

## BASIN YOLUYLA HALK EĞİTİMİ

Dr. Firdevs GÜNEŞ\*

Bu yazıda, basın ile basın ürünleri olan gazete, dergi, afiş, broşür, resim, kitap ve kitaplıklar hakkında özlü bilgiler verilmekte ve bunların halk eğitiminde nasıl kullanılabileceği üzerinde durulmaktadır. Basın konusuna geçmeden önce basının doğuşu ve gelişmesinden, üstün yönlerinden kısaca bahsedilmektedir.

### BASIN

En eski ve bugün de önemini koruyan kitle iletişim aracı "basın"dır. Geniş anlamıyla basın belirli zamanlarda basılıp, her çeşit haberi ve fikri topluma ulaştırılan tüm yayın ürünleridir. Genellikle günlük basın ürünlerine gazete, haftalık, on-beşgünlük veya aylık basın ürünlerine de dergi denilmektedir. Kitap, broşür, afiş ve benzerleri de basın ürünleri arasında yer almaktadır. Dar anlamıyla basın ise, sadece gazete ve dergileri kapsamakta, diğer basın ürünleri bu kavramın dışında kalmaktadır.

Basın ve yayın terimi bir arada ve kitle iletişimi anlamında kullanıldığı zaman gazete, dergi, kitap, televizyon, radyo gibi bütün kitle iletişim araçları kastedilmektedir (İnuğur 1978 s.19).

Basının en önemli özelliği belirli zamanlarda basılması ve yayınlanmasıdır. Yayın için bu özellik söz konusu değildir. Buradan hareketle basın; Haberleri ve fikirleri toplama, değerlendirme, işleme ve bunları başkalarına ulaştırarak kamuoyu oluşturma sanatını gerçekleştiren yazılı kitle iletişim aracı olarak tanınabilir.

### Basının Doğuşu ve Gelişmeler

Toplumun bir üyesi olan insan daima çevresinde olup bitenleri öğrenmek, kendi başına gelenleri başkalarına duyurmak, bunlar üzerinde düşünmek ve düşüncüklerini başkalarına iletmek ihtiyacını duymuştur. İşte bu ihtiyaç iletişim eylemini yaratmıştır. İnsanlar arasında ilk iletişim işaretleşme ile başlamıştır. İkel toplumlarda yüksek tepeler üzerinde ateş yakılarak belirli dumanların çıkartılması, Afrika yerlilerinde olduğu gibi tam tam çalarak işaret ve seslerin verilmesi buna örnektir.

Daha sonraları tarihte yaya ve atlı habercilere raslanmaktadır. Moğol İmparatorluğu haber ulaştırma işinde ikiyüzbin atlı haberciden yararlanmıştı. Ancak, zamanla haberlerin yaya ve atlı haberciler aracılığıyla ve kişiden kişiye aktarılacak suretiyle iletilmesinde bazı sakıncalar ortaya çıkmış, iletilen haberin anlamının değiştiği, çoğu kez söylenti haline geldiği, habercilerin haberleri genellikle kendi amaçlarına göre dönüştürdükleri görülmüştür. Bu sakıncaları ortadan kaldırmak amacıyla bazı toplumlarda önlemler alınmıştır. Örneğin, haberlerin habercilere ezberletilmesi yoluna başvurulmuştur. Peru'da haberciler, haberleri iyice ezberlemekte ve daha sonra iletmekteydiler. Yazının bulunmasına kadar bu şekilde biçimlenen doğrudan doğruya iletişim eylemi, yazının icadından sonra dolaylı iletişim şekline dönüşmüştür (İnuğur 1978 s.26).

Yazının bulunmasından sonra da iletişim eylemi birçok aşamalar geçirmiş, uygarlığa paralel bir gelişim göstererek önce basın, sonra da teknik, ekonomik, sosyal, hukukî ve kültürel olanaklardan yararlanarak çağdaş basını oluşturmuştur.

---

\*Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Halk Eğitimi Bölümü Öğretim Üyesi.

### **Basının Üstün Yönleri**

Basın diğer kitle araçlarına göre bazı üstünlüklere sahiptir. Bunlar şöyle sıralanabilir.

**a. İzleme Kolaylığı Vardır:** Televizyon, radyo ve sinema, sunacağı materyale belirli bir süre ayırmakta ve bu süre içerisinde hızlı bir şekilde sunmaktadır. Basın ise bu konuda okuyucuya daha geniş bir olanak vermektedir. Okuyucu, istediği zaman istediği yeri hızlı veya yavaş okuyabilir. Bazı yerleri tekrar okuyabilir. Bazı yerleri ise okumadan geçebilir. Basın ürünlerini nasıl, nerede ve ne şekilde okuyacağı konusuna kendisi karar verebilir. Oysa, televizyon, radyo ve sinema yayın saatleri ve süresi önceden belirlenmiştir.

