

## FRANSA'DA DERGİCİLİK OLGUSU

Aslı YAPAR\*

### The Fact of Printing Review in France

In this article we have examined the development of printing review in France from the past to the present. The France is an important country in printing review because the French Press is very developed. In this article we have talked about this points.

.....

### Giriş

Fransa basın alanında, özellikle de dergicilik alanında dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Avrupa'da, dergicilik alanında Fransa, Finlandiya ile birlikte ilk sırada yer almaktadır. Bunda basın alanının Fransa'da ülkemizden çok daha önce gelişmiş olmasının önemli bir payı bulunduğunu belirtmek gerekmektedir.

Ayrıca uzmanlaşmanın giderek hız kazanması her kesime seslenen basın ürünlerinin önemini artırmıştır. Ülkemizde de gün geçtikçe kendini hissettiren bu olgu özellikle dergilerin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir.

Bu çalışma kapsamında Fransa'da dergicilik olgusunun gelişimi tarihsel açıdan irdelenecektir. Günümüzde Fransa'da dergicilik alanının içinde bulunduğu duruma da kısaca değinilecektir.

---

\* Yard.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

## 1. 1 Fransa'da Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi

Basın alanında gerçekleştirilen bir çok yenilik gibi ilk dergi de 1665 yılında Fransa'da yayımlanmıştır. *Journal des Savants* adlı bu ilk dergi Kardinal Richelieu tarafından da desteklenmiştir. Derginin başyazarı ise Fransa'da ilk gazeteyi çıkaran Théopraste Renadout'dur. Bir bilim dergisi niteliğinde olan *Journal des Savants*'ın amacı "*Avrupa'da yayımlanan kitaplar üstüne bilgi ve onların kataloğu, özetleri, fizik, kimya ve anatomide yapılan deneyleri tanıtmak, doğal görüngeleri açıklamak, bulgu ya da makine meraklıları ile meteorolojiye ilişkin bilgileri kaydetmek, üniversitelerin eleştirileri, kilise ile sivil kurumların kararlarının yer alması*"<sup>1</sup> biçiminde belirtilmiştir.

Dergiciliğin tüm dünyada yaygınlaşmasını sağlayan ilk dergi yine Fransa'da yayımlanan *Mercure Galant* Dergisi'dir. Bu dergiyi ilk süreli yayın olarak da kabul etmek olasıdır. Bu dergi daha çok insanları eğlendirmeye yönelik bir dergi niteliği taşımıştır.

Ancak başlangıç döneminde süreli yayınlar yıllık olarak yayımlanmışlardır. Bu durum 16. ve 17. yüzyıllarda değişmeye başlamıştır. Böylelikle yıllık süreli yayınların yerini aylık süreli yayınlar almaya başlamıştır.

*Revue des Deux Mondes* Fransız dergicilik tarihinde gerek en uzun süre yayımlanan dergi olmasıyla gerek en çok satan dergilerden biri olması özelliğiyle önemli bir yere sahiptir. François Buloz tarafından yayımlanan dergi dönemin liberal dergileri arasında yer almaktadır. Dergi siyasal sorunların yanı sıra yazınsal konulara da yer vermektedir.

Yine aynı dönemde yayımlanan *le Correspondant* Dergisi ise daha Katolik bir tutum sergilemektedir.

Bu dönemde yayımlanan tüm dergilerin ortak özelliği yazınsal ve siyasal bir nitelik taşımalarıdır.

Fransa'da Aydınlanma Çağı olarak kabul edilen 18. yüzyılda dış basının özellikle İngiltere'nin etkisiyle basın alanında uzmanlaşma başlamıştır. "*Basın alanında, günlük siyasal gazeteler dışında, yabancı ülkelerdeki tekniklere, görünüme ve yapıtlara karşı büyük bir ilgi*

---

İKESEROĞLU, S. Hasan, *Müteferrika*, "Batı'da ve Osmanlı İmparatorluğu'nda Süreli Yayınların Ortaya Çıkışı ve Özellikleri", Yaz sayısı, 1995, s.22.

uyanmıştır.”<sup>2</sup> Bu durum dergicilik alanında büyük bir gelişme yaşanmasını sağlamıştır.

1843 yılında yayımlanmaya başlayan *L'Illustration* dönemin en önemli haber dergileri arasında yer almıştır. Bu derginin yanı sıra dönemin diğer önemli haber dergilere şunlar olmuştur: *Le Magasin pittoresque* (1833-1938), *le Monde illustré* (1857-1940), *Le Tour du Monde* (1860-1914), *la France illustrée* (1874-1935), *L'Illustré national* (1890-1928).

Fotogravürün gelişimiyle dergilerde fotoğraf kullanımını artmış ve Amerikan eğilimli dergicilik anlayışı Fransa'da da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu tür dergilerin ilki Félix Juven tarafından 1898 yılında yayımlanmaya başlanan *la Vie illustrée* olmuştur.

