

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**YEREL BASININ İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI:  
ZONGULDAK YEREL BASINI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Ceyda DEMİR**

**KOCAELİ 2018**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**YEREL BASININ İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI:  
ZONGULDAK YEREL BASINI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Ceyda DEMİR**

**Dr. Öğretim Üyesi Betül PAZARBAŞI**

**KOCAELİ 2018**

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**YEREL BASININ İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI:  
ZONGULDAK YEREL BASINI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Tezi Hazırlayan: Ceyda DEMİR

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 27.06.2018/17..

Jüri Başkanı: Dr. Bekir Palaoluğu

Jüri Üyesi: Dr. Ebru Turanlı

Jüri Üyesi: Prö. Dr. Firuz Ahe

KOCAELİ 2018

## ÖNSÖZ

İnternet teknolojisinin hayatımızı tamamen kuşatması ve sosyal medya mecrasının da ortaya çıkışı sonucunda gazetecilik mesleğinin geleneksel işleyiş süreci ve okurların beklentileri değişmiştir. Bu yaşanan dönüşüme dair yaygın basın durumunu inceleyen bir çok akademik çalışmalar yapılmışken yerel basının bu yeni iletişim mecralarına ne derece adapte olabildiğini inceleyen akademik çalışma sayısı yeterli oranda değildir. Bu öngörüyle bana bu tez çalışmasının konusunu belirlemekle kalmayıp, benim bu meşakkatli yolumu tamamlayabileceğime dair inancı her daim kalbime aşılması, sevgi dolu desteği ve sabrıyla bana kendisini danışman olarak ‘iyi ki seçmişim’ dedirten; tez çalışmam bitse de gönlüme adını silinmeyecek şekilde yazan, çok güzel insan danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Betül PAZARBAŞI’na teşekkürlerimi minnetle sunarım.

Tez yazım süresince bana her zaman olduğu gibi varlığı ve desteğiyle güç veren canım aileme ve kıymetlim Poyraz DEMİR’e ;

Zonguldak Karaelmas Gazeteciler Derneği Başkan Vekili Mustafa EMEN’e , Ali BAHADIR’a, Murat Ekrem ZAMAN’a, M.Çetin SEZGİN’e ;

Akademik çalışmama destek ve yardımlarını esirgemeyen Prof. Dr. İsmail Hakkı ÖZÖLÇER’e, Dr. Öğretim Üyesi Emel KESİM’e, Öğr. Görevlisi Umut DÖKEL, Öğr. Görevlisi Öğr. Görevlisi Kemal YAVUZ, Öğr. Görevlisi Hüseyin MUNGAN, Öğr. Görevlisi Çağatay KONBUL ve Öğr. Görevlisi Fatih ERDOĞAN’a ;

Tezimi teslim edebilmem için çok değerli destek ve yardımları için Melike DEMİR’e, Zekeriya DOĞAN’a ve Yeşim SAVAŞ’a;

Tezimi bitirene kadar vazgeçmemem için her zaman beni arkamdan sevgi ve inançla iten başta Aybüke COŞGUN olmak üzere tüm öğrencilerime -nam-ı diğer ‘ballarım’a- çok teşekkür ederim.

Ortaya çıkan tez çalışmamın, akademik yolun başındaki bir öğrencinin olabilecek hata ve eksikliklerini içermesi ihtimali sebebiyle bu konuda tüm sorumluluğun da kendime ait olduğunu belirtmek isterim.

## İÇİNDEKİLER

|                          |      |
|--------------------------|------|
| ÖNSÖZ.....               | i    |
| İÇİNDEKİLER .....        | ii   |
| ÖZET.....                | v    |
| ABSTRACT .....           | vi   |
| KISALTMALAR LİSTESİ..... | vii  |
| TABLolar LİSTESİ.....    | viii |
| GİRİŞ.....               | 1    |

## BİRİNİCİ BÖLÜM

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. TÜRKİYE’DE YEREL BASININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE ZONGULDAK YEREL BASINI .....</b> | <b>4</b>  |
| <b>1.1. YEREL BASIN.....</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1.1. Yerel Basının Önemi ve Özellikleri .....                                      | 7         |
| 1.1.2. Yerel Basının İşlevi.....   | 10        |
| 1.1.3. Yerel Basının Sorunları .....   | 13        |
| <b>1.2. TÜRKİYE’DE YEREL BASININ DOĞUŞU VE GELİŞİMİ .....</b>                        | <b>18</b> |
| <b>1.3. ZONGULDAK’TA YEREL BASININ DOĞUŞU VE GELİŞİMİ.....</b>                       | <b>22</b> |
| 1.3.1. Zonguldak’ta İlk Gazete ve Gazeteciler .....                                  | 23        |
| 1.3.2. Zonguldak Vilayet Merkezinde Yayımlanan Gazeteler .....                       | 26        |
| 1.3.2.1. 1920-1940 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....             | 26        |
| 1.3.2.2. 1950-1960 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....             | 27        |
| 1.3.2.2. 1960-1970 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....             | 27        |
| 1.3.2.3. 1970-1980 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....             | 27        |
| 1.3.2.4. 1980- 1990 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....            | 27        |
| 1.3.2.5. 1990- 2000 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....            | 27        |
| 1.3.2.6. 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler.....             | 27        |
| 1.3.2.7. 2010 Yılından Sonra Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler .....                   | 28        |

## İKİNCİ BÖLÜM

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2. İNTERNET İLE DEĞİŞEN GAZETECİLİK PRATİKLERİ VE YEREL BASIN...</b>       | <b>29</b> |
| <b>2.1. İNTERNET .....</b>  | <b>29</b> |
| 2.1.1. İnternet Kavramı ve Tanımı .....                                       | 30        |
| 2.1.2. İnternetin Doğuşu ve Gelişimi.....                                     | 30        |
| 2.1.3. Türkiye’de İnternet.....   | 31        |
| <b>2.2. İNTERNETİN ÖZELLİKLERİ VE SUNDUĞU OLANAKLAR .....</b>                 | <b>33</b> |
| 2.2.1. WorldWide Web (WWW) .....  | 34        |
| 2.2.1.1. web 1.0 .....  | 34        |
| 2.2.1.2. web 2.0 .....  | 35        |
| <b>2.3. İNTERNETİN GAZETECİLİK MESLEK PRATİKLERİNE SUNDUĞU OLANAKLAR.....</b> | <b>36</b> |
| <b>2.4. İNTERNET GAZETECİLİĞİ .....</b>                                       | <b>37</b> |
| 2.4.1. İnternet Gazeteciliğinin Temel Özellikleri.....                        | 39        |
| 2.4.2. İnternet Gazeteciliğinin Sunduğu Olanaklar .....                       | 40        |
| 2.4.3. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Ve Yerel Basın İçin Olanaklar .....   | 41        |
| 2.4.4. Zonguldak’ta İnternet Gazeteciliği ve Yerel Basın .....                | 43        |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. SOSYAL MEDYA VE GAZETECİLİK İLİŞKİSİ .....</b>                       | <b>46</b> |
| <b>3.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE GELİŞİMİ .....</b>                         | <b>46</b> |
| <b>3.2. SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ.....</b>                      | <b>47</b> |
| <b>3.3. SOSYAL MEDYANIN İŞLEVİ VE KULLANICIYA SAĞLADIĞI OLANAKLAR.....</b> | <b>48</b> |
| <b>3.4. SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKI .....</b>                | <b>49</b> |
| <b>3.5. SOSYAL MEDYANIN KAPSAMI.....</b>                                   | <b>50</b> |
| 3.5.1. Sosyal Ağlar .....  | 50        |
| 3.5.1.1. Facebook .....  | 51        |
| 3.5.1.2. Twitter .....   | 53        |
| <b>3.6. SOSYAL MEDYANIN GAZETECİLİK PRATİKLERİNE ETKİSİ .....</b>          | <b>53</b> |

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

|  |           |
|--|-----------|
| <b>4. ZONGULDAK YEREL BASINININ İNTERNET SİTELERİNİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIM AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ .....</b> | <b>55</b> |
| <b>4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ .....</b>  | <b>55</b> |
| <b>4.2. ÖRNEKLEM .....</b>   | <b>56</b> |
| <b>4.3. YÖNTEM.....</b>  | <b>57</b> |
| <b>4.4. BULGULAR VE YORUM .....</b>  | <b>57</b> |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>  | <b>69</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>  | <b>76</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>   | <b>83</b> |

## ÖZET

İnternetin ortaya çıkışı ile iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler gazetecilik meslek pratiklerini de dönüştürmüş ve haberi üretme, sunma ve paylaşmanın yanısıra okuyucu ile ilişkisinde evirilme fırsatını yakalamıştır. Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarının kitle içi popülerliğinin artması ile de bu mecra gazetecilik meslek pratiklerine dahil edilmiştir. Maliyeti düşük ama etkisi büyük olan bu dijital devrim, resmi ilan ile hayatta kalma mücadelesi veren yerel basının kaybettiği gücünü toparlayabilmesi için çok önemli bir soluk olmuştur.

Yerel basında internet gazeteciliğinin uygulanabilirliğinin ve sosyal medya kullanımının incelendiği bu tezin amacı, seçilen örneklemeler üzerinden sitelerin biçim ve içerik özelliklerini tablolar aracılığı ile karşılaştırmalı olarak analiz etmektir.

Bu amaçla çalışmada; Zonguldak il merkezinde yayımlanan tirajı en yüksek üç yerel gazetenin internet ana sayfaları inceleme kapsamına alınmıştır. Teorik bölüme ilişkin verilerin elde edilmesinde; literatür taramasının yanı sıra Zonguldak yerel basın tarihine ışık tutacak bilgiler için Zonguldak'ın duayen gazetecileriyle yüzyüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın analize ilişkin metodolojik kısmı H.İbrahim Gürcan'ın 'Haber Sitelerinde İçerik Ve Tasarıma Yönelik Değerlendirme Ölçütlerine Bir Yaklaşım' (2004) adlı makalesi temel alınarak oluşturulmuştur.

İnceleme kapsamına alınan gazetelerin internet sayfaları; siteye ulaşılabilirlik, genel görünüş, kullanım kolaylığı, içerik, teknik özellikler, kurumsal bilgiler, etkileşimlilik ve sosyal medya kullanımı yönünden analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre Zonguldak yerel gazetelerinin internet ve sosyal medya kullanımı konusunda yetkin oldukları tespit edilmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Gazetecilik, Yerel Basın, İnternet Gazeteciliği, Sosyal Medya, İçerik Analizi



## ABSTRACT

The developments in communication technologies that followed the emergence of the internet have transformed the professional practices of journalism and provided it with the chance of being evolved in its relationship with its readers, as well as the production, presentation and sharing of news. With the increasing popularity of social media practices that have been emerged by the improvements in new communication technologies, this field has been added to the professional practices of journalism. This low-cost but high-impact digital revolution played a very important role in helping the local press to regain its power in its struggle for survival with official announcements.

The aim of this thesis which analyzes the applicability of online journalism and the use of social media in local press is to comparatively examine the format and content features of websites through tables and selected samples.

To this end, the online homepages of three local newspapers with the highest circulation in Zonguldak city center were analyzed within the context of the study. In order to collect data iterat theoretical part, together with the iteratüre review, interviews were conducted with senior journalists in Zonguldak to gather enlightening information about the history of local press in the city. The methodology part of this study was built on the article ‘The Approach of the News Sites Evaluation Criterias on Content and Design Elements’ (2004) by H. İbrahim Gürcan.

A content analysis was conducted to study the internet pages of the relevant newspapers in terms of site accessibility, general appearance, ease of use, content, technical features, corporate information, interactivity and the use of social media.

The findings of the study revealed that the local newspapers in Zonguldak are all competent at using the internet and the social media.

**Key words:** Journalism, Local press, Internet journalism, Social media, Content Analysis

## KISALTMALAR LİSTESİ

|         |   |
|---------|---|
| ABD     | Amerika Birleşik Devletleri   |
| ADSL    | Bakımsız Sayısal Abone Hattı  |
| ARPA    | Advanced Research Projects Agency: İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu   |
| ArpaNet | Advanced Research Projects Agency Network   |
| DARPA   | ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı  |
| DP      | Demokrat Parti  |
| DPT     | Devlet Planlama Teşkilatı   |
| HTML    | Hyper Text Markup Language: Köprü Metni Biçimlendirme Dili (İnternet üzerinde veri paylaşımı için kullanılan en yaygın metin tabanlı dil) |
| İTÜ     | İstanbul Teknik Üniversitesi  |
| ODTÜ    | Orta Doğu Teknik Üniversitesi   |
| PC      | Personal Computer (kişisel bilgisayar)  |
| SSCB    | Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Birliği  |
| TBMM    | Türkiye Büyük Millet Meclisi  |
| TGC     | Türkiye Gazeteciler Cemiyeti  |
| TÜBİTAK | Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu   |
| TÜİK    | Türkiye İstatistik Kurumu   |
| TSO     | Ticaret Sanayi Odası  |
| WWW     | World Wide Web: Dünya Çağında Ağ  |

## TABLULAR LİSTESİ

|  | <b><u>Sayfa</u></b> |
|--|---------------------|
| Tablo 1: Zonguldak Yerel Gazeteleri ve İnternet Adresleri.....         | 56                  |
| Tablo 2: Siteye Ulaşılabilirlik Ölçütü .....                           | 57                  |
| Tablo 3: Genel Görünüş Ölçütü .....                                    | 58                  |
| Tablo 4: Kullanım Kolaylığı Ölçütü .....                               | 59                  |
| Tablo 5: İçerik ölçütü A. Yetkinlik .....                              | 60                  |
| Tablo 6: İçerik ölçütü B. Doğruluk .....                               | 62                  |
| Tablo 7: İçerik ölçütü C. Yansızlık .....                              | 62                  |
| Tablo 8: İçerik ölçütü D. Kapsam .....                                 | 63                  |
| Tablo 9: İçerik ölçütü E. Güncellik.....                               | 64                  |
| Tablo 10: İçerik ölçütü F. Haber Yazım Kuralları ve Dil Kullanımı..... | 64                  |
| Tablo 11: Teknik Özellikler Ölçütü .....                               | 65                  |
| Tablo 12: Kurumsal Bilgiler Ölçütü.....                                | 66                  |
| Tablo 13: Etkileşimlilik Ölçütü.....                                   | 67                  |
| Tablo 14: Sosyal Medya Kullanım Ölçütü.....                            | 67                  |

## GİRİŞ

Gazeteler 17. yüzyıldan itibaren politik işlevleri, toplumsal yararları ve ticari eğilimleriyle diğer sosyal sistemler tarafından ilgiyle izlenmeye başlanmıştır. 18. yüzyılda toplumsal sorunlar, kamusal iletişim pratiği olarak tartışılmış; 19. yüzyılda gazetecilik kendine özgü bir problem alanı olarak belirlenmiş; 19. yüzyılın ortalarından 20. yüzyılın başına kadar ise meslek haline gelmiştir. Farklılaşma süreçlerinin devamında ise ayrı bir sosyal sistem olarak gelişmeye başlamış ve modern gazetecilik yapısını modern toplumun işlev sistemi doğrultusunda oluşturma eğilimi içine girmiştir (Alver, 2010:15).

Türkiye’de basının doğuşunun ilk aşaması 18. Yüzyılda matbaanın İbrahim Müteferrika tarafından Türkiye’ye getirilmesi, bir sonraki aşama da 19. Yüzyılda Türkiye’de yayımlanan ilk Türkçe gazete olma özelliğine sahip olan Takvim-i Vekayi ile olmuştur. Bu tarihten sonra basın ülke geneline yaygınlaşmaya başlamış ve 19. yüzyılın sonlarına doğru da bugünkü anlamıyla yerel gazete olarak ifade edilen vilayet gazeteleri oluşmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanı sürecine ve yeni siyasal rejime vatandaşın adapte olabilmesine çok önemli katkıda bulunan yerel basın; 1970'lerden sonra yaygın basının teknolojik gelişmeler ile ülke çapında etkinliğini artırmasına ayak uyduramayıp sıkıntı yaşamıştır.

1990’lı yılların ortalarından itibaren internetin doğuşu ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişim rüzgârları hem toplumu hem de medya sektörünü etkisi altına almıştır ve haber sunum ve paylaşım pratiklerini dönüştürmeye başlamıştır.

Bu süreç içerisinde ortaya çıkmış olan internet gazeteciliği, Türkiye’de hem yaygın basın içerisinde hem de ekonomik krizden etkilenmenin sonucunda birçoğu mesleğini yapamaz hale gelen gazeteciler tarafından, düşük maliyeti nedeniyle hızla uygulama alanı bulmuştur ve sanal ortam aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Gazeteciliğin bu yeni çehresi farklı çalışmalarda “on-line, sanal, dijital, elektronik gazetecilik, web ya da internet gazeteciliği” olarak ifade edilmektedir.

Alt yapısını internet ve internet teknolojilerine dayandıran tüm gelişmelere ‘Yeni medya’, yeni medyanın teknoloji ve iletişim dünyasına sunduğu armağana da ‘sosyal medya’ denmektedir (Bulunmaz, 2017: 81). Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın etkisi sonucu günümüzde habercilik dijitalleşmekte, çoklu haber unsurlarının gitgide daha çok kullanılmakta, hedef kitleden geri bildirim alınabilmekte ve vatandaş gazetecileri ortaya çıkmaktadır. Ayrıca sosyal medya gazeteciler açısından haber kaynağı olarak da kullanılabilir (Taşkıran, 2017: 31). Geleneksel medyanın gerek sermayeye bağlılığı gerekse güç odaklarıyla kurduğu ilişki biçimi, onu toplumun sadece belli bir kesiminin temsilcisi olmasına neden olmuştur. Oysa sosyal medyada iletişim kurabilmek için büyük sermayelere sahip olma gerekliliği yoktur. Klasik gazetecilikte emek, sermaye, kurumsal teşebbüs ve hukuki süreçlerle işleyebilen medya faaliyetleri, bu yeni mecrada masaüstü veya mobil iletişim cihazları vasıtasıyla neredeyse bedava sayılabilecek bir bedel karşılığında yapılabilmektedir (Özutku, Küçükıylmaz vd, 2014: 33-34).

Sosyal ağlar, internet aracılığıyla insanların başkalarıyla iletişime geçebilmesini, fotoğraf ve video gibi türlü paylaşımında bulunmasını ve böylece sanal ortamda daha fazla sosyalleşme imkanı sağlayan araçlardır (Özutku, Küçükıylmaz vd , 2014: 114) .

İnternet, geleneksel basın gibi pasif değil aktif bir iletişim aracı olduğundan, okuyucu kitlenin on-line şeklindeki katılım potansiyeli daha yüksek olmaktadır (Pavlik, 2013: 35). Klasik medyanın tek yönlü iletişim sürecini yerinden eden yeni veya sosyal medyanın sayesinde iletişim etkileşimli ve interaktif bir biçime dönüşmüştür. Geleneksel medya karşısında sadece haber veya enformasyona maruz kalan sıradan okuyucu, dinleyici, izleyici böylece herhangi bir haberi eleştirebilir, görüntü veya yorumla katkıda bulunabilir hale gelmiştir. Bunun sonucunda da haber malzemesinin daha zengin hale gelmesine ve farklı perspektifler kazanmasına destek olabilecek bir konuma sahip olmuştur (Kurt, 2016: 31).

Haberin içeriklerine sıradan okuyucunun dahil olmasına imkan veren sosyal medya, haberciliğin çok sesli hale gelmesine ve iletişim ortamının demokratik bir yapıya bürünmesine katkı sağlamaktadır. Etkileşimli, interaktif, anında geribildirime olanak sağlayan, alıcı ve vericinin iletişim sürecinde her an yer değiştirme imkanı sunan Yeni/Sosyal medya hem iletişimde hem de gazeteciliğin gündelik meslek pratiklerinde değişiklikler meydana getirmiştir (Kurt, 2016: 32-33). İnternet teknolojisiyle yaygınlaşan sosyal medya ortamlarının sunduğu önemli avantajlar sayesinde artık gazeteci haber metni detaylandırma,

güncelleme veya haberin içeriğine uygun daha fazla içeriğe ulaşmak istediğinde internetin sahip olduğu muazzam enformasyona başvurarak daha kısa sürede ve maliyetsiz bir biçimde işini yapabilmektedir.

Günümüzde Türkiye’de ulusal gazeteler, televizyonlar ve radyolar ile yerel medyanın büyük bir kısmı kendi internet sitelerini ve sosyal medya hesaplarını oluşturarak haberlerini okuyucularına bu yeni mecra üzerinden de aktarmaktadırlar. İnternet yayıncılığının avantajlı yapısı, yerel ve ulusal medyanın sesinin globalleşmesinde önemli rol oynamaktadır. Ulusal ve özellikle de yerel medya kuruluşları, sosyal medya aracılığıyla fiziki sınırları aşarak yaşanan tüm gelişmeleri daha fazla okuyucu ve izleyicilerine aktarma ve gelişmeleri dünya gündemine sunma imkânını elde etmektedirler.

Ülkemiz genelinde yerel basının digital ortamdaki işleyişini ele alan çalışmalar olmakla birlikte, Zonguldak yerel basını ile ilgili bu alanda yapılmış herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda, Zonguldak yerel basınının internet ve sosyal medya kullanımına dair yetkinliğini ölçme amacıyla yapılan çalışma bir ilk olmakla birlikte, Zonguldak yerel basın tarihi ile ilgili içerdiği özgün bilgilerin tarihe ışık tutacak olması ile bir kaynak işlevi de görebilecektir.