**b. Tekrarlanabilir:** Diğer kitle iletişim araçlarına göre basın ürünleri kitleye sadece bir kere değil defalarca ulaşabilir. Radyo ve televizyon programları nadiren ikinci kez yayınlanır. Genellikle bir kez yayınlanmak üzere hazırlanır. Sinema filmleri, bir sinemada haftalarca gösterilir ama aynı filmi insanların ikinci kez seyretmelerine ender rastlanır. Eğer video ve teyple herhangi bir program kaydolunmamış ise televizyon ve radyo programlarının tekrar izlenebilmesi çoğu kez mümkün değildir. Oysa basın ürünleri her zaman el altında tutulabilir istenildiği zaman tekrar okunabilir.

**c. Konu Daha İyi İşlenebilir:** Herhangi bir konuyu gerektiği uzunlukta ele almak için en uygun araç basındır. Bir konu üzerinde ciltler dolusu kitaplar yazılabilir. Radyo ve televizyon programlarının ve sinemaların sürelerinin sınırlı olması konunun sınırlı işlenmesine neden olmaktadır. Ayrıca, karmaşık ve güç konuların sunulmasında, basın araçları daha elverişlidir.

**d. Ulaşma Kolaylığı Vardır:** Radyo, televizyon ve sinemanın bireylere ulaşabilmesi için elektrik, verici istasyonu, televizyon ve radyo cihazları, sinema binaları gibi koşulların bireylerin buldukları bölgelerde önceden hazırlanması gerekmektedir. Basın için böyle bir durum söz konusu değildir. Basın ürünlerinin bireylere ulaştırılması yeterlidir.

**e. Belge Niteliğindedir:** Basın ürünleri basılı oluşları nedeniyle belge niteliğinde ve güven vericidirler. Televizyon ve radyo programlarının belge olabilmesi için kaydedilmesi gerekmektedir. Bu da masraf ve uğraş gerektirmektedir.

**f. Ekonomiktir:** Televizyon ve radyoya göre basın ürünleri daha ucuzdur.

**g. Bilgiyi Zamanında Ulaştırır:** Belirli ara ve sürelerle evlere girerek bilgiyi zamanında ulaştırır. Bunun için sık sık basılması yeterli olmaktadır.

**h. Öğrenimi Kolaylaştırır:** Aynı konu üzerinde tekrar tekrar yayın yapmak suretiyle öğrenim ve benimsemeyi kolaylaştırır.

**i. Kamuoyu Oluşturur:** Kamuoyu oluşturmada en etkili araçtır.

**j. Yenilikleri Benimsetmede Ekonomiktir:** Basın ürünleri ile yenilikleri benimsetmek oldukça ekonomiktir.

### **Basının Zayıf Yönleri**

Diğer kitle iletişim araçlarına göre basının zayıf yönleri de vardır.

- Okuma-yazma bilmeyenlere ve ulaşamadığı kişilere etkisi yoktur.
- Okumaya değer yazı yazmak yetenek ve eğitim gerektirir.
- Düzeltilmeler ve çeşitli müdahaleler yazının değerini düşürür.
- Sonuçlarını kontrol etmek güçtür.

### **BASIN**

Her çeşit haberi topluma ulaştıran günlük haber aracıdır. Haberlerin yanı sıra okuyucunun ilgisini çekecek, onu çevresiyle ilgilendirecek başka tür yazılara da yer verilmektedir. Bunlar, makale, fıkra, deneme, sohbet, yorum, eleştiri, hikaye ve benzeri yazılardır. Gazete yazdığı yazılar ile halkı doğrudan doğruya etkilemekte ve kamuoyu yaratmaktadır. Kendi yarattığı bu kamuoyundan daha sonra kendisinin de et-

kilendiği görülmektedir.

Gazete, olaylardan halkı sürekli haberdar ederek kamuoyu düzenleyen, yönetici ve otoriteleri uyaran, ele aldığı konu bakımından uğraş alanı sınırsız olan bir yayın organıdır.

Gazete, yazının, kağıdın ve matbaanın icadından oldukça etkilenmiştir. İlk kez, Çin'de görülmüştür. Sonraları 15YY. Venedik'te elyazması "haber mektupları" yayınlanmıştır. Bunlar en küçük Venedik parası olan "Gazette" karşılığında satılmıştır. Zamanla adını buradan almıştır. Gazetenin gelişmesi oldukça ağır olmuştur. Gelişmesi bireylerin okuma-yazma öğrenmesine ve basım araçlarına bağlı olduğundan 19YY. kadar istenilen düzeye gelememiştir. Türkiye'de ilk gazete "Takvim-î Vakayi" adındaki resmî gazetedir.

