çarpıklık yarattı. Bu çarpıklık neleri getirdi? Bunlar çok belli. Gazetelerin belli gelir kalemleri var. Bunlar reklâm ve satış gelirleri. Birde gider kalemleri var. Bunlar da üç aşağı beş yukarı benim için malum. Şunu çok açık ve seçik söylüyorum az önce sunulan tebliğe o noktadan da katılmıyorum bugün gazetelerdeki kâğıt maliyeti, tüm mürekkep maliyeti genel giderler içinde %25'i ya bulur ya bulmaz. Yani büyük bir oran değildir. Hammadde denilen kâğıt ve mürekkep maliyetleri %25 civarındadır. Bir takım imtiyazlı arkadaşların yüksek ücretler almış olmasına rağmen, personel giderlerinin payı %15 ie %20 arasında değişmektedir. Satış giderlerinin payı normal olarak %15 veya %20 arasındadır ki, Türkiye'de bayi komisyonları %9,5 seviyesinde çok alt seviyededir yani bayi ezilmektedir, genel, o son satış için söylüyorum, genel giderler %10 civarında-

dır ama promosyon dolayısıyla hemen her seferde en az %5'lik bir finansman gideri ilâve edilmiştir ve bunun yanısıra promosyonun getirdiği her gazete için minimum %5 ila %10 bir ilâve yük vardır. Yani gider artışı olmuştur. Bunun sonucunda sağlanan hasıla ciro üzerinden %3 ila %4'tür, geçmiş yıllarda da yine %3 ilâ 4'tü. Tablo böyle olduğu için ben, sayın başkan da uyardığı için şunu söylemek istiyorum, promosyon geldi biz çok gazete satmaya başladık, çok da mutlu olduk fikir benim değil, bir mecmua Türkiye'de gazetecilik bitiyor mu diye söylüyor, bana sorarsanız bitti, saygılar sunarım.

Prof.Dr. Halil NADAROĞLU: Şimdi, aziz ve sevgili dostum sayın Oktay EKŞİ, Hürriyet Gazetesi başyazarı.

Oktay EKŞİ: Sayın Başkan'a içten teşekkürlerimi sunuyorum, vurguladılar ama o vurgulamanın yani benim kişisel olarak konuşmama ilgili vurgulamanın başka nedenleri de var. Aslında huzurunuzda tartışılan konu, ben gazetelerin hiçbir zaman meslek yaşamında bu anlamda yöneticiliği yapmadım mesela Nezhir Demirkent'in deneyimi gibi bir deneyimim olmadı, bu nedenle gazetelerin ekonomisi, basın ekonomisi konuları benim genel olarak bilgi alanımın dışında, beceri alanımın çok dışında. Demek istediğim şu, sayın başkan emretti, lütfetti ben de burada huzurunuzdayım, ama beni dinlerken lütfen aydınlatmaktan çok aydınlanmaya gelmiş birisini dinleme durumunda olduğunuzu gözönünde tutunuz. Bu kayıtlarla dikkatinize sunmak istediğim bazı hususlar var. Ben sayın Nezhir Demirkent gibi veya kadar ve burada sayın Berksoy'un tebliği üzerine yorum yapan diğer konuşmacılar kadar karamsar birisi değilim, şundan dolayı değilim, Türkiye'de gerçekten bugün bir basın ekonomisi kavramı var. Türkiye'de Türk basınının çadır tiyatrosu döneminden yani Şinasi'li Namık Kemal'li, Ali Naci Karacan'lı, Fatih Rıfkı'lı, Hüseyin Cahit'li vesair isimlerle hatırladığımız dönemlerden kurumlaşmış basın dönemine geçmesinin doğru ve güzel bir sonucu. O nedenle Türkiye'de artık bir basın ekonomisi kavramından söz etmekteyiz. Bu kurumlaşmanın bence bir başka sonucu daha var ve önemli bir sonucu var. Türkiye'de basınla ilgili her gazete koleksiyonunu açıp ta bu konudan söz eden bir yazarı okuduğunuz zaman veya konuyla meşgul olmuş olanların buna ilişkin değerlendirmelerine baktığımız zaman, basınla ilgili her dönemde gözyaşından başka bir şey bulamazsınız. Her zaman ağlamaktadır, basın mensupları eskinin eski dönemin, daha dürüst daha verimli daha habercilik bakımından başarılı daha olgun makaleli ve daha meslek kurallarına bağlı kuşaklar olarak görüldüğü izlenimini edinirsiniz. Bence bütün dinleyenlerden ve benim kanaatime katılmıyanlardan özür dileyerek altını çizmek istiyorum. Türk basınının böyle bir gerçeği yoktur. Türk basını kurulduğu günden bu güne kadar belki gerektiği kadar büyük atılımlar yapmış değildir ama geriye gidiyor bitiyor, batmıştır kesinlikle benim katıldığım bir kanaat değildir. Tam tersine Türk basınının içinde bulunduğu bugünkü rekabet tablosu promosyonuyla, acımasız saldırılarıyla vesaire, vesaire, aslında basındaki canlılığı, diriliği, dinazimi, atılganlığı ve yaşama kavgasını nasıl kökten tuttuğunu gösteren olumlu bir tablodur. Tebliği, Sayın Berksoy'un tebliğini eleştiren diğer iki konuşmacımda konuşmalarında dikkatimi

çektii, habercilik gidiyormuş habercilik, makaleler, yorumlar yozlaşiyor, yüzeyselleşiyormuş. Ben bu meselenin içinde bayağı uzunca bir süre geçirmiş bir gazeteciyim. Açık dürüstçe söylüyorum, makedelerde de kendiminkini hariç tutarak arz ediyorum makalelerde de daha doyuruculuk görüyorum. Haberlerde de daha batı standartlarına uygunluk görüyorum. Gazetelerde her gün daha büyük haberi vermek için yapılan yarışların ürünlerini görüyorum. Elbet Gazeteler bağımlılık süreci içinde, yani bu rakamlar büyüdükçe daha önce haberden para alarak geçinen dönem gazeteleri artık büyük bankalardan büyük krediler alarak, çevirme dönemine girince elbet onun da ölçüleri boyutları değişiyor. Evvelce Hofer'e bağımlıydınız, şimdi bankasına veya şuna, buna. Bu içinde bulunduğumuz toplumun, toplumsal yaşamın, demokratik sistemin özgürlükçü ve serbest piyasa ekonomisinin kuralları içinde bakacağız bunlara. O bağımlılık orada teşekkür edecek, ona karşı ses de burada teşekkür edecek. Dengelenecek, çoğunlukla dengelenecek ve yaşam bu gerçeklerin çatışmalar dolayısıyla ortaya çıkması sayesinde aydınlanacak. Bunun başka bir metodu yok ki. x bankasına veya x holdingine, z sanayicisine angaje oldu onun dediğinden çıkmaz hale geldi diye bir şey yok ki. Niçin toplumsal yaşam, demokratik sistem, özgürlükçülük çoğulculuk benimsemiş kavramdır, en azından bendenizin kendi adıma söylüyorum, bütün bunlar olacak bunların içinden de, çarpışa çarpışa doğrular çıkar çatışmalar doğa doğa insanlar doğruyu bulacak. Bunda ne var yadırgadığımız. Bu genel değerlendirmeden sonra izninizle Sayın Bersoy'un ve diğer konuşmacıların tebliğleri ile ilgili düşüncelerimi arza çalışacağım. Şimdi iletişim ekonomisi veya basın ekonomisi diye bir kavramın varlığında mutabık hale geldik. Ancak, ben, Sayın Berksoy'un tebliğinde bu konuya ilişkin tanım okuduğum zaman acaba konuya ilişkin olan yabancılığım nedeniyle mi, bir eksik içindeyim yoksa tanımda mı, tanımlamada mı bir eksiklik var diye tereddüt ettim. İzninizle tanımlamayı okuyorum, diyor ki Sayın Berksoy iletişim ekonomisini veya dar anlamıyla basın ekonomisini, kıt kaynakların etkin kullanımına ilişkin yani bu kaynakların amaca en uygun şekilde ve en uygun yerde en yüksek verimi sağlayacak şekilde kullanılmasına ilişkin bir bilim dalı olarak tanımlamak sanırım yanlış olmayacaktır. Yanlıştır demiyorum ama acaba diyorum burada bu kriterleri koyduktan sonra yani şu verileri koyduktan sonra, iletişim ekonomisi veya basın ekonomisi lafını etmeden, başka ekonomiden söz edemezmiydik? Ne ekonomisinden, bütün ekonomi tanımları veyahut bu amaca yönelik tanımlar içinde kıt kaynakların etkin kullanılması zaten doğrudur, temeldir, bu kaynakların amaca en uygun şekilde ve en uygun yerde en yüksek verimi sağlayacak şekilde kullanılmasında zaten gerekliliktir. O zaman bu elbiseyi istediğimiz her yere giyirebiliriz ama buna eğer basın ekonomisi veya iletişim ekonomisi diyeceksek onunla ilgili veriyi, bir unsur, bir temel unsuru da buna dahil edersek bu, tanımını sanıyorum ki kabul edebiliriz, bu konuda tabii ben arz ediyorum tekrar, Sayın Berksoy'un lütfedip vereceği açıklama ile tatmin edecek, tatmin olacak hale geleceğim. Sayın Demirkent, bir ölçüde değindi bu birbuçuk milyonluk ilâve tiraj acaba nereye giden tirajdır? Bunun üzerinde de gerçi, kendi gazetemde bu tebliği ve seminer vasıtasıyla arkadaşlarımdan bilen arkadaşlarımdan yardım rica ettim. Biraz daha katkıda bulunun diye, onların verdiği bilgiye göre şehirlerde ikişer, üçer gazete olmak suretiyle promosyondan yararlanmak isteyenler çoğunlukta fa-

kat taşrada yani İstanbul, İzmir, Ankara dışında genellikle artan tirajlar, bir okuyucunun bir gazete almaya devam ettiği fakat ilâve okuyucuların devreye girdiği doğrultusunda onların da yorumu Sayın Berksoy'unkine uyuyor. Ama ben elimizdeki tebliğin verileriyle bu sonuca varmış değilim. Yani demek istiyorum ki kendimi bu anlamda tatmin olmuş hissetmiyorum çünkü bunu kanıtlayacak genel gözlem dışında bilimsel ağırlıklı bir neden bulamadım. Gelelim diğer konuşmacılara, Sayın Ayşegül Mutlu'nun tebliğinde daha doğrusu yaptığı yorumda pazar payını arttırmak amacıyla yapılan promosyon nedeniyle haber gazetesi olarak niteleyebileceğimiz gazetelerde dahi tiraj kazanmak kaygısı, iyi haberin iyi yorumun önüne geçmekte bu gazeteler promosyona konu olan malın tanıtımına karşılıklı tartışmalarla öncelik verebilmektedirler. Bu durum iktisat teorisinde kötü paranın iyi parayı piyasadan kovması olarak ifade edilen Gresham kanununun gazete haberciliğinde de geçerli olması zamanla iyi haberin kötü haberin yerine geçerek habercilik anlayışının olumsuz etkilenmesi riskini ortaya çıkarmaktadır diyor, tekrar altını çiziyorum, gözlemlerimin yanlış olduğunu eğer bir veya bir kaç neyse gerekli olduğu ölçüde örnekle Sayın Mutlu ortaya koyarsa sevinceğim. Ben gazetecilik dünyamızda haberciliğin geriye gitmekte olduğu kanısına kesinlikle karşıyım. Tam tersine yeterli hızla belki gelişmiyor ama meslek dünyamızda bu konuda unsurları eksik haberler artık azalmaya başladı, fotoğraf haber bütünlüğü daha fazla göze çarpar hale gelmeye başladı, haberin okuyucuya iletilmesi süreci eskisine kıyasla çok daha hızlandırıldı ve artık Türk basını yazılı basın televizyonla, televizyon haberciliğiyle yarışmanın koşullarını kabullenmiş olarak kavgayı verir hale geldi. Bunlar bizim habercilik platformunda bir hayli mesafe aldığımızı ilişkin benim samimi gözlemlerim. Sayın Mutlu'nun özellikle promosyon çerçevesinde o merkezde olmak üzere basın sektörüne yönelen bazı katkıları eleştirel bir gözle değerlendirdiğine tanık oldum. Promosyon masrafları vergiden düşülmektedir, bu nedenle hazine ve dolayısıyla gazete almayanlar da maliyete ortak olmaktadır diye özetleyebileceğim görüşleri ifade ettiler. Acaba diyorum burada az önce yaptığımızı yapsak, Sayın Berksoy'un tebliği ile bağlantılı olarak yaptığımızı yapsak, desek ki otomotiv sektöründe teşvikler, sübvansiyonlar aslında o konuda sosyal maliyetin araba almayanlarda yayılmasına sebebiyet vermektedir. Yanlış mı? bence doğru. Aynı şeyi gemi inşa sektöründe yapılan teşvikler nedeniyle gemiyi hiç bilmiyen insanlarda da bir miktar aktarmaktayız desek acaba yanlış mı olur, doğru olur, O zaman özellikle bunu vurgulamanın bir özel nedeni var mıdır diye düşünmek ihtiyacını duydum. Doğrusunu isterseniz promosyona ben A'dan Z'ye kadar karşı bir gazeteciyim, gazeteciliğin promosyonlu değil, promosyonsuz olmasının ve o kaynağın ki benim bildiğim yanlış değilse rakkam son ansiklopediler dolayısıyla ayrılan kaynak 1 trilyonu aşti. Bu çok büyük kaynağın doğrudan doğruya basın sektörüne ve basının daha da gelişmesine harcanmasına aktarılması elbet çok yerinde olurdu ama ne yapalım ki yaşam istediğimiz kurallar üzere koşullar içinde geçmiyor. İstemediğimiz pek çok şeyle birlikte yaşıyoruz. Kimi diyor bakıyorsunuz meyhaneden hazzetmiyor, meyhane olmasa diyor, kimi diskotekten hazzetmiyor diskotek olmuyor, pek çok kurumlar var ki çevremizde bir takım isimli insanların sevmediği kurumlar ve olaylar ama ne yaparsınız ki yaşam bunlarla birlikte var. O nedenle diyorum promosyon olmasın yasakların