Bu amaçla çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; Türkiye’de yerel basının tarihsel gelişimi ve Zonguldak yerel basını ayrıntılı olarak ele alınmıştır. İkinci bölümde; internet kavramı, internetin özellikleri ve sunduğu olanaklar, internetin gazetecilik meslek pratiklerine sunduğu olanaklar, internet gazeteciliği, Zonguldak’ta internet gazeteciliği ve yerel basın ilişkisine ayrıntılarıyla değinilmiştir. Üçüncü bölümde; sosyal medya kavramı ve gelişimi, sosyal medyanın önemi ve özellikleri, kullanıcıya sağladığı olanaklar, sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı, sosyal medyanın kapsamı ve sosyal medyanın gazetecilik pratiklerine etkisine yer verilmiştir. Dördüncü bölüm ise Zonguldak yerel basınının internet ve sosyal medya kullanımı üzerine yapılan incelemeyi kapsamaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. TÜRKİYE’DE YEREL BASININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE ZONGULDAK YEREL BASINI

Çalışmanın birinci bölümünde başta yerel basın kavramı açıklanmaya çalışılıp, yerel basının önemine, sahip olduğu özelliklere, yaşadığı sorunlara değinilecek; devamında Türkiye’de yerel basının ne zaman ve nasıl doğduğu ve yaşadığı gelişim açıklandıktan sonra Zonguldak yerel basınının tarihsel gelişimine değinilecek ve Zonguldak il merkezinde ilk gazeteden günümüze kadar yayınlanmış olan gazetelerin isimleri on yıllık dönemlere ayrımlanarak belirtilecektir.

#### 1.1. YEREL BASIN

Kamunun, yaşanan olaylardan haberdar olabilme ihtiyacından ortaya çıkmış olan basın, yüzyıllardır insan yaşamında önemli bir yer etmiştir. Ekonomik alanda, siyasi alanda ve toplumların sosyo-psikolojileri üzerinde etki yaratabilecek özelliğe sahip olan kitle haberleşme araçları bazen kamuyu doğru yönlendirmiş bazen de çeşitli siyasi grupların ve sermaye gruplarının denetiminde, kamunun genel kabul görmeyen bir şekilde yanlış bir yöne sürüklemeye çalışmıştır. Bu şekilde kullanılmaya açık olan kitle haberleşme araçları insanların, toplumların ve ülkelerin kaderinde önemli rol oynamıştır. Bu kitle haberleşme araçlarından biri olan gazetelerimizin Anadolu’daki yöresel yayınları, yerel basının Türk basın tarihi kitaplarına alınmasını sağlamış ve ‘Anadolu basını’ olarak Bab-ı Alinin karşısına geçirilmiştir (09.08.2016).

Kamusal görevi olan basın, hedef kitleleri itibariyle ulusal ve yerel olarak ikiye ayrılmaktadır (Vural,1998:160).

18. ve 19. yüzyılda basının giderek gazetelerden farklı, daha dar dağıtım, ancak yakın çevreye ilişkin daha geniş bilgi taşıyan gazeteler; “yerel basın” olarak tanımlanmışlardır (22.12.2016).

Yerel basının, kavramsal ve kapsamı açısından tanımı: sınırları dar ve tanımlanmış bir yöre -ki bu yöre sadece bir kent ya da kasaba da olabilir- o yöre halkını bilgilendirmeye

(haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti gösteren, aynı zamanda yöre halkının iletişim kurumu özelliğini taşıyan araç ya da araçlar bütünüdür (Vural, 1998: 161).

1990'lı yıllar itibariyle özel televizyonların yayın hayatına başlamasına paralel olarak gazetecilikte yaşanan teknolojik gelişmeler, son sistem baskı makinaları ve dijital döneme geçişle birlikte basın kavramının 'medya' kavramına dönüşmesine yol açmıştır (DGC,2017:17).

'Yerel medya' kavramı; yerel düzeyde yayın yapan radyo, televizyon ve gazeteleri kapsamaktadır. 'Yerel basın' kavramı ise daha çok gazeteleri işaret etmektedir ve bu gazeteler 'Anadolu basını' veya 'taşra basını' olarak da anılmaktadır. Yerel gazeteler genel itibariyle kasaba ve şehirlerdeki haberlerin, sorunların veya konuların yer aldığı, belli bir bölgede yayımlanan ve dağıtımı yapılan ve bu sebeple hedef kitlesi de yerel halktan oluşan gazetelerdir (Atabek, 2012: 63).

Türk kamuoyunda 'Anadolu Basını' ya da 'taşra basını' olarak da adlandırılan yerel (yöresel) basın; büyük şehirlerin dışındaki il, ilçe ve beldelerde yaşayan halkın istek ve sorunlarını ilgili kişilere aktarmanın yanında, o yörede yaşayan halka bilgilendirici, eğitici ve eğlendirici içerik sunarak kamuoyunun oluşması için gerekli çabayı gösteren kitle iletişim araçlarıdır. Yayın sınırları Türkiye'yi de aşmayı başaran günümüz ulusal basınımızın tarihine baktığımızda çoğunun yerel olarak doğduğunu ve İstanbul dışına dağıtım yapmaya 1960'lı yılların başında başladıklarını görürüz (Girgin, 2009:235).

Yerel basına dair yapılmış diğer tanımlamalara baktığımızda; Vural'a göre (2007: 337) 'yerel basını; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede- ki bu yöre yalnızca bir şehir ya da birkaç komşu şehirden oluşan bir bölge olabilir- yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan araçlar bütünü' olarak tanımlamak mümkündür.'

Türkiye'de yerel basın üzerinde yapılan tanımlamalara dair çeşitli görüşler olsa da bu tanımlamaların genel olarak ortak bir noktada toplandığını görmekteyiz. Yerel basın her ne kadar farklı adlarla, tanımlamalarla izah edilmeye çalışılmışsa da genel kabul görmüş karşılığı: Ulusal basın kadar geniş çaplı olmayan, il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık ya da



daha fazla aralıklarla çıkan, dar çevrede bölge haberlerine yer veren, yöresel gelişmeyi, sorunları ön planda tutmaya çalışan, ulusal gazeteler gibi tezgâhlarda çok bulunmayan ve biraz da ulusal basının gölgesinde kalmış basın olarak tanımlanabilir yerel basın (09.08.2016).

Milliyet gazetesi yazarlarından Nail Güreli'nin ifadesiyle:

*'İstanbul'dan tüm Türkiye'ye yayın yapan basına 'yaygın basın' demek daha doğru olur. Yerel basın kendi yerel il ve ilçe sınırları içinde yayın yapan basındır. Bölgelerde yayın yapan basına da 'bölgesel basın' denir. Yaygın, yerel ve bölgesel basının toplamından 'ulusal basın' oluşur. Eski deyimle yerel basına 'mahalli basın' denirken 'milli basın' da ulusal basın ifadesine dönüştürüldü. Ulusal basın derken yereli bu ifadenin kapsamadığını düşünmek yanlış olmaktadır. Milli mücadele döneminde yerel basının, Anadolu basının rolü çok önemli olmuşken onu 'milli' ifadesinden ayrı tutmak yerel basına haksızlık olmaktadır.'* (2003: 14-15).

Ulusal basına göre daha dar bir alanda varlık gösteren yerel basının kendine özel hedef kitlesi bulunmaktadır. Bir yerel basın kuruluşunun hedef kitlesi, bu basın kuruluşunun verdiği tüm bilgilere karşı duyarlı olan gruplardır. Aynı zamanda kamuoyunu da oluşturan bu grupları şöyle sıralamak mümkündür (Vural, 2007: 338) :

- 1) Aboneler ve gazeteyi satın alanlar
- 2) Yörede yaşayanlar
- 3) Valilik, Emniyet Müdürlüğü ve Belediye, Nüfus-Tapu-Vergi gibi kamu kurumları
- 4) Haber, araştırma ve yorum üretiminde rolü ya da aracılığı olan gruplar (haber-istihbarat-bilgi kaynakları, eğitim, istatistik, ekonomi, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlik kurumları, gazete çalışanları gibi)
- 5) Meslek örgütleri
- 6) Siyasi Partiler, sendikalar, dernekler, çevre örgütleri, düşünce toplulukları
- 7) Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları
- 8) Reklam verenler

Ulusal düzeyde kamuoyu ülke geneline yayım ve yayın yapan basın kuruluşlarının aracılığıyla yerel düzeyde bir kamuoyunun oluşabilmesi, özellikle yerel basın kuruluşlarının işlev ve amaçlarına yönelik bir etkinlik alanı içinde bulunmaktadır (Vural, 998:160).

### 1.1.1. Yerel Basının Önemi ve Özellikleri

İnsanlık tarihi boyunca insan topluluklarının birbirleriyle gerçekleştirdiği ilk iletişimin, çevresel anlamda yerel boyutlarla başladığını söylemek mümkündür. Yerel iletişim: tarihin ilk dönemlerindeki toplumlardan, bugünün farklı kültür, dil, inanç, yaşam biçimindeki sınırları belirlenmiş ülke toplumlarına kadar her düzeyde önemli bir konumda olmuştur (Vural, 1998:154).

Yerel basın ülkemizde; kamuoyunda, gazetecilik mesleğinin icra edildiği çevrelerde, siyasi ortamlarda ve kimi zamanda basına ilişkin akademik platformlarda, “Anadolu Basını”, “Mahalli Basın” ya da “Taşra Basını” olarak nitelendirilmektedir. Anadolu Basınının, Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunda harcadığı emek, verdiği ciddi mücadeleler, sağladığı büyük katkıların unutulmaması gerekir. Ulusal bir kurtuluşun ve yeni bir devletin doğuşunun yaşandığı dönemlerde Türkiye’de yerel basın, son derece zor koşulların iletişim aracı olmuş, önemli misyonlar yüklenmiş ve yükümlülüklerini de başarıyla yerine getirmiş bir basın olarak tarihe geçmiştir (Vural, 2007:339). Türk basınının gelişmesinin temelinde Anadolu basını önemli bir yere sahiptir (Tutar, 1993:115).

Yerel yönetimler nasıl demokrasinin ilk basamağı ve çekirdeğiye, yerel basın da demokrasinin sağlıklı işlemesi göreviyle yükümlü, basın içinde basının özü, çekirdeğidir. Halk, kendini yönetenlerin başarılarını ya da hatalarını yerel basından doğrudan doğruya öğrenme hakkına sahiptir. Bu hakkı yerine getirecek olan da yerel basındır. Yerel basın, bölgenin ve bölge halkının her türlü sorununu ve bu sorunlara çözüm önerilerini gündeme taşıyan, tartışan, yerel yönetimle merkezi yönetim arasında köprü işlevi görebilen, halkın gören gözü duyan kulağı olduğu kadar yerel yönetimin dili de olabilen bir işleyişle ülke basınına malzeme sağlamakta, onları uyarıcı görevler görmekte, onlara yardımcı olmaktadır (09.08.2016).

Yerel basının güçlü konumda olduğu bölgelerde, o yörenin insanları demokrasiye, kişisel ve toplumsal haklarına daha kuvvetli bir şekilde sahip çıkabilmekte, istek ve ihtiyaçlarını daha rahat dile getirebilme imkanına sahip bulunmakta ve bunların işleyişini takip edebilmektedir (Ulusoy, 2003:106).

Demokrasi ve yerel değerlerin hayata geçebilmesi adına katalizör durumunda olan yerel basın küresel sermaye ve küresel kültür saldırılarının etkilerinden olabildiğince uzak olan yönü ile toplumun savunma mekanizması ve kalkanı görevi üstlenmektedir (Arslan, 2010: 258).

Yoğun bir küreselleşmenin yaşandığı günümüzde ‘zorunlu dünya vatandaşı’ haline getirilen bireylerin yerel bağlarının kopması durumunda karşı karşıya kalacağı yalnızlığı ortadan kaldıracı gücüne sahip olan yerel basın, bireyin yöresel yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı durumundadır. Bölgeyi ve bölge halkını iyi tanıyan yerel basında, yerel halk kendi sorunlarını, çevresindeki gelişmeleri, sesini ve yüzünü görebilmektedir. Yerel basın sayesinde böylece kendisiyle ilgili her şeyi daha yakından izleyebilmekte, olaylara daha yakından sahip çıkabilmektedir. Böylece yöre halkının moral kaynağı olabilen yerel basın, bireylerin çevresi ve kendisiyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkili kişileri yönlendirici yaşama biçimini sağlamakla yükümlü ve dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş bir kurumdur (Girgin, 2009:238-239).

Yerel basının hedef kitlesi içinde daha önce maddeler halinde belirttiğimiz grupların her birinin kendi içindeki dinamizminin yanı sıra bir araya geldiklerinde oluşturdukları dinamizm, yerel basının bulunduğu kentin ya da yörenin dinamizmi anlamına gelmektedir. Bu anlamda, yerel basın kent dinamizmini de harekete geçirebilen bir toplumsal kurum olmaktadır (Vural, 2007: 338).

Yaşadığı yerdeki olaylar ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi olabilen birey, bu sorunlara karşı duyarlılık kazanır. Dolayısıyla bu duyarlılık sorunların çözümünde birlik, ortak amaç ve dayanışmayı doğurur ve böylece bölgenin gelişimi konusunda önemli katkılar sağlanabilmektedir. Özellikle ülkemizde bu anlamda yerel basının önemi fazladır. Gelişmişliğin ülke genelinde dengeli bir dağılım göstermediği gerçeğinden hareket edersek, yerel basının ülke gelişimi açısından ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (22.12.2016).

Yerel basın organları, oldukça önemli ve sorumluluk gerektiren bir görev üstlenmiş olan kitle iletişim araçları bütünüünün ayrılmaz bir parçası olarak aynı derecede öneme sahip bulunmaktadır. Hatta ülkenin menfaati açısından ayrı bir önem taşıyan yerel basın

kuruluşlarının sağlıklı faaliyet yürütebilmesi için ekonomik bağımsızlıklarını elde etmiş olmaları gerekmektedir (Ulusoy, 2003:108-109).

En az ulusal basın kadar önemli işlevlere sahip yerel basın araçlarının en büyük özellikleri, hedef kitleleri olan yöre insanları ile daha yakın bir iletişim ve yüzyüze bir etkileşim içinde olmalarıdır (Vural, 1998:161).

Ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları tarafından genel olarak kendisine ulaşamadığı dünyayı sunduğu için bireyler kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Yerel basının temel özelliği ise yayımlandığı yörede, bireylerin içinde oldukları sorunlarını çözmeye yardımcı olmak, toplum üyelerinin arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesine katkıda bulunmak, yerel düzeyde kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve ayrıca yerel yönetimleri olumlu ya da olumsuz eleştirerek kamu görevi yapmaktır (Girgin, 2009:237).

Girgin, yerel basının öteki özelliklerini de şu şekilde belirtmiştir (2009:239-240):

**Ulusal özellik:** Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunda üstlendiği çok önemli görevleri yerine getirerek demokrasi anlayışının yerleşip kökleşmesinde, çok partili parlamenter rejimin ve katılımcı demokrasinin tabana yayılması için kamu görevi yapmış ve yapmaktadır

**Yapısal özellik:** Anadolu basını Türk toplumunun ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel özelliklerini yansıtabilen bir ayna gibidir.

**Siyasal özellik:** Anadolu gazetelerinin sahipleri ve yöneticileri, genel anlamda yörelerinin toplum liderleri, toplumsal ve siyasal güç odakları konumundadırlar.

Büyük bölümü babadan oğula geçen, ekonomik sebeplerden ötürü teknolojiye ayak uyduramamış, eski baskı yöntemlerini kullanan ve az sayıda çalışanıyla ayakta kalmak için direnen yerel basın, genel özellikleri itibarıyla bir sektör kimliğine henüz kavuşamamıştır (İlgaz, 2003: 181).

Türkiye'deki yerel gazetelerin tipik özelliklerinden biri de bazılarının kapanırken, bazı yeni gazetelerin yayınlanmaya başlayabilmesidir. Siyasal ortamın gergin ve tansiyonun yüksek olduğu dönemlerde Anadolu'da yayınlanan gazete sayılarının arttığı

gözlenebilmektedir. Böyle bir ortam içinde yayına giren gazetelerin de ömrü fazla uzun olamamaktadır. Bunun haricinde uzun yıllardır tirajı az olmakla birlikte yayınlanmaya devam eden gazetelerde bulunmaktadır.

Anadolu'da yayınlanan yerel gazetelerin yayın süreleri, siyasal ortamlardan etkilenmelere göre değişmektedir. Kimisi siyasal ortama ve ekonomik koşullara rağmen ayakta kalabilmekte ve yayın hayatlarına devam etmektedir. Gazetelerin ayakta kalanlarının çoğu da gazete yayını haricinde, diğer ticari matbaa işlerinden de para kazanarak gazete yayınlarının devamlılığını sağlamaktadır. Ayakta kalabilmeyi bu şekilde başarabilen gazeteler çoğunlukla yaygın basın gölgesinde kalmakta ve çoğu zaman da onlara malzeme sunmaktadır (20.08.2018).

### **1.1.2. Yerel Basının İşlevi**

Demokratik rejimin sağlıklı işleyebilmesi açısından basının gücü ve işlevi çok önemlidir çünkü basının işlevi; halka öncelikli olarak kendi yaşadığı yörede sonra ülkesinde ve dünyada olup bitenleri doğru, dürüst, objektif bir biçimde haber vermektir (TGC, 2003:16).

Genel olarak ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplum üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Basının işlevi öncelikli olarak halka kendi yöresinde, yaşadığı çevresinden sonra ülkesinde ve de dünyada olup bitenleri dürüst, eksiksiz, gerçeği saptırmadan, aldatmadan, kandırmadan, abartmadan tarafsızca bildirmek, haber vermek demokratik rejimin sağlıklı işleyebilmesi açısından oldukça önemlidir (TGC, 2003:16).

Küreselleşmenin etkisiyle sınırlarını aşmayı başaran basın, yeni boyutuyla okuyucusuna 'dünya vatandaşlığı'ni yaşatırken, dünya çapında geçerli ölçütlerin benimsenmesi için hem ulusal hem de yerel çapta güçlerini artırma çabasındadırlar. Bireyin toplumlararası bütünleşmeye dair istek ve yakınlığının haricinde birey kendi kimlik ve kültürünü de koruma güdüsünü kaybetmeme eğilimindedir. Bu sebeple hemen hemen her yerleşim biriminde, kendi yörelerine özel siyasi ve sosyo-kültürel bilgilerin yayınlandığı basın-yayın organlarına sahiptir. Böylece bireylerin, yaşadığı yerin bir parçası olma isteğini cevaplayan yerel basının işlevi, görevi ve taşıdığı sorumluluklar yaygın basın kadar önemli ve ortaktır (Girgin, 2009:236).

Yerel kamuoyunun bir iletişim kurumu durumunda olan yerel basın, etkin olduğu kent ya da bölgede yerel kamuoyunun oluşmasında etkili ve işlevsel kurumlardan biridir. O kent ya da bölgede yaşayan insanların, kendi çevresine dair konularda dili, gözü ve kulağıdır (Vural, 2007: 337).

Bu doğrultuda yerel basının da işlevi; yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktadır (09.08.2016).

Yörede yaşayan herkesi bir şekilde olaylara ortak eden, bir anlamda içinde yaşadığı kültürün gazeteciliğini yapan, verdiği haber ve yorumlarla kanaatlerin oluşmasını ya da değişmesini ve böylelikle kamuoyunun biçimlenmesini sağlayan kurumdur, yerel basın (Vural, 2007: 355).

Seçkinlerin değil okurların perspektifinden haber ileten yerel gazete, bir çok görüşün ve dedikodunun da paylaşıldığı pazar yeri gibidir; yöredeki elit kesimi kontrol etmenin yanı sıra pek çok insanın doğrudan katılımını sağlayarak demokrasinin güçlenmesini sağlar (Schnider ve Raue, 2000:201).

Siyasiler, kitle iletişim araçları sayesinde kamuoyunun görüşlerini öğrenebilirken kamuoyu da yöneticilerin faaliyet ve geleceğe dönük projeler ve gelişmelerle ilgili bilgiyi basın vasıtasıyla öğrenirler (Ulusoy, 2003: 107). Anadolu basını, devlet ile vatandaş arasında diyalog kurulmasını kolaylaştıran bir köprüdür (Girgin, 2009: 246).

Arslan'a göre (2010:258-259) yerel basının işlevi;

- Demokrasi kültürünün yaygınlaşması ve yerel demokrasinin güçlenmesine aracılık eder
- Halk adına denetim görevini yerine getirir.
- Yönetenle yönetilen ilişkisinde yönetenden yana hak savunuculuğu görevini yerine getirir.
- Hoşça vakit geçirme işlevini yerine getirir.

- Yaygın basında hiçbir zaman haber olamayacak ancak, ilgilisi için önemli olan detayları haber yapar. Düğün, ölüm, açılış gibi haberlerle ilgililerinin mutlu olmasını sağlar.
- Yaygın basının bir şehrin veya grubun, kişinin üzerine haksız yere gelmesi durumunda hak savunuculuğu yapar.
- Yerel sorunların takipçiliğini yapar. Kamu yatırımları konusunda hak talebinde bulunur.
- Yeni yazar ve düşünce adamlarının yetişmesine uygun zemin hazırlar.
- Ekonomik haberleşme ve markalaşma sürecine aktif katkıda bulunur.
- Hemşehrilik bilincini yayar.
- Sivil toplumun güçlenmesine aracılık eder.

Yerel basının işlevlerini üç ana başlık altında toplamak mümkündür.

- Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru biçimde halka duyurulması yerel basının işlevlerinden biridir. Ayrıca denetim, yönetenin halk adına denetlenmesi, kamuoyu yaratılması yerel basının sorumluluklarından biridir.
- Beldelerde yerel yönetimlerin yaptığı hizmetlerin duyurulmasıyla beraber yerel yönetim-vatandaş ilişkisinin sağlanması yerel basının önemli işlevlerinden birisidir.
- Ulusal iradenin doğru ve amaca uygun yansımada gerekli demokrasi kültürünün yerleştirilmesi, yerel basının en önemli işlevlerindedir.

Yerel basının sahip olduğu biçim ve içerik bu temel işlevlerin yanına yerel, bölgesel niteliğini de eklemekte ve böylece yaygın basına göre daha farklı bir kimlik kazanmaktadır (22.12.2016).

Demokratik sistem dahilinde medyaya; yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra halk adına bunları denetleme işlevi gören bir mekanizma olarak dördüncü güç konumu ile birlikte büyük bir önem atfedilmektedir. Bu konumun normatif anlamından çıkarak hayatın içinde işlerlik kazanabilmesi ise medyanın tekeli bir yapılanma arz etmemesi ve gerçek çoğulcu bir yapı ve işleyiş ile yurttaşların erişimine gerçek anlamda açık olması ile doğru orantılıdır. İşte tam bu noktada, tekeli bir yapılanmadan uzak bir nitelik ile yerel basının, demokratik gelişimin işleyişine yerelden genele doğru önemli katkılar sağladığı ifade edilebilmektedir (Gürcan ve Bekiroğlu,2007: 23).

### 1.1.3. Yerel Basının Sorunları

Tarihi, Türkçe yayımlanan ilk gazete olan Takvim-i Vekayi'ye kadar dayanan yerel basın, hâla gelişimini tamamlayamamış ve bu yönüyle ulusal basının kaderini paylaşmıştır. Günümüzde, Türkiye'de ulusal bir gazetenin karşı karşıya kaldığı sıkıntılar veya eksiklikler Anadolu basını için de geçerlidir. Bu sorunlar hiçbir zaman için birbirlerinden bağımsız olmamış ve genelde basın olarak, ulusal basında yerel basında sorunlarına çözüm üretmede aynı çaresizlikleri paylaşmışlardır (09.08.2016).

Gazete okuma oranının düşük olması, halkın isteklerine cevap verilemiyor olması, yeterli olmayan tirajlar, teknolojiden akılcı bir şekilde yararlanılamaması, nitelikli olmayan işçi çalıştırılması, çalışanların eğitiminin göz ardı edilmesi, satışları artırmak için içeriğin iyileştirilmesi yerine magazin haberlerden ve promosyon kampanyalarından medet umulması, günümüzde yerel basının da gelişmesini ve iyileşmesini önleyen temel etkenlerdir (Girgin, 2009:246).

Türkiye genelinde yerel basının durumu incelendiğinde yaşanan sorunlara dair çeşitli olmasına rağmen yine de birbirine oldukça benzer çıkarımlar yapıldığını görmekteyiz.

Vural'a göre (2007: 341) yerel basının en belli başlı sorunları;

- Haberlerin toplanması sırasında ortaya çıkan sorunlar,
- Teknik ve ihtiyaç duyulan malzemelere ilişkin sorunlar,
- Ekonomik sorunlar,
- Yerel yönetim mekanizmaları ile yaşanan sorunlar,
- Biçimsel ve içeriksel nitelik sorunları,
- Vasıflı eleman çalıştırma sorunu,
- Dağıtım sorunu ve
- Motivasyona ilişkin sorunlardır.

Arslan'a göre yerel basının sorunları;

- Yerel basın ağır ekonomik sorunlarla karşı karşıyadır.
- Yetişmiş ve yeterli eleman sıkıntısı çekmektedir.



- Kurumsallaşamama sorunu yaşamaktadır.
- Anadolu'nun çoğu şehrinde yerel gazeteler, matbaaya ilave iş ve basın ilan gelirleri için çıkmaktadır ki bu da kaliteyi düşürmektedir
- Gecekondu gazeteler ve seçim dönemlerinde çıkan gazeteler yerel basının saygınlığına gölge düşürmektedir.
- Haber kaynaklarının kısıtlılığı, yerli yersiz konulan demeç yasakları haber almanın önündeki en büyük engeller olarak durmaktadır.
- Güçlü ekonomik ve kurumsal yapıların tesis edilememiş olması reklam verenle haberci ve kurumu arasındaki ilişkilerde sağlıklı olmayan bir yapıyı ortaya koymaktadır.
- Sık sık resmi ilan sorunu yaşanmaktadır (2010:259).

Girgin'e göre yerel basının sorunları:

- İlgisizlik
- İstanbul gazetelerinin bölge sayfaları
- Aksaklıklar
- Naylon kadrolar
- Yetersiz altyapı
- Resmi ilan pastası
- Eski makina parkı
- Teknoloji yetersizliği
- Profesyonel kadro ve eğitim eksikliği (2009:246-252).

Sorunları genel olarak; kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon, çalışma koşulları, ilke ve politikaları, içerik, ekonomik güç, okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge, kentin yapısal ve kültürel özellikleri gibi kapsayıcı başlıklar ile sıralamak mümkündür (Vural, 2007: 341).

Anadolu basını her ne kadar tiraj yetersizliği, teknik imkansızlıklar içinde yetersiz gazeteci kadrosuyla çalışmak zorunda olsalar da genel basının tabanını oluşturmakta ve o yöreler için ayrı bir önem arz etmektedirler (Tutar, 1993: 111-112). Milliyet gazetesi yazarı Nail Güreli yerel basının sorunlarını ; '*yerel basında gazeteciliğin hakkını gerçekten veren iyi*

*yetişmiş gazeteciler var ama tam oturmuş, kurumsallaşmış yerel basın yok. Yerel gazetecilik bireysel olarak güçlü fakat kurumsal olarak ne yazık ki güçlü değil'* diyerek özetlemiştir (TGC, 2003:21).

Reklam ve ilanların yerel basın için meşru bir gelir olmasının yanında abone sistemiyle çalışan yerel basın için bu sayı yeterli olmamakta, gazete niteliklerinin tamamına ve yeterli düzeyde tiraj ve etkinliğe sahip olmadığı için, iş dünyasının ilgi ve desteği de gazetelerin ihtiyaçı olan desteği karşılayamamaktadır (TGC, 2003:22).

Ekonomik açıdan oldukça kısıtlı imkanlar dahilinde ayakta kalmaya çalışan pek çok yerel basın ve yayın kuruluşunda, ihtiyacın çok altında eleman istihdam edilmesinden dolayı yerel basında çalışan bir muhabir gün içinde bir çok habere yetişmek zorunda bırakılabilmekte, bu durum da için kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir (Ulusoy, 2003:105). Üstelik çalışan kişilerin büyük kısmının çok düşük maaşlarla, hatta cep harçlığıyla ve hiçbir sosyal güvencesi olmadan çalışmakta olduğundan, bunların tamamına yakını geçimini sağlamak için gazetecilik dışında ikinci bir iş yapmak durumunda kalmaktadır (20.05.2018).

Yerel basında eleman yetersizliği yanısıra düşük ücretle çalıştırılma sebebiyle kadrosunun çoğunlukla kalifiyesiz elemanlardan oluşması, haber çeşitliliğinin sınırlı boyutta kalmasına ve içerik bakımından zayıf kalmasına sebep olmaktadır (Ulusoy, 2003:105). Bu şartlar dahilinde yerel basın kuruluşlarının okuruna yaygın basın kuruluşlarının verdiği kalitede bir gazete sunması zor olmakta ve hatta mümkün olmamaktadır. Bu durumda Türkiye'de yerel basın tam anlamıyla yaşama savaşı vermektedir denilebilmektedir (20.05.2018).

Tüm zorluklara rağmen iyi bir tiraj oranı yakalayabilen az sermayeli yerel basın kuruluşları, genel olarak ulusal basın kuruluş patronlarının hedefi olup satın alınabilmektedir. Teklifi geri çevirip ayakta kalmaya devam edenler ise oldukça olumsuz koşullarda çalışmak durumunda kalmaktadırlar (Ulusoy, 2003: 106).

Yerel yönetimlerin zaman zaman merkez yönetime ve bürokrasiye bağlı kalışı, katı bir yaklaşım içinde olması, öte yandan birçok kentin halen kalkınamamış olması gibi benzer

nedenlerin bir araya gelmesi sonucu, yerel basının güç koşullar altında bir yayımcılık çabası içinde olduğunu söylemek mümkündür (Vural, 2007: 355).

Ancak maalesef, Türkiye basın sektöründe çifte standart yaşanmaktadır. Nitekim yerel basın kuruluşlarının yönetim kadrosundaki pek çok kimsenin deyişiyle: “İstanbul basınına sonsuz teşvik ve kredi sağlanırken, yerel basın göz ardı edilmekte, seçimden seçime hatırlanmaktadır” (20.05.2018).

Yerel Basın; toplumun reflekslerinin ifade aracı ve küresel saldırılara karşı direnç odağı olabilmesi, yerele karşı yapılacak haksızlıklara karşı çıkabilecek bir mekanizma olarak yönetilenin sesi, yönetenin sağduyusu olabilmeyi başarabilmesi için güçlü olmalıdır (Arslan, 2010: 257).

Sadece kendi çevresiyle ilgili olaylarla ilgilenen yerel basın; siyasi, adli, mülki veya kentteki diğer kamu kuruluşlarıyla doğrudan ilişki içinde olması bakımından haber kaynağına ulaşmada ve bunun sunumunda ciddi bir sıkıntı çekmemektedir. Fakat bu kurumlardaki idarecilerin kimisi gazeteciye ve habere gerektiği kadar değer vermemesi durumunda kentteki yerel gazetecilik kısır bir döngüye girmekte ve buda yerel gazetecilik olgusunu düzey olarak aşağı çekmektedir. Günümüz Anadolu’sunda gazetecilik mesleğini sürdürmeye çalışan gazetecilerden bazıları; kentin üst düzey yöneticileri olarak ya valiyle, kaymakamla ya da belediye başkanlarının içinde olduğu olumsuz sayılabilecek olayları haber yapmaları durumunda, o kentte habercilik yapmaları kısıtlanabilmekte veya çalıştığı basın kuruluşu çeşitli engellemelere maruz bırakılabilmektedir. Söz konusu bu durumların cereyan etmesi yerel basının gelişimine zarar vermekte ve böylece Türk basın çizgisinin oldukça altına itilmesine neden olmaktadır (20.05.2018).

Türkiye gelişmekte olan bir ülke olduğundan, gelişimin sancılarını üzerinde taşımaktadır. Ekonomik sorunların ağırlığı ve kültürel yapı büyük ölçüde ulusal basının genel niteliklerini de belirlemektedir. İstanbul, Ankara, İzmir dışında yayınlanan yerel gazetelerin yaklaşık %21’i ofset basım tekniğini kullanmaktadır. Geri kalanlar ise, oldukça ilkel koşullarda varolma savaşını vermektedirler. Teknolojik gelişimden yeterli payını alamayan yerel basının, ulusal gazeteler bir başka anlatımla yaygın basın karşısında ayakta durmaları oldukça güç bir hale gelmektedir (20.05.2018).

Yerel gazete sahiplerinin çoğunun meslek alt yapısı bulunmamakla birlikte, sahip oldukları baskı ve dizgi makinaları ile gazete yayınlanacağına inanarak yerel gazeteciliğin gelişmesi için de ayrıca çaba sarf etmemektedir (Ilgaz, 2003: 183).

Yine ekonomik sorunlardan kaynaklanan bir başka sorun da; haber sağlanması ve kağıt sorunudur. Kuşkusuz bu sorunların aşılması yine ekonomik sorunların aşılmasıyla olasıdır.

Yerel basının bir başka sorunu da; korsan basın kuruluşlarıdır. Değişik amaçlarla yayınlanan, hem gazetenin temel özelliklerinden ve işlevlerinden uzak hem de kamuoyunun beklentilerini karşılamaktan uzak olan bu korsan basın kuruluşları, yerel basını zor duruma sokmaktadır. Basın camiasıyla doğrudan ilgili olmayan kişilerce sürdürülen yerel basın çalışmaları basın yayın ilkelerine ve basının etik anlayışına gölge düşürmektedir (Büyükbaykal, 2005:83-88).

Toplumsal yaşamın gerek siyasi, gerek sosyo-kültürel, gerekse ekonomik tüm sahalarında oynadığı rol göz önüne alındığında, özellikle demokratik sistemin hakim olduğu çağdaş toplumlarda basının önemi ve etkinliği yadsınamayacak bir gerçek olarak karşımıza çıkar. Basında çok sesliliğin temini ise; sağlıklı bir siyasi hayatın yaşatılması açısından büyük önem taşır. Çok partili demokraside, çok sayıda yorumların olması toplum için çok daha yararlı olduğu malumdur. Çünkü tek taraflı bir yorum yerine, çok sayıda kaynaktan farklı yorumlarla beslenebilen kamuoyu, böylece haberlerin doğruluğunu araştırmak gereğini duyacak, bu durum da siyasal sistemin gelişmesi açısından bir ilerleme oluşturacaktır. Bu yüzden yerel basının varlığını, yaygın basınla eşit şartlarda ve eşit güçte sürdürmesi gerekir. Etkinliğini artırmış, güçlü yerel basın yayın kuruluşları kamuoyunda farklı seslerin duyurulmasında rol oynayacaktır (20.05.2018).

Yerel gazetelerle belediyeler arasındaki ilişkiler yapılan haberlerin içeriğine yansımakta, belediyelerin basın bültenleri gazetecilik kriterleri açısından uygun hale getirilmeden ve gerekli değişiklikler yapılmadan gazetelerde yer almaktadır. Bunun yanı sıra ticari firmaların basın bültenleri de yeterli reklam eleme sürecinden geçirilmeden yayımlanmaktadır. Bu nedenlerle bülten gazeteciliği yapan yerel basında araştırma haberlerine az sayıda yer verilmektedir (Alver, 2010: 365).

İyileştirilmiş koşullarda yayıncılık yapan bir yerel basının ülke demokrasisine, buldukları kentin kamuoyuna ve kurumlarına ve ülkenin basın kurumuna büyük oranda katkıları sağlayabileceği gözardı edilmemelidir (Vural, 2007: 354).

## 1.2. TÜRKİYE’DE YEREL BASININ DOĞUŞU VE GELİŞİMİ

Osmanlı İmparatorluğu'nda gazetelerin yayınlanmaya başlaması, basının Avrupa ülkelerindeki etkisinin farkına varılması ve Osmanlı topraklarında azınlık basınına takip eden yöneticilerin, kendilerini daha iyi ifade edebilmek için etki ve denetim alanını genişletmek amacıyla gerçekleşmiştir (Alver, 2010:299).

Basının tarihine baktığımızda; gazeteler Avrupa’da 1609 yılında yayınlanmaya başlarken, Osmanlı’ya ancak 1790’larda gelebilmiş, bu gazete de Fransızca olarak yayınlanmıştır. 1831’de Takvim-i Vekayi Türkçe olarak yayın hayatına başlamıştır. İkinci Türkçe gazete de 1840’larda yayınlanan Ceride-i Havadis’tir. Tercüman-ı Ahval da 1860’larda yayınlanmaya başlamıştır. Tasvir-i Efkar’ın yayın tarihi de 1862’dir. İlk Türkçe dergi de 1862 yılında yayınlanan Mecmua-i Fünun’dur (Tutar, 1993: 7).

Takvim-i Vekayi’den sonra çıkarılmaya başlayan gazeteler çoğunlukla ülke aydınları tarafından çıkarılan özel teşebbüslü gazetelerdir. Türk basın tarihinde gazete yayınlarının başlangıcı sayılan bu dönemde, gazeteciliği daha çok edebiyatçılar, yurtdışında eğitim görmüş insanlar tarafından, özü itibariyle habercilik ilkesiyle değil de daha çok halkın eğitim seviyesinin yükselmesine yardımcı olabilmek amacıyla yapılmıştır. 1864’te yerel yönetimlerle ilgili düzenleme kapsamında yasal değişiklik yoluna gidilmiş, ‘eyalet sistemi’ kaldırılarak yerine ‘vilayet sistemi’ getirilmesiyle her vilayette kendi gereksinmesini karşılamak için bir de basımevi kurulması sürecinin devamında vilayet gazeteleri oluşmaya başlamış ve her vilayette kendi bölgesinin haberlerine yer veren gazetelerin artmasıyla yerel gazetecilik oluşmuştur. Kısaca vilayet gazeteleri yerel basının doğuş aşamasına öncülük etmiştir diyebiliriz (09.08.2016).

İlk Vilayet gazetesi ,Suriye’deki iç karışıklıkları bastırmakla görevlendirilmiş Fuat Paşa tarafından, Beyrut’ta çıkmakta olan ‘Hadikat al-Ahbar’ isimli Arapça gazeteyi yerel yönetimin resmi sözcüsü haline getirmesiyle Türkçe- Arapça olarak 1860 yılında yayınlanmaya başlamıştır (Koloğlu, 2015:31).

Vilayet gazetelerinde yayınlanan haberlerde öncelik padişah ile ilgili haberlere verilmesinin yanı sıra kamu görevlilerinin atama, yükselme ve ödüllendirilmeleri, yeni yasa ve yönetmelik ile ilgili düzenlemeler, hükümet, vilayet ve kamu kuruluşlarının çalışmaları, ulaşım ve telgraf hattı yapımları, sağlık ile ilgili konular, yerel okul sınavları ve ödül dağıtma törenleri, hacıların gidişi, et, ekmek fiyatları, şiddetli yağmur ve kar yağışları, doğal afetler, valilerin konuşmaları ve yazıları, yabancı konsolosların gezileri, savaşlar ve yeni buluşlara dair az sayıda dış haberler vilayet gazetelerinde yer alan haberler arasındadır (Koloğlu, 2015:35).

1894'te bir nizamnameyle vilayetler oluşturulurken kentlerde de birer matbaa kurulmuştur. Genellikle devletin kırtasiye gereksinimlerinin karşılandığı bu matbaalarda, daha sonra resmi nitelikli vilayet gazeteleri çıkarılmaya başlanmıştır. Bunun ilk örneği Tuna vilayetinde 1865'te Türkçe-Bulgarca olarak yayımlanmaya başlayan "Tuna gazetesi"dir. Giderek yayılan bu uygulama ile 1897'den itibaren İstanbul dışındaki Osmanlı vilayetlerinde 29 gazete yayımlanmaya başlanmıştır. Bunlardan 22'si vilayet gazetesidir. Beyrut'tan Girit'e kadar genellikle buldukları vilayetlerin adlarını taşıyan bu gazetelerin çoğu Türkçe-Arapça ya da Türkçe-Rumca olarak yayımlanmıştır. Tirajları 500'ü aşmayan bu gazeteler genellikle haftalık olarak çıkmış, basının İstanbul vilayetinin tekeline katkı sağlamış, ancak bir bölümü Anadolu'da yerel basının yaygınlaşması amacıyla devlet tarafından bir süre sonra kapatılmıştır. Türkiye'deki yerel basına önderlik ve rehberlik eden bu gazetelerden bazıları günümüzde yayınlarını sürdürmektedir (Faraç, 2008).

Milli mücadele başlatılırken Osmanlı basını; bir yanda özgürlük ve bağımsızlıktan yana olarak milli mücadeleye destek verenler, öte yanda İstanbul merkezli padişah ve saray yanlısı olup milli mücadeleye destek verenleri ve katılanları vatan hainliğiyle suçlayanlar olmak üzere iki cepheye ayrılmıştır (Girgin, 2009: 178). İstanbul'da yayımlanan gazetelerin yanı sıra Anadolu basını da; Milli Mücadeleye öncülük eden, Milli Mücadeleyi destekleyen ve Milli Mücadele karşıtı gazeteler olarak kendi içinde ayrılmışlardır (Girgin, 2009:180).

Türkiye'de yerel basının halkla bütünleşerek en etkin olduğu dönem şüphesiz Kurtuluş Savaşı yıllarıdır. Büyük önder Atatürk'ün "Fazilet Adaları" olarak tanımladığı yerel gazeteler, bu dönemde hem kurtuluş hareketinin öncülüğünü yapmış hem de Anadolu'nun düşman işgaline karşı gösterdiği direnişin sesi olmuştur. Atatürk, mücadelesini her zaman bir yayımla

desteklemiş, mesajlarını ve Anadolu insanının desteğini o dönemin imkanlarıyla yayımladığı gazetelerde duyurmuştur (Faraç, 2008).

Milli Mücadele döneminde Milli Mücadele yöneticilerinin basına sağladıkları destek Anadolu basını için oldukça faydalı olmuştur. 1919- 1922 yılları arasında toplam 145 süreli yayın ortaya çıkmıştır. Gazeteciler halkı sadece düşmana karşı verilen mücadele konusunda değil, aynı zamanda siyaset ekonomi, eğitim gibi konularda da bilgilendirip ülkenin geleceğini tartışmışlardır. Bu tartışmalar 1923 yılında resmen ilan edilen Türkiye Cumhuriyeti'nin düşünsel temellerini ve harcını oluşturmuştur (Yırsutimur, 2008:3).

1919 Mayıs ile 1938'in sonu arasında geçen süreçte Türkiye'de yayınlanan 582 gazetenin 176'sının İstanbul'da, 406'sının ise taşrada çıktığı belirlenmiştir (Aktaran: Girgin, 2009: 184).