Teknik, sosyal ve ekonomik gelişmelerden etkilenen gazetenin toplumda üç önemli işlevi bulunmaktadır:

1. **Toplumsal İşlevi:** Gazetenin toplumsal işlevi haber vermektir. Bunun yanında toplumda belirli değer yargılarının, tutumların, fikirlerin ve kültürün oluşmasında etkin rol oynamaktadır.

2. **Psiko-Sosyal İşlevi:** Bu, kamuoyu oluşturmak, ikna etmek, yönlendirmek, eğitmek, eğlendirmek, oyalamak gibi işlevlerdir.

3. **Ekonomik İşlevi:** Malların tanıtımı, satma, satın alma, reklam gibi işlevleri kapsamaktadır.

### Gazetenin Üstün Yönleri

1. Çok sayıda kimseye ulaşabilir.
2. Ucuzdur.
3. Basılı olduğundan belge niteliğindedir.
4. Yenilikleri pekiştirmede etkilidir.
5. Toplumunu kontrol eder.
6. Süretlidir (hergün yayınlanır).
7. Toplumun aynasıdır (sorunları, dertleri, yansıtır).
8. Aydınlatır, bilgilendirir.

### Gazetenin Zayıf Yönleri

1. Okuma-yazma bilmeyenlere yönelemez.
2. Ulaşamadığı kişilere etkisi olamaz.
3. Çeşitli düzeltmeler yazıların değerini düşürür.
4. Haber verdiği için günlük okunur.
5. Toplumda olumsuz değer ve tutumların yerleşmesine de neden olabilir.
6. İktidarlar tarafından rahatlıkla kullanılabilir.
7. Kişisel olmayan iletişim olduğundan bazen yanlış anlamalar olabilir.
8. Birden fazla gazete yayımlandığından ve aynı haberleri farklı biçimlerde verdiklerinden aralarında tutarsızlıklar görülebilir.

Türkiye'de iki tür gazetecilik mevcuttur:

1. **İstanbul Basını:** Ankara, İstanbul ve İzmir gibi büyük kentlerde basılan ve bütün Türkiye'ye yayılan gazetelerdir. Bunlar genellikle tirajı büyük olan gazetelerdir. Ülkemizde bu şekilde basılan 20 civarında gazete bulunmaktadır.

2. **Yerel Basın (Anadolu Basını):** Anadolu'nun değişik yörelerinde basılan ve küçük çapta yayılan gazetelerdir. Ülkemizde bu gruba giren 630 civarında gazete yayınlanmaktadır.

### Türkiye'de Gazete Okuma Durumu

Bu konuda günümüzde yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır. Ancak, bilgi vermesi bakımından 1968 yılında yapılan araştırmalardan kısaca söz edilebilir.

S.B.F. Basın Yayın Yüksek Okulu 3.sınıf öğrencilerinin Prof. Dr. Nermin

Abadan'ın yönetiminde Ankara'da yaptıkları "Radyo Basın ve Televizyon" konulu halkoyu yoklaması sonucunda, halkın %89'unun hergün gazete okuduğu belirlenmiştir. Yine bu yoklamaya göre halkın %39'u tek bir gazete, %52'si ise birden fazla gazete okumaktadır.

PEVA (Piyasa Etüd ve Araştırma Bürosu)'nun 1967 yılında muhtelif devrelerde 8 büyük ilimizde yaptığı incelemelerden, halkın İstanbul'da %86'sı, Ankara'da %91'i, İzmir'de %85.2'si, Adana'da %71.8'i, İzmit'te %83.8'i, Adapazarı'nda %90'ı, Bursa'da 90.8'i ve Balıkesir'de ise %85.9'unun gazete okuduğu anlaşılmıştır.

DPT tarafından 1968 yılında yapılan "Köyde Modernleşme Eğilimleri" adlı araştırmada, okuma-yazma bilen köylülere, "Ne kadar sık gazete okursunuz?" sorusu sorulmuş, alınan cevapların sonucunda şu oranlar ortaya çıkmıştır: Okur-yazar köylülerin %22.2'si hiç gazete okumamakta, %13'ü hergün, %11'i birkaç günde bir %24'i haftada bir gazete okuduğunu bildirmişlerdir. Bu oranlar gazete okumanın şehirlerde yaygın olduğunu göstermektedir.

Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etüdları Enstitüsü tarafından 1968 yılında "Aile Yapısı ve Nüfus Sorunları" ile ilgili bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada oranlar şöyledir: Türkiye'de kadınların %52.6'sı, erkeklerin ise %19.9'u hiç gazete okumamaktadır. Hergün gazete okuyan erkekler %32, kadınlar ise %15.3'tür. Hiç gazete okumayanlarla hergün gazete okuyanlar arasında ki fark kadınlarla erkeklere göre daha fazladır. Bunun bir nedeni de kadınlarda okuma-yazma oranının düşük olmasıdır. Yine aynı araştırmaya göre halkın gazete okuma durumu açısından bölgeler arasında da farklılıklar vardır. Doğu Anadolu Bölgesinde erkeklerin %16.1'i kadınların ise %3.5'i hergün gazete okumaktadır. Batı Anadolu Bölgesinde bu oran erkeklerde %49.7, kadınlarda %28.1'dir. Batı Anadolu Bölgesindeki bu yüksek yüzdeye İstanbul ve İzmir gibi ana kentlerin etki yaptığı görülmektedir. Sonuç olarak, gazete okumada cinsiyet, okuma-yazma, bölgeler arası farklılıklar gibi birçok etmene rastlanmaktadır.

## DERGİ

Günümüzde gazetelerden sonra halkla ilişkilerde en çok kullanılan basın araçlarından birisi de dergidir. Toplumun gelişmesinde ve halkın eğitiminde diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi dergilerin de katkısı büyüktür. Bireyin yaşam biçiminin ve kültürünün gelişmesine, bir konu üzerinde düşüncelerinin belirlenmesine dergilerin etkisi büyük olmaktadır. Derginin toplum içindeki temel görevleri şunlardır:

1. Toplumun ufkunu genişletir ve aydınlatır.
2. Dikkati odaklaştırır, toplar.
3. Yenileşmeden yana yeni tutumlar kazanılmasını sağlar.
4. Toplumun düşüncesini yansıtır.
5. Eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanmasına yardımcı olur (Geray 1978 s.206).

Toplumsal değişmeyi hızlandırıcı ortamı hazırlamak, kişiyi değişmeye yöneltmek ve bunun gerektirdiği bilgi ve becerilerle donatmak, bireyin haklarını korumak, sorunlarını ve yurttaşlık görevlerini yerine getirme konusunda bilinçlendirmek, dergilerden beklenmektedir.

## Derginin Üstün Yönleri

1. Tekrar tekrar okuma olanağı vardır.
2. Konular detaylı olarak işlenebilir.
3. Birey yetenek ve ilgisine uygun bir alanda ilerleme olanağı bulabilir.
4. Azınlıktaki görüşlerin duyurulmasını sağlar.
5. Geniş bir alana ulaşabilir.
6. Belirli ara ve sürelerde bilgileri ulaştırır.
7. Aynı konu üzerinde sık sık yayın yapılabilir.
8. Görüşlerin açıklanmasına olanak verir.

Okuma-yazma bilmeyenlere yönelememesi ve ücretinin oldukça yüksek olması derginin zayıf yönleridir.

Ülkemizde dergiye ne ölçüde önem verildiğini oldukça güçtür. Zira bu konuda yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır. Ülkemizde ilk dergi 1849'da çıkarılan Vakayi-i Tıbbiye'dir. Bugün dergi sayısı bini aşmış durumdadır. Yalnız Ankara'da 60'ın üzerinde dergi yayınlanmaktadır. Bunlar sanat ve edebiyat, mizah, aktualite, siyasî, meslekî, teknik ve çocuk dergileri olarak gruplandırılabilir. Bunlar şunlardır: Bilim ve Sanat, Bilim ve Tasavvuf, Toplum ve Bilim, Yaba, Töre, Varlık, Yönelişler, Oluşum, Eğitim, Güldeste, Yapıt, Yazko, Milliyet Sanat, Gösteri, Sanat Olayı, Toplum ve İnsanlar, Somut, Yarın, Yeni Olgu, İslam, Bilim ve Teknik, Sızıntı, Bilim Dergisi, Zafer, Maveria, Türk Edebiyatı, Türk Dili, Öğretmen, Nokta, Yankı, Bakış, Bilişim, Boğaziçi, Günlük Yaşam, Fırt, Çarşaf, Gırgır, Sıfır, Spor Yorum, Video, Erkekçe, Kadınca, Kadın, Bravo, Onyediyi Yaş, Burç, Vizon, Hey, Samanyolu, Sizin İçin, Pazar, Ses, Magazin, TV 7.Gün, Hayat, Elele, Milliyet Çocuk, Hürriyet Çocuk, Tercüman Çocuk, Karaoğlan, vb.