Böylelikle siyasi ağırlıklı olmayan, çoğunlukla resimli dergiler Fransız okurunun büyük ilgisini çekmiştir. Böylelikle “içerik ve yazım biçimleriyle daha az kültürlü bir kitleye seslenen dergiler ortaya çıkmıştır. Bu yayınlar, günlük gazetelerden bile daha fazla bir biçimde popüler kültürün aracı olmuşlardır.”<sup>3</sup>

19. yüzyılda dergicilik alanında uzmanlaşma daha büyük bir önem kazanmış ve dergi sayısında büyük bir artış yaşanmıştır. Ancak 1. Dünya Savaşıyla birlikte gazetecilik alanında bir duraklama yaşanmış ve basın üzerinde sıkı bir denetim uygulanmıştır. Bu dönemde savaş haberlerinden yılmış olan halk kitleleri daha eğlendirici, daha az düşündürücü bir basın alanına yönelmiştir. Böylelikle magazin ya da mizah ağırlıklı, bol resimli dergiler önem kazanmıştır.

Resimli basının, özellikle kadın dergilerinin kadınların gelişimine büyük katkıda bulunduğunu söylemek olasıdır. “Doğrudan kadınlara seslenen bu dergiler kadınların gelişimine katkıda bulunmakta, üzerlerinde içeriksel olarak günlük gazetelerden daha etkili olabilmektedir.”<sup>4</sup>

İki dünya savaşı arasındaki dönemde dergicilik giderek yaygınlaşmıştır. Bunda basın alanında yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisi olmuştur. Ofset baskı ve heliogravür ile birlikte dergilerde daha çok fotoğrafa yer verilmeye başlanmıştır. Böylelikle dergiler görsellik

2 BELLANGER Claude yönetiminde, *Histoire générale de la presse française de 1815 à 1871*, 2. Cilt, PUF, Paris, 1969, s.310.

3 BELLANGER Claude yönetiminde, *Histoire générale de la presse française de 1871 à 1940*, 3. Cilt, PUF, Paris, 1972, s.387.

4 BELLANGER Claude yönetiminde, a.g.y, 3. Cilt, s.460.

kazanmıştır. Okunacak malzemenin yanı sıra görsel olarak da hedef kitleyi etkileyen dergilere ilgi de artmıştır.

Fotoğrafın kullanımıyla birlikte tüketici dergilerinin sayısında da artış gözlemlenmiştir. Sinema, gençlik, kadın, haber, magazin v.b. dergileri görselliğe ağırlık vererek okur çekmişlerdir.

Bu dönemin dergileri arasında haberin yanı sıra fotoğrafa da geniş yer ayıran *L'Illustration*, *Paris-Match*, *Plaisir de France*, *Voilà*, *Vu* gibi bir çok dergiyi saymak olasıdır.

İkinci Dünya Savaşı döneminde, Fransa'nın Almanya tarafından işgali ile birlikte ülkede büyük sorunlar yaşanmıştır. Bu dönemde basın sıkı bir sansür ve kısıtlamayla karşı karşıya kalmıştır.

Ancak Birinci Dünya Savaşı'ndaki gerekçelerle dergicilik sektörü bu durumdan olumsuz etkilenmemiştir. Bu dönemde basının her alanında olduğu gibi dergicilik alanında işgal yanlısı ve direniş yanlısı dergiler olmak üzere bir bölünme yaşanmıştır. Bir çok dergi ve gazete kapanmak zorunda kalmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın basın açısından Fransa'da bir dönüm noktası olduğunu söylemek olasıdır.

1953 yılında yayımlanmaya başlanan *L'Express* dergisi önemli bir haber dergisi olarak Fransız dergicilik tarihinde önemli bir yere sahiptir. Fransa'nın diğer önemli haber dergileri arasında *Le Nouvel Observateur*, *Le Point*, *L'Événement du Jeudi* gibi dergileri saymak olasıdır.

1930-1970 yılları arasında Fransa'da Amerika'dan esinlenen bol resimli haber anlayışı büyük bir başarıyla sürdürülmüştür. Ancak 1970'li yılında ekonomik nedenlerden dolayı dergicilik alanında bir kriz yaşanmıştır. Ancak sorun irdelendiğinde bu krizin yalnızca ekonomik nedenlere dayandırılmayacağı anlaşılmıştır. Bu kriz gerçekte okurların dergilerin izlediği yayım politikasına duydukları tepkiden kaynaklanmıştır. "*Dergilere aktarılan reklam oranı aynı kalırken okur sayısı giderek azalmaya başlamıştır. Okur sayısının azalması reklam tarifelerinde indirimler yapılmasını gerekli kılmıştır. Yani sonuç olarak ekonomik güçlükler gündemi aktarırken yaşanan sıkıntılardan kaynaklanmıştır.*" 5

## 1.2. Günümüzde Fransa'da Dergicilik Olgusu

Günümüzde Fransa'da dergicilik sektörü basın alanının % 40'ını ellinde tutmaktadır. "*Fransa'da bin kişi başına haftada 1354 dergi satılmaktadır.*"<sup>6</sup> Fransa'da dergicilik alanına yapılan reklam yatırımları da bu durumu destekler niteliktedir. 1989 yılında "*Ulusal günlük basının reklam oranı %7,4'te kalırken dergicilik alanına yapılan reklam yatırımı %17,5'tir.*"<sup>7</sup>