1. ve 2. Meşrutiyet, 1928 Harf İnkılabı ve çok partili sisteme geçilmesiyle 1960'lı yıllar basınımız için olumlu ve önemli kararların alındığı dönemler olmasına rağmen istibdat dönemi, tek partili yıllar, 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1970 ve 12 Eylül 1980 dönemleri ise basının darbe aldığı, sansüre en çok uğradığı, gazetecilerin yargılandığı, gazetelerin matbaalarda toplatıldığı talihsiz dönemler olduğu görülmektedir (Tutar, 1993:1).

Cumhuriyet'in ilanı ile Türk basınında büyük değişiklikler olmuştur. 1928 Harf İnkılabı bu değişime sebeplerin en önemlisidir. Başvekil İsmet İnönü, 1930'da T.B.M.M'de milletvekillerine hitaben yaptığı konuşmada, memlekette gazetelerden başka Türkçe okunacak herhangi bir eser bulunmadığını, böylece gazetelerin bir seyyar mektepler halini aldığını ifade etmiştir (Tutar, 1993: 7).

Tek partili dönemde basın çok sınırlı imkanlarla hizmet verirken, hükümetin uyguladığı sansürle de karşı karşıya kalmıştır. Bu dönemde gazete kapatma hakkının siyasi iktidarın elindeyken, dönemin İstanbul yazarları politika olarak sadece övgü yazabilmekteydiler. Bu durumda basın açısından Cumhuriyet'in getirdiği özgürlük, meşrutiyetin oldukça gerisinde kalmıştır (Tutar,1993: 9).

1946 yılında DP (Demokrat Parti)'nin kurulması ve çok partili sisteme geçilmesiyle basının umudu artmış, DP'nin demokrasi mücadelesi basına da güç vermiştir. 1946 yılında

İstanbul Gazeteciler Cemiyeti'nin kurulması da ayrı bir önem taşımaktadır (Tutar, 1993:9). İkinci dünya savaşı öncesinde, çok partili dönemde Türk basını teknik açıdan bir devrim yaşayıp gelişmeye başlamış, ulusal basınımızın tarihinde çok önemli yeri olan Hürriyet 1 Mayıs 1948 yılında Sedat Simavi tarafından kurulmuştur (Tutar,1993: 10). 1954 yılından sonra ise basınla hükümet arası hiç düzelmeyecek şekilde bozulmuş, 1955 yılında sıkı yönetim uygulamasının başlamasıyla da bazı gazeteler kapanırken, gazetecilerin de cezaevlerine gönderildiği bu dönem 1960 ihtilaline kadar sürmüştür (Tutar, 1993:11). 1960'lı yıllar Türk basınının teknik ve gazetecilik yönünden büyük atılımlar içine girdiği bir dönemdir (Tutar, 1993:13).

Gerek Milli Mücadelede, gerekse önemli dönemlerde büyük işlev gören yerel basının 1918 yılında yayımlanmaya başlayan *Yeni Adana* gazetesiyle çoğalmaya başladığı görülmektedir (Tutar, 1993:111).

1960'lı yılların sonu itibariyle Türkiye'deki gazetelerde biçim ve içerik bakımından önemli gelişmeler olmuş ve yeni gazeteler de basın dünyasına katılmıştır. Renkli ve ofset baskıya geçen gazeteler, yabancı basın-yayın organlarıyla sıkı bir iş birliği içine girerek, kimi büyük İstanbul gazeteleri Anadolu'nun çeşitli kentlerinde basılırken, Anadolu basını da büyük gelişme göstermiştir (DGC, 2017:17).

Türkiye'de yerel basın, henüz ulusal gazetelerin doğru dürüst dağıtılmadığı 1970'li yıllara kadar yayımlandıkları bölgede kimi zaman etkin birer baskı unsuru olarak kamuoyu oluşturmuş, halkla bütünleşmiş ve vatandaşların birincil haber kaynağı durumuna gelmiştir. Renkli basının etkinliğini artırması, Anadolu'nun en ücra köşesine kadar özellikle bol kadın fotoğraflı gazetelerin ulaşması, yerel basındaki sıkıntıları da beraberinde getirmiştir. Kötü baskı teknikleri, fotoğraf yoksunu sayfalar ve çoğu kötü Türkçe ile yazılmış yazılar içeren bu gazeteler, ulusal basının rengarenk gazeteleri karşısında yavaş yavaş güç kaybetmeye başlamıştır (Faraç, 2008).

Yerel basının erozyona uğraması, güç kaybetmesi ve dejenere olmasında önemli etken olan ulusal basın, Anadolu'nun en ücra köşesine ulaşabilecek bir dağıtım ağını kurduktan sonra, yerel gazetelerin kentlerdeki etkin gücüne bir darbeyi de bölge sayfaları ya da ekleri çıkararak vurmuşlardır. 1980 öncesinde ulusal gazetelerin taşra baskıları artmış, bazı gazeteler



bölge sayfaları açarak kentlerdeki en küçük kıpırtıya sayfalarında yer vermeye başlamışlardır (Faraç, 2008).

Kurtuluş Savaşı yıllarından bu yana varlığını korumak için yoğun bir çaba içinde olan yerel gazeteler, ulusal basının bölge gazeteleri, bölge ekleri ya da bölge sayfaları ile 1980’li yıllardan itibaren iyice çıkmaza girmiştir. Bu dönemde gerek teknolojilerinin yenilenememiş olması ve gerekse finansman sıkıntıları nedeniyle çok sayıda gazete, matbaasını kapatmak zorunda kalmıştır. Özellikle sanayi olmayan kentlerde gazetelerin çoğunluğu kapanırken, yayını sürdürme çabasında olan kimi gazeteler de basın ahlak ilkelerinin asla kabul edemeyeceği yollara başvurmak zorunda kalmıştır (Faraç, 2008).

Büyük ekonomik sıkıntılar ve baskılara rağmen yayımlandıkları bölgelerde halkın sesi, gözü ve kulağı olmaya çabalayan yerel gazeteler, ulusal basının sıkıştırmalarının dışında kendi fiziki sorunları, eksiklikleri ve bozuk kadro yapılanmaları nedeniyle de gerileme dönemine girmişlerdir (Faraç, 2008).

Kurtuluş Savaşı gibi mühim bir mücadelede unutulmaz çabalar sergileyen bu gazetelerden bazıları, 1980’li yıllarda yozlaşan siyaset ortamının da etkisiyle günümüzde ne yazık ki ülke ve ulus çıkarlarından çok, kişisel çıkarlarını gözeten, bazı güç odaklarının sözcüleri ve koruyucusu konumuna getirilmiştir. Bu sebeplerle günümüzde yerel basının geneli için, büyük Atatürk’ün “Fazilet Adaları” tanımını uygun bulmak artık olanaksızdır (Faraç, 2008).

### **1.3. ZONGULDAK’TA YEREL BASININ DOĞUŞU VE GELİŞİMİ**

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra resmi olarak 1 Nisan 1924 tarihinde ‘il’ ilan edilen ilk şehir Zonguldak’tır.

Gazi Mustafa Kemal Atatürk, “*Zonguldak’ın derin toprakları altındaki maden serveti ne kadar kıymetli ise, bizim nazarımızda Zonguldak’ta o kadar çok kıymetli bir vilayetimizdir*” sözleriyle Zonguldak’a verdiği önemi dile getirmiş, bu sözler de tarihe yazılı olarak geçmiştir.

Hem zengin maden rezervlerine sahip olmasıyla hem de sanayisiyle ülkenin kalkınmasına çok önemli katkılarda bulunmuş olan ‘emeğin başkenti Zonguldak’ın basın tarihine dair günümüze kadar sadece Dilşad Yırsutimur tarafından hazırlanmış olan yüksek lisans tezi (2008) bulunmaktadır. Bu çalışmanın tarihi olarak kapsamı 1923-2007 yılları arasını kapsamaktadır. Yırsutimur yaptığı araştırmaya dair ‘çok önemli bir maden kenti olan Zonguldak’ta 1923’den önce de bir basın unsurunun var olma ihtimali güçlü olmakla birlikte elimizdeki malzeme bizi 1923 öncesine götürmemektedir’ diyerek 1923 öncesi için herhangi bir gazete nüshasına ulaşamadığını belirtmiştir.

Zonguldak basın tarihi ile ilgili çalışmamızın devamında aktaracağımız bilgiler Zonguldak’ın duayen gazetecilerinden Ali Bahadır ile yapılan görüşme ile edinilmiştir ve bu detaylı bilgiler sadece bu çalışma içinde bulunmaktadır. Bu anlamda bu çalışma Zonguldak basın tarihine ışık tutabilecek ek bilgiler içeriyor diyebiliriz.

### **1.3.1. Zonguldak’ta İlk Gazete ve Gazeteciler**

*‘Zonguldak’ta ilk gazete Tahir Karauğuz tarafından 23 Mart 1923’te çıkarılmıştır.*

*Asıl adı Tahir Karakullukçu olan Tahir Karauğuz, henüz Kastamonu Lisesi öğrencisi iken, İttihat ve Terakki sayfalarında yer almıştır. Zonguldak da o yıllarda ilçe olarak Kastamonu’ya bağlı bulunmaktadır. Ulusal Kurtuluş Savaşı başladığında, bir kaç arkadaşı ile bu mücadelenin yanında yer alan Tahir Karauğuz, Hüsnü Açıksöz ve Hamdi Çelen ile bir gazete çıkarıp Milli Mücadele’ye ve Mustafa Kemal’e destek olmaya, milli birlik ruhunu kitlelere yaymaya karar verir. Böylece ‘Açıksözgazetesi’ni kurarlar. O yıllarda ulusal mücadelenin yanında yer almak, hele bir yayın organı kurmak hiç kolay değildir. O sırada Kastamonu Valisi olan İbrahim Hakkı Bey, daha önce Zonguldak kaymakamı olarak da görev yapmıştır. Tahir Karauğuz’un dayısı madenci Maksut Çivinin Zonguldak Belediye Başkanı olması ve Kastamonu Valisi ile aralarındaki iyi arkadaşlık ilişkisi, gazetenin yayın izni almalarını sağlamıştır. Yayın hazırlığı yapılırken Tahir Karauğuz, o zamanlar Zonguldak’ın bir nahisesi (bucak) olan Ulus’a nahiye müdürü olarak atanınca Ulus, Bartın ve Zonguldak’ta gazeteye abone toplamışlardır.*

*Kısa süre sonra askeri Polis Müdürü olarak atanan Tahir Karauğuz’un hedefi Zonguldak’ta da bir gazete çıkarmaktır. Zonguldak’a atanması bir rastlantı değil görevdi ve*

gazete çıkarması da bir zorunluluktur. 1922 Nisan ayında Açıksöz gazetesinin bir sayısı Zonguldak için yayımlanmıştır. Tahir Karauğuz, bir söyleşide 'Belki de Zonguldak'ın ilk gazetesi bu sayı desek daha uygun olur' demiştir. Ancak o zaman esnasında 'Zonguldak' adlı bir gazete ve 'Karaelmas' adlı bir dergi için izin alır ve 'Zonguldak' gazetesi'nin ilk sayısı 23 Mart 1923'te haftalık olarak yayımlanmaya başlar ve yayın hayatı 30 yıl sürer.

23 Nisan 1920'de Büyük Millet Meclisi'nin Ankara'da açılmasıyla birlikte kurulan hükümet basın ve yayına çok önem vermekteydi. Zonguldak da yeraltında bulunan kömür nedeniyle çok önemliydi. Kara ve deniz taşımacılığı için can damarı idi. Lokomotifler, gemiler buharlıydı. Ne ki kömür işletmeciliği birkaç yerli kişinin dışında Ermeni, Rum azınlık ya da Fransız şirketlerin elindeydi. O yüzden gazetecilik bir 'Kuvayi Milliye' hizmeti idi. Zonguldak gazetesinin sahibi M.Kazım İlsev, sorumlu müdürü de Dr. Nihat Arkat'tır. Çünkü gazeteyi çıkaran Tahir Karauğuz, 'Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürü (Genel Müdür) ve İstihbarat Müdürü görevlerindedi. Gazetenin ilk matbaası Karauğuz'un dayısına ait 69 numaralı Boyacıoğlu ocağında kuruldu. Bu ilk gazetenin ilk yazarları arasına, Konya Lisesini bitirip Zonguldak'a bir yakınının yanına gelen ve bir daha ayrılamayan, madenci öykülerinin ünlü yazarı Ahmet Nadim Çıladır katılır. Bir kaç yıl içinde yazar kadrosu zenginleşir. Behçet Kemal Çağlar, Celal Edip, Fuat Edip, Hüseyin Avni, İlyas Rami, Mehmet Emin, Süreyya Rifat, şair Orhan Faik gibi edebiyat ustalarının imzaları görülür.

Şair Behçet Kemal Çağlar, Maden Mektebindeki arkadaşları ile 1927'de 'Madenci' ve 'Varagel' dergilerini çıkarır.

Zonguldak'ta diş hekimi olan Halid Tasman 5 Mart 1941'de 'Karainci' adlı dergiyi, aynı yıl Aşir Bilginer 'Ocak' gazetesini çıkarır. Gazeteyi yöneten Ali Rıza İncealemdaroğlu idir.

Tahir Karauğuz, 'Kömür' adlı gazeteden sonra 1942'de 'Doğu' gazetesini yayımlamıştır. Dergi boyutlarında aylık gazetenin sahibi ve genel yayın yönetmeni Tahir Karauğuz'dur. 1951 Ağustos ayına kadar yayımlanan bu gazetede Türk ulusal edebiyatının ünlü isimlerine rastlanmaktadır:

Aka Gündüz, Behçet Kemal Çağlar, Abdulkadir Karahan, Necip Fazıl Kısakürek, Orhan Faik Gökyay, Mehmet Emin Yurdakul, Ziya Gökalp, Halide Edip, Ahmet Kırimer, Yusuf Ziya Ortaç, Orhan Seyfi Orhun, Sadi Yaver Ataman, Peyami Safa, Yahya Kemal

*Beyatlı, Mithat Cemal Kuntay, Necip Mirkelamoğlu, İsmail Hakkı Baltacıoğlu vs.'* (A. Bahadır. 20 Nisan 2017).

Gazeteci Ali Bahadır'la yapılan görüşme haricinde yine Zonguldak'ın duayen gazetecilerinden Karaelmas Gazeteciler Derneği Yönetim Kurulu üyesi M. Çetin Sezgin'den alınan bilgiler de (26.01.2014) Zonguldak basın tarihi açısından önemli bir kaynak bilgi niteliği taşımakta olup sadece bu çalışma içinde yer almaktadır.

*'Tahir Karauğuz Kendisi istihbarat zabiti olduğundan gazeteyi üstüne kanunen alamadığı için gazete ve tabii derginin de imtiyazları, akrabası olan (sonradan İlsev soyadını alan) M.Kazım tarafından üstlenilir.Aynı zamanda mesul müdürüdür.Bir maden ocağı ağzına kurulan matbaa da Türkiye yerel basın tarihi açısından ilginç uygulamalardan biridir.*

*Cumhuriyetin ilk yıllarında Anadolu'da gazeteye haber-makale yazacak, baskıya hazırlayacak hem gazeteci, hem teknik eleman olmadığından kamu kuruluşlarında çalışanların basında her alanda hizmet vermesine, amatörce ikinci iş gibi çalışmasına müsamaha gösterildi. Ereğli Kömürleri İşletmesi'nde (E.K.İ.) memur-işçi olarak çalışan, Milli Eğitim'de öğretmen-müdürler, DSİ çalışanı, Zonguldak Belediyesi Sağlık Memuru kişiler asıl işlerini yaparken gazetelerde haber, söyleşi, makale yazarı olarak da çalıştılar. Yine E.K.İ. de teknik işlerde çalışanlar aynı zamanda asıl işlerini aksatmadan, gazetelerde; baskı ustası, makinist, el dizgicisi olarak çalıştılar.*

*Gazeteciler Cemiyetini kurabilmek yeterli gazeteci sayısına sahip olmadığından çözüm olarak, dernek tüzüğüne" gazeteciliğe meraklı, hevesli herkes üye olabilir "maddesi konulmuş ve 1949'da Zonguldak'ta Gazeteciler Cemiyeti kurulmuş, yönetimde 25 kişi yer almıştır. Cemiyette, bir-iki gazeteci yanında; sinema işletmecisi, inşaat sektöründe patron, bürokrat, parti yönetim kurulu üyesi olan kişiler yönetim kurulu ve diğer kurulları oluşturdular.*

*Yine yasaya dayanılarak gazetelerin maddi desteğine katkı bulunma çalışmaları olmuştur.*

*Örneğin; Ereğli Kömürleri İşletmesi (E.K.İ.) her gün onlarca yerel gazete alıp en ufak birimlerine kadar dağıtmış, memur ve işçilerinin okumalarını sağlanmıştır. Bu, aynı zamanda*

*o yıllarda büyük abone ücretlerinin gazetelere akmasını sağlamıştır. Diğer kurumlar da kendi güçlerince abone olarak gazetelerin mali durumu rahatlatılmıştır. Bu uygulama da 1990'lı yıllara kadar sürmüştür.*

*Basını denetim, resmi ilan dağıtımının adil yapılması işlerin için her Valilikte kurulan “ Basın Bürosu “ birçok ilde olduğu gibi başlangıçta Zonguldak'ta da yoktur . Bu görevi 1965 yılına kadar Özel Kalem müdürleri yerine getirmiştir. 21 Haziran 1965 Pazartesi günü Vilayet Basın Bürosu kurulmuş, İl tahrirat kâtibi olarak da Murat Atapak görevlendirilmiştir.*

*Zonguldak'ta 1924'den bu yana, günlük, haftalık, aylık yayın yapan yüzlerce gazete, dergi çıkmıştır. Şu anda il genelinde radyo, TV, internet gazeteciliğini de sayarsak 130 civarında yayın bulunmaktadır. Bu durum mega kentler hariç bir çok Anadolu ilinde görülmemektedir.*

*Özetle; Zonguldak'ta yerel basın devlet desteği ile oluşturulmuştur.’ (Sezgin, 26.01. 2014).*

### **1.3.2. Zonguldak Vilayet Merkezinde Yayımlanan Gazeteler**

Zonguldak basın tarihi kapsamında yayımlanmış gazetelerin detayı için gereken bilgiler hem gazeteci Ali Bahadır ile yapılan görüşmeden hem de Yırsutimur'un 1923-2007 yıllarını kapsayan ‘Zonguldak Yerel Basın Tarihi’ adlı yüksek lisans tezinden(2008) derlenmiştir. Adı geçen tezin kapsamı dışında kalmış olan yıllardan bugüne kadar yayımlanmış gazetelerin bilgileri de Zonguldak'ın duayen araştırmacı gazeteci ve yazarı Ekrem Murat Zaman ve Karaelmas Gazeteciler Derneği Başkan vekili Mustafa Emen ile yapılan görüşmeden elde edilmiştir. Bu anlamda Zonguldak Basın tarihine dair 1923- 2018 yılları arasında vilayet merkezinde yayımlanmış ve yayımlanmakta olan gazetelerin isimleri bu çalışmada daha kapsamlı biçimde yer almaktadır diyebiliriz.

#### **1.3.2.1. 1920-1940 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Zonguldak, Kömür, Ocak, Türkün Sesi, Türk Sesi, Zonguldak Postası, Vardiya, Uzun Mehmet, Demokrat Zonguldak, Tosun, Halk Dostu.

### **1.3.2.2 1950-1960 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Demokrat Postası, Sabah, Okul Sesi, Gürses, Yeni Zonguldak, Küçük Gazete, Halkın Sesi, Güneş, 14 Mayıs, Yarın, İleri Zonguldak, Karadeniz Postası, Akın, Hamle, Hür İstikbal, Zonguldak Gençlik, İstikbal, Matrak, Yeni Ses, Günün Sesi Zonguldak Akşam Postası, Direksiyon, Öğretmen Gazetesi, Cep Gazetesi, Demokrat Türkiye, Şafak, Haftalık Işıkveren, Terazi, Hürses, Ortaokuldan Sesler, Zonguldak Esnaf Sesi.

### **1.3.2.2. 1960-1970 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Cıvıltı, Halkın Gücü, Sancak, Millet, Genç Kuşaklar, Sanatkar, Anne, Maden İşçisinin Sesi, Atatürk, Eğitim Haberleri, Bizden Bize, Milli Mücadelede Zonguldak, Ekipsen, Sömürüye Yumruk, Mücadele, Madencinin Sesi.

### **1.3.2.3. 1970-1980 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

23 Nisan, Haber, Uyanış, Ana Vatan, Yurtspor Gazetesi, Zonguldak, İnanış, Büyük Türkiye, Çocuğun Sesi, Çizgi.

### **1.3.2.4. 1980- 1990 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Yeni Karaelmas, Hürses, Gerçek, Barış, Madencinin sesi.

### **1.3.2.5. 1990- 2000 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Yeni Gün, Mücadeleci İşçi, Karadeniz Çağdaş, Adalet, Susma, Doğuş, Yeni Adım, Zirve, Hür düşün, 67 Ses.

### **1.3.2.6. 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Doğru Haber, Sivil Toplum, Zonguldak Yeni Mesaj, Genel Maden İş, Yeni Zonguldak, Son Posta, Halkın Sesi, Zonguldak Çağlayan, Zonguldak Gazeteciler Cemiyeti Gazetesi, Zonguldak Gündem, Son Söz, Denge, Baka Bülten, Hedef, Tempo, İmza, Patron, Alternatif.

### **1.3.2.7. 2010 Yılından Sonra Yayımlanmaya Başlayan Gazeteler**

Zonguldak Son Söz, Türkiye'nin Sesi 67, Sistem, Güncel, Eksen Gazetesi, Şafak, Bizim Zonguldak, Batı Karadeniz Haber, Denge, 67 Mercek, Kaptan 67, Arena haber gazetesi, Zonguldak Kent Konseyi Haber Bülteni, Doruk 67 Gazetesi, Umut 67, Kozlu Gazeteciler Cemiyeti Gazetesi, Karaelmas Haber, Doğru Haber, İmza.



## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. İNTERNET İLE DEĞİŞEN GAZETECİLİK PRATİKLERİ VE YEREL BASIN

İnternetin toplumsal hayat içinde neden olduğu dönüşümlerden en çok etkilenen mesleklerin biri de gazetecilik mesleği olmuştur. Geleneksel gazetecilikte haberin oluşturulmasında, yayınlama ve dağıtma aşamalarında yaşanan negatif durumlar internetin gelişimi ve yaygın hale gelmesiyle pozitif dönüşmüştür. Yaşanan dönüşüme hızlıca ayak uyduran yaygın basına, yazılı basın işletmeciliğinin sıkıntılarına deva olabilen internet sayesinde, daha önceden yaygın basının gerisinde kalan yerel basın da hızlıca ayak uydurabilmeye başlamıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde internet kavramına ve tanımına değinilip, internetin doğuşu, gelişimi, Türkiye'nin internet ile ilişkisi açıklanmaya çalışılacaktır. İnternetin özellikleri ve sunduğu olanaklar haricinde internetin gazetecilik meslek pratiklerine sunduğu olanaklardan bahsedilip, internet gazeteciliği ve sunduğu olanaklar belirtilecek ve hem Türkiye genelinde hem de Zonguldak özelinde internet gazeteciliği ele alınacaktır.

#### 2.1. İNTERNET

Tarih süresince gelişme gösteren insanlık, iletişim araç ve teknikleri konusunda da büyük gelişmeler göstermişlerdir (Vural,1998:154).İnsanlar arası iletişim kurma biçimleri arasında en köklü değişim, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan internet ile olmuştur ve diğer iletişim araçları içinde en hızlı yaygınlaşan mecra haline gelmiştir. Günümüzde internetin en temel işlevi olarak haberleşme gelmektedir. İnsanlar internet sayesinde bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte ve bilginin yayılmasına da katkıda bulunabilmektedir.

ABD'nin saygın gazetelerinden USA Today'in verilerine göre, 50 milyon seyirci/kullanıcıya ulaşabilmek radyonun 30 yıl, televizyonun 13 yıl, internetin ise sadece 4 yılını almıştır (Yüksel, 2014:13). İletişim araçları arasında görülmemiş bir hızla yayılan internet günümüzde hala hız kesmemekte, kullanıcı sayısını her geçen gün dünya çapında artırmaya devam etmektedir.



### **2.1.1. İnternet Kavramı ve Tanımı**

İnternet kelimesi 1985 yılında literatüre girmiş olup, ‘interconnected networks’ün kısaltılmış kullanımınıdır. Kelimenin Türkçe diline çevirisi ‘birbirine bağlantılı ağlar’ dır.

İnternet, bilgisayarların birbirine bağlı olduğu dünya çapında bir ağıdır (TGC, 2003:146). İnternete bağlanmak için gereken üç şey; bir bilgisayar, bir modem ve bir telefondan ibarettir. Modem ile telefon birbirine bağlandığı durumda internete bağlanmaya hazır hale gelinebilmektedir (TGC, 2003:146).

Çakır’a göre İnternet; dünya bilgisayarlarını birbirine bağlama aracı olup, tüm dünyadaki bilgisayarların birbirleriyle haberleşmesine imkan veren ortak bir elektronik dil ve kurallar dizisidir (2007:127).

İnsanla başlayıp yeni iletişim ortamlarıyla gelişimini sürdürmekte olan iletişim süreci anlayışında internet oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Ağlar ağı olarak olarak tanımlanan internet, uzam ve sürem bağlamında bir çok değişikliğe yol açmıştır. Özellikle medya olgusu internetle beraber ciddi bir dönüşüm içine girmiştir. İnternet ve bilgisayar tabanlı sistemlerle birlikte birçok alan biçim açısından değişmiş ve yeni medya olarak nitelendirilmiştir (Yengin, 2012: 125-126).

### **2.1.2. İnternetin Doğuşu ve Gelişimi**

İnternet tarihinin miladı olarak, 1960’lı yıllarda Amerikan Savunma Bakanlığının ülkenin bir çok yerinde yapılan bilimsel çalışmaların bir merkezde toplanıp, paylaşılabilmesi ve çalışmalarını yürüten kurumlar arasındaki koordinasyonun ve iletişimin daha hızlı ve sağlıklı yapılabilmesi amacıyla hazırladığı ARPANET projesi sayılmaktadır(Çelik, 2016:53).

SSCB’nin 1957 yılında Sputnik adındaki uzay aracını uzaya göndermesinden sonra askeri teknoloji geliştirme çabalarını hızlandıran ABD, kendi araştırma kuruluşları arasında iletişimi sağlamak ve hatta olası bir nükleer saldırı tehlikesine karşı tedbir alabilmek amacıyla yeni bir iletişim sistemi arayışına girmiştir. 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı (DARPA)’nın bu araştırmaya verdiği bir cevap olarak internetin temelleri olarak kabul edilebilecek ArpaNet (Advanced Research Agency Network)

doğmuştur (Yüksel, 2014:9). Bu ağ ABD'deki bilimsel ve akademik çevreleri ve araştırmacılarını birbirine bağlıyordu (Çakır, 2007:125). Olası bir savaşta kullanılmak amacıyla geliştirilen ArpaNet , bugün beklenilmediği kadar barışa hizmet eden bir araç olan internet halini alıp , askeri amaçlardan çok sivil amaçlarla kullanılmaya başlanmıştır (Yüksel, 2014:9).

İnternetin sosyal alanda yayılmasının arkasındaki kişi Tim Berners-Lee olarak bilinmektedir.

Tim Berners-Lee 1989 yılında günümüzde kullanılmaya devam edilen, internet sayfalarının oluşmasına ve bu sayfalar arasında gezmemize olanak sağlayan World Wide Web (WWW) teknolojisini geliştirmiştir. İnternet sitelerine ait sayfaların hazırlanmasında kullanılan bir dil olan Hyper Text Language (HTML) de yine Tim Berners-Lee tarafından icat edilmiş ve bu kodlama dilinin patentini almamasıyla insanların ücret vermeden bu dili kullanabilmeleri ile internet sosyal hale gelmiştir (Yüksel, 2017:248; Yüksel, 2014:11).

Günümüze kadar icat edilen diğer medya teknolojileri bilgi kaynaklarını yaymasına rağmen internetin dünya çapındaki yayılımı istisnadır (Pavlik, 2013:209).

Dünya'da internet kullanıcı sayısı 1995 yılında 26 milyon, 96 yılında 55 milyon, 2002 yılında ise 500 milyonu aşmıştır (TGC,2003:145). We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayınladığı 2018 dünya internet kullanım istatistiklerine göre elde edilen sonuç 4.02 milyar göstermekte olup bu oran dünya nüfusunun %53'ünü oluşturmaktadır (15.05.2018).

### **2.1.3. Türkiye'de İnternet**

1969 yılında ArpaNet ile temelleri atılan internetin Türkiye'ye gelmesi 24 yıl sonra (Yüksel, 2014:16) gerçekleşmiştir. ' 2 Nisan 1993'te 12 Nisan 1993'te TUBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu), ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi-TR-NET) işbirliği ile DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) projesi çerçevesinde Türkiye internete bağlanmıştır. 64 kbit/san hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre ülkenin tek çıkışı olmuştur. Daha sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İTÜ (1996) bağlantıları gerçekleştirilmiştir' ( Aktaran: Çakır, 2007: 131).

ABD kökenli olması sebebiyle içeriğin Türkçe olmamasından kaynaklı başta sıkıntı yaşanmış, internette ilk Türkçe yayın 1996 yılında Aktüel dergisi ile başlamıştır. Aynı yıl içinde Zaman gazetesi ve 1997 yılında Milliyet, Hürriyet ve Sabah gibi ülkenin önde gelen medya grupları internet yayınlarına başlamışlardır (Ormanlı, 2012:349).

Teknolojik altyapının devamlı gelişmesiyle, İnternet kullanımı Türkiye’de özellikle 1999 yılından itibaren hızlı artış içine girerek bir çok alanda kullanım açısından yaygın hale gelmiştir.

Yazılım ve donanım açısından yaşanan her büyük yenilik, interneti kullanabildiğimiz cihazlar, cihazlarda kullanılabilen yazılımların çeşitliliği ve sunduğu olanakların gelişmesinin yanı sıra internetin bağlantı hızı ve bant genişliği açısından yaşanan köklü değişimler, internetin sosyal alanda kullanım şeklini doğrudan etkilemiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:7).

2000’li yıllarda internet teknolojisinde yeni büyük değişimler yaşanmış, internetin kullanım biçimini köklü değişime uğratacak ADSL (Bakımsız Sayısal Abone Hattı)’in ortaya çıkışıyla telefon hattı üzerinden ama telefon kullanımına engel olmadan geniş bant üzerinden internete erişim imkanı tanıyan teknolojik bir devrim meydana gelmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:10-11).

Türkiye’de internet kullanıcı sayısı 1996 yılında 14.200, 1997 yılında 35.000, 1998 yılında 200.000, 2002 yılında ise 4.5 milyona ulaşmıştır (TGC,2003:144).2005 sonu ise Türkiye’de internet kullanıcı sayısı 1 milyar 18 milyonun üzerine çıkmıştır (Çakır, 2007:129).

Günümüzde Türkiye, dünyada hatırı sayılır internet kullacılarından biri durumuna gelmiştir, internet kullanım oranı dünya ortalamasının üzerindedir. 80 milyon civarında nüfusa sahip Türkiye’de halkın % 46.3 ‘ü internet kullanıcısıdır. Dünya sıralamasında Türkiye, İran’dan sonra 15. Sırada, Avrupa’da ise Almanya, İngiltere ve Fransa’dan sonra dördüncü sırada yer alarak 2000 yılından bu yana Türkiye’deki internet kullanıcı sayısındaki artış çarpıcı boyutlara ulaşmıştır (Yüksel, 2014: 17).

Türkiye İstatistik Kurumu’nun ‘Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’nın 2017 yılının son üç ayına ait sonuçlarına göre; Türkiye’de internet

kullanıcılarının %68,2'si online haber, gazete ya da dergi okuma, %83,7'si sosyal medya üzerinden profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma gibi amaçlarla interneti kullanmaktadırlar (TÜİK, 2017).

## 2.2. İNTERNETİN ÖZELLİKLERİ VE SUNDUĞU OLANAKLAR

İnternet; ağlar vasıtasıyla tüm dünyayı çevreleyen global özelliğinin yanı sıra anlık iletişimi sağlayabilen, aynı anda her yerde kullanıma hazır bir teknoloji olup enformasyon ve haberlerin yayılmasını sağlama becerisi ile daha önce görülmemiş hızı en yüksek kitle iletişim aracıdır.

İnternetin özellikleri;

- İnternet ucuzlayan bir teknolojidir.
- İnternet sansür edilmesi güç bir teknolojidir.
- Birleşik bir medyumdur.
- Hem eş anda hem de başka anlarda kullanılabilir.
- Bildiğimiz anlamdaki sahiplik konumunu ortadan kaldırmaktadır.
- Alternatif kullanım olanakları vardır (aktaran: Çakır, 2007:131).

1990'larda yaygınlaşmaya başlayan internetin sunduğu olanaklar medya alanında da radikal değişikliklere yol açarak, hem içeriğin çeşitlenmesine, hem haber-iletişim tarzlarının değişmesine, hem okur-gazete ilişkisine yeni boyutların eklenmesine yol açmıştır. İnternet gazeteleri, internet gazeteciliği, sosyal medya gibi kavramlarla medya alanının çehresi yeniden şekillenmektedir (Tosun, 2016:8).

Tüm kitle iletişim araçlarının kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Radyo için temel olan sestir ve radyo haberciliğinin daha betimleyici ve daha detaycı bir üslup gerekliliği vardır. Radyo televizyonla kıyaslandığında haberin en hızlı iletilebileceği kitle iletişim aracı radyodur. Televizyon haberi için öncelikli olan görüntüdür. Gazete için ise yazı ve fotoğraf önemlidir. Radyoda ve televizyonda yayınlanan haberin ortak özelliği, haberin iletildiği esnada dinleyici ya da izleyicinin yayın saatine bağımlı kalmak zorunluluğudur. Gazetenin bu anlamda radyo ve televizyona göre avantajı; yayımladığı haberlerin okuyucuya ulaşması anlamında zaman ve mekan açısından sağladığı özgürlüktür. İnterneti bu denli önemli kılan özelliklerinden biri zaman açısından sağladığı özgürlüktür. İnternete bağlanıldığı anda güncel

tüm haberlere coğrafi sınırlılıklar olmadan ulaşılabilinmektedir (Konrad Adenauer Vakfı, 2003: 152-154).

İnternet ile birlikte kitle iletişimi daha özgür, daha demokratik ve interaktif bir yapıya bürünmüştür. Demokrasinin yerleşmesine, düşüncelerin paylaşılıp bilginin yayılmasına zemin hazırlayan internet, mekansal sınırları aşmakta ve iletişimi yalnızca bireyin isteklerine bırakmaktadır. İnteraktif katılımcılığı artıran, katılımcı demokrasiyi oluşturan bu bağ, gitgide büyümektedir (Çakır, 2007:127).

### **2.2.1. WorldWide Web (WWW)**

WWW olarak kısaltılan, İngilizce dilinde ‘World Wide Web’ sözcüklerinin baş harflerinden oluşturulan, dünyayı saran web olarak tanımlanabilmekte ve kısaca ‘web’ sözcüğü ile ifade edilmektedir (Karaçay, 2018).

Dünya çapında ağ (www), internet aracılığıyla erişilebilen global elektronik yayınlama aracı olup internetin belki de en önemli ve en hızlı büyüyen bir parçasıdır (Pavlik, 2013:96). İnternetin babası olarak kabul gören Tim Berners Lee’nin HTML dil kodlarını ticarileştirmeyerek , bu kodlara herkesin erişimine izin vermesi, web teknolojilerinin bu denli hızla bir ivmeyle yükselme nedenlerin başında gelmektedir (Çelik, 2016:54).

Web kavramının ifade ettiği internet altyapısı ve sayfa teknolojileri, geçen zaman içinde çok büyük bir değişim ve dönüşümler geçirmiştir. Yaşanan bu değişim ve dönüşümlerin keskin ve hatlarının net olduğu noktalara da bilgisayar programları için kullanılan sürümü ifade eden 1.0, 2.0, 3.0 isimlerinin verilmesi uygun görülmüştür (Çelik, 2016:53).

#### **2.2.1.1. web 1.0**

HTML (Hyper Text Markup Language), Türkçe adıyla Hiper Metin Biçimlendirme Dili ile metin ve grafik destekli web sayfaları görüntü olarak yayınlanabilir seviyeye gelmesinden sonra internet ağının kazandığı kullanıcı sayısı yüksek bir ivme kazanmıştır (Çelik, 2016:54). Bir tasarımcı tarafından hazırlanan web sayfası için HTML dili kullanılıyor, sayfa sanal ortamda yayınlanıyor ama kullanıcı içeriği sadece görüntülemekle kısıtlanıyor, bu içeriğe ekleme yapması mümkün olamıyordu (Çelik, 2016:55).

Web 1.0 ile kullanıcılar bilgiyi tek yönlü alabilen ancak paylaşım ve geri bildirimde bulunmayan, sadece okuyucu konumundayken; bilginin yönetim kontrolü sadece yayıncının elinde bulunmaktadır. Diğer deyişle, 'web 1.0' teknolojisi bilgilerin internette pasif ve sadece tek yönlü yayınlanmasına olanak sağlayan teknolojik bir alt yapıdır (Uraltaş ve Bahadırlı, 2012: 36). Statik yapıdaki sitelerin yer aldığı bu dönem 1991-2001 yılları arasındadır.

#### **2.2.1.2. web 2.0**

Web 2.0 teknolojileri, internet kullananlarla birlikte oluşturulan sistemin altyapısını tanımlayabilmek için kullanılan bir kavramdır ve internet ağının daha katılımcı biçimde yapılandırılmasına hizmet eden fonksiyonlarla geliştirilmesini ifade etmektedir (Taşkiran, 2017:11).

Web 2.0 kavramı ilk olarak 2004'te O'reilly tarafından kullanılmaya başlamıştır. Web 1.0 döneminde sadece pasif izleyici durumunda olan internet kullanıcılarının ve 2. 0 ile daha aktif olduğu bir döneme girmiştir. Web 2.0 kavramı ilk olarak sosyal ağ sitelerini ve vikileri temsil etmiştir. Web1.0 dönemindeki internet'i bir kütüphane gibi tasvir edecek olursak, web 2.0 döneminde kullanıcılar bu kütüphanenin aktif bir hazırlayıcısı ve dağıtıcısı durumuna gelmiştir (Çelik, 2016:56).

Web 2.0 interaktif iletişim biçimini sağlamasıyla sosyal medyanın oluşmasına neden olmuştur (Uraltaş ve Bahadırlı, 2012: 36). Günümüzde oldukça popüler olan Facebook, Twitter, Instagram, Wikipedia, Youtube, Flickr ve benzeri sosyal medya ortamları web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkmıştır (Taşkiran, 2017:11).

Kaynak ile alıcı arasında tanımlanan klasik iletişim sürecinin gerçek anlamda işleyişinin önünü açan web 2.0 teknolojisinin sağladığı 'etkileşimlilik' özelliği olmuştur.

Bilgiye ulaşma, yayma, kısaca iletişim konusunda sağladığı imkanlar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni teknolojiyi habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç olarak karşımıza çıkarmış ve yaygınlaştırmıştır. Ayrıca internet, kendine özgü olanaklarından dolayı, sadece mevcut durumdaki kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasını sağlayabilen bir araç olarak kalmamış, aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve

yeni biçimlerde sunulabildiği bir ortam haline gelmiştir. Sonuç olarak internet; haberi sunmak için yeni bir araç konumuna gelmiştir (Çakır, 2007:125).

### **2.3. İNTERNETİN GAZETECİLİK MESLEK PRATİKLERİNE SUNDUĞU OLANAKLAR**

Gazetecilikte; olayları dikkatlice kontrol etmek, bilindik güvenilir kaynaklara bağlı olmak, olayları objektif biçimde sunmak, isabetli sorular sormak ve en yüksek etik standartları benimsemek Dünya ne kadar değişirse değişsin değişmeyen şeylerdir. Ancak günümüzün elektronik dünyasında modern gazetecilik araçları; haber toplama ve sunma, özellikle multimedya içeriği olmak üzere bilgi depolama, dinleme ve geri çekme; işlem, üretim ve editoryal dağıtım veya basım; sunum, görüntüleme ve erişim kapsamında önemli ölçüde değiştirilmektedir (Pavlik, 2013:287).

İnternetin gazetecilik meslek pratiklerine sunduğu olanakları belli başlıklar altında inceleyebiliriz.

• **Haber ve fotoğrafların iletimi (haberleşme olanakları):** Gazetecinin görevi haberi en doğru ve en hızlı şekilde gazeteye iletmektir. Gazeteciler artık pc ye bile ihtiyaç duymadan dağın başında bile olsalar çektikleri haber fotoğraflarını ve haberin detaylarını cep telefonu veya notebook kullanarak internetin sağladığı imkanlarla en hızlı şekilde gazeteye aktarabilmektedir.

• **İnternet bir bilgi kaynağıdır:** Gazeteci aradığı bilgiye elinde yazılı kaynak olmasa da daha fazla bilgi içeren internet sayesinde ulaşabilmektedir.

• **İnternet haber kaynağıdır:** Artık pek çok kurum haberleri internet üzerinden yaymaktadır. Haber daha gazeteye ulaşmadan internet vasıtasıyla haberi gazeteler edinebilmektedir. Böylece yabancı basın ile Türkiye basını bir habere aynı anda ulaşabilmektedir.

• **İnternet aynı zamanda bir tartışma platformudur:** Haberin yayın platformudur. Türkiye’de ulusal basın ile beraber yerel basın da internet üzerinden haberlerini yayınlatabilmektedirler (Konrad Adenauer Vakfı, 2003: 147-152).

## 2.4. İNTERNET GAZETECİLİĞİ

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber alternatif medya olarak da takdim edilen internet üzerinden yayın yapan yeni bir habercilik türü doğmuştur. Bu yeni tür, genel anlamda ‘elektronik yayıncılık’, daha özel bir terimle ‘internet gazeteciliği’ olarak adlandırılmaktadır (Çakır, 2007:125).

İçinde yaşadığımız dijital çağ, diğer bir çok alanda olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da bazı yönlerden değişime zorlamaktadır. Gazeteler; haber verme işlevlerini, geleneksel yapının yanı sıra internet ortamında da sürdürmeye çalışan etkin bir medya ortamıdır. Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmaktadır. Haberin katmanlı yapısı nedeniyle formel olarak düzenlenişi; tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır. Bu iletişimsel yapılanmanın internet ortamındaki sunuluşuna farklı çalışmalar içinde online, sanal, dijital, elektronik gazetecilik, ayrıca web ya da internet gazeteciliği de denilmektedir (Aktaran: Çakır, 2007:138).

Bir web sayfasını hazırlamak için HTML (web 1.0) nn yeterli olduğu ilk zamanlar kullanıcının sadece yayınlanan sayfanın görselini görebilmesini sağlıyordu. Nitekim ilk internet gazetelerinin sanal ortamdaki yayınlarına başlaması basılı versiyonlarını dijital hale getirmeleriyle başlamıştır (Çelik, 2016:55).