onların boğazı sıkılsın doğrutusunda değerlendirmeler yapacağımıza gerçekleri gö-
rerek bunu olumlu doğrutulara olumlu yönle aktarmanın yollarını arayarak cevap
peşinde koşsak daha doğru olmaz mı? Promosyon nedeniyle ben bu tebliğleri dinler-
ken öğrendim ki ansiklopedi dağıtımının sosyal maliyetinin bu vesileyle sağlanacak
olan sosyal yarardan fazla olması bile muhtemeldir. Doğrusunu isterseniz bunu çok
hayretle tespit ettim. Türkiye'de bugün, 2,5 milyon benim karşı olduğum promosyon
vak'asının bir olumlu sonucu olarak arz ediyorum. 2,5 milyon kadar ansiklopedi ilk
defa şu toplum, toplum olalı beri kısa bir sürede evlere girme şansına sahip oldu. Bu
evlerin pek çoğu kitaba bir kuruluş para vermeyen insanların evidir. Bu, bugün görül-
meyen diğer bilgi hazinesi olarak yarın bu topluma çok büyük yarar sağlayacaktır.
Devlet yapmadı bunu bugüne kadar, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin vatandaşlarına
bir trilyon veya iki trilyon karşılığında sanıyorum bu ansiklopedileri iletmek için her
zaman vardı. Devlet yapmadı bunu. Birbirlerinin boğazını sıkamak için yaptılar. Yani
az önce Yalçın Özer söylüyordu, kendisini çok idealist çizgilerde göstererek bir takım
şeyler yutturmanın manası olmadığına ilişkin sözler söylüyordu. Umarım kendisi ko-
nuşurken bunu açar ama demek istiyorum ki ne olursa olsun elbet çıkarının kavgasını
yaparken de sosyal yarar sağlayan sonuç doğdu. Bundan niçin bu kadar olumsuz bir
şekilde bahsediyoruz bunu anlamakta güçlük çektim. Teşekkür ederim. Hepinize say-
gılar sunarım.

Prof.Dr. Halil NADAROĞLU : Promosyonun dışında kalmış bir çok önemli gaz-
etemiz var; Cumhuriyet Gazetesi. Cumhuriyet Gazetesinin genel yayın yönetmeni
Özgen Acar bu konuda neler söyleyecektir. Buyurun Sayın Acar.

Özgen ACAR: Sayın Başkan, değerli konuklar, Konuyu daha iyi algılayabilmek için
kısa bir geçmişe dönmemiz gerekiyor. 1923'e Cumhuriyetin kuruluşuna. Atatürk ve
İnönü ikilisi Cumhuriyeti kuruyorlar. Cumhuriyet Atatürk İlkeleri ve Lâiklik ve aynı
dönemde Cumhuriyet gazetesi kuruluyor. O günkü ilkelere ulusallığı, Kuvayi Milli-
ye'yi bu görüşleri savunmak amacıyla yayın hayatına başlıyor. Zaman ilerlerken bir
bakıyoruz Cumhuriyet gazetesi bir promosyon yapıyor. Ne yapıyor? Güzellik krali-
çeleri seçimi yapıyor. Ne yapıyor? Arapça'dan Türk alfabesine geçerken bir takım ek-
ler veriyor. O günkü koşullarda Türk kadını dünyada tanıtılabilmek Türk kadınına
kadın olduğunu anlatabilmek için düzenlediği bu yarışmada bir promosyondur. Arap-
ça'dan Türk alfabesine geçiş için verdiği kitaplar da bir promosyondur. Ancak güzel-
lik kraliçesi seçimleri zamanla kadını cinsellik açısından görmeye başlayınca Cum-
huriyet gazetesi işlevini ve dolayısıyla kitap ekleriyle de o günkü işlevini tamamlaya-
rak asli görevi olan gazeteciliğe dönüyor.

Aradan yıllar geçiyor, 1946-1950 yılları arasında dönemin ikilisi Bayar ve Mende-
res'tir. Slogan demokrasidir. Dönemin yeni çıkan gazeteleri Hürriyet ve Milliyet'tir.
Bir bakıyoruz Hürriyet çok güzel, nefis bir teknolojik atılımla Londra olimpiyatları-
nın fotoğraflarıyla günü gününe okuruna aktarıyor. Bu da bir gazetecilik promosyo-
nudur, gazetecilik olayıdır. Takdir edilecek bir olaydır. Ve büyük bir tiraj patlaması

yapıyor. Türkiye'de gazetecilik Hürriyettir. Aradan yıllar geçiyor, 80'lere geliyoruz. Bir başka ikili Evren, Özal ikilisi. Slogan liberalizm, bırakın yapınlar, bırakın satınlar. tabi burada bırakın çarpsınlara da dönüşüyor. Olay bırakın çarpsınlara dönüşünce karşımıza böyle bir kampanyanın çıkması yani ansiklopedi kampanyasının çıkması da gayet doğal oluyor. Şimdilerde genç kuşaklar, torunlar basın müzesini gezdiklerin de bu söylediğim tarihi gelişimi izlerken 1992-1993 yıllarında basın müzesinde yahut Babiâli süpermarketinde neler görecekler? Balonlar, uçurtmalar, ansiklopediler, omolar, jiletler, prezervatifler, tarhana çorbası, çöp torbaları. İşte basın müzesi 92-93. Buna basın müzesi mi diyeceğiz, Babiâli süpermarketi mi? Bence utanılacak bir olay. Bu gazetecilik değil. Ama konuşmacıların değindiği bir nokta var ki, gayet doğru. Ben 60 yılında gazeteciliğe başladığımda üç milyonu tüm toplam satış Türkiye'de gazetelerin. Bu kampanya öncesinde de üç milyonu, şimdi 4,5 milyona çıktı. 1 Mart'ta protokol imzalandı üç gazete yalnız bu arada şunu belirtmek istiyorum, konuşmacılar sabahtan beri şunu belirtiyorlar üç büyük gazete. Yarıldıkları nokta var üç büyük gazete değil, üç çok satan gazete demek daha doğru. Çünkü, biraz evvel başkanın dediği gibi mesela Cumhuriyet çok önemli bir gazete. Ama çok satmıyor. Onun için bu kavramların üzerinde dikkatlice durmak gerekiyor. Çok satan üç gazete kavramı, üç büyük gazete kavramından bence daha doğru gibi geliyor. Şimdi bu noktayı belirttikten sonra, bugün tiraj Türkiye'de 4,5 milyona çıktı. Yahut 5 milyonu bile geçti bu tarhana çorbası kampanyası sırasında. 1 Mart'ta protokol imzalandı bir baktık gelgit olayında gibi şimdi med-cezir olayında gibi sular çekilmeye başladı. Mangalda su koymıyan yüksek tiraj sahibi gazeteler meselâ Milliyet istikrarlı bir vaziyette 1 milyonu koruyor, Hürriyet sekizyüzbinlere düştü, Sabah dokuzyüzbinlerde. Şimdi üç gazete televizyonlara reklâm vermeyecek, yeni bir promosyon yapmıyacak ama hiç olmazsa 500.000'i koruyabilecekmiyiz kaygısına kapıldılar. Ne oldu? Bir gel git oldu Bab-ı Ali'de. Bab'ı Ali müzesi veya süpeemarketinde. Ama ne oldu?Gerçekten çok faydalı bir şey yaptılar. Bugün her dört evden birine ansiklopedi verdiler. Bu inkâr edilemeyecek bir hizmettir. Dünyada hiç bir ülkede her dört evden birine ansiklopedi düşmez. Bu büyük bir başarıdır, kutlanacak bir olaydır. Dolayısıyla kampanyanın getirdikleri arasında bu iki olumlu noktayı da belirtmek zorundayız, bunu da kabul etmek zorundayız. Ancak, ne pahasına oldu bu, bunların getirdikleri. Şimdi isterseniz bir de getirdiklerine bakalım. Gazetenin ana işlevi haberdir, cümle haberdir. Yorumla haberdir gazete haberdir, jurnaldır, günlüktür. Ama bir bakıyoruz isterdim sayın meslekdaşım Mutlu'da burada olsun. Bugün günlerden Perşembe. Bugün Sabah gazetesinde toplantıya gitmiş olsaydınız, yazı işleri toplantısına Cuma'nın gündemi değil, Cuma'nın gazetesi değil Cumartesi çıkacak gazete hazırlanıyor bugünden. Nerede kaldı habercilik, nerede kaldı gazetecilik? Olay budur ve ondan sonra bunun faturası siz okurlara çıkartılıyor. Yani siz kırksekiz saat öncesinin gazetesini alıyorsunuz. Bu gazetecilik değildir. Eskiden gazetelerin en başarılı muhabirlerine, fotoğrafçılarına prim, ikramiye verirdi. Ödüllendirilirdi, bugün bu uygulama sadece Cumhuriyet'te devam ediyor. Ama buna mukabil diğer gazetelerde biraz evvel değindikleri gibi promosyonu yapan, satış yapan yeni lotorya türü üreten insanlara ikramiye, pirim veriliyor. Yani, haber ikinci plânda, lotorya tezgaharlık birinci plânda. Çünkü dedik ya,

dönemin adı bu bırakın çarpınsınlar. Eskiden genel yayın yönetmenleri, Yazı işleri müdürleri övünürlerdi, nasıl atlattık gördünüz mü diye. Bugün nasıl övünüyorlar. Nasıl en iyi tarhana çorbasını biz verdik diye. Bunun adı gazetecilik oluyor. Bilmiyorum yanılıyor muyum? Haksız rekabet olayına geçeyim. Gazeteciliğin bu tarafını bırakalım. Kim bir aspirin firması yanında süpürge dağıtırsa promosyon olarak bu bir haksız rekabettir dünyanın her tarafında. Ama Türkiye'de haksız rekabet değildir. Dolayısıyla basının ekonomik koşulları arasında haksız rekabet önemli bir gerçek olarak önümüzde durmaktadır. Basının dışında yayınevleri içinde de önemli bir rekabet söz konusudur, haksız rekabet. Bugün yayınevleri artık ansiklopedik satamaz olmuşlardır malları ellerinde kalmıştır. Bugün gidip hanginiz para verip ansiklopedi alırsınız artık, alıyormusunuz? Üçüncüsü, arkadaşımızın az önce değindiği gibi, bakkallarda da ama, bedava dağıtıldığı 13 bin diş macunu bedava dağıtıldığı için bakkalların mesleği elinden alınmıştır. Bab-ı Ali tarafından bu da bir haksız rekabettir. Üçüncü nokta televizyon. Görüyorsunuz basında reklamları, zeping var, televizyona reklam vermenin en iyi reklam basındır diye ama ne yapıyor basın bir an evvel arkadaşlar rakamları söylediler.