1994 yılında ise çeşitli kitle iletişim araçlarının reklam oranları şöyledir:

<i>"Dergiler</i>	%33.3
<i>Günlük Gazeteler</i>	%14.7
<i>Televizyon</i>	%32
<i>Dış Reklamlar</i>	%11.8
<i>Radyo</i>	%7.6
<i>Sinema</i>	%0.6" <sup>8</sup>

Bu oranlardan da anlaşılacağı gibi, dergilerin reklam payı giderek artmakta ve Fransa'da dergicilik sektörü televizyon sektörü ile rekabette oldukça başarılıdır. Ayrıca belirtmek gerekirse dergiler arasında kadın dergileri %30'luk bir paya sahiptir.

Fransa'da kadınların dergilere gösterdikleri ilgi göz önünde bulundurulursa bu durum oldukça doğaldır. "*Günlük yaşamlarının ritmi ve okuma alışkanlıkları kadınların daha çok dergi okumalarını sağlamaktadır.*"<sup>9</sup>

Günümüzde Fransa'da dergicilik alanında yaşanan bir başka olgu, günlük gazetelerin geçirdikleri evrim sonucu içeriklerinin değişmesi ve dergilerin siyasal görüşleri yaymak için daha uygun bir kitle iletişim aracı olarak benimsenmeleridir.

1989 yılında gerçekleştirilen bir araştırma sonucunda sürekli dergi okurları dergilerin işlevlerini şöyle belirlemişlerdir: "*aktüalite enformasyonunu geliştirmek, derinleştirmek, enformasyonu*

<sup>6</sup>JEANNENEY Jean-Noël, *Medya Tarihi*, Çev. Esra ATUK, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1998, s.195.

<sup>7</sup>ALBERT Pierre, *La Presse*, P.U.F, Paris, 1991, s.45.

<sup>8</sup>ALBERT Pierre, *agy*, s.45.

<sup>9</sup>BELLANGER Claude yönetiminde, 3. Cilt, s.461.

yorumlamak ve ondan bir sentez, düşünce unsuru çıkarmak".<sup>10</sup> Yani okurların gündemdeki bir konuyu derinlemesine irdelemek için dergilere baş vurdukları görülmektedir. Dergiler bir genel kültür aracı olarak benimsenmektedir.

Bu durum Fransa'da dergiler ile gazeteler arasında büyük bir rekabetin ortaya çıkmasına yol açmıştır. "Günlük basın, sütunlarında, köşelerinde, eklerinde artık dergi konularını işlemeye başlamıştır."<sup>11</sup>

Bununla birlikte Fransa'da günümüzde en çok satan dergiler haber dergileri değil televizyon dergileridir. Yayımlanan pek çok televizyon dergisinden en önemlileri ise şunlardır: *Télé-7 Jours*, *Télé 60*, *Télé-Poche*, *Télérama*, *Télé-Journal*, *Semaine Radio-Télé*, *Télé-Magazine*.

### Sonuç

Fransa dergicilik alanında oldukça gelişmiş bir ülke olarak görülmektedir. Gerçekte de dergiler yazılı basın alanında oldukça yüksek bir satış düzeyine ulaşmaktadır. Ayrıca dergiler tarihsel açıdan irdelendiğinde de her zaman gazetelerden farklı bir konumda oldukları görülmektedir. Fransa'yı derinden etkileyen iki dünya savaşı döneminde bir çok gazete kapanırken dergicilik alanında gelişmeler yaşanmıştır.

Günümüzde de Fransa'da yazılı basın alanında dergiler önemlerini korumaktadırlar. Bunda uzmanlaşmaya verilen önemin büyük olduğunu vurgulamakta yarar bulunmaktadır.

### Kaynakça

- ALBERT Pierre, *La Presse*, P.U.F, Paris, 1991.
- BALLE Francis, *Médias et Sociétés*, Montchrestien Yayınları, 8. Baskı, Paris, 1997.
- BELLANGER Claude yönetiminde, *Histoire générale de la presse française de 1815 à 1871*, 2. Cilt, PUF, Paris, 1969.

<sup>10</sup>MANDRAUD Isabelle, *L'Etat des Médias*, "La grande variété de la presse magazine" Sous la direction de Jean-Marie CHARON, CFPJ, Paris, 1991, s.88.  
<sup>11</sup>MANDRAUD Isabelle, a.g.y, s.88.

- BELLANGER Claude yönetiminde, Histoire générale de la presse française de 1871 à 1940, 3. Cilt, PUF, Paris, 1972.
- JEANNENEY Jean-Noël, Medya Tarihi, Çev. Esra ATUK, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1998.
- KESEROĞLU, S. Hasan, Müteferrika, "Batı'da ve Osmanlı İmparatorluğu'nda Süreli Yayınların Ortaya Çıkışı ve Özellikleri", Yaz sayısı, 1995.
- MANDRAUD Isabelle, L'Etat des Médias, "La grande variété de la presse magazine" Sous la direction de Jean-Marie CHARON, CFPJ, Paris, 1991.