Gerek yazılı basının ve gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan; diğer habercilik sektörlerine göre çok düşük maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren yapısıyla ‘internet gazeteciliği’ ; internet üzerinde kısaca web olarak adlandırılan, ve html kısaltmasıyla bildiğimiz yazılım dilinde sayfalar yazılmasına imkan veren çoklu medya ortamının kullanıma girmesiyle olanaklı hale gelmiştir. Metin, fotoğraf, video, grafik, ses unsurları, reklam ve yüklenebilir yazılımlar içeren web, üç ana unsurdan biraraya gelmektedir:

- Erişim sağlayıcıları,
- İçerik sağlayıcıları ve
- Kullanıcılar (Çakır, 2007:137-138).



İnternet gazeteciliğinin gelişimi üç dönem olarak ele alınmaktadır. Bu üç dönemin 1990'lı yıllarda başlayan birinci dönemi; gazetecilerin geleneksel gazete için hazırladıkları içeriklerini gazetenin web sayfasına göre haberleri yeniden tasarladıkları devir, 1996-1997 yıllarında başlayan ikinci dönemi; gazetecilerin web sayfalarına özgün haber ürettikleri, okuyucunun sınıflandırılmış çeşitli haber ve enformasyona kendi tercihiyle etkileşimli bir şekilde ulaşabildikleri devir, üçüncü dönemi; okuyucuların haberi pasif okumaktan öte, içine girerek üç boyutlu şekilde dolaşabildikleri devir oluşturmaktadır. Günümüzde hala üç döneme ilişkin internet gazeteciliği örneklerine rastlamak mümkündür (Aktaran:Kacur ve Bostanci,2012:398).

İnternet gazeteciliğinin ortaya çıkışında ve alternatif bir medya aracı olmasında etkin olan faktörler aşağıda sıralanmıştır.

- **Bilgi Teknolojileri Sistemlerinin Gelişmesi:** Bilgi teknoloji sistemlerinde yaşanan ilerleme ve gelişmeler yerel mekanların potansiyellerini dünya potansiyellerine ulaştırma şansını sağlamıştır. Bu durum yerel basın işletmelerinin daha ucuz bir teknoloji ve daha az insan kaynakları maliyetiyle seslerini küresel boyuta taşımalarına ve rekabette yerel basının daha güçlü olmasına olanak tanımaktadır.

- **İnternet Kullanımının Yaygınlaşması:** İnternet kullanımının yaygın hale gelmesi; internet gazeteciliğinin ortaya çıkmasına, örgütlenmesine, yapılanmasına ve okuyucuların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması yönünde değişim ve dönüşümler yaşanmasına katkı sağlamaktadır.

- **Sosyal Faktörler ve Okuyucunun Değişen Medya Takip Alışkanlıkları:** İnsanların internet aracılığıyla ihtiyacı olan enformasyona hızla ulaşabilir hale gelmesi ile sosyal yaşamda meydana gelen dönüşüm karşısında geleneksel gazetecilik süreçleri de yapısal değişim geçirmek durumunda kalmıştır.

- **Değişen Teknolojinin Basın İşletmelerin İş Süreçleri Üzerindeki Etkisinin Artması:** Değişen teknoloji, haber üretim sürecinden haberlerin toplanması ve hazırlanması, haber merkezine ulaştırılmasına kadar basın işletmelerinin iş yapma süreçlerini değiştirmiş ve en kısa sürede haberi toplama ve kamuoyu ile paylaşma açısından basın işletmeleri arasında rekabet söz konusu olmaya başlamıştır.

- **Reklam Gelirleri:** İnternet gazeteleri, ürünlerini daha geniş kitlelerle buluşturmak isteyen reklamcılar için daha kaliteli ve daha cazip bulunur hale gelmiştir.

- **Halka Dayalı Muhabirlik Anlayışının Ortaya Çıkması:** İnternet sayesinde online bağlantı içinde olan herkes kendi gözlemlerini, düşüncelerini, yaşayışlarını ve tartışmalarını bu mecra üzerinden yaşayabilmekte ve fotoğraf ve videolarla bu durumları destekliyor olmaları haber toplama ve yazmada yeni kaynakların oluşmasına ortam sağlamaktadır (Kacur ve Bostanci, 2012:399-342).

Basılı gazetelerin internet yayınlarını ilk internet gazeteleri olarak kabul etme durumunda, dünyanın ilk internet gazeteleri: 1995 yılında ‘Yeni Yüzyıl Yayın Ağı’ çatısı altında buluşan ‘The Washington Post, New York Times’tır. Avrupa’da ilk internet gazeteleri de yine aynı yıl yayına başlayan ‘Herald Tribune ve Daily Mirror’ olarak bilinmektedir. Türkiye’de internet gazeteciliği ilk olarak 19 Temmuz 1995 yılında Aktüel dergisi ile başlamıştır. Aynı yılın Ekim ayında Lemana Dergisi on-line olurken Zaman gazetesi 2 Aralık 1995 tarihi itibarıyla gazetesindeki haber ve köşe yazılarını internet üzerinden yayımlamaya başlamıştır. Milliyet gazetesi ise 27 Kasım 1996’da gazetenin tamamını düzenli olarak yayımlayan ilk gazete olmuştur. 1 Ocak 1997’de de Hürriyet ve Sabah gazeteleri internet ortamını kullanmaya başlamışlardır (Yüksel, 2014:102).

#### **2.4.1. İnternet Gazeteciliğinin Temel Özellikleri**

ABD’nin büyük gazete gruplarından Knight Rider için geleceğin gazetesi üzerine çalışma yapmakla sorumlu Roger F. Fidler’in ‘*Gelecek yirmi yıl içinde yassı ekran yaşamı değiştirecek ve medya araçlarını kaynaştıracak*’ (Schnider ve Raue, 2000:204) sözü ile günümüze dair doğru bir tespit yaptığı aşikardır.

17. yüzyılda matbaanın icad edilmesi ile başlayan basım işi, gazetelerin kitle iletişimine dahil olmasında bugüne kadar çok önemli bir rol üstlenmiştir. Basım teknolojisinin ilerlemesine paralel bir gelişim gösteren gazeteler, bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ile birlikte bu yeni endüstriden faydalanma yoluna gitmiş ve kısa zamanda bu adaptasyonu gerçekleştirerek “mürekkepsiz gazetelerini” internette yayınlamaya başlamışlardır (Aktaran: Bekiroğlu ve Bal , 2006:72).

Matbaanın icadı gazetecilik mesleği açısından ne kadar önemliyse; taşınabilir bilgisayar, internet ve mobil teknolojileri de o kadar önemli bir gelişmedir (Tosun, 2016:7).

20. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkan internetin, bir iletişim aracı olarak tüm dünyayı çevrelediği, hayatımızın hemen her alanına girecek şekilde yaygınlaştığı ve geliştiği bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle de son yıllarda, bilgiye ulaşma, yayma, kısaca iletişim konusunda sağladığı imkanlar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni teknolojiyi habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç haline getirmiştir.

#### **2.4.2. İnternet Gazeteciliğinin Sunduğu Olanaklar**

İnternetin sahip olduğu yöneşme özelliği, gazeteciliğe devrim niteliğinde yenilikler sunmaktadır. İnternet ortamında yayınlanan gazeteler yöneşme ilkesi sayesinde geleneksel yöntemlerle yayımlanan gazetelerden farklı olarak; aynı kanal üzerinde ses, grafikler, tablolar, sabit görüntüler, yazılı dokümanlar, hareketli görüntüler ve farklı web sitelerine ya da aynı site içerisinde farklı sayfalara bağlantılar vererek çeşitlendirilmiş bir medya içeriğini, kullanıcılarına sunabilme imkânına sahiptir. İnternet'in bu özelliği, çevrimiçi ortamda yayımlanan gazetelerde içeriğin derinliğinin ve genişliğinin artmasına sebep olmaktadır. Geleneksel yöntemlerle yayınlanan gazetelerde içerik sadece resim ile zenginleştirilebilirken; çevrimiçi ortamda yayımlanan medya içeriği ise resim, ses ve hareketli görüntü ile zenginleştirilerek içeriğin sunum gücü önemli oranda arttırılabilmektedir. Diğer taraftan geleneksel medya olarak kabul edilen televizyon, yazılı basın ve radyo ise sahip oldukları teknolojik özellikler ve organizasyon yapıları sebebiyle kullanıcılarına ancak sınırlı bir medya içeriğini iletebilmektedir (Aktaş, 2007:34-35).

Yeni ve alternatif medya olarak internetin en büyük avantajı; özgür bilgiye yeni kapılar aralayabilmesidir. İnternet ortamında, her türden bilgiye anında erişildiği gibi, istenilen bilgiyi daha çok kişiye daha kısa zamanda ulaştırılabilmektedir. Ayrıca internette okuyucu/izleyici ile etkileşimli bir yayıncılık söz konusudur. Tek taraflı bir iletişim yerine kullanıcı, okuduğu haberle ilgili duygu ve düşüncelerini dile getirebilmekte ve yorumda bulunabilmektedir. Birebir iletişim, anında ve etkileşimli olarak erişebilir olması, içeriklerinin her an yenilenebilmesi ve haberlerin her an güncellenebilmesi, internet haberciliğini diğer kitle iletişim araçlarından ayırmaktadır (Çakır, 2007:125).

İnternetin gazeteciler açısından sağladığı olanaklardan açısından; haber ve fotoğrafların iletimi bakımından sunduğu kolaylıklar öne çıkmaktadır. Bir gazeteci haber için dağ başında iken bile yanında cep telefonu, notebook ve digital fotoğraf makinası varken sadece internete

bağlanarak haberin detayları ve fotoğraflarını gazeteye aktarabilme şansına sahip durumdadır. İnternetin gazeteciye sağladığı avantajlardan bir diğeri de bilgi kaynağı özelliğidir. Dünya’da hiçbir kütüphane internet kadar bilgi içermemektedir. İnternet, gazeteci açısından ayrıca haber kaynağı olarak da kullanılabilir (TGC, 2003:148-152).

İnternet gazeteciliğinin sunmuş olduğu imkanları ana başlıklarıyla toparlayacak olursak:

- Haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellenmesi
- Okurun habere 24 saat, dilediği zaman ulaşabilmesi
- Multimedya temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları kullanma
- Arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme
- Okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi
- Haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle, arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme
- Diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme (Aktaran: Gürcan ve Bekiroğlu, 2003:24).

İnternet Gazeteciliği'nin bir başka avantajı; okur-gazeteci yazar arasındaki dengenin okur lehine değişmesidir. Okur, tepkisini aracısız bir şekilde anında verme imkanına sahiptir. Bu da okurun haber oluşumuna doğrudan etki etmesine neden olmaktadır (Yağız vd., 2018 :10).

### **2.4.3. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Ve Yerel Basın İçin Olanaklar**

İnternet, gazetecilik mesleğinin “seyrini” ve “şeklini” önemli oranda etkileyen, beraberinde getirdiği yenilikler ile medya açısından birtakım olanaklar sağlayan ve böylelikle medya kuruluşları ve gazeteciler açısından meslek pratiklerine değişiklikler getiren bir teknoloji olarak değerlendirilebilmektedir. Gazetecilik pratiklerinin internet ortamında gerçekleştirilebilmesi ve bu ortamın kendine özgü nitelikleri doğrultusunda gazeteciliğin yeni bir türü olarak ortaya çıkan ve gelişen internet gazeteciliği, yaygın basın için olduğu kadar yerel basın açısından da dönüştürücü bir potansiyele sahiptir (Gürcan ve Bekiroğlu, 2003:23).

Türkiye’de de ulusal gazetelerin çoğunluğu, televizyonlar ve radyolar ile yerel medyanın bir kısmı internet sitelerini kurmuşlardır. Ülkemizde yaşanan ekonomik krizin medya sektörünü etkilemesi ve bunun sonucu olarak dörtbine yakın medya mensubunun işsiz

kalması Türkiye'deki internet gazeteciliğinin hızla yaygınlaşmasını sağlayan bize özgü bir nedendir. Bu durumdaki gazeteciler, fazla maliyet gerektirmeyen internet gazeteciliğini, seslerini duyurabilecekleri ve mesleklerini daha özgürce yürütebilecekleri yeni bir mecra, az da olsa sitelerine alacakları reklamlarla hayatlarını sürdürebilecekleri bir kazanç olarak görmüşlerdir (Çakır, 2007:126).

İnternet teknolojisine has özellikler, hem genel anlamda iletişim hem de gazetecilik, habercilik açısından medya için önemli olanaklar ve potansiyeller sunmaktadır (Gürçan ve Bekiroğlu, 2003:24). Dolayısıyla medya sektöründeki yerleşik yapılar, sistemler, anlayışlar, biçimler, türler ve araştırma yaklaşımları değişmekte veya ortadan kalkmaktadır. Bu süreçten en kazançlı çıkan özellikle yerel medya olmuştur. Nitekim günümüzde yerel medyanın merkeze bağımlılığı azalmış, özerkleşmiş, mali yükü hafiflemiş, daha geniş bir kitleye ulaşma imkanına sahip olmuştur. Aynı şekilde yereldeki gazetecilik anlayışları ve yöntemleri de değişmektedir (Yağız vd., 2018: 12-13).

Yağız ve diğerlerinin 'Yerel Medyanın Dijital Teknolojilere Uyumu: Türkiye'deki Yerel Gazetelerin Dijital Medyayı Kullanımı Üzerine Bir İnceleme' adlı makalelerinde Türkiye genelinde yerel basına yapılan anket sonucuna göre; yerel gazetelerin %90'ının web sitesine sahip olduğu tespit edilmiştir (Yağız vd., 2018:17).

Her kitle iletişim aracının kendine has özellikleri bulunmaktadır. Radyo için bu sesten ibaretken, televizyon için öncelikli olan görüntüdür. Radyo ve televizyonun zaman açısından ortak bir özelliği bulunmaktadır. Dinleyici veya izleyicinin haberin yayınlandığı saat ile aralarında bağlayıcı bir durum olmasına karşın gazete bu konuda avantajlı bir konumdadır. Okuyucu, haberleri kendi istediği zamanda okuyabilmekte ve yanında istediği yere taşıyabilmektedir. İnterneti diğer kitle iletişim araçları içinde önemli kılan özelliklerinden biri ise; zaman açısından sağladığı bağımsızlıktır. Okur istediği zaman istediği habere ulaşabilmektedir (TGC, 2003:152-153).

Günümüzde internet teknolojisinin bu derece geniş kapsamlı bir şekilde kullanıldığı ve internetin evrensel bilgi denizinden bu derece faydalandığı bir ortamda yerel basın kuruluşlarının da sanal ortamın imkânlarından yararlanmaması söz konusu görülmemektedir. Öyle ki internet mecrasında yer alan yerel gazeteler, bu sayede yerel olayları, haberleri ve

kültürleri bulunduğu çevrenin dışına taşıyarak evrensel boyutta duyurma olanağına sahip olabilmektedir (Aktaran:Bekiroğlu ve Bal, 2006:72).

İnternet, gazeteciliğin alışkanlıklarını değiştirirken yerel basın sınırlara dair tanımını da kökünden sarsmıştır. İnternet sayesinde yerel basın muhalif azınlıkların sesini küçük dünyasından gerçek ve büyük dünyaya taşıyabilmektedir.

#### **2.4.4. Zonguldak'ta İnternet Gazeteciliği ve Yerel Basın**

Günümüzde Zonguldak yerel basınına baktığımızda il merkezinde resmi ilan olarak günlük çıkarılan beş gazete vardır; *Şafak* gazetesi, *İnanış* gazetesi, *Yeni Adım* gazetesi, *Halkın Sesi* gazetesi ve *Pusulula* gazetesi (zonguldak.gov.tr, 2018). Zonguldak yerel basını geleneksel yayın hayatını sürdürürken öte yandan çağımızda yaşanan teknolojik devriminin medya üzerindeki dönüşüm döngüsüne de katılarak dijital yayıncılık dünyasına geçiş yapmıştır. Geleneksel gazeteciliğin maliyetli yapısı nedeniyle ayakta durmakta zorlanan yerel basının imdadına nerdeyse maliyetsiz denilebilecek internet gazeteciliği yetişmiştir. Böylece adı geçen Zonguldak yerel basının tamamı internet gazeteciliğini benimsemiş ve günümüzde de aktif bir şekilde bu mecraayı kullanmaktadır.

Çalışmamızın inceleme kapsamına dahil edilen üç gazetenin özgeçmişi ve internet yayıncılığı tarihçesi şu şekildedir:

#### ***ŞAFAK GAZETESİ***

1 Şubat 1955 yılında Zonguldak basın tarihinin önemli ismi Bedri Erel tarafından kurulmuştur. İlk sayısında kuruluş amacını Bedri Erel şu cümlelerle ifade etmiştir:

*“Muhterem okuyucular, biz sizlere hiçbir vayitte bulunmayacağız. Gördüğünüz şu mütevazi gazete, birçok fedakarlıklar karşılığında çıkabilmiştir. Bunu devam ettirmek ve güzel bir şekle sokabilmek bizden ziyade okuyucunun alakasına dayanır. “ŞAFAK” yaşama enerjisini sizlerin alakasından alacaktır. Gazetenin hiç aksamadan çıkmasını, geçen sayıda olgunlaşmasını isterseniz, onu okumalı ve okutmalısınız. Şurasını belirtmek isteriz ki: gazetemiz devrimci ve Atatürkçü bir gazete olarak yoluna ve davasına azim ve feragatla devam edecektir. Yazı ailesi aziz milletimizin refahını ve mübarek vatanımızın kalkınmasını ön*

*planda tutan ideal ve karakter sahibi kalem erbaplarından müteşekkildir. Bu itibarla, gazetemiz; toplumun ruhunu, onun dertlerini ve dileklerini kimseden korkmadan ve çekinmeden aksettirecek bir “ Şafak Penceresi” olacaktır.*

*Eğer okuyucudan gerekli imkanı bulur tahayyüllerimiz gerçekleşirse, durmadan gelişen ve serpilen Türk edebiyatına ve matbuatına, karınca kararınca bir hizmet ve yardımda bulunabilirsek ne mutlu bizlere”*

Şafak gazetesinin ilk Yazı İşleri Müdürü Avukat Bülent Aytan’dan sonra görevi devralan Süheyla Erel ise Türkiye’de emekli olan ilk Türk kadınıdır. Şafak Gazetesini Fahri Hüsrev Yücel’in satın almasıyla gazete uzun yıllar aile şirketi tarafından yönetilmiştir. 2011 yılından beri sahibi Esra Asmaz’dır. Gazetenin günümüzde Yazı İşleri Müdürü Muhammed Asmaz, Genel Yayın Yönetmeni Şaban Yılmaz, Genel Koordinatörü Seçkin Kırarslan, Spor Müdürü Hüseyin Ekinci, Sayfa Editörü Aylin Karakaş, Meryem Demir yazar, Gönül Ünlü Çaycuma Temsilcisi olarak görev yapmaktadır.

Yayın hayatına el dizgisi ve elle sallamalı baskı makinesi ile başlayan gazete, 1975 yılında entertip makinesi ile yayın hayatına devam etmiştir. 1999 yılının Ekim ayında ofset baskıya dönen Şafak Gazetesi o tarihten itibaren yayın hayatını bu şekilde 12 sayfa ile devam ettirmektedir. Gazetede yerel haberler, siyasi haberler ve spor haberleri yapılmaktadır.

Zonguldak’ın en eski yerel gazetesi olan Şafak Gazetesi günlük olarak 12 sayfa olarak basılmakta, bayi satış ücreti 25 kuruştur. Günlük tirajı ise 800 olarak basılmaktadır.

Şafak gazetesi internet yayıncılığına 2008 yılında başlamış ve günümüzde de aktif bir şekilde bu mecraayı kullanmaktadır (Şaban Yılmaz, 2018).

### ***YENİ ADIM GAZETESİ***

Yeni Adım Gazetesi 18 Ocak 1998 tarihinde Zonguldak milletvekili merhum Veysel Atasoy, merhum sanatçı ve siyasetçi Osman Yağmurdereli ve Zonguldaklı işadamı Erdoğan Demir tarafından, “*bölgede yaşanan gelişmeleri en doğru ve en tarafsız haber formatıyla okurlara ulaştırmak*” amacı ile kurulmuştur.

Gazetenin günümüzde imtiyaz sahibi, aynı zamanda Zonguldak TSO Başkanı olan Metin Demir'dir. Kuruluşundan beri gazetenin adı değişmemiştir.

Gazetenin Genel Yayın Yönetmeni Erhan Çakmak, Yazı İşleri Müdürü Gamze Taşdemir'dir. Köşe yazarları: Ercan Demir, Süleyman Kurt, Derya Akbıyık, Tansu Yıldırım, Simge Kırılı, Yıldırım Demirci, sayfa editörü Ramazan Köşe'dir. Yerel, siyasi ve spor haberleri yapan Yeni Adım gazetesi ofset baskı ile günlük, 8 sayfa çıkmaktadır. Zonguldak yerel gazeteleri içinde ilk ve arka sayfası renkli basılan tek gazete olan Yeni Adım gazetesinin ücreti 25 Krş, tirajı 1000 adet üstündedir.

Yeni Adım gazetesi internet yayıncılığına 2000 yılında başlamış ve günümüzde de aktif bir şekilde bu mecraayı kullanmaktadır (Gamze Taşdemir, 2018).