1989'da 37 milyon, 90'da 70, 91'de 112 milyon harcamışlar bundan önceki ay rakamlarını söylediler ben sadece bunu vereyim örnek sabah gazetesi Ocak ayında 71 milyon veriyor. Bir taraftan vermeyin etmeyin, yapmayın, televizyona reklam vermeyin en iyi reklam basındır derken burada bir tutarsızlık ortaya çıkıyor üstelik televizyonun basının en güçlü rakibi olduğu dönemde basın en önemli rakibine kaynak transferi yapıyor. Bu bir çeşit intihar anlamına geliyor bence. Önemli bir olaydır ekonomik açıdan. Bir örnek vereyim bu televizyon diyelim ki 71 milyon yerine Sabah gazetesi 60 milyar harcamış olsun Ocak ayında 60'ı 30 güne bölerek günde 2 milyar yapar. Günde 1 milyon gazete sattığını kabul edersek Sabah'ın gazete başına sadece reklâm maliyeti 2000 lira. O halde Sabah gazetesi televizyon reklamı yapıp 5000 liraya satacağına acaba 3000 liraya satsa daha mı fazla satardı. Bu da bir alternatiftir. Bir seçenek olarak önümüzde duran bir faktördür. Ansiklopedi deniyor. Ansiklopedi için 540\$ 550\$ diye fiyatlar var. Biz ondan vazgeçtik 330\$ diyelim 11 ay veriliyor bunu indirdik indirdik günlük gazete başına maliyet 10.000 lira ofise fiyat üzerinde şirkete maliyeti 5000 lira maliyet sadece ansiklopedide 2000 lira da reklamdan 7000 lira. Aslında bugün 3 çok satan gazete belki 1000 liraya da satabilir ve daha fazla satabilir ve daha fazla kâr edebilir ve gerçek gazetecilik yapabilir. Bilmiyorum sayın ekonomistler sayın işletmeciler acaba bir de çarkı, maliyet çarkını tersine döndürmeyi deneyebilirler mi araştırabilirler mi? Son olarak iki noktaya değinmek istiyorum: tekelleşme. Tabi biraz evvel konuşmacılar tekelleşmenin yarattığı olayı söylediler. Bugün Amerika'nın hiçbir kentinde bir patron iki gazeteye birden sahip olamaz. Yahut bir gazete bir televizyona birden sahip olamaz çünkü bir çeşit seslilik durumu ortaya çıkar. Bugün 4,2 milyon tirajdan 3 milyonu 3 çok satan gazetede yan gazeteleri ile birlikte 3,5 milyon buna mukabil geriye Cumhuriyet gibi zararda gibi. Milli Gazete gibi, Tercüman, Günaydın gibi gazetelerin toplam tirajı 700.000'i geçmiyor. Burada bir başka olay var. İnsandan demokrasi insan hakları dinsel kavramlar, laiklik bu 700.000 gazetenin etkinliğine bi-

rakılmış oluyor. Burada bir tehlike vardır Türk Demokrasisi adına. Dünyanın hiçbir yerinde bu gibi olay, hiçbir yerinde derken demokratik ülkeleri ve hatta Amerika İngiltere gibi liberal ülkeleri belirtmek gerekiyor. Bu konudaki anti karteli antitröst önlemleriyle. Son olarak vergi konusuna değinecektim. Ama konuşmacıların...

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: Buyurun değinin efendim,

Konuşmacılar çok daha ayrıntılı olarak girdiler, tebliğin değerlendirilmesi sırasında ona girmeyeceğim ama bir örnek vereceğim. Yanlış öğrenmediysem Sabah Gazetesinin 1992 cirosu 3 Trilyon, Şimdi hep birlikte izleyelim bakalım. Sabah gazetesi bu yıl ne kadar vergi verecek. Gelir vergisi, Kurumlar vergisi, birlikte izleyelim görelim. Ben konuşmamı tamamlarken şunu söylüyorum. Yakından 3 çok satan gazete okurlarına çok güzel bir bayram hediyesi var. Fiyatları 5000'den 6000'e çıkartıyorlar. Hayırlı Uğurlu olsun.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLUSayın Özgen Acar'a son derece ilginç ve beğeni toplayan konuşması için çok teşekkür ediyorum. Tabi ismi çok zikredildiği için, gönül Sabah Gazetesinin genel yayın yönetmeninin de, ki programda da var, burada bulunmasını isterdi. Bulunamadı. Efendim, şimdi gene promosyon konusunda 3 büyük gazete veya Sayın Acar'ın deyimıyla 3 en çok satan gazeteden biri olan Milliyet gazetesinin Sayın genel yönetmeni Sayın Umur Talu. Bakalım bu konuda bizlere neler söyleyecek Sayın Talu.

Umur TALU: Teşekkürler. Şimdi ben bugün buraya gelirken çok hoş ve sevindirici geldi tabi. Üniversitelerin böyle basınla ilgili hemde kısmen spesifik bir konuyu ele alması. Ama geldiğim andan itibaren birtakım üzüntüler ve hayal kırıklıkları yaşıyorum. Birincisi, aynı görevi yapıyor gibi olsak da farklı anlayışlarımız ve farklı sözlerimiz olan Sayın Zafer Mutlu'nun gelmemiş olması, ikincisi Üniversitenin böyle bir konunun önüne eğilse bile ordan bazı tebliğlerin doğru saptamaların yanısıra oldukça fazla yüzeysel değerlendirmeler getirmesi, bu bir hayal kırıklığıydı. Üçüncüsü ve konuşmanın eksenini de buradaki varsayımlar ve saptamalar üstüne kurmak niyetindeydim fakat, giderek hayal kırıklıklarım ve üzüntülerim daha çok arttı. Örneğin, Sayın Nezh Demirkent'in moralinin bu kadar bozulmasına çok üzüldüm. Benim de bir süre çalıştığım Cumhuriyet gazetesinin genel yayın yönetmeni Özgen Acar'ın doğru şeyler söyler gibi yaparak bazen çok da yanlış şeyler söylediğini, bazısının oldukça maddi yanlışlıklara dayandığını, yine çok üzüldüm. Şimdi, masanın bir tarafından olmak kolay. Ben de Üniversite tahsili yaptım. Kitap, bilim bu tür değerlerle baktığımız zaman, işte gazetelerin promosyon yapması, çok da aşağılık gibi birşey geliyor insana. Ama bu mantığı yürütmenin sonucu giderek, bu toplumu aşağılamaya kadar gidebilir, böyle bir risk var. Ben demiyorum ki, gazeteler deterjan dağıtsın. Dağıtılmayan bir gazeteden geliyorum. Yani üç çok satan gazete diyelim, üç gazetenin birbirine benzer yanı varsa bile bizi izleyenler belli ilkelerimiz olduğunu da bilir. Ve ben şahsım adına değil, gazete adına da konuşuyorum burada. Çünkü Sayın Nezh De-

mirkent'in dediği gibi, gazeteyi bugün onun saydığı müdürler yönetmiyor. Gazeteyi Genel Yayın yönetmeni yönetiyor ve yanında bir takım birlikte çalıştığı arkadaşları var. Bu her işletmede olduğu gibi çeşitli alanlarda başkaları da var. Ama sayın Demirkent'in değerlendirmelerine ben şöyle bakıyorum. Benim çocukluğumdaki İstanbul'da çok güzeldi. Bende orda yaşamayı tekrar arzu ederim. Herhalde kendisinin çocukluğu daha da güzeldir, daha da arzuyla özlemle anılacaktır İstanbul, ama biz bugün bu İstanbul'da yaşıyoruz. Bu yüzden onun değerlendirmelerinin bazısını engin tecrübesi ve derin hafızasını buraya aksetmiş örnekleri olarak kabul ediyorum. Ama şunu da söylemeden geçemeyeceğim, benim hafızam daha yeni, ben bugünü yaşıyorum ve geleceğe bakmaya çalışıyorum. Yani değerlendirirken bu açıdan da bakmamız için bu noktaları düşmek zorunda kaldım. Çünkü, hakikaten üzüldüm, hele gazetecilik bitiyor gibi bir değerlendirmeyle konuşmasını tamamlaması çok hayal kırıklığı yaratıcı bir şey, çok üzücü bir şey. Bu durumda sizin bu salondan çıktıktan sonra yarın hiç gazete almamanız. Hatta bence kupon kesip Ansiklopedi alanınız varsa onlara da son vermeniz gerekir. Çünkü oldukça vahim birşey yapıyormuşuz biz. Onu algıladım. Şimdi yanlış varsayımlar dediğin birçok şey var. Bir kere kötü haber iyi haberi kovar, tabi kötü haber yaparsanız süreklide bunda ısrar ederseniz. Ve siz zaten vicdanınızda bu tür bir değerlendirme yapmıyor ve sorumluluğunuzu hiç bilmiyorsanız. Bunu promosyon yapmadan da yapabilirsiniz. Yani promosyon yapmanız size bu özelliği getirmeyeceği gibi promosyon yapmamak da sizin çok iyi gazeteci olduğunuzu göstermez. Şimdi çok söylenen birşey tabi ki şu. Gazeteler promosyona önem verdi haberciliği, yorumculuğu bıraktı. Neyse ki arada Oktay ağabey biraz serinletti ortamı ... böyle bir şey olamaz. Hakikaten de böyle değil. Çünkü promosyonu yapanlar, düşünenler ayrı olabilir ama bu gazetelerde gazeteciler çalışıyorlar ve eskisinden de çok fazla çalışıyorlar. İnanın çok daha fazla çalışıyorlar. Ben şunu duyardım eski gazetecilerden: İşte şu akşam şuraya gittik bu akşam şuraya gittik işte şurda şöyle eğlendik. Ben kendimden örnek vereyim, ben hiç bir yere gidemiyorum. Gazeteden kıpırdamıyorum. Bütün hafta arkadaşlarımla böyle. Bütün bunlarla kollarımızda ansiklopedi dağıtmıyoruz biz. Ya da oturup ansiklopedi yazmıyoruz. Bunları ayrı birleri yazıyor. Tam tersine gazetelerde müthiş bir dinamizm ama bu rekabetin getirdiği şey de olabilir. Müthiş bir heyecan, müthiş bir çaba var. Ve belki de gazetelerin yaşamında, hadi üç çok satan gazete diyeyim çok yatan gazeteleri bir tarafa bırakalım. Gazetelerin yaşamında hiç bir zaman habercilik çabası da bu kadar fazla olmamıştır. ama bütün bunları ben de belli bir konumda oturarak söylüyorum, başkaları da kendi konularından başka şeyler söylüyorlar yani sizin kafanız belki karışıyor olabilir. Ama karışmak da zorunda madem öyle, başkaları da başka şeyler söyledi. Şimdi mesela Sayın Özgen Acar dedi ki eskiden habere prim verilirdi şimdi habere prim veren tek gazete Cumhuriyet. Mesela bu çok basit birşey ama bunu söyleme ihtiyacı nereden kaynaklanıyor çok merak ediyorum. Meselâ ben her gün prim imzası atıyorum, anlatabiliyormuyum? Her gün iyi haber iyi fotoğrafa prim imzası atıyorum. Peki ben bunları her gün Özgen Acar'a mı göndermeliyim ki bir daha ki sözlerinde biraz daha düşünerek konuşsun. Onun dışında erken baskı olayı çok konuşuluyor. Tabi Sabah'inkini bilmiyorum bugün oturup Cumartesi mi konuşuyor ama biz gece 12'yekadar yarıncı ga-