Yayınlanan dergilerin %90.7'sinin üç büyük an kentte (Ankara, İstanbul ve İzmir) çıkarıldığı, 39 ilde ise hiç dergi basılmadığı görülmektedir. Ayrıca çıkan dergilerin büyük bir bölümü ise aranılacak nitelikte değildir. Dergiler haftalık, 15 günlük veya aylık olarak yayınlanmaktadır. Bu süreler içinde oluşan, gelişen her olay "haber" özelliği taşıdığı takdirde, dergilerde yayınlanabilir niteliktedir. Dergide asıl işlenen konu genellikle kapak konusu olmakta, bunun yanında çeşitli konular üzerinde yapılan sohbetler, eleştiriler ve sanat olaylarına da yer verilmektedir.

### **Halk Eğitiminde Dergi**

Dergi ile kitleleri belli bir yönde eğitmek olasıdır. Bu nedenle halk eğitiminde amaca ulaşmada kullanılacak etkili bir araç olmaktadır. Bunun için derginin üstün yönlerinden yararlanılabilir:

1. Halkın sorunlarını içeren bölgesel dergiler çıkarılmalıdır (Köye yönelik, tarım hayvancılık vb. konularında ).
2. Kullanılan kelimeler halkın anlayabileceği kelimeler olmalıdır.
3. Anlatılmak istenilen konu açık olmalıdır.
4. Dergide yer alacak sağlık, tarım vb. gibi konularda zamanlama iyi ayarlanmalıdır.
5. Sık sık iyi ve uygun resimler kullanılmalıdır.
6. Yeniliklerden haber vermelidir.
7. Halkın pratik olarak yapabileceği işler göstermelidir
8. Sürükleyici olmalıdır.
9. Düşük ücretli hatta ücretsiz olmalıdırlar.

### **BROŞÜR**

Belli bir konuda halkı aydınlatmak üzere hazırlanan basılı materyaldir. Broşür genellikle bir ihtiyacı karşılamak amacıyla hazırlanır ve "nasıl yapılır?" sorusuna cevap verir. Çok değişik konularda broşürler hazırlanmakta ve yayınlanmaktadır. Okuryazar çiftçileri ve halkı aydınlatmanın ucuz ve kolay bir yoludur. Broşürde çoğu zaman tek bir konu verilir ve bu konu hakkında standart bilgiler yer alır. Standart bilgiler verildiğinden broşürlerin her bölgede aynı etkiyi yapmadığı görülmektedir. İdeal olanı bölgesel ihtiyaçlara göre broşürler hazırlamaktır. Broşür hazırlamak uzmanlık işidir. İlginç ve etkili bir broşür hazırlama tekniğini bilmek gerekir. Broşür hazırlamada dikkat edilmesi gereken noktalar şunlardır:

1. Hazırlanan broşürde amaç, şartlar belirtmeli ve yapılacak işler gösterilmelidir.
2. Broşürün büyüklüğü hacmi, baskı adedi ve benzeri hususlar iyi ayarlanmalıdır.

3. Zaman ve durum gözden geçirilmelidir.
4. Uzman denetiminde hazırlanmalıdır.
5. Yöneldiği kitleye en hızlı ve gerektiği kadar ulaştırılmalıdır.

#### **Broşürün Üstün Yönleri**

1. Resmi yayın olması bakımından güven vericidir.
2. Diğer kitle iletişim araçlarını destekler.
3. Mevcut bilgiyi en iyi şekilde sunar.
4. Halkın kaynak kitabıdır.
5. Genellikle pratik bilgiler verir.
6. Sayfa adedi azdır, çabuk okunur.
7. Parasızdır.

#### **Broşürün Zayıf Yönleri**

1. Okur-yazar olmayan yararlanamaz.
2. Yeni gelişmelere göre düzenleme gerektirir.
3. Standart bilgi verdiği için yerel koşullara uymayabilir.
4. Zamanında dağıtılmamış ise etkili değildir.
5. Dilde teknik terimler kullanıldığında anlaşılması güçleşir.