### ***PUSULA GAZETESİ***

Pusula Gazetesi 8 Mayıs 2006 tarihinde ART Ajans Sahibi Ali Rıza Tıĝ tarafından kurulmuştur. Gazetenin ilk yazı işleri müdürlüğünü de yapan Ali Rıza Tıĝ, gazetenin günümüzde de değişmeyen sahibidir. Şubat 2007 yılında kendi ofset ve tipo tesislerini kuran Pusula gazetesi, Basın İlan Kurumu'nun kriterlerine uygun olarak yayın yaptığı için Resmi İlan yayımlama hakkına sahiptir. 22 Ekim 2008 tarihinde Türk Patent Enstitüsü'ne yaptığı Marka Tescil Başvurusu'na 23 Eylül 2009 tarihinde olumlu yanıt alan gazete, bu tarihten itibaren resmen marka olmuştur. Gazetecilik anlayışını: "samimi, çok sesli, objektif" olarak belirten Pusula gazetesinin yayın koordinatörü Aydın Arslanyılmaz, Yazı işleri müdürü Cüneyt Özfidan olup bu kadroda Yeliz Alagöz, Ender Yüksel, Özlem Bıçak, Emre Acar, Elvin Kaya Çöl de bulunmaktadır. Yazar olarak da Bayram Tomakin bulunmaktadır (künye bilgileri Pusula gazetesinin sahibi Ali Rıza Tıĝ aracılığıyla gazetenin internet sayfasından alınmıştır).

Siyasi, yerel ve spor haberleri yapan Pusula gazetesi ofset baskı ile günlük, 12 sayfa çıkmaktadır. Ücreti 25 Krş olan gazetenin tirajı 800 adettir.

Pusula gazetesi internet yayıncılığına 2008 yılında başlamış ve günümüzde de aktif bir şekilde bu mecraayı kullanmaktadır (Ali Rıza Tıĝ, 2018).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. SOSYAL MEDYA VE GAZETECİLİK İLİŞKİSİ

Çalışmanın üçüncü bölümünde sosyal medya kavramı ve gelişimine değinilerek başlanacak, sosyal medyanın öneminden ve özelliklerinde bahsedilecek, devamında da sosyal medyanın işlevi ve kullanıcıya sağladığı olanaklar açıklanarak sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı irdelenecek. Sosyal medyanın kapsamına giren uygulamalar genel olarak belirtilip, çalışmanın analiz kısmında Türkiye’de en yaygın olarak kullanılan Facebook ve Twitter uygulamaları tarihe ve özellikleriyle açıklanarak sosyal medyanın gazetecilik meslek pratiklerine etkisi anlatılmaya çalışılarak üçüncü bölüm sonlandırılacaktır.

#### 3.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Web 2.0 teknolojisinin sunduğu olanaklarla gelişen sosyal medya kavramı, genel anlamda herhangi bir kullanıcının diğer kullanıcılarla çevrimiçi haber, fotoğraf, video, metin, içeriği ayrı ayrı ya da bir arada paylaşmasına imkan sağlayan web sitelerini veya uygulamalarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Kurt, 2016:26).

Sosyal medya kavramı son yıllarda hızlı bir ivmeyle yayılan bir eğilimi, temelde, kişilerin internet olanaklarını ağırlıklı olarak haberleşme ve iletişim için kullanmaları eylemini ifade etmektedir. Günümüzde sosyal medya, ‘alternatif medya’ ya da tekelleşmeye, küreselleşmeye karşı olan bireylerin kendine özgü haberlerini kendileri tarafından yazılıp üretilebildiği bir kitle iletişim aracı ya da ifade biçimi olarak ortaya çıkmıştır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013:318).

Sosyal medya Postman’ın yaklaşımıyla ‘ayıp’ları ortadan kaldırıp, ‘çocukluğun yok oluşu’na katkıda bulunan televizyon çağının önüne geçmektedir. Bilgiye ulaşmak için belirli aşamalardan geçme koşulunu da ortadan kaldıran sosyal medya, bir yandan bilgi üretmedeki tekeli kırarken, diğer taraftan bilgiyi ve bilginin kaynağını sıradanlaştırmaktadır. Sosyal medya ile McLuhan’ın ‘Küresel Köyü’nün boyutları daha da küçülmektedir. Postman’a göre telgrafla başlayan iletişim süreci twit’lerle saliselere erişebilmekte, oyunlarla da Boudrillard’ın ‘Similasyon’u zirveye erişmektedir (Peltekoğlu, 2012:8)

Sosyal medyanın daha iyi anlaşılmasını sağlayan ve sosyal medya uygulamalarını da içeren yeni medya; teknoloji tabanlı, eşzamanlı mesajlaşmaya imkan veren, bilgisayar teknolojisi ile iletişim araçlarının melezleşmesiyle ortaya çıkmıştır. Sosyal medya ile tarif edilen yeni medyanın sahip olduğu özellikler açısından günümüzde iki kavram iç içe geçmekte, bazen gündelik dilde birbirinin yerine kullanılabilir (Kurt, 2016: 27).

We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayınladığı 'En Güncel Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri ve Sosyal Medya İstatistikleri' raporuna göre; 2017 yılında, dünyada 3.02 milyar olan sosyal medya kullanıcısı sayısının 2018 sosyal medya istatistiklerinde 3.2 milyara yükseldiği belirtilmiştir. Bu duruma göre dünya genelinin %42'si sosyal medya kullanıcı olmuştur (15.05.2018).

### **3.2. SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ**

'Sosyal Medya'; gündemini kendi belirleyen, kendine has kuralları ve iletişim biçimi olan, daha katılımcı ve daha hareketli bir medya olarak karşımıza çıkmakta ve belli güçlerin baskısının ötesinde, tamamen bir sivil toplum hareketi ve bir sosyal sorumluluk olarak algılanmaktadır. Kişiselleştirilmiş ve klişeleşmiş iletilerin ötesinde bir şuur kazandırmayı, olayları daha farklı ve değişik boyutları ile görebilmeyi; aynı olay, durum, olgu karşısındaki farklı tutum ve davranışları belirleyebilmeyi amaçlayan bir yapıya sahip bulunmaktadır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013:321-322).

Sosyal medya aracılığıyla mesaj üretilebilmekte ve bu üretilen mesajlar diğer bireylerin kolaylıkla ulaşabilecekleri platformlara gönderilmektedir. Bu yeni yapılanma, geleneksel medya örgütlenmesinin doğrudan belirli bir medya grubu kanalına dayalı tek yönlü haber akışını da sekteye uğratmaktadır. Geleneksel ve belirli bir ideoloji kapsamında iletilen ya da bazı dönemlerde iletilmeyen haberlerin geniş kitlelere çok daha hızlı biçimde ulaştırılmasında ve kitlelerin buluşabilmesinde sosyal medya araçlarının büyük bir etkisi bulunmaktadır (Talimciler, 2013:16-17).

Sosyal Medyanın ayırt edici özellikleri:

- Sosyal medya içeriklerden oluşur, her bilgi bir içerik, her içerik bir kaynaktır.
- İçerik kullanıcı tarafından üretilir ve tüketilir.

- Sosyal medyada bilgi paylaşımı hiçbir maliyet gerektirmeden gerçekleşir ve anında çok geniş kitlelere ulaşır.
- Sosyal medya kullanıcı odaklıdır ve bir sınırlama olmaksızın burada herkesin bir söz hakkı vardır.
- Hızlıdır.
- İletişim çift yönlüdür.
- Erişim kolaydır.
- Özgürdür (Özutku vd., 2014:83-84).

### **3.3. SOSYAL MEDYANIN İŞLEVİ VE KULLANICIYA SAĞLADIĞI OLANAKLAR**

Sosyal medyanın en temel özelliği; içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulabilmesidir. Sosyal medyanın bu alt yapısı web 2.0 teknolojilerine geçişle mümkün hale gelmiştir. Sosyal medya ortamlarına üye olan kullanıcılar, kendi ürettikleri içeriklerini diğer üye olan kullanıcılarla paylaşıp dağıtabilmekte ve diğer kullanıcıların beğenisine sunabilme imkanına sahiptirler. Bu içerikler yazılı bir metin olabileceği gibi, video ve fotoğraf da olabilmektedir (Taşkırın, 2017:11).

Sosyal medyanın sahip olduğu ana özellik olan etkileşim özelliği sayesinde kullanıcılar pasif bir izleyici rolünden aktif üretici rolüne sahip olmuştur. Böylece her bir kullanıcı birer içerik üreticisi haline gelerek özgürce kendi içeriğini oluşturabilmekte ve bu içeriği istediği biçimde istediği kişilere sosyal medya aracılığıyla yayınlamaya paylaşabilmektedir. Coğrafi sınırları ortadan kaldıran bu ortamda, bilgiyi paylaşan kişinin geri bildirim alabilmesi sayesinde etkileşim gerçekleşebilmektedir (Uraltaş ve Bahadırılı, 2012: 36-37).

Sosyal medyanın bir diğer özelliği; zaman ve mekan farkını ortadan kaldırmasıdır. İnsanlar arasındaki iletişimin aynı mekanda eş zamanlı olarak gerçekleşme durumu, sosyal medyanın temeli olan internetin küresel ağ özelliği sayesinde insanları coğrafi olarak konum ve aralarındaki mesafelerden özgürleştirmiştir. Sosyal medya iletişimde insanlar artık aynı anda aynı yerde bulunmak durumunda değildir. Dünyanın herhangi bir yerinde bulunan sosyal medya kullanıcıları, istediği noktadan başka mekanda bulunan kullanıcıyla iletişime girebilmektedir. Sosyal medyanın bu özelliği dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın o anda tüm dünya ile paylaşılması boyutunu da içermesiyle mekan sınırlarını

ortadan kaldırmaktadır (Taşkıran, 2017:12-13). Sosyal medya enformasyonun yayılma hızını artırabilmektedir.

Sosyal medyanın da içinde bulunduğu yeni iletişim teknolojileri, bilginin sadece kullanıcılar arasında hızlıca paylaşımı açısından değil; bilginin saklanması, ihtiyaç halinde tekrar kullanılması, katılımcı biçimde yeniden düzenlenmesi aşamalarına kolaylıklar sağlayarak günümüz ağ toplumu içinde bilginin sahip olduğu önemi somutlaştırmıştır (Taşkıran, 2017:16).

### **3.4. SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKI**

Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları belirlemeye yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemlere göre benzerlik göstermeyebilir. Bu özelliklerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

1. ERİŞİM: Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanımaktadır.

2. ERİŞİLEBİLİRLİK: Geleneksel medya için üretim yapmak genel olarak özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya hiç maliyetle kullanılabilir.

3. KULLANILIRLIK: Geleneksel medya üretimi çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirirken birçok sosyal medya için bu geçerli değildir veya bazı durumlarda yetenekler tamamen değişmiş ve yenidir, yani herkes üretimde bulunabilmektedir.

4. YENİLİK: Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir (tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar vermektedir). Geleneksel medya da sosyal medya uygulamalarına adapte olmakta olduğundan, bu farklılık zamanla ortadan kalkacaktır.

5. KALICILIK: Geleneksel medyada üretilen sonradan değiştirilememektedir (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz), oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilmektedir (15.04.2018).

### 3.5. SOSYAL MEDYANIN KAPSAMI

Bir çok sosyal medya ağı bulunmasına rağmen, bugün en çok kullanılanlar arasında 'Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Google Plus, Yahoogroups' karşımıza çıkmakta, bireylerin kendilerinin oluşturduğu bloglar da ilgi çekmektedir. Artık takip etmek, takip edilmek, twit atmak, abonelik sistemi ile çalışmak gibi kavramlar medyada yer almaya başlamıştır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013: 318).

Sosyal medyanın kapsamı içine giren uygulamalar benzer özellikler içermesiyle aynı kategoride anılmaktadır.

- **Sosyal Ağlar:** Facebook, Google Plus, Fousquare
- **Mikrobloglar:** Twitter, Tumblr
- **Fotoğraf Paylaşım Araçları:** Instagram, Flickr, Pinterest
- **Video Paylaşım Araçları:** Youtube, Dailymotion, Vimeo
- **Profesyonel Ağ siteleri:** LinkedIn

#### 3.5.1. Sosyal Ağlar

Bireylerin sınırları belli bir sistem içinde halka yarı/açık profil oluşturmasına, bağlantıda olduğu diğer kullanıcıların listesini açıkça vermesine, bu diğer kullanıcılara ait listelenmiş bağlantılarını sistem üzerinden görmesine ve aralarında gezinmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümüne 'sosyal ağlar' denmektedir (Büyükşener, 2009:19).

İnterneti paylaşım ortamına çeviren web 2.0 akımı ile giderek yaygın hale gelen sosyal ağlar ve sosyal medya, iletişim ve etkileşimi üst düzeye çıkarması ile inanılmaz bir potansiyel güce sahiptir. Bunun en güçlü ve önemli örneğini Amerika Başkanlık seçimlerinde Barack Obama'nın sosyal ağları ve sosyal medyayı bir arada kullanarak yaptığı kampanya gözler önüne sermiştir. Bunun yanında Dünya'da başta Twitter olmak üzere Facebook ve Friendfeed gibi sosyal ağları kullanarak şirketlerine ticari başarı sağlayan onlarca örnek de bu alanda nasıl bir güç ile karşı karşıya olduğumuzun en önemli kanıtları arasında bulunmaktadır (Büyükşener, 2009:19).

Sosyal ağların parçalarını oluşturan kullanıcıların ürettiği içerik, sosyal medyanın temelini oluşturmaktadır (Büyükşener, 2009:22).

İlk kayda değer sosyal ağ sitesi ‘SixDegrees.com’ 1997 yılında hizmete girmiş; kullanıcılarına profillerini oluşturma, arkadaşlarını listeleme imkanını sağlarken arkadaşlık isteğini kabul ettikten sonra geriye yapacak başka bir şey kalmamasından kaynaklı şikayetler ve internet kullanımının henüz tam olarak yaygın olmaması nedenleriyle 2000 yılında kapatılmıştır. 1997-2001 yılları arasında ise bir takım siteler internet kullanıcılarının kendi profillerini şekillendirebilmeleri için çalışmalarını sürdürmüşlerdir. 2001 yılında ‘Ryze.com’ ile sosyal ağlarda yeni bir dalga meydana gelmiş, iş çevrelerindeki bağlantılar sağlanmaya çalışılmıştır. 2003 yılından sonra ise bir çoğu profil oluşturma merkezli sosyal ağ sitelerinin hizmete girmeye başladığı görülmektedir. Sosyal medyaya ilgi yoğunlaştıkça multimedya içerikli sosyal paylaşım ağları da hızla artmış ‘Youtube’ video paylaşımında en öne çıkan sitelerden olmuştur. 2003 yılında hizmete giren ‘MySpace’ müzik gruplarının kendi profillerini oluşturmak için sıklıkla kullanılmış, gruplar ile fanları arasındaki bağ MySpace’i hedeflerinin çok ötesine taşımıştır. 2005 yılında MySpace popülerliğini korurken sosyal ağ sitelerinin bu yıl itibariyle çok büyük hızla arttığını görmekteyiz (Uğur, 2013:69-72). Sosyal ağlar, internet aracılığıyla insanların başkalarıyla iletişime geçebilmesini, fotoğraf ve video gibi türlü paylaşımda bulunmasını ve böylece sanal ortamda daha fazla sosyalleşme imkanını sağlayan araçlardır (Özutku vd., 2014: 114).

Günümüzde sosyal ağların gelişimini; internetin yaygın hale gelmesine, internete erişimin hızlanmasına, bilgi ve iletişim teknolojilerine güvenin artmasına ve bu teknolojilerin kamuoyu oluşturabilme başarısına, çeşitli uygulama ve yazılımların sosyal ağların kullanılmasını geliştirebilmesine ve sosyal ilişkilere dayalı iletişim tercihinine bağlamak mümkündür (Kara, 2012:119).

Sosyal ağlar içinde Türkiye’de en popüler olanı Facebook’tur.

### **3.5.1.1. Facebook**

2004 yılında, Mark Zuckerberg isimli Harvardlı üniversite öğrencisinin en başta Amerika’daki belli başlı üniversiteler arasında sosyal iletişimi sağlamak amaçlı sanal okul yıllığı mantığında hayata geçirdiği facebook çok kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Artık kişilerin ve

şirketlerin sanal dünyada var olabilmesi için facebookta olmak önemli hale gelmiş ve böylece facebook gerçek anlamda ‘sosyal medya’yı yaratmıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 16).

Geleneksel medya araçları gücünü kaybederken sosyal medya araçları öne çıkmakta ve bu alanda facebook, kullanıcı potansiyeli açısından lider durumundadır (Özutku vd 2014:118). 2004 yılının Mart ayında Harvard Üniversitesinin haricinde Stanford, Columbia ve Yale üniversitelerinin de kullanıcılara dahil olmasıyla facebook, 2004 yılı Aralık ayında yaklaşık 1 milyon aktif kullanıcı sayısına ulaşmıştır. 2005 yılı Eylül ayı itibariyle liseleri de bünyesine dahil eden facebookun aktif kullanıcı sayısı aynı yılın Aralık ayında 5.5 milyona yükselmiştir. Facebook Eylül 2006’da herkese siteye kaydolabilme imkanı sağlamış, 2007 yılında da mobil telefonlara özel facebook platformu oluşturmuştur. 2010 yılında bireylere buldukları konuları bildirerek güncelleme yapmalarını sağlayabilen ‘places’ uygulamasını hayata geçiren facebook’un kullanıcı sayısı 2011 yılının Temmuz ayı itibariyle 750 milyon olmuştur (Gönenli ve Hürmeriç, 2012:224).

Facebook’un ülkemizde oldukça hızlı ve popüler bir platform haline dönüşmesinde, haberdar olma ve bilme isteğini karşılayabilen bir ortam sunmasının kültürel yapımıza hizmet etmesidir. Facebook ya da benzer arkadaşlık platformları üzerinden geliştirilen ilişkilerde farklılıklar en aza indirgenmekte, nicelik olarak yüksek olmasına karşılık nitelik olarak sınırlı çok fazla sözün dolaştığı bir alan yaratılmaktadır. Bu dolaşıma ‘görülüyorum öyleyse varım’ duygusu da eklendiğinde katılım daha da çoğalmaktadır. Gündelik rutinlerini bu sanal mecrada gerçekleştiren insanlar için bu alan hem yeni arkadaşlıklar edinme, hem eğlenme, hem de kendi gibi olmaktan özgürleşme sağlamaktadır (Talimciler, 2013:18).

We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayınladığı ‘En Güncel Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri ve Sosyal Medya İstatistikleri’ raporuna göre; 2018 yılında aylık aktif facebook kullanıcı sayısı 2.1 milyar ulaşmış olup, bu oran 2017 Ocak ayına göre %15 artmış durumdadır (15.05.2018).

Türkiye’de facebook günlük aktif kullanıcı sayısı 27 milyonun üzerinde olup, hemen hemen her 2 kişiden 1’i facebook’a üye durumundadır (15.05.2018). Bu sonuçlar facebook kullanımının Türkiye’de ne kadar popüler olduğunu göstermektedir.

### 3.5.1.2. Twitter

İlk mikroblog olmasa da bu alanın geniş kitlelerce kullanıldığı bir duruma gelmesi 2006 yılında Twitter ile gerçekleşmiştir (Özutku, Küçükyılmaz vd., 2014:127). Twitter, sosyal medyanın attığı bir sonraki büyük adım olmuştur. Daha öncesinde ortaya başka sosyal medya araçları çıksa da hiçbiri twitter haricinde facebook'un gölgesinden kurtulamamıştır. Youtube facebook'tan önce ortaya çıkıp benimsenmiş ve sonrasında google'ın desteğini arkasına alabildiği için popülerliğini kaybetmemiştir. Twitter bunu facebook'ta olmayan özelliğe sahip yapısıyla başarmıştır. Facebook'un ayrıntılı yapısı mobil cihazlardan kullanıcıya zorluk çıkarırken, twitter oldukça yalın yapısıyla kullanıcıya bu konuda rahatlık sağlamaktadır. Başlangıçta bu sade yapısı sıkıcı sayılabilecekken zamanla sosyal medyanın akışını tamamen değiştirmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:17-18). Twitter aracılığıyla sadece haberlerin yayılması hız kazanmamış, yurttaş habercilerin yaptığı haberler hızla haber döngüsüne dahil olabilir hale gelmiştir (Tosun, 2016:9).

We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayınladığı 'En Güncel Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri ve Sosyal Medya İstatistikleri' raporuna göre; 2017 yılında 328 milyon olan twitter kullanıcı sayısı 2018 yılında 330 milyona yükselmiştir (15.05.2018).

## 3.6. SOSYAL MEDYANIN GAZETECİLİK PRATİKLERİNE ETKİSİ

Sosyal medya klasik kitle medyasını dönüştürmüş, içeriği eşik bekçileri tarafından belirli haber odalarında (merkezlerde) yapılandırılan ve tek yönlü olan iletişim sürecini kökten değişime uğratmıştır. Daha önceden tüketici konumunda olan bireylerin, okuyucuların, izleyicilerin istedikleri anda üretici pozisyonuna geçebilmelerine ortam hazırlamıştır. Sosyal medya ile tek yönlü iletişim süreci etkileşimli ve interaktif biçimini almıştır. Geleneksel medya döneminde enformasyona maruz kalan sıradan okuyucu, dinleyici, izleyici artık üretilen haberi eleştirebilen, ona karşı argüman delil geliştirebilen, yorum, görüntüyle habere katkı sağlayabilen bir konuma gelmiştir (Kurt, 2016:31).