zeteyi konuşuyoruz, ve çok fazla da konuşuyoruz. Taşranın bazı eksik haberlerle çıktığı doğrudur. Ama bu eskiden de böyleydi. Yani gazeteler 100 bin satarken de böyledir, 200 bin satarken de böyledir 300 bin satarken de böyledir. Üretim programları, makina kapasiteleri buna göre ayarlanır, bazı şeyler önce basılır Cumhuriyet acaba Antalya baskısını 2'den sonra mı basıyor, Mümkün değil, herkesin kendine göre kapasitesi var. Tabii ki bu ansiklopediyle artan tirajlar bu kapasiteleri zorladı, çok fazla zorladı. Ona uygun yatırımlar, çözümler de bulunmaya çalışılıyor. Yani bazı varsayımlar tabii ki biz şöyle yaklaşıyoruz. Yani hayal ettiğimiz bir dünya var. Promosyon olmayacak, üç kâğıt olmayacak, yolsuzluk olmayacak yani basında promosyon, diğer alanlarda bunlar olmayacak sonra bir bakıyoruz, dönüyoruz ona göre her şeyi birden baştan aşağı bu değerlerle yargılamaya çalışıyoruz. Halbuki hayat daha renkli yani bir çok rengi var, içinde olumsuzlar olmasına rağmen bir yığın olumlu şey de var, bu olayların içinde. Şimdi örneğin fiyat, fiyat politikası tabii ki şöyle de değerlendirilebilir: Bir sürü maliyet artmıştır, bazı gazeteler yani gazetelerin birbirlerine göre de tirajları eşit bile olsa maliyet yapıları da çok farklı. Kiminin finansman maliyeti yüksek, kiminin belki diğer sabit giderleri daha yüksek pay kaplıyor maliyetin içinde, fakat fiyat saptanırken eğer madem bu promosyon yüzünden gazete fiyatı artırıyorsa, demiyorum şu içinde bulunduğumuz günde, ama bugüne kadar niye Cumhuriyetin fiyatı hep daha yüksek oldu. Bunlardan başka daha bir sürü faktör var. Tabii ki, promosyonun maliyeti de zorluyor ama, promosyonla artan tirajla, madem iktisatçısınız hiç sözü edilmeden birşey var. Ortalama birim maliyet de korkunç düşüyor. Yani promosyonla aynı kadroyla çıkardığımız üçyüz bin satan gazete, bir milyon sattığı zaman, müthiş bir birim maliyet sabit giderlerde birim maliyet düşüşü oluyor. Tabii ki, kâğıt gibi, mürekkep gibi değişken maliyetler artıyor. Ama orada oturup eğrileri çizmek lazım. Yani marjinal getirisi nedir? Birim kâr payı azalabilir ama toplam kâr hacmi artar. O kâr hacmiyle ne yapılıyor. Yatırım mı yapılıyor. Elemanlara mı daha çok para veriliyor. Bütün bunlar daha detaylı incelenmesi gerekiyor. Yoksa promosyon maliyet unsuru, ya bu yüzden gazeteler batır, ya gazeteler sürekli fiyat arttırır.

Umur TALU: Düşünmemiz gereken bir söz, devlet çözsün, devlet halletsin, devlet yasak, devlet sınırlama, devlet ceza, devlet teşvik getirsin diye. Keşke öyle devletlerimiz olabilse bunları çok objektif ve tamamen olgun ve ulvi değerlerle yapabilse. Ama sonuçta devlet dediğimiz şeyler hükümetler aslında.

Tomas Jefferson bundan 200 yıl önce şunu söylemiş: hükümeteşiz gazeteler mi tercih edersin yoksa gazetesiz hükümetler mi tercih edersin diye sorulsa, ben birincisini tercih ederim demiş. Yani hükümeteşiz gazeteler. Tabii ki bu 200 yıl sonra bile bizim için fantazi. Ne devletten ne hükümetten vazgeçemeyeceğimize göre bunları çok fazla birbirine bulaştırmamak lâzım, hükümeti ve gazeteyi. Gazete, şöyle bir yoklayın hafızanızı, son günlerle ilgili de, en çok aklınızda kalan olaylar, en çok iz bırakan olaylar, Bu televizyondan da olabilir, basından da. Hangi gazetelerden geldiği konusunda da eğer bir kaç gazeteye bakma imkânınız varsa, şöyle bir not düşün. Acaba o düştüğünüz nokta aklınızda kalan, iz bırakan olaylarla burda yapılan bir çok yüzeysel değerlendir-

me birbiriyle çakışıyor mu? Yani habercilik yapmamak hükümete iş dünyasına bağımlı olmak gibi değerlendirmeler, üst üste oturuyor mu?

Önemli olan burda, insanların sorumluluğu, vicdani yükümlülüğü, topluma karşı, görevleri. Bu görevler ve bu sorumluluk olmadan isterseniz siz her türlü yasakla her türlü denetimle ya da her türlü teşvikle sınırlar çizin sonunda mutlaka oralarda çatlama-lar olacaktır.

Tabi şunu reddetmek mümkün değil; sonuçta gazete bir işletme; bir işletme ama, çok özgül bir işletme. Bir, burda bilgi üretimi, haber üretimi, enformasyon üretimi yapıyor. Ama bu üretim yapılırken aynı zamanda sınıai bir üretim var, artı bunun ticari yansımaları da var. Yani reklâm almak, reklâm vermek, kâr zarar hesapları, bir sürü şey, Burda önemli olan eğer gerçekten Nezih Beyin dediği noktaya gelinirse bir gün o belki tehlikeli olabilir.

Gazetenin olduğu gibi bütün fikri yapısını tamamen başka niyetlerin işgal etmesi. Ama bu mümkün değil çünkü bunun olması için Nezih ağabeyin arkasından hiç gazeteci gelmemiş olması lâzımdır, Türkiye'ye. Halbuki çok fazla var. Ben biraz bunu bizim kuşağımıza da haksızlık ve artık ikinci kelimeyi söyleyemeyim, büyük haksızlık olarak görüyorum. Yani gazetecilik bitiyor demek benim gazeteciliğim bitiyor demekse haklı olabilir ama gazetecilik bitiyor demek bundan sonra gelen kuşakların hepsi bir takım nitelikleri bütün bu olumsuz niteliklere sahip demekse ben gerçekten üzüldüm, kırıldım, sizlerin de eğer bundan ötürü moraliniz bozulmuşsa mutlaka telafi edilmeli diyorum. Var mı başka?

Pro.Dr. Halil NADAROĞLU: Sanırım tamam efendim. Sayın Umur Talu'ya çok teşekkür ediyorum. Tabi çok çok karamsar bir tablo çizdi. üzüntülerini paylaşmak istemiyorum. Çünkü katılmadığı görüşler de olsa, bu kadar özgür bir ortamda bütün bunları tartışmak, konuşmak aslında çok güzel birşey. Üniversitenin de işlevi bu. Akademisyenler, sayın Talu katılabilir veya katılmayabilir, bazı görüşler ortaya koydular. Kendi meslekdaşları da bazı şeyler söylediler. Dikkat ettinizse şimdiye kadar iki sayın konuşmacı promosyonun genelde lehinde, diğer iki konuşmacı bunun karşısında aleyhte görüşler ileriye sürdüler. Dışsalıklar itibarıyla diyorum. Tabi bu arada, ikinci bir söz hakkınız doğacak (Umur Talu'nun söz almak istemesi üzerine). Şimdi son olarak hangi başlangıçta söze başlarken promosyon veren gazeteler, vermeyen gazeteler diye, veren gazetelerin temsilcileri diye söze girmiştim. İkisinin ortasında vermeyen değil ama o çapta ver de değil deyimiyle belki ifade edebileceğimiz Türkiye gazetesi var. Baş yazarı Sayın Yalçın ÖZER, Buyrun efendin sizin de 15 dakika vaktiniz var.

Yalçın ÖZER : Efendim teşekkür ederim. Ben evvela bu doğrudan basınla alâkalı konuyu bir panel ve tebliğ, mevzuu yaptığı için Marmara Üniversitesi'ne teşekkür etmek istiyorum ve özellikle de Rektör Sayın Prof.Dr.Ömer Faruk Batirel'e teşekkür etmek istiyorum, sözlerime başlamadan evvel şimdi Zafer gelmedi, demin başkan bey de sıraladı, aşağı yukarı bir saflaşma oldu, İstifa, eskilerin tabiriyle, bir ıstıfa oldu.

Olumsuz bakanlar, olumlu bakanlar gibi. Şimdi benim burdaki sayıma göre şu ana kadar ki olumlu bakma oldu. Zafer de olsaydı üç olacaktı: Ben de olumlular sınıfında olduğum birazdan belli olacak dört. Dörtte de olumsuzlar var. Demekki berabere biteceğe benziyor bu promosyon konusundaki görüş şeyi, mücadelesi diyelim. Şimdi aslında bu işi tabi Sabah gazetesi başlattı. Promosyonu değil de, ansiklopedi savaşını diyelim. Sabah gazetesi başlattı ve öyle bir noktaya işi getirdi ki her ay iki cilt de bir Meydan Laroussus'u, Laroussus gibi bir ansiklopediyi her ay ikişer cilt vermek suretiyle çok ciddi bir basın önüne hedef koydu, mecburiyet koydu. Çünkü diğer gazeteler süratle bu sabahın teşebbüsünden sonra süratle tiraj kaybetmeye başladılar. Özellikle Milliyet gazetesinde daha belirgin olmak üzere tiraj kaybı vardı ve gazeteler artık bu halleriyle yarışa veya yola devam edemeyeceklerini anladılar. Yani olmazsa olmaz bir mecburi şart gibi, bu ansiklopedi savaşı başladı. Benden önceki konuşmacılar gayet güzel belirttiler, gerçekten ansiklopedi savaşı alelade bir promosyon savaşı değil, bir kültürel olay gibi görülmesi lâzım gelir. Çünkü bu kadar eve bu kadar sayıda ve dünya çapında kaliteleri ispat olunmuş, tercih edilen ansiklopediler girmeleri de ayrı bir kültürel olaydır ve gazeteleri bu açıdan alkışlamak gerekir. Şimdi bir hikaye var, veya misal diyelim, fıkra ben onu belirteyim evvela sonra kendi konuma geçeyim. Şimdi iki Alman Batı Berlin'de bir Türk lokantasına gitmişler. Orada acılı kebab ve lahmacun ısmarlamışlar, onları yemişler, onlar yeryemez 1.Alman 2.Almana dönüp ya bu Almanya'nın hali ne olacak? Öbür Alman da demiş ki, ben hiç bir ümit ışığı görmüyorum Almanya'nın geleceğine dair. Yani bu fıkrayı söyleyenler şunu belirtmek için anlatırlar; bizde genel bir karamsarlık hali var. Olaylara yaklaşım tarzımız, olayları yorumlama tarzımız genelde hep kötüye yorma şeklinde. Efendim gazeteler dev ansiklopedileri çok büyük finansman şeyleriyle vermeye mi çalışıyorlar, bunda bir büyük felâket var bunun arkasından şunlar gelecek bunlar gelecek, şu olacak, bu olacak. Efendim şimdi aslında burda şunu görmek lâzım mutlaka her olayın arkasından felaket gelmiyor. her menfi, her olumsuz gelişme bir başka dengeyi davet ediyor. Tabiat da bu böyle. Doğal çevrede de böyle, sosyal çevrede de böyle, ekonomik hayatta da bu böyle. Yani gelen bir menfi durum, arkasından getirdiği müspet durumlarla yeni bir denge ortamına bizleri, toplumu, tabiatı neyse, çevreyi sürüklüyor ve daha değişik bir denge ortamına gidiyoruz, felâkete gitmiyoruz. Bu promosyon olayı da böyle. Karamsar bakmaya, bu işin arkasından felaketler üretmeye hiç gerek yok. Aksine ben olayın içerisinden çok daha büyük faydalar ortaya çıktığına inanıyorum. Bu faydalardan bir tanesini daha söyleyeceğim, deminki ansiklopedi faydasından hariç olarak. Şimdi biraz önce dendi ki, promosyon haberciliği öldürüyor. Umur Talu çok güzel anlattı bugün gazetelerde hakikaten çok güzel bir haber humması var. Bu tabi bizim mesleğin içinde olanların görebildiği bir şey. Dışardan olanlar görür, görmez veya görse de inanmaz, görmeden inanmaz. Şimdi yalnız şu da var: Bu habercilik, büyük ölçüde gazetelerin mali güçleriyle yakında alâkalı bir konu. Yani, gazetelerin mali bakımından zenginse hem teknolojik bakımdan haberin akışını hızlandırıcı teknolojileri almak bakımından hem de iyi eleman istihdamı bakımından mutlaka o gazete daha iyi avantaj elde eder. Yani birinci şartı budur bu işin. Bunun promosyonla ilgisi nedir? Bunun promosyonla ilgisi, gazetelerde promosyonla beraber finansal ge-