Ülkemizde genellikle Sağlık ve Sosyal Yardım, Tarım Orman, Millî Eğitim Gençlik ve Spor, Kültür ve Turizm, İçişleri gibi bakanlıklar kendi alanlarına giren konularda broşürler hazırlamaktadırlar. Bu broşürler merkez teşkilâtlarında basılmakta ve standart bilgileri içermektedirler. Zira yerel olarak basılma imkânları yoktur. Diğer taraftan merkez teşkilâtlarında uzmanların denetimlerinde hazırlanmakta, uzman olmadığı takdirde genellikle yarışmalar düzenlenmekte, yarışma sonucunda uygun bulunan broşürler seçilerek basılmaktadır. Broşürün dağıtımı konusu oldukça önemlidir. Her kurum kendi taşra teşkilâtı aracılığıyla broşürleri dağıtmaya çalışmakta, ancak, dağıtımda büyük kayıplar olmaktadır. Asıl ihtiyacı olanın eline broşür geçmediği de olmaktadır. Zaten maddî kaynak bakımından sınırlı sayıda basılmaktadır. Ülkemizde broşürün etkisi konusunda yapılmış bir araştırma bulunmaktadır.

#### **Halk Eğitiminde Broşür**

1. Bölgesel ihtiyaçlar göz önünde tutularak hazırlanmalıdır.
2. Bölgesel ihtiyaçlar hakkında araştırmalar yapılmalıdır.
3. Halkın anlayacağı bir dil kullanılmalıdır.
4. Zamanı iyi tayin edilmelidir.
5. İyi resimler kullanılmalıdır.
6. Verilen bilgiler pratik olmalıdır.
7. Yapılacak iş aşamalarıyla birlikte resimli olarak anlatılmalıdır.
8. Alıcıya zamanında ve yeterli broşür ulaştırılmalıdır.

#### **AFİŞ**

Afiş önemli bir görme aracıdır. Genellikle tek başına kullanılmaz. Diğer araçlarla kullanılırsa etkisi artar. Herhangi bir fikri anlatmak için kullanıldığı gibi, uygulanan belli program veya yürütülen bir kampanyada halkın ilgisini çekmek için kullanılır. Halkın ilgisini çekmek ve onları yapılan araştırmalara katılma konusunda teşvik etmek için faydalı bir araçtır. Afiş şu amaçlar için kullanılır:

1. Yeni fikirleri teşvik etmek,
2. Yeni yöntemleri göstermek,
3. Katılma için motivasyon sağlamak,
4. Eğitmek (Pekgöz Hancılar 1972 s.64-65).

Mecbur kalmadıkça eski hazır afişler kullanılmamalıdır. Mahallî imkânlarla yapılan ve mahallî ihtiyaçlara cevap veren afişler daha etkilidir. Afişin etkili olabilmesi için;

1. Yerel konularla ilgili olmalıdır.
2. Anlatılmak istenilen fikir açık olmalıdır.
3. Tek bir fikir anlatılmalıdır.
4. Afiş kuvvetli ve belirli olmalıdır.
5. Kullanılan kelime az ve basit olmalıdır.
6. Yazı kolayca okunmalıdır.
7. Etki bırakacak şekilde hazırlanmalıdır.
8. Göz alıcı renkler kullanılmalıdır.
9. Kullanılan resimler gerçek hayattan seçilmelidir.
10. Vaktinde kullanılmalıdır.
11. Herkesin görebileceği bir yere asılmalıdır.
12. Diğer bir kitle iletişim aracıyla desteklenmelidir.
13. 40X60 cm. büyüklüğünde olmalıdır.
14. Amaç anlatılmalı, şartlar belirtilmeli, yapılacak iş gösterilmelidir.

#### **Afişin Üstün Yönleri**

1. Yeni fikirleri verir.
2. Yeni yöntemleri gösterir.
3. Motivasyon için etkili bir araçtır.
4. Özellikle köyde afiş asmak konunun ciddiyetini anlatır.
5. Asıldığı sürece konu hatırlanır.
6. Yazı az olduğundan okuma-yazma bilmeyenler de anlayabilir.
7. Hayret uyandırarak veya şaşırtarak bir fikri duygusal yaşantı haline getirebilir.

#### **Afişin Zayıf Yönleri**

1. İyi hazırlanmazsa yanlış anlamalara neden olabilir.
2. Vaktinde kullanılmaz ise etkisiz kalır.
3. Asmak için yer bulma veya asıldığı yerde uzun süre kalabilme şansı azdır.
4. Tek başına kullanılamaz yardımcı araç gerektirir.
5. Hazırlanması uzmanlık işidir.

Ülkemizde çeşitli bakanlıklar tarafından kendi alanlarıyla ilgili çeşitli afişler hazırlanmaktadır. Genellikle afiş için yarışmalar düzenlenmekte ve uygun afişlerden birisi seçilmektedir. Her kurum, kendi alanlarına giren konulardaki kampanyalarda afişleri kullanmaktadırlar. Afişin toplumdaki etkisi üzerinde bir araştırma yapılmamıştır.