nişleme, bir mali genişleme oluyor ve gazetelerin harcama imkânları çoğalıyor. O zaman daha evvelden diyelim ki haberciliğe, habere çok, belki oransal olarak düşük bir kaynak ayırmış olan gazete daha büyük kaynakları ayırmak ihtiyacıyla karşı karşıya kalabiliyor. Bunu kendi gazetemizde yaşadığımız için burda belirtmek isiyorum. Şimdi bir de şu hadise var: Şimdi Türkiye'de biliyorsunuz bir basın altyapısı diyeyim, tabiri belki eksik ama, basın alt yapısı diyeyim hazırda böyle bir basın alt yapısı yok. Buna sahip değiliz. Yani batıda, Uzak doğu'da gazeteleri günlük olarak bir o ülkedeki dağıtım sistemi, dağıtım şirketleri yaparlar. PTT yapar mesela. Günlük düzenli bir şekilde gazeteler okuyucularına gider. Bizde ise bayi sistemi var. Bayi sistemi ise tamamen okuyucunun keyfine bırakır gazete almayı şimdi gazeteler genelde çok büyük iade yüzdeleriyle çalışıyorlar. Türkiye'de, o ülkelerin aksine. Bu da tabii kağıdın pahalı olduğu bugünkü Türkiye'de maliyetleri artıran bir rol oynuyor. Şimdi promosyon burda şu faydayı sağlıyor: promosyon veren gazete kupon yayınlıyor. O kuponu günlük olarak sırayla okuyucu biriktirmek zorunda, kesmek zorunda. Dolayısıyla günlük olarak o gazeteyi almak zorunda. Yani burda bir çeşit bir basın alt yapısı telafi ediyor, bir manada. Bizde olmayan birşey bir başka şekilde ikame ediyor. o onun yerine konuyor. Bu da müspet birşey. Gerçi her okuyucu kuponu kesmiyor. Her okuyucu ansiklopedi veya neyse verilen promosyonu almıyor. Ben ansiklopediden önceki rakamları biliyorum %60 falan civarında idi. Yani aylık bir gazetenin net satış ortalaması ile verdiği promosyon miktarı arasındaki fark %40 yani her 100 okuyucudan demek ki 40'ı bu tip promosyona iltifat etmiyor. Ortalama bu rakam, değişebilen bir rakam bu. Demin Umur Talu da güzel belirtti, hakikaten gazetelerde haber için koşuturanlar başka insanlardır, promosyon için koşuturan insanlar başkadır. Dolayısıyla bu haberle karşılıklı etkileşim meselesini ben bir türlü çözemedim, anlayamadım. Yani bir gazete toplam olarak işini gücünü bırakıp promosyona koşmuyor, bir kısmının haberlerle ilgili görevleri var habere koşuyorlar, bir kısmı da promosyona . Burdan haber aleyhine bir durum çıkacağına inanmıyorum. Şimdi bu vergi meselesi tebliğde yer aldı. Vergi meselesinde de büyük bir kayıp olduğu ve gazete okumayanların üzerine bu yüklerin geldiği filan ifade edildi, tabii bunlar oldukça benim gördüğüm kadarıyla afaki, subjektif hükümler, çünkü promosyon bir sektörü canlandırıyor. Arkasından bir büyük istihdam meydana getiriyor bir ek, bir ekonomik canlanma. Bunun faydaları neyle hangi kriterle ölçülüyor bilmiyorum. Ayrıca satış artışı, ayrıca girdiler, belli KDV'lerle giriyor ve çıkıyor, dolayısıyla %12 ile giriyor %6 ile çıkıyor gazete. Bunlardan dolayı da, ek bir vergi geliri artışı meydana geliyor. Mesele kurumlar vergisi ise, kurumlar vergisine katılmak hiç mümkün değil çünkü, kurumlar vergisi Türkiye'de, dünyada hiçbir ülkede uygulanmayan ölçüde yüksek, haksız bir vergi. Bu kurumlar vergisinde mutlaka bazı iyileştirmeler yapılması gerektiğine inanıyorum, çünkü şirketlerin büyümesini önüyor, gelişmesini önüyor. Tabii bir de sübvansiyon meselesi var. Gerçi Allah korusun devletten hiçbirşey istemiyoruz, beklemiyoruz, hele müdahalesinden Allah korusun devletin basına çünkü müdahale ettiği gün kendi reklamını ister. Somut manasıyla hükümdür bu, o bakımdan sübvansiyon derken şunu belirtmek için söyledim devlet trilyonları tütüncüye, trilyonları patates üreticisine aktarıyor fakat vesileli vesilesiz, vasıtalı vasıtasız basına bir kuruş sübvansiyon yapmıyor. Yani bu

açından da biz istemiyoruz ama maliyeden alacaklıyız yani. Bir tek tabi şunu belirtmek lazım, Özgen Bey onu güzel anlattı basın kendisine yakışan promosyon vermeli. Traş bıçağı, diş macunu bilmem çamaşır deterjanı, şu bu, bunlarla olmaz bu iş. Bu biraz işi ciddiye almaya götürdü ve sonradan da zaten bunlardan vazgeçildi. Yani basın, basın faaliyet alanı itibariyle bir kültür, eğitim ve siyasi özellikler taşıyan bir faaliyettir. Dolayısıyla basının vereceği promosyonlar kültüre yönelik olmalıdır, eğitime yönelik olmalıdır. Bunlar hiçbir zaman yadırganmaz, ve aykırı da kaçmaz. Ama güzellik yarışması dedi. Güzellik yarışmasını Cumhuriyet başlatmış tabi sonunda fuhsiyata dönmüş yani bu tip şeyin de buraya gelmesi kaçınılmazdı. Orda öyle başladı ki, buraya geldi. Bu bakımdan basının bu işlere el uzatmasını çirkin ve sakıncalı buluyorum. Hatta ben Türkiye gazetesi mensubu olarak çıplak resim basılmasını dahi gazetecilik ilkeleriyle bağdaştıramıyorum. Çünkü burada satılan başka birşey oluyor. Şimdi, son olarak bir noktayı daha belirteceğim, o da şu, basına bir takım misyonlar, bir takım fonksiyonlar yüklemenin de aleni yok. Yani basın efendim yarı kamusal bir faaliyettir. Basın demokrasinin işlemlerinden sorumlu bir fonksiyon icra eder, basın şudur, basın budur gibi.

Evvla şunu belirtmek lâzım. Basın bir kere bir ticari faaliyettir. Buraya şimdi demin Oktay Bey'le kısaca konuşurken aramızda geçti bu konu, mesela bir iş adamını buraya getirsek hani ne diyoruz? Diyoruz ki, Türkiye'nin gelişmesini ve kalkınmasını, yerli iş adamlarımızı sanayilerimize borçluyuz. Onlar yapmalıdırlar diyoruz. Bunu onlardan bekliyoruz. Ama bir tane sanayici gelse buraya, dese ki, eğer kendim için çalışıyorsam namerdim, ülkem için çalışıyorum vatanım için çalışıyorum dese buna inanmayın sahtekârca bir sözdür bu Siyasetçi de söylüyorsa aynı şey meydana gelir. Gazeteci söylüyorsa yine aynı anlama gelir. Çünkü esas olan bir kere evvela, ticari garantileri ele geçirme, elde etmektir. Yani bir kimsede gazete patronu veya bir ne bileyim tekstil sanayiinin patronu eğer bankalara milyarlarca lira borcu birikmişse, haciz kapıdaysa burda bu kimseden işletmeden hiç bir ilke bekleyemezsiniz. Hiç bir ilke isteyemezsiniz. Son zaman işte memleketin geleceği falan diye bu tür lâflara hiç girmeyin, mantıksız kaçır. Gazeteci için de aynı şey söz konusudur, gazetelerimizde de, yalnız şu var tabi, gazete faaliyeti ile sonuçta bir çoğulculuk, sonuçta bir demokrasiye hizmet fonksiyonu kendiliğinden ortaya çıkar, spontane ortaya çıkar. Aynı şekilde yerli sanayicilerimiz, özel müteşebbislerimiz ne kadar çok gelişirse, ne kadar çoğalır, ne kadar ilerlerse, bundan da sonuçta, toplam olarak Türkiye genelinde bir ilerleme ekonomik kalkınma gelişme sonucu kendiliğinden ortaya çıkar. Şimdi devlet burda bu işi doğrudan doğruya mesulün sorumlusun diyerek, bir takım kayıtlar koyarak eğer basına, eğer sanayiciye, eğer siyasetçiye her neyse yüklerse o zaman hedeflendiği bir şeylerin tamamen tersine sonuçlar alır. Teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: Efendim, sayın Yalçın Özer'e ben de teşekkür ediyorum. Toplantıya başlamadan önce, II. oturumu açmadan önce bir arkadaşımız bir dinleyici bana geldi ve dedi ki acaba hocam bugün bu toplantının sonunda promosyonla ilgili olarak bir konsensüse varmak mümkün olabilir mi? bilmiyorum beklিয়ে-

lim dedim. Şimdi dinledikten sonra bunun cevabı kendiliğinden ortaya çıkıyor zannediyorum. Tabi bütün görüşlere ayrı ayrı saygı duyuyorum. Sayın konuşmacılar öyle görüşler ortaya attılar ki bunlardan bir çoğunun teker teker ele alınıp ayrı toplantılarda tartışılması lâzım. Sayın Özer Kurumlar Vergisini dahi bir kalemdede reddedecek hale geldi. Tabi bu da apayrı bir tartışma konusu olarak ele alınıp irdelenmesi lâzım. Tebliğ sunan ve yorum yapan arkadaşlarımızın yazılı bildirimlerine karşı da pek çok görüşler ileri sürüldü. Çoğu karşı olmak kaydıyla. Doğrusu böyle bir toplantıda onlara da cevap hakkı tanımak daha önce de arzettiğim saat tam 17'de toplantıyı kapatmak zorundayım. Bu itibarla şimdi özellikle basınımızın bu son derece mümtaz temsilcilerine birbirleriyle karşı görüşler ifade ettikleri için tekrar 5'er dakikalık bir cevap hakkı tanıyorum. Yine aynı sırayla buyrun Sayın Demirkent 5'er dakika lütfen.

Nezih DEMİRKENT: Siz beni uyarın çünkü biraz aşabilirim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU Aşmayın lütfen

Nezih DEMİRKENT: Şimdi öncelikle şunu söyleyim Umur'u üzdüğüm için ben çok üzüldüm. Ama peşinen şunu söyleyeyim Oktay'ın da Umur'un da benim gibi düşündüğüne inanıyorum. Bugünkü konuları dolayısıyla böyle konuşuyorlar veya ben burada kimseyi yargılamıyorum bir tespitte bulunmak isityorum. Gazetecilik bitti mi bitmedi mi konusuna gelince laf uzamasın Umur'un grubunun çıkardığı grubun dergisinde Umur'dan daha genç bir gazeteci arkadaşın lâfi. Buyur Umur'cuğum.

Umur TALU: Ben okuyorum.

Nezih DEMİRKENT: Bu lâfi ben söylemiyorum. Bu sizin grubun lâfi. Gelelim deminki lâfa. Oktay Ekşi kardeşimin Hofer bir ajanstı reklâm ajansıydı. Bugün Allaha şükür yüzlerce reklâm ajansı var hepsine bağımlı gazeteler. Geleyim haber kısıtlamasına haberin gelişmesine Umur sana da söylüyorum bir haber humması var dedi Sayın Özel, doğru haber humması var. Biz Somali'deki askerini olayını izlemiyoruz 940'lı yıllarda Kore'deki olayı izliyorduk. Biz Saraybosna'daki olayı izlemiyoruz izleyen gazetecimiz Sırp askerini öldürüyor. Daha önce olurmuşdu bunlar? Soruyorum size. Soruyorum size Anadolu'da özellikle sizin yönetim kurulu başkanı olduğunuz haber ajansının Anadolu'da çok bürosu vardı bugün kaç bürosu var. Soruyorum Özgen'e Anadolu'da ki gazetecileri tasfiye edip kadrosuz bırakıp Anadolu'da haber almıyor muyuz? Daha mı arttı daha mı azaldı? Almanya'dan kaç haber geliyor. Eskiden kaç haber gelirdi. Strasbourg'da mafya yakalandı hangi gazetede çıktı. Soruyorum size Türk devletlerinde matbaa açmayı düşünen 3 büyük gazete var mı? Almanya'da 15 sene evvel bu üç büyük gazete matbaalar açtı. İlerledik mi? geriledik mi? İlerledik. Telefon gazeteciliğinde ilerledik. Yine sizi üzmemek istemeden birşey soruyorum. Sayın Cumhurbaşkanı diyor ki: Ben bu gün kadar basının karşısına çıkmadım. Bugüne kadar olanlar gazeteci arkadaşların benden sohbet konuşmalarıydı. Bunlar haber değildi hatta bazılarından rahatsız oldum" Bu söze karşı benim haber humması arkadaşlarım

niye reaksiyon göstermedi. Ki bu haberler gazetelerin manşetlerine çıktı. Özal hükümette savaş açtı. Açmadı mı?

Şimdi gelin, gelin insafılı olarak konuşalım. Habercilik geriledi haberin unsurları kayboldu, haberciliğin vasıfları kayboldu. Ve ben ne benimle gazeteciliğin bitmeyeceğini biliyorum ne Umur'la bitmeyeceğini biliyorum. Ama bildiğim birşey daha var. Burda Sayın Özgen'i saymıyorum ama Sayın Ekşi Sayın Umur Talu benden çok daha fazla hele Oktay ile yıllardır çalışıyorum. Onların söylediklerini ben söyleyebilirdim ama benim söylediklerimi onların söylemesi lâzımdı. Bir yanlışlık var ortada. Ben burada hasbel kader bir gazete sahibiyim. Ama onlar bilfiil gazeteci. Haberle meşguller Şimdi haber Anadolu'da çok iyi diyorlar, ama Anadolu'da bir şey kalmadı. Anadolu'dan haber gelmez oldu. İstanbul'a kar yağınca Türkiye'ye kar yağıyor. Niye bunları kabul etmiyoruz. İki, Anadolu'yu inkâr ettik, Avrupa'yı inkâr ettik Ankara'nın göbeğine Çankaya'ya bağlanmadık mı? Gazetelerimizi açın kaç tane haber Ankara mahreçli kaç tane haber kaynağında var ben kimseyi yine yargılamıyorum. Ama bir noktada Sayın Başkan diyor ki bir konsensüs bir mutabakat yok mu?

Var, Sayın Başkan önce üç gazete anlaştı. Yani üç gazete anlaştı. Yani bizim dışımızda anlaştılar ve kim ne derse desin bağımsız ben yine söylüyorum. Sayın Özer ben bunu anlamıyorum diyor. Haber kısmını burada Umur'da bana söylesin çünkü çok mesleğine saygı duydum hangi promosyon dolayısıyla bir adam köşe yazarının yazısını başka sayfayı aktarır da iki sayfayı birden bu konunun takdimine ayırır. Bu yazı işleri müdürünün dışından gelen baskıdır. Gazetenin ön sayfası ile arka sayfasının buraya tahsis edilmesi yazı işleri müdürünün arzusu dışındadır. Ama yazı işleri müdürü bunu yaptı diye suçludur demiyorum, yargılamıyorum. Bugün bu tabloyu yaşıyoruz. İstesek te yaşıyoruz istemesek de yaşıyoruz. Mühim olan şu ben sözümü bağlıyorum. Türkiye'de gazetecilik krizde. Bu pırıl pırıl gençler yüzünden değil patronluk ve müessesesi dolayısıyla, bu patronluk müessesesinin gözden geçirilmesi lâzım dediğimiz zaman bir çok kişi daha kızacak ama ben artık patron oldum. Diyorum ki, patronluk müessesesinin değiştirilmediği müddetçe Türkiye'de basın, tekrar söylüyorum Umur bugün yok diyorsan ben var diyeceğim ve özel yerde ben sana ispatlayacağım reklâm veren reklâm ajansı gazete sahibi veya gazete üretici ilişkisi o kadar dar çember içine giriyor ki habercilik gözardı edilir oldu. Benim endişem burda, ben işte geldim gidiyorum ama haber olarak önemli olayları görmüyoruz. Haber olarak önemli olaylara bakmıyoruz ve bir tren gidiyor bu sadece bize de mahsus değil. Özür dilerim sizi üzdüğüm için ama ben akşamleyin Star televizyonunu da izliyorum, eskiden hiç bir grup kendi yönünde kendi tarafında haber yapmazdı. Şimdi yapıyor. Rahatsız olmuyor musunuz? Olmuyoruz deyin elinizi öpeyim teşekkürler.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU Çok teşekkür ederim. Mersi Sayın Demirkent mesleğinin genç kuşaklarına adetâ bir vasiyet gibi şu beyiti hatırlatıyor. Avaze-i bu alame Davut gibi sal Bakî kalan bu kubbede bir hoş sada imiş demek istiyor. Sayın Ekşi,

Oktay EKŞİ: Efendim. Sayın Başkanımız teşekkür ederim. Bir iki noktayı berrak-

laştırmaya ihtiyaç var. Gerçekten bizim Sayın Demirkent'le meslek dünyasında epeyi eski ve uzun süren ortak mazimiz var. O nedenle tabi birbirimizin kafa yapısını olaylara bakış şeklini falan iyi bildiğimizi düşünüyorum. Dedi ki Sayın Demirkent, bu sözler benim değil Oktay'ın onun sözleri de benim olmalıydı. Aslında ortada ihtilafı bir nokta yok. Şu anlamda Sayın Demirkent de bilir meslek dünyamızda diğer dostlarımız da bilir ki promosyona her zaman karşı çıkan birisiyim birinci konuşmamda da zaten onu söyledim. Benim karşı çıkmam birşey ifade etmiyor, çözmüyor. Dedim ki, ayrıca bizim şunun bunun, şu veya bunu istememesi değil tayin edici faktör. Tayin edici faktör eğer olsaydı meseleyi çözerdik. Ortada gerçekler var beğenmediğimiz gerçekler var. Beğenmediğimiz gerçekleri nasıl sosyal yarar sağlayacak konuma yöne çevirebiliriz. Bizim meselemiz budur. Birinci konuşmadaki temel mesaj buydu. O nedenle sayın başkanın da berraklaştırmak istiyorum. Promosyonu isteyen bir Oktay Ekşi hiç olmadı, bugün burada değil ve olmayacak. Çünkü inancım, meslek inancım aykırı. O nedenle dedim ki keşke olmayabilse de şu 1-1,5 trilyonluk kaynağı bu mesleğin gelişimine aktarabilse idik. Ama ne yaparsınız ki bu acımasız rekabet ortamı gazeteleri beklenmedik bir tarihte beklenmedik bir zeminde boğaz boğaza kavgaya götürdü, kuralımız ne? Rekabet. Kuralımız ne? Özgürlükçü demokrasi. Kuralımız ne? Çoğulculuk. Bu Vahşi tablo, bu acımasız bence de çok çirkin kavga bu kuralların maalesef savunmak durumunda olduğumuz ve gerçekten de çok yararlandığımız bu kuralların içinde çıktı. Bunu yarara çevirelim benim dedim bu o nedenle meselenin öbür tarafını da akademisyen dostlarımızın olumsuz bakışını da eleştirerek o tarafını da görelim istedim. Bu noktada böylece berraklaştıktan sonra izin verirsiniz bir başka noktaya. Aca ba gazeteciliğimiz ölüyor mu daha iyiydi. Mesleğimiz hepimizin burada samyorum gazetecilik meslek tarihini bilen bir hayli genç insan var. Mesleğimiz Bab-ı ali'den İhsan-ı Şahane, Saraydan İhsan-ı Şahane koparılarak başlamış bir meslektir. Türkiye'de basın 1830'lu yıllarda yaşamına böyle başlamıştır. Bunu böylece görelim. Ondan sonraki yıllarda yine kese ile altın almak için paşaların ardında sadrazamların ardından dolaşan memur gazeteciler elinde bu meslek yıllarını geçirmiştir. Benim mesleğe başladığım tarihte dahi gazetecilerin itibarlı geçinenlerinin itibar ölçülerinden birisi tahsisatı-medreseden o zamanki tabirle örtülü ödenekten para alıp alamayan kategoriden olmağı. Alabilenler fiyakalarından geçilmeyen adamlardı. Kâsenistlik temel fiyaka unsuru yani çanak yalayıcılık ve onun bir sonucu olarak dalkavukluk kalemiyle dalkavukçuluk yapmağı. Bu toplum bunları her zaman üretti. Her ortamda bunun örneklerine rastlarsınız. Bugünde vardır, dünde var idi. Göreceli olarak tablo nereye gidiyor. Ona bakmak zorundayız. Ben diyorum ki, Türk basını gönlümün istediği yere hiç bir zaman gelmedi. Belki ben göremeyeceğim. Ama Türk basını şöyle baktığımızda bugün batmıştır gitmiş demek ve karamsar yaklaşımla hüküm koymak büyük bir haksızlık olacaktır. Ben haber ajansının genel müdürlüğünü yaptım. Sayın Demirkent gazetenin basında genel müdürü idi ve çok yakın ilişkimiz vardı. O zaman bizim Anadolu'da 14 büromuz 620 telif hakkı ile çalışanlarla 26 ya çıkardı inerdi ama telif hakkı ile çalışanlarımız ve 70 kadar da kadrolu elemanımız vardı. Şimdi haber ajansının bütün bu rakamları şimdi ki genel müdür Hasan Yalım Erdem'den öğrendiğime göre hepsi 2'ye 3'e katlanmış halde. Bildiğim kadarıyla büroların sayısı 28 falan oldu. Muha-

birleri arttırdılar. Servisi benim duyduğuma göre hem haber seviyesi itibarıyla hem sayı itibarıyla çoğalttılar. Şimdi dışarıya bizim verdiğimiz hizmetten daha fazlasını verme iddiasındalar. Demek istediğim şu, benim mesleğe girdiğim tarihlerde Sayın Nezih Demirkent çok iyi bilecekler Hamdi Bekir'i burada Kazma Ailesini, Ankara'da Akbay'ı, bunlar, bayiler gazetelerin patronlarına para verirlerdi. Borç para verirlerdi. Gazeteler onlarla dönerdi. Hofer bir taneydi bugün 5 tane doğrudur. Bankalar var 100 tane elbette olacak niçin Türkiye geliyor. Hofer tek kalacak mıydı? Türk basını eğer o Hofer bağımlılığından kurtuldu da bugün çeşitli alanlardan finansman sağlayabilecek noktaya geldiyse kurumlaştıysa ki kendisinin çok emeği vardır. Eğer Çadır tiyatrosundan Türk Basını kurumlar dünyasına geçtiyse ve oyunu onun kurallarına göre oynuyorsa bankanın kapısına gidiyor kredi alabiliyor ve onu ödeyebiliyorsa veya ödeyemiyor veya fatura istenebiliyorsa bundan niye şikayet edelim. Hani biz gelişmekten yanaydık. Hani çoğulculuktan yanaydık. rakamlarımız büyüyecek sorunlarımız da büyüyecek önemli olan rakamlardan sorunlardan doğruyu, güzeli, olumluyu çıkaracak mıyız, çıkarmıyacak mıyız? Ona bakalım. Ben bakıyorum genç meslektaşlarımız benim başladığımdan çok daha donanımlı meslektaşlarım var. Çevremde onlara yetişmek için ben uğraşıyorum. Benim önümdekilerle fazla kavgam kalmadı. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU İkinci turda dikkat ettim, açıklıklar giderek kapanıyor. Hani kaddi yara kimi asar demiş kimi elif / Cülenin Mahsudu bir ana rivayet muhtelif