#### **Halk Eğitiminde Afiş**

1. Yerel koşullar dikkate alınarak hazırlanmalıdır.
2. Halkın anlayacağı şekilde düzenlenmelidir.
3. Zamanı iyi tayin edilmelidir.
4. Anlatılmak istenilen fikir tek olmalıdır.
5. Halkın görebileceği yerlere asılmalıdır.
6. Asıldıktan sonra belirli bir süre kalabilmesi için korunmalıdır.
7. Resimler gerçek hayattan ve halkın hoşlanabileceği şekilde olmalıdır.
8. Halk eğitimiyle ilgili kampanyalarda kullanılmalıdır.

## **RESİM**

Kitle iletişim aracı olarak resim oldukça etkilidir. İstenilen şekilde büyük, küçük, ve renksiz kullanılabilir. Resim kullanılırken dikkat edilecek hususlar şunlardır:

1. Resim konuyla ilgili seçilmelidir. Amaca uygun olarak yalnız bir konuyu içermektedir.
2. Resimler gerçeği ifade etmelidir.
3. Resimde teknik ve sanat görüşü de olmalıdır.
4. Hayal gücünü kuvvetlendirici resimler seçilmelidir.
5. Yaş, eğitim durumu gibi farklılıklardan farklı resimler kullanılmalıdır.
6. Temiz, düzgün, net, açık, anlaşılır olmalıdır.

### **Resmin Üstün Yönleri**

1. Dikkati konu üzerinde toplar
2. Herkese aynı şekilde anlatım olanağı verir.
3. Okuma güçlüğü olanların daha kolay anlamasını sağlar.
4. Konular daha somut ve gerçek bir şekilde sunulur.
5. Hayal gücünü artırdığından daha öğreticidir.

### **Resmin Zayıf Yönleri**

1. Gerçeği sapturabilir.
2. Konu ile ilgili resim seçmek zordur.
3. Yanlış yorumlara neden olabilir.
4. Açıklama ve yazı gerektirir.

### **Halk Eğitiminde Resim**

1. Konu ile ilgili olmalıdır.
2. Halkın anlayacağı ve hoşlanacağı şeyler olmalıdır.
3. Kendi günlük yaşamlarından seçilmelidir.

## **KİTAP**

Yazılı basın ürünlerinin en etkilisidir. Eğitim ve kitle iletişim araçlarının temel aracıdır. Bunlar şöyle sıralanabilir:

1. Kitapta ele alınan konular çok çeşitlidir.
2. Konular çok ayrıntılı işlenebilir.
3. Eğitimin temel aracıdır.
4. Saklanabilir. En fazla saklanan basın ürünüdür.
5. İstenildiği zaman yararlanılabilir.
6. Değerini uzun zaman koruyabilir.
7. Anlama düzeyini göre kitap yazmak olanaklıdır.

Kitabın zayıf yönleri de vardır. Okuma-yazma bilmeyenler yararlanamaz. Ayrıca, zamanla dil, teknik, görüş ve fikirler yönünden eskiyebilir.

### **Halk Eğitiminde Kitap**

1. Halkın anlayabileceği şekilde ve ihtiyacına cevap verebilecek şekilde hazırlanmalıdır.
2. Bilgi verirken eğlendirici olmalıdır.
3. Toplumsal, ekonomik ve siyasi gelişmelere yönelik olmalıdır.
4. Yetişkinin içinde bulunduğu çevrenin sorun ve gereksinmelerine yönelik olmalıdır.
5. Gerçeğe uygun ve sürükleyici olmalıdır.
6. Değişmeye uyum sağlamada yardımcı olmalıdır.
7. Bireysel gelişmelere yönelik olmalıdır.



8. Genel kültür vermelidir.
9. Meslek ve sanat öğretmelidir.

### **Halk Kitaplıkları**

Halk kitaplıkları amaç ve görevleriyle halk eğitimine yönelmiş kuruluşlardır. Yetişkinlerin yaşam düzeylerini yükseltmeyi, bireysel yeteneklerini geliştirmeyi, üretimi artırmayı, toplumsal gelişmeyi güdülemeyi amaçlar. Halk eğitimi çalışmalarının güçlü dayanaklarından. Cinsiyet farkı gözetmeksizin her yaşta ve her düzeyde, her meslekten okuyucusu vardır. Türkiye gibi halkın azımsanmayacak bölümü okuma-yazma bilmeyen, bilenlerin de okuma alışkanlığı kazanmamış olduğu bir ülkede halk kitaplıklarının önemi daha da belirgindir.