Şimdi Sayın Özgen Acar lütfen,

Özgen ACAR: Sayın Ekşi dedi ki Babı-Ali mesleğimiz Babı-Ali'nin insanlarıyla başlamıştır. Doğrudur. Daha sonra tahsisat-ı Mehsune yani örtülü ödenek dönemi gelmiştir. Bugün de örtülü ödenek dönemi gelmiştir. Bugün'de Çankaya'dan kaynaklanan yağdanlık kademeleri var demek ki durum değişmemiş. Ben gazeteciliğe başladığımda biz Ankara'da 135 kişiydik. Sayın Ekşi benden 3-5 yıl önce başlamıştı. Hatırlayacaktır. O zaman 8-10'u geçmedi Üniversite mezunu yahut yabancı dil bilen gazeteci Ankara'da Bugün Ankara'da Türkiye'de binlerce gazeteci var. Lisan bilen yabancı dil bilen bilgisayar kullanan canavar gibi fotoğraf makinelerini harekete geçiren basın dünyasının her tarafında bir şövalye zırhlar ü güzler içinde arkasında bir kapak var. Açıyor elinizi içine sokuyorsunuz. İçinden bir insan çıkıyor. Bu da gazeteci. Bu gazeteci çeşitli ülkelerde değişik boyutlar. Türkiye'deki boyut gittikçe büyüyor içindeki ancak basını bugün gazeteleri gazeteciler değil holdingler çıkardığı için içindeki adamı güçlendireceği yerde dışındaki o korkutucu caydırıcı basını cilalama parlatma yoluna gidiyorlar bu yayınlarla. Bugün Türkiye'deki olay budur. Basın kamu hizmeti yapan bir ticari kuruluştur. Bunu algılamak lâzım. Hiç bir devletin basının kamu hizmeti kamuoyuna haber vermesi olgusuna müdahalesi kesinlikle düşünülemez. Basını bu amaçla iktidarların finanse etmeleri subvansiyeye etmeleri kesinlikle düşünülemez. Bu gidış tehlikeli bir gidıştır. Bugün bir kartelleşmeye tröstleşmeye, tekelleşmeye gidilmektedir. Nasıl liberal ekonomide tekelleşme olmazsa, kartelleşme olmazsa, aspirin

satan adam süpürge dağıtmazsa aynı zamanda ticaret hukuku ticaret yasalarında bu kartelleşme önlenmelidir. Kamunun haber alması açısından, özgürlükler açısından çok seslilik açısından benim devletin değil parlamentonun bu sektöre müdahalesidir. Nasıl aspirin süpürgeyle beraber pazarlanamayacaksa. Benim demek istediğim olay budur. Sayın Talu'nun bir şansızlığı var burada promosyon yapanları tek başına temsil etmek durumunda burada Sabah'taki arkadaşım gelmedi, onlar başlatmıştı bu olayı. Tarhana çorbası ile deterjanı ile birlikte Hürriyet Gazetesinde yönetici durumunda olacak kimse yok. Çünkü sayın Ekşi kişisel sözlerini açıkladı. Bu bakımdan ben Umur'un sessizliğine katılıyorum. Ancak bir olayı vurgulamak istiyorum. Şu grafiğe baktığımızda Milliyet güzel bir olay yaratmıştır. Yarışa sonradan başlamıştır. Ama yarışı başlatanlara çeşitli boy tarihler etmiştir. Bu iyi ata oynadığı için bu yarışı kazanmıştır. Ama benim söylediğim bir olay var ufak bir nüans sayın baş yazarları Altan Öymen diyor ki ben yazıları saat 10'da teslim ediyorum. Parlamento 15'de toplanıyor. Altan Öymen'in yazıları 10'a kadar nasıl yazılıyor ben bunu soruyorum.

Ben Ataköy'de oturuyorum, Milliyet gazetesini alıyorum Bab-ı Ali'ye geldiğim zaman kıyaslıyorum bırakın taşraya Anadolu'ya gitmeyi, Milliyet gazetesinin Ataköy'de bana gelen baskısı taşra baskısı, istiyorlarsa kendisine göndereyim. Ee nerde kaldı İstanbul baskısı 12'ye kadar haber düşünüyorlarmış, bunu da takdir ediyorum düşünsünler. Ama bana da Ataköy'e taşra baskısını göndermesinler. O halde sizden rica ediyorum, hani İngiliz kraliçesinin sabah uyandığında gümüş tepşiler içersinde kuşe kâğıda basılmış Times Gazetesi getirilirmiş veyahutta New York'ta Rockefeller New-York Times'in şeyi, yani anlaşılın Milliyet'in Rockefeller baskısını almak için ille Babıalide oturmak gerekiyor, bırakında okuyucuya da ulaşsın bu benim söylemek istediğim olay buydu. Bir dakika. Bu içel demin değinmediğim bir olay vardı, bu ekonomik açıdan önemli olan bir olay daha var. Bugün Türkiye'deki bu kâğıt olayı Avrupa kâğıt piyasasını alt-üst etmiştir. Bugün Türkiye'deki kâğıt fiyatları Almanya'daki gazetelerin fiyatlarını artırmıştır, İngiltere'deki gazetelerin kâğıt fiyatlarını artırmıştır, bu boyutlarda genişleme göstermiştir. Aynı şekilde ansiklopediyi basan kâğıtların kalitesindeki kâğıtların fiyatlarında artmıştır. Şimdi bunların yanısıra ne olmuştur Türkiye açısından, bırakın vergi olayını bir yere, Türkiye'nin turist gelsin ihracat yapalım diye uğraşılın dövizleri kâğıt uğrunda promosyonlar uğrunda rakamını bilemiyorum (Ekonomistler herhalde bunu çıkartırlar) yurt dışına gitmeye başlamıştır. Dolayısıyla, benim söylemek istediğim şey şu, bu 1 Mart tarihli Protokol önemlidir. inşallah bu ateşkes değil barış 1 Ekim'de sürer. Aksi halde yakında yani 1 Ekim'de ne olacak onu söyleyeyim size. Ansiklopedilerin, tarhana çorbalarının yanında 30 kupa gazete dağıtacaklar. Babıalide. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU(Oturum Başkanı)

Sayın Talu şimdi konuşmasıyla hiç de şanssız olmadığımı ispatlayacak, buyrun efendim.

Umur TALU: Şimdi bir kere iki gazeteyi temsil etme diye bir yükümlülüğüm hiç yok. Kendi gazetemi temsil ediyorum, artı bu üç gazetenin ortak noktası büyüklük de-

miyelim çok satmak, ve ansiklopedi vermekse bile üç gazetenin mantalitelilerinin ne kadar farklı olduğunu üçünü birden izleme şansını bulan zaten anlamıştır bugüne kadar. Bu olaya yaklaşalım en azından diyorum. Şimdi şu 1 Mart olayından başlayalım en sondan, sonra. Atatöy'den dolaşarak Cumhuriyet'e ve Babıaliye oradan da biraz Dünya'nın oraya doğru gideceğiz. Beş dakikada bu turu tamamlayacağım.

Şimdi bu 1 Mart olayı, ben hiç bir önem vermiyorum. Bundan da gazetelerin promosyo'na son vereceği anlamını da çıkarmıyorum. Bu 1 Mart olayı tamamen demin Özgen bey'in özetlediği gibi. Bu yarışsa, yarışa geriden başlayan, diğerlerine göre belli olanakları daha kısıtlı gibi gözükken Milliyet'in kendi gazetesinin imajıyla verdiği ürünün kalitesi ve imajının birleşmesiyle diğerlerinin önüne geçmesinin ve diğerlerinin deterjanla şunla bunla bu farkı kapatamamasının sonucudur. Yani Deterjan vermekle yükseltilen günlük, haftalık, aylık ortalamalar, dış macunu ile yükseltilen haftalık, aylık ortalamalar sonuçta bu ansiklopedi olayı ile sınırlı olarak bir işe yaramadı. Demin rakamlarla anlatıldı işte, Milliyet 1 milyon üstünde, Sabah 900.000'lerde, Hürriyet 800.000'lerde. Bu çok önemli değil kimin önlerde kimin arkada olmadığı. Ama bunun için şu mantık yatıyor bu 6 aylık sürede ansiklopedi biter ansiklopedi savaşını kim başlattıysa, başka bir savaşı da başlatır. Benim bütün bu 1 Mart'ta beklediğimde bu. Ama geçici bir süre belki üstüne bir sürü değerlendirme yapılması açısından iyi bir şey. Şimdi ordan gelelim Ataköy olayına, ben de Atatöy'de oturuyorum. Özgen bey'e tavsiyem; gazetesini kimden alıyorsa kesinlikle kontrol etmesi, çünkü böyle bir şey yok yani, komik. Yani şu var gazetede saat 2'de de 3'te de 4'te de bir takım değişiklikler var, 4'te yaptığımız değişiklik 20.000'yere 5'te yaptığımız 10.000 yere ya da bu rakamlar daha da yüksek. Bu tür değişiklikler olabilir ama bu sabaha kadar olan dinamizmin sonucu, hiç dinamik olmayıp da gündüz yaptığı gazete ile sabah yaptığı, aldığı aynı olan gazeteler hiç olmazsa bunu söylemesinler. İkinci Dünya'nın oraya doğru gelinece Nezih ağabeye şunu söylemek istiyorum. Çok hoş şeyler söyledi. İdeal olarak ta baktığımızda belki herhalde çok da hoşunuza gitti çok da alkışlıyorsunuz. Ama keşke onları giderken değilde gelirken söyleseydi. Çünkü bu babıaliyi biz onlardan devir aldık, anlatabiliyormuyum. Bu promosyon savaşı bu kadar şiddetliyse de Nezih bey'in engin tecrübesine güvenen Asil Nadir'in başlattığı bir savaştır. Keşke o zamanlar söyleselerdi de bu noktalara gelmeden, bizlerde adın atmasaydık. -Ben Asil Nadir'in habercisi değilim ki, yanlış haber yapma, -Yanlış haber değil yani-

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: (Bu konuya toplantı sonrası devam, buyrun sayın Talu.)

Şimdi, tabi burda başka şeyler sormak, başka şeyler duymak da istiyebilirdiniz ama her polemğin de kendi içinde doğruları yanlışları, işte katalizör görevini de oynuyor polemikler.