Halk kitaplıklarının etkili olarak çalışabilmeleri, geniş bir genel bilgiye sahip, mesleki öğrenim görmüş, kişisel tutumlarıyla insanları seven kütüphanecilerle olanaklıdır. Kütüphaneciler kitaplıkları gerçekten halkın yararlarına sunabilecek güç ve yeteneğe sahip olurlarsa, dil öğrenmek isteyen kişiden çocuk büyüten anneye kadar tüm bireylere ulaşılmış ve bireyler desteklenmiş olurlar.

Osmanlı İmparatorluğunun Vakıf Kitaplıkları, Cumhuriyetin ilânının ilk yılında, yani 1924'de Öğretimi Birleştirme Yasası ile Millî Eğitim Bakanlığına devredilerek bugünkü halk kitaplıklarının temelini oluşturmuştur. O yıllarda, 64 ilden 45'i ve 395 ilçeden 366'sı halk kitaplıklarından yoksundu. 1978'de Türkiye'de 370'i yetişkinler, 391'i çocuk kitaplığı olmak üzere toplam 761 halk kitaplığı bulunmaktadır. En çok halk kitaplığına sahip illerimiz şunlardır: İstanbul:25 Konya:24 Nevşehir:26 Niğde:21 Halk kitaplıklarının personel sayısı ise 1975 yılında 1300'e ulaşmıştır.

### **Gezici Kitaplıklar**

Halk kitaplıklarına bağlı olarak çalışmaktadırlar. Kütüphanesi olmayan bölgeler, şehire inip kütüphaneden kitap alabilecek durumda olmayan kırsal bölge insanları için hazırlanmıştır. Kırsal alanda yaşayan kişi, kendisine bilgi, haber ve fikir verecek nitelikte az sayıda kimse ile karşılaşmaktadır. Çevresinde gördüğü kişilerden alabileceği bilgilerin yanlış olma ihtimali yüksektir. Çevrelerinde uzman kişiler bulamayan kırsal bölge insanının gezici kitaplıklardan yararlanması daha yerindedir. Hareketli kitaplıklar olan gezici kitaplıklar oldukça ucuz ve yararlıdır. Kitaplar okuyucunun ayağına gitmektedir.

Ülkemizde ilk kez John Dewey tarafından öne sürülmüş ve 1939 yılından itibaren uygulanmaya başlanmıştır. 1940 ve 1950 yılları arasında Köy Enstitüleri arasında çantalarla gerçekleştirilmiştir. Sonraları hızla gelişmeye başlayan bu yöntemler, kitaplar önceleri hayvan sırtlarında taşınarak dağıtılmış, ardından da motorlu taşıtlar kullanılmıştır.

Halk kitaplıkları ve gezici kitaplıklar uygulamasında bazı aksaklıklar görülmektedir. Bunlar şunlardır:

1. Okuyucudan belirli bir ücret alınmaktadır.
2. Kitaplar belirli sürelerle verilmektedir (15 gün gibi).
3. Geciken kitaplar için ceza ücreti alınmaktadır.
4. Yararlanabilmek için o bölgede oturma şartı aranmaktadır.
5. Bazı kitaplar dışarıya verilmemektedir.
6. Çocuklar için yer ayrılmamaktadır.

### **Halk Eğitiminde Halk Kitapları**

Halk eğitiminde halk kitaplarından daha iyi yararlanabilmek için aşağıdaki hususlara dikkat etmek gerekir.

1. Ücret alınmamalıdır.
2. Süre konusunda esneklik tanınmalıdır.
3. Her bölgede oturanlar yararlanabilmelidir.
4. Her kitap dışarıya verilmelidir.
5. Her tür yayın bulundurulmalıdır.
6. Her gün açık olmalıdır.
7. Çocuklar için belirli yerler ayrılmalı ve onlara okuma alışkanlığı verilmelidir.

### **KAYNAKLAR**

Anadolu Basını ve 1981 Özendirme Yarışması, Ankara, Başbakanlık Basımevi: 1982.

Bülbül, Sudi., "Kitle İletişim Araçlarıyla Halk Eğitimi" Ders Notları.

Cumhur, Müjgan., "Kütüphaneler", Cumhuriyet Döneminde Eğitim, İstanbul, MEB Yayınları, 1983.

Geray, Cevat., **Halk Eğitimi**, Ankara: A.Ü.EBF Yayınları, 1978.

İnuğur, M.Nuri., **Basın ve Yayın Tarihi**, İstanbul, İ.TİA. Yayınları, No: 258/511, 1978.

Pekgöz, Müslim-Hancılar, Rifat., **Eğitimde Görme ve İşitme Araçları**, Ankara: Güvendi Matbaası, 1972.

Şenyapılı, Önder., **Toplum ve İletişim**, Ankara: Turhan Kitabevi, 1981.