Şimdi öyle şeyler duyuyorum ki, tabi hiç diğer iki gazete, kesinlikle bunu söylemiyorum, diğer iki gazete beni hiç ilgilendirmiyor. Ben burda Milliyet adına ve sizin bildi-

ğiniz Milliyetin çerçevesi içinde konuşuyorum. Ama meselâ, talihsiz şeyler duyuyorum, şimdi Özgen bey diyor ki, tekelleşme işte hakikaten batıda çok değişik kurallar vardır ama batıda değişik üniversiteler vardır, batıda değişik siyasi partiler vardır, batıda değişik anlayışlarda vardır. Bizim kendimize göre kurallılık ve kuralsızlık arasında bir yaşamımız var. İlke yok çünkü, kural koysanızda ilke yok, kuralsız da olsa ilke yok, bu toplum ama hep, kurumuyla basınıyla, üniversitesiyle, siyasetiyle bütün bu kaos içinde bir doğru yol bulmaya çalışacak. Bu toplumda buna güvenmemiz lazım, aksi halde terkedelim gidelim burdan. Ama bunların içinde herşeye de olumsuz bakacağız diye olumlu olabilecek olayları, potansiyelleri gözden kaçırmakta gelecekle ilgili önemli veriler kaybettirir bize. Şimdi tekellilik konusu, tabi batıda bir takım yasalar var, çünkü birşeylerin sonucu çıkmış o yasalar, ama meselâ ben bunu duyarken şunu daha önce hiç bilmemiş olmayı isterdim. Peki madem bu kadar-Cumhuriyet adına konuştuğunu varsayıyorum Özgen bey'in-Cumhuriyet bu tekelliliğin üstünde hassasiyetle duruyor da, neden bir sürü bazı belki Özgen bey'in hiç haberi yoktur, bazıları Cumhuriyeti Milliyet'e satmak istediler.-Eski yönetim değil Cumhuriyeti sizin haberinizi yok, nasıl Altan Öymen'in Saat 10'da yazı istemesinden benim haberim yoksa, onu siz biliyorsanız, sizin gazeteyle ilgili ben demek daha çok şey biliyorum-Yani bundan şunu demek istiyorum, bu eski yönetim, yeni yönetim mantalitesi değil, biz içimizde bir sürü kötü şey de barındırıyoruz. Çünkü bu toplumdaki bir sürü renk bize de yansıyor. Ama, bunların yüzünden iyi şeyleri de göremeyecek kadar da berbat değiliz. Aynı sizlerin gibi, aynı üniversite de sizlerin yaşadığı sorunlar, aynı üniversite de yapmaya çalıştığınız olumlu şeyler gibi. Oralarda da iyi birşeyler yapmak isteyen bir sürü insan var ama yaşlı ama genç. Şundan ne sonuç çıkarırsanız çıkarın, bir tek ricam var, karamsar olmayın. Ne bu toplum için, ne bu basın için.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: Teşekkürler ederim. Sayın, Özer lütfen zamanı göz önde tutarak.-Tamam tutacağım evet-Oruçlu olanlar var iftara yetişecekler o itibarla biraz da ondan dolayı acele ediyorum.-tabi bendeniz de Orucum-bendeniz değişim ama olanlar var, o itibarla, onlara saygı duyup, onları yetiştirmek istiyoruz.

Yalçın ÖZER: Efendim, konu gitgide tatlılaştı ve tatluya bağlanıyor. Aşağı yukarı aynı şeyleri söylemeye başladık. Bu sevindirici birşey. Tabi sayın eski başkanımız, yeni patronumuzla da bu toplantının dışında da görüşürüz inşallah... Ancak şu kesin Türk basını iyi yolda. Türk basını bugünkünden daha iyi bir gelecek vaad ediyor. Türk basını hakikatten bu günlere kötü günlerden geldi. Sıkıntılı günlerden geldi. Oktay bey kısmen anlattı. Bir tane de ben söyleyeyim bir cümlelik bir şey söyleyeyim. 1947 Matbuat Umum Müdürü, o dönemin matbuat umum müdürü Vedat Nedim Tör, o zamanlar gazete sadece İstanbul'da Babıalide basılıyor, Babıalide bir tamim yayınıyor. Diyor ki, "Bundan böyle basında Ahlâktan ve Allah'tan bahsetmek yasaktır." Bir cümlelik tamim. Yani talimat ordan geliyor ve basın onu o şekilde uygulamak zorunda. Sanki bir nev'i devletin devletle aynileşmiş, partinin partiyle aynileşmiş hükümetin organı. Arkasından besleme basın, arkasından kampanyacı, yağdanlık-yağdanlığı kabul etmiyorum. Yağdanlık para getiren bir iş değil. Aksine böyle toplantılarda de-

vamlı afişe olmak var, o bakımdan kârlı bir iş değil. Yani biraz külfetli bir iş.-Siz neden biliyorsunuz?-Herhalde öyle olması lazım, burda bir yağdanlık olsa-öyle olması lazım. Efendim, şimdi basın kendisine kendi bilek gücüyle, bunu böyle söylemek hakkımız, bilek gücüyle bir özgürlük alanı oluşturmuştur, kurmuştur. Bunu söke söke almıştır. Bugün basın özgürlüğü artık toplumda, kimsenin hiçbir hele siyasi iktidarlar el sürmeyeceği kadar, masum korunmuş bir haldedir. Bundan mutluluk duyuyoruz ve bunu ilerdeki gelişmeleri muhakkak imkân zemini, en başta gelen imkân zemin olarak değerlendiriyoruz.

Şimdi bundan sonra iş biraz bize düşüyor. Gazeteci olarak biz madem, bu genişliği, bu gücü, bu kudreti, bu özgürlükleri elimize geçirdiğimize göre, sahip olduğumuza göre, kendimize çeki düzen vermemiz gerekiyor. Bu açıdan da basında çok umut verici güzel kumildanışlar var, güzel gelişmeler var. Meselâ, ben bir tane bir şeyi işaret edeceğim. Başkan bey'in izniyle. Bir tek bir şey işaret edeceğim. Şimdi inşallah; bizde bir kampanyacılık havası var. (Tabi tek parti döneminden kalma basında) Mesela; Yatağan termik santrali mi, hurra bütün gazeteler bunu yazıyorlar. Yani kamuoyumuz tek boyutlu, gündemimiz tek boyutlu. Veya ne bileyim, bir zamanlar bir deterjan şeyi vardı. İşte suda erimeyen deterjan, Lab'lı deterjan Labsız deterjan. Günlerce bütün basın bununla meşgul oldu. Bu da bence kıyırık bir konuydu.

Şimdi bu kampanyacı havadan, bir takım kavramlar bir takım olaylar, bir takım şeyler üzerine. Kampanyacı havadan vazgeçmemiz lâzım. Bunu şu açıdan belirtiyorum. Kampanyalar şunun için yapılıyor. Efendim deniyor ki, toplumun toplam gücü, toplam dikkati belli bir konuya şey yapılırsa. Ordan bu sonuç alınır. Bu teşhisin yanlışlığından kaynaklanıyor hadise. Çünkü milyonluk Cumhuriyetin ilk yıllarının toplumu değiliz. Kamuoyumuz da bu toplumun büyümesi, beşeri münasebetlerinin zenginliği, gelişmesi paralelinde kendisini, bu yeni toplum şartlarına uydurması lâzımdır diyorum.

Burada kesiyorum. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU Efendim, çok teşekkür ediyorum. Bir 5 dakika geçtik. Amma ben bir 5 dakika daha sabrınızı istirham ediyorum. Tam 5'i 10 geçse, 10 dakika rötarla ademik kadro kavramı içinde mütalaa edilebilir. İki konuşmacıya pek çok serzeniş yöneltildi. Sayın Berksoy, en fazla üç dakika, sayın Ayşegül Mutlu'da en çok iki dakika daha aç kısa konuşması için kenfidilerine yöneltilmiş şeylere, tam 3 dakika ve iki dakika.

(Misafirlerden biri) Hocam, toplumun temsilcileri hiç dikkate alınmadı.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU Efendim, bugünkü süremiz matessür bunlara müsait değil, Keşke olabilseydi. Efendim, tabikii ki bakkallar çok saygı duyduğumuz bir esnaf kesimi ama, bugünkü panelin kapsamı içinde yer almıyor. Buyrun Sayın Berksoy.

Doç.Dr. Turgay BERKSOY: Teşekkür ederim sayın başkan. Bilim adamının asgari

sorumluluğu belli ekonomik faaliyetlerin toplumdaki hali hazır ya da olası tehlikelerine karşı toplumu uyarmaktır. Burada sanki çok karamsar, çok kötü bir tablo çizilmiş gibi bir özellikle promosyon yoğun olarak veren gazetelerimizin temsilcileri, değerli temsilcileri tarafından çok karamsar bir tablo çizdiğimiz şeklinde algılandık. Yanlış algılandık gibi geliyor. Eğer tebliğ dikkatli bir şekilde okunursa, ince bir nüans var. Kültüre yönelik faaliyetlerin ağırlık kazandığı promosyonlarla, tebliğimin başında da belirttiğim. İşte sayın Özgen Acar'ın sık sık ifade ettiği, işte tarhana çorbası, deterjan, komili banyo sabunu, lâhavle daha bilmem ne kolyesi gibi promosyonları tebliğimde birbirinden ayırt etmeye gayret ettim. Şayet bu iki promosyon arasında, ilk dediğimiz türler işte tarhana çorbası ve benzeri promosyonlar ayrıca gazetenin içeriğinde, temel işlevi olan haber verme işlevini de tehlikeye düşürüyorsa ki, bunu maalesef kendileri de kabul edeceklerdir. Üzülerek görüyoruz ki tehlikeye düşürüyor temel işlevini. Bu promosyonların ve bu şekilde satılan gazetenin, toplumda önemli sosyal maliyetler doğurduğunu kabul etmeliyiz. Ancak, ansiklopedi türünde gerçekten önemli bir katkıdır. Ansiklopedi türündeki promosyonların şayet o promosyonları veren gazete kendi temel işlevlerinde, içeriğinde fedakârlık yapmıyorsa,

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU Sayın Berksoy, süreniz doldu lütfen noktalayın. zannedildiği gibi sosyal maliyet değil, belki sosyal faydayı, gazetenin sosyal faydasını daha fazla ağırlaştırıcı, daha fazla yoğunlaştırıcı bir etkisi de olabilir. Bu nüansa dikkatinizi çekmek istedim. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: Buyrun , Sayın Mutlu.

Yrd.Doç.Dr. Ayşegül MUTLU: Teşekkür ederim Sayın Başkan ben, Sayın Berksoy'un söylediklerine tümüyle katılıyorum. Habercilikle ilgili yeterli tartışma yapıldı o konuya da tekrar girmek istemiyorum. Vergiye ilişkin birkaç kelime söylemek istiyorum, yalnızca sayın gazetecilerden, Sayın Yalçın Özer. Kurumlar Vergisi Oranının çok yüksek olduğunu dolayısıyla bu oranın yüksekliğini telafi edici bir etki gösterdiğimi söyledi aşağı yukarı bu anlama gelen bir söz söyledi. Bu promosyon nedeniyle vergi matrahındaki küçülmenin tabi kurumlar vergisi matrahının yüksek olup olmaması, yüksek mi düşük mü olup olduğu, farklı mekânlarda tartışılacak bir konudur. Her Kurumlar Vergisi mükellefi bu oranı yüksek bulup kendine göre bir takım düşürme çareleri ararsa sonuçta pek istenen sonuçlara ulaşılmaz kanaatindeyim. İkinci bir nokta, Sayın Oktay Ekşi'nin söylediği, otomotiv sektöründe de ve diğer sektörlerde de bütün harcamalar vergi matrahından düşülüyor. O halde gazetecilik sektöründe bu olay niye göze batıyor dedi. tabi otomotiv sektöründe veya diğer sektörlerde de mutlaka düşülüyor ama şu andaki konumuz gazetecilik olduğu için ve promosyon özellikle olduğu için buda matrahı önemli ölçüde küçültecek bir unsur olduğu için ondan söz ettik, başka bir toplantıda da otomotiv sektöründeki ya da diğer sektörlerdeki vergi matrahını düşürecek konular tartışılabilir. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Halil NADAROĞLU: Teşekkür ederiz. Değerli konuklar, son derece ilgi çekici bir paneli sizlerde büyük bir dikkatle izlediniz. Ben evvelâ tebliğ sunan, yorum yapan arkadaşlarıma ve sonrada Türk basınının mümtaz temsilcilerine, kamuoyunu oluşturmakta ve yönlendirmekte çok büyük etkileri olduğu, isimleri ile kendilerin kanıtlayan gazeteci dostlarımıza bu toplantıya katıldıkları için teşekkür ediyor. Hepinize saygılar sunarak paneli kapatıyorum, efendim.