Haberin gündem yaratır ya da katılmayı bekler bir noktada duruşu, önceden olduğu gibi haberin topluma ve bireye doğru hareketlenmesinden çok, bireyin habere doğru hareketlenmesine neden olmakta ve haberin çoğalarak yayılmasını sağlamaktadır. Bu durumda, haber aktaranın yöndeşimde bulunduğu diğer dinamiklere bağlı olarak haber



çoğalırken farklılaşmakta, değişim geçirebilmektedir. Haberin yalnızca el değiştirmesi değil, aynı zamanda beğenilen ya da beğenilmeme şeklinde tepki gösterilen bir noktada durması, etiketlenmesi de önem kazanmaya başlamıştır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013: 314-315).

Schools.com tarafından yapılan araştırma sosyal medyanın yarattığı değişimin hangi kanallar üzerinden yaşandığı göstermektedir. Buna göre; araştırmaya katılan insanların %50'si haber kaynağı olarak sosyal medyayı gazete-dergi gibi geleneksel yöntemlere tercih ettiklerini dile getirmişler. %46'sı ise haftada en az üç kere bu on-line kaynaklardan haberlere ulaştıklarını ifade etmişler. Araştırmaya katılan kişilerin haberlere nasıl ulaştığına dair yapılan inceleme sonucunda; %58.5 televizyondan, %28.8 gazetelerden, %27.8 sosyal medyadan, %18.8 radyodan, %6 diğer basılı kaynaklardan ve son olarak %9.5'i diğer kaynaklardan haberlere ulaştığı ortaya konulmuştur. Sosyal medyadaki on-line kaynaklar açısından yapılan araştırma sonucunda; haber kaynağını sosyal medya olarak açıklayan %27.8'lik kısmının %59.5'i Facebook'u, %19.9'u Twitter'ı, %12.7'si YouTube'u, %11.6'sı Google +'ı ve %42.8'i diğer kaynakları kullandığını belirtmiştir. Ortaya konan infografi 2009 yılı itibariyle sosyal medya üzerindeki haber kaynakları trafiğinin %57 arttığını göstermektedir (15.05.2018).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. ZONGULDAK YEREL BASINININ İNTERNET SİTELERİNİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIM AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Çalışmanın dördüncü olan son bölümünde Zonguldak yerel basının internet ve sosyal medya kullanımını açısından analizi, il merkezinde resmi ilan yayımlayan gazeteler arasından tirajı en yüksek üç gazete belirlenerek yapılmıştır.

#### 4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu tezin amacı; internet gazeteciliğinin ve sosyal medya kullanımının nicel olarak incelemesini yerel basın üzerinden yapmak ve seçilen örneklemeler üzerinden sitelerin biçim ve içerik açısından ne gibi özellikler gösterdiğini karşılaştırmalı olarak, tablolar aracılığı ile analiz ederek ortaya koymaktır.

Araştırmada bu amaçla Zonguldak il merkezinde bulunan yerel gazetelerin on-line uygulamaları ele alınmıştır. Günlük olarak yayımlanan gazetelerin internet sitelerinin biçim ve içerik özellikleri tablolar halinde incelenmiştir. Analizde ayrıca ‘içerik’ başlığı altında sitelerin; ‘yetkinlik, doğruluk, yansızlık, kapsam, güncellik’ açısından göstermiş olduğu özellikler ele alınmış ve sosyal medya kullanımına dair ek tablo üzerinden incelemeye çalışılmıştır.

Çalışmanın, Zonguldak yerel basınının internet ve sosyal medya kullanımına dair yapılan ilk çalışma olması ve Zonguldak yerel basın tarihine ışık tutabilecek nitelikte özgün bilgiler içermesi nedeniyle daha sonra yapılacak çalışmalar açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Araştırmanın varsayımları şu şekilde belirlenmiştir:

1. Zonguldak yerel basınının internet teknolojisini aktif şekilde kullandığı varsayılmaktadır.

2. Zonguldak yerel basınının internet sayfalarının okuyucusuna kullanım kolaylığı sağladığı ve okuyucusuyla etkileşim içinde olduğu düşünülmektedir.

3. Zonguldak yerel basınının internet sayfalarında sosyal medya kullanımını açısından yetkin olduğu öngörülmektedir.

4. Zonguldak yerel basını internet sayfalarında yayınladıkları haberleri, okuyucusuna sosyal medya üzerinden paylaşma imkanı sağlamaktadır.

## 4.2. ÖRNEKLEM

İncelemede örneklem olarak seçilen Zonguldak il merkezinde, Basın İlan Kurumundan resmi ilan olarak yayımlanan beş gazeteden tirajı en yüksek üç yerel gazetenin (*Yeni Adım*, *Pusula*, *Şafak*) internet siteleri incelenmiştir.

Araştırmaya dahil edilecek gazetelerin belirlenmesi için Basın İlan Kurumu Zonguldak Şube Müdürü Ali Nuhoğlu (30.04.2018) ile görüşme sağlanmış ,gerekli tiraj bilgileri güncel olması tercihiyle Nisan 2018 ayı için temin edilmiştir. Günlük ortalama satış adetleri;*Pusula* gazetesi 674 adet, *Yeni Adım* gazetesi 592 adet, *Şafak* gazetesi 573 adet olduğu bilgisi elde edilerek incelemeye alınacak üç gazete belirlenmiştir.

**Tablo 1: Zonguldak Yerel Gazeteleri ve İnternet Adresleri**

| Zonguldak Yerel Gazeteleri |                           |
|----------------------------|---------------------------|
| Yeni Adım Gazetesi         | www.yeniadimgazetesi.com  |
| Şafak Gazetesi             | www.safakgazete.com       |
| Pusula Gazetesi            | www.pusulagazetesi.com.tr |

Söz konusu bu siteler belirlenen başlıklar altında tablolar aracılığıyla karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Araştırma sürecinde inceleme kapsamına alınan internet siteleri 01.05.2018- 20.05.2018 tarihleri arasında toplam 20 gün süre ile analiz edilmiştir.

### 4.3. YÖNTEM

İçerik analizi yönteminin kullanıldığı araştırmada, verilerin elde edilmesinde Halil İbrahim Gürcan'ın (2004) 'Haber Sitelerinde İçerik Ve Tasarıma Yönelik Değerlendirme Ölçütlerine Bir Yaklaşım'adlı makalesinde ortaya koyduğu 'haber sitelerinin içerik ve tasarımına yönelik değerlendirme formu'ndan yararlanılmıştır. Gürcan'a göre; web sitelerinin değerlendirilmesine yönelik çeşitli ölçütler bulunmakta ancak bunlarda pek çok benzerlik bulunmaktadır. Birçok ölçütün birleştiği noktalar ise; doğruluk, yetkinlik, yansızlık, güncellik ve kapsam olarak beş kategoride değerlendirilmektedir. Site değerlendirmelerinde, kategorilerin altında yer alan soruları 1-5 arası puanlama ve bu puanları toplayarak iyi-orta-kötü olarak not verme şeklinde yapılabildiği gibi, bu soruları evet-hayır olarak değerlendirilerek yanıtların çokluğuna göre site değerlendirilmesi de yapılmaktadır. (2004:91). Değerlendirme sorularının çoğuna "evet" yanıtı verilebiliyorsa, sitenin yüksek enformasyon kalitesine sahip olduğuna karar verilebilmektedir (2004: 94).

Çalışmada, niceliksel betimleme yöntemiyle incelenen internet sitelerinin biçim ve içerik özelliklerinin belirlenmesine yarayan değerlendirme kriterleri formu araştırmanın uygulama bölümünde kullanılmıştır. Araştırmada siteye ulaşılabilirlik, genel görünüş, kullanım kolaylığı, içerik (yetkinlik, doğruluk, yansızlık, kapsam, güncellik), teknik özellikler, kurumsal bilgiler, etkileşimlilik ve sosyal medya kullanımı olmak üzere 8 başlık altında, toplam 89 maddelik tablolar oluşturulmuştur. Değerlendirme 'evet,var-hayır,yok' cevapları üzerinden yapılmıştır.

### 4.4. BULGULAR VE YORUM

**Tablo 2: Siteye Ulaşılabilirlik Ölçütü**

| <b>1.Siteye Ulaşılabilirlik</b>               |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b> |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Erişim kolaylığı                              | +                        | +                   | +                         |
| Yüklenme süresi (saniye)                      | 1-3 saniye               | 3-5 saniye          | 5-7 saniye                |
| Site haritası                                 | +                        | +                   | +                         |

Değerlendirme formunun ilk bölümünü 'Siteye Ulaşılabilirlik' ölçütü oluşturmaktadır. Günümüz çağının 'hız çağı' olarak nitelendirilmesinin öncülüğünü yapan interneti kullanan

kullanıcıların aradıkları bilgiye hızla ulaşma isteğini karşılamak için internet sitelerinin bu talebe olumlu cevap verebiliyor olmaları gerekmektedir. Aksi takdirde kullanıcılar siteden uzaklaşıp alternatif seçeneklere yönlenebilmektedir. Gazetelerin internet sitelerinin incelemesi kablosuz internet üzerinden yapılmıştır. İnceleme kapsamındaki sitelerin yüklenme süreleri birbirinden farklı olsa da, erişimin rahat bir şekilde yapılabildiği görülmüştür. Sitelerin yüklenme süresindeki farklılığın içerik yoğunluğunun etkisi sebebiyle olduğu düşünülmektedir. Yapılan incelemelerde üç internet sitesinin tamamında site haritası bulunmaktadır (Tablo 2).

**Tablo 3: Genel Görünüş Ölçütü**

| <b>2. Genel Görünüş</b>                       |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b> |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Ana sayfanın genel görünümü                   | +                        | +                   | +                         |
| Ana sayfanın kullanım rahatlığı               | +                        | +                   | +                         |
| Sayfalarda renk kullanımı                     | +                        | +                   | +                         |
| Zemin rengi                                   | beyaz                    | beyaz               | beyaz                     |
| Sayfalar arası uyum                           | +                        | +                   | +                         |
| Türkçe karakter desteği                       | +                        | +                   | +                         |
| Sayfa uzunluğu                                | +                        | +                   | +                         |
| Sayfa kenar boşlukları                        | +                        | +                   | +                         |
| Haberlerde fotoğraf kullanımı                 | +                        | +                   | +                         |
| Butonların işlevliliği                        | +                        | +                   | +                         |
| Mesaj/forum panosu                            | +                        | +                   | +                         |
| Anket panosu                                  | +                        | +                   | x                         |
| İkon/Banner yoğunluğu                         | +                        | x                   | +                         |
| Ziyaretçi sayısı                              | +                        | +                   | +                         |
| Ziyaretçi defteri                             | +                        | x                   | x                         |

Değerlendirme formunun ikinci bölümünü ‘Genel Görünüş’ ölçütü oluşturmaktadır. Sitelerin ana sayfalarının genel görünümünde herhangi bir sorun bulunmamaktadır. Sitelerin tamamının zemin için beyaz rengi tercih ettiği görülmüştür. Sayfalar arası uyum, Türkçe karakter desteği ve sayfa uzunluğu sitelerin tamamında mevcut olup üç sayfada da sayfa kenar boşluğu bulunmaktadır. Sitelerin üçünün de haberlerini fotoğraflarla desteklediği görülmektedir ve böylece haberler okuyucu nezdinde daha inandırıcı hale gelmektedir.

Gazetelerin internet siteleri haberlere dair sadece fotoğraf değil aynı zamanda videolar da içermektedir. Böylece okuyucuların haberlerin gerçekliğine güvenmeleri sağlanabilmektedir. İncelenen üç sitenin de butonları çalışır durumdadır ve tamamının mesaj/forum panosu kullandığı görülmüştür. Böylece okuyuculara siteye dair duygu ve düşüncelerini site yöneticisine rahatlıkla bildirebilme imkanı sunulmakta ve okuyucuyla etkileşim unsurunu yerine getirmektedirler. Sadece *Pusula* gazetesinin anket panosu bulunmamaktadır. İncelenen sayfalarda ikon/banner yoğunluğu *Şafak* gazetesinde çok olmamakla beraber sitelerde ikon/banner yoğunluğu *Yeni Adım* ve *Pusula* gazetesinde yakın orandadır. Gazetelerin sayfalarının tamamında ziyaretçi sayısı görülebilirken ziyaretçi defteri sadece *Yeni Adım* gazetesinde bulunmaktadır (Tablo 3).

**Tablo 4: Kullanım Kolaylığı Ölçütü**

| <b>3.Kullanım Kolaylığı</b>                   |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b> |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Font kullanımı ve rahat okunabilirlik         | +                        | +                   | +                         |
| Ana sayfadan haberlere rahat ulaşım           | +                        | +                   | +                         |
| Sayfalar arası geçiş-bağlantı                 | +                        | +                   | +                         |
| Arama butonu                                  | +                        | +                   | x                         |
| Arşiv butonu                                  | +                        | +                   | +                         |
| Arşivden detaylı arama imkânı                 | +                        | +                   | +                         |
| Sayfadan çıktı alma imkânı                    | +                        | +                   | +                         |
| Dil seçim olanağı                             | x                        | x                   | x                         |

Değerlendirme formunun üçüncü bölümü ‘Kullanım Kolaylığı’ ölçütünden oluşmaktadır. İncelemesi yapılan sitelerin üçünde de okunabilirlik konusunda sorun görülmemektedir. Söz konusu sitelerin, ana sayfadan haberlere erişim konusunda zorluk bulunmamaktadır ve sayfalar arası bağlantı, sitelerin tamamında kolaylıkla sağlanmaktadır.

Site içi arama butonu sadece *Pusula* gazetesinin ana sayfasında açıkça bulunmazken sitelerin tamamında arşiv butonu mevcuttur. Arşiv butonu, sitelerde önemli bir işlev görmektedir ve geleneksel gazeteciliğin aksine internet gazeteciliğinin okuyucuya sağladığı önemli bir avantajdır. Okuyucu böylece daha önceki bir tarihte yayınlanmış bir habere arşiv butonu vasıtasıyla ulaşabilmektedir. Aynı zamanda okuyucu sitelerden detaylı arama imkanına da sahip olabilmelidir. Gazetelerin tamamının internet sayfalarında arşivden detaylı arama hizmetini okuyucusuna sunduğu görülmüştür. Okuyucunun istediği haberi saklayabilmesi için

çıktısını alabilme imkanını da gazetelerin tamamı sağlamaktadır. Dil seçim olanağı ise hiçbirinde bulunmamaktadır (Tablo 4).

Değerlendirme formunun dördüncü bölümü ‘İçerik’ ölçütü ana başlığı altında “Yetkinlik” , “Doğruluk”, “Yansızlık”, “Kapsam”, “Güncellik”, “Haber Yazım Kuralları ve Dil Kullanımı” alt başlıklarından oluşmaktadır.

**Tablo 5: İçerik ölçütü A. Yetkinlik**

| <b>4. İçerik</b>  |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>A. Yetkinlik</b>   |                          |                     |                           |
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>   |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Sayfanın içeriğinden sorumlu kişinin belli olup olmadığı  | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin amaçlarının/yayın politikasının tanımlandığı bir sayfanın olup olmadığı                                       | +                        | +                   | +                         |
| Sayfaların, sitenin amacına/yayın politikasına uygun olup olmadığı  | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin meşruluğunu (gerek ticari, gerekse hukuki) gösteren ibarenin var olup olmadığı (posta adresi ve telefon gibi) | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin başka bir yayın şekli olup olmadığı (gazete, dergi, radyo, TV gibi)   | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin yapımının taşeron uygulama olup olmadığı  | +                        | +                   | +                         |
| Gündemin anlık takip edilip edilmediği  | +                        | +                   | +                         |
| Haber yoğunluğunun olup olmadığı  | +                        | +                   | +                         |
| Haber özetlerini tek sayfada görebilme olanağı  | +                        | +                   | +                         |
| Haberlerin türlerine göre gruplandırılması  | +                        | +                   | +                         |
| Sitede kişisel yazıların yazarlarının belli olup olmadığı   | +                        | +                   | +                         |
| Fotoğraf galerisi linkinin varlığı  | +                        | +                   | +                         |
| Video galerisi linkinin varlığı   | +                        | +                   | +                         |

İnceleme kapsamındaki internet sitelerinde sayfa içeriğinden sorumlu olan kişilerin belirtildiği ve sitelerin tümünde yayın politikasının tanımlandığı bir sayfa bulunmaktadır. Sitelerin meşruluğunu gösteren ibare hepsinde görülmekte ve ayrıca söz konusu siteler gündemi anlık olarak takip etmektedirler. Haberin doğası gereği hız isteyen yapısına en iyi şekilde cevap verebilen bir mecra olan internet gazeteciliğinde gündemin anlık takibi büyük bir öneme sahiptir ve gün içinde güncellenmesi gerekmektedir. Geleneksel gazete açısından değerlendirdiğimizde okuyucu yeni bir habere ulaşmak için ertesi günün gazetesini beklemek zorunda iken günümüzde okuyucu gazetelerin internet sayfaları aracılığıyla değişen gündemden hızla haber alabilmektedir. İncelenen gazetlerinin gün içerisinde birçok kez güncellendiği görülmüştür. Gazetelerin internet sayfaları haber yoğunluğuna sahiptir ve okuyucuya ilgili olduğu haberlere kolaylıkla ulaşmasını sağlayan haber kategorileri üç sitenin tamamında mevcuttur. Böylece okuyucu ulaşmak istediği türde haberlere kolaylıkla erişebilmektedir.

*Yeni Adım* gazetesinin internet sayfasının üst kısmında bulunan kategoriler: ‘Spor, Güncel, Asayiş, Magazin, Siyaset, İhale İlanları’ butonları ile bulunmaktadır.

*Şafak* gazetesinin internet sayfasındaki kategoriler: Manşetler, Güncel, Siyaset, Spor, Asayiş, Ekonomi, Eğitim, Yaşam, Sağlık, Galeri, Web Tv, Diğer’ butonları ile yer almaktadır.

*Pusula* gazetesinin internet sayfasında bulunan kategoriler ise: ‘Spor, Web Tv, Zonguldak, Alaplı, Çaycuma, Devrek, Gökçebey, Kdz Ereğli, Kilimli, Kozlu’ butonları ile belirtilmektedir.

Diğer yandan, inceleme kapsamındaki bütün sitelerde yazarların kişisel yazıları bulunmakta ve daha önce yazdıkları haberleri de okuyuculara sunmaktadırlar. Sitelerde fotoğraf ve video galerisi linkinin bulunması, okuyucunun sitede daha fazla vakit geçirmesini ve sitenin daha fazla okuyucu tarafından tıklanmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, siteler sayfalarında video ve fotoğraf galerisi linki bulundurmaya özen göstermelidir. İncelenen sayfaların tamamında fotoğraf galeri linki ve video galeri linki bulunmaktadır (Tablo 5).



**Tablo 6: İçerik ölçütü B. Doğruluk**

| <b>B.Doğruluk</b>  |                          |                     |                           |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>                          |                          |                     |                           |
|  | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Haber kaynaklarının belirtilmesi                                       | +                        | +                   | +                         |
| Haberlerin birincil kaynaklardan alınıp alınmadığı                     | +                        | +                   | +                         |
| Haberlerin başka kaynaklardan doğrulanabilme olanağı                   | +                        | +                   | +                         |
| Haberlerin editoryal işlemden geçmiş olma izlenimi verip vermediği     | x                        | +                   | x                         |
| Haberlerin dil bilgisi kurallarına ve noktalama işaretlerine uygunluğu | +                        | +                   | +                         |
| Yazarların uzmanlığı ve konuya yetkinliği                              | x                        | +                   | x                         |

Haberlerin haber kaynaklarının belirtilmesi ve haberin kim tarafından yazıldığı açıkça belirtilmesi okuyucu için önemlidir. İnceleme kapsamındaki gazete sitelerinin tümünde haber kaynakları belirtilmiş ve haberler birincil kaynaklardan alınmıştır. Haberlerin kimin tarafından yazıldığı belli olması, haberlerin başkaları tarafından kullanılmasını önleyebilmek açısından önemli bir tedbirdir. Ele alınan sitelerde haberlerde dil bilgisi kurallarına genel olarak uyulduğu fakat iki gazete editoryal işlemden geçmiş olma izlenimi vermediği görülmüştür ve yine sitelerin ikisinde haberler uzman bir yazar tarafından yazılmamış görüntüsündedir. Okuyucular için haberlerin haber diliyle ve anlaşılır bir şekilde yazılması önemlidir. Okuyucunun okuduğu habere dair tüm detayları kavrayabilmesi açısından siteler haber yazımına hem dilbilgisi kuralları, hem de haberlerin anlaşılır olması bakımından yetkin olmalıdır (Tablo 6).

**Tablo 7: İçerik ölçütü C. Yansızlık**

| <b>C.Yansızlık</b>  |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>                                     |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Ana sayfada reklam kullanım yoğunluğu (adet)                                      | Ort. 4 adet              | Ort. 5 adet         | Ort.5 adet                |
| Haberlerin içeriğinin reklam ve yorum yazılarından kolaylıkla ayrılabilme olanağı | +                        | +                   | +                         |
| Yorum yazılarının açıkça gösterilme olanağı                                       | +                        | x                   | +                         |

Çalışmanın yansızlık kriterinde öncelikli olarak sitelerin reklam yoğunluğu incelemesi yapılmıştır. İnternet sitesinde çok sayıda reklam kullanılması sitelerin görünümü açısından okuyucuya rahatsızlık verebilmekte, sayfadan sıkılıp ayrılmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle siteler reklam yoğunluna dikkat etmelidir. İncelenen sitelerde reklam yoğunluğu ortalama olarak 4-5 reklam kullanıldığı görülmektedir. Sitelerin tümünde haberlerin içeriği reklam ve yorum yazılarından kolaylıkla ayrılabilir, sadece *Şafak* gazetesi yorum yazılarını açıkça göstermemektedir (Tablo 7).

**Tablo 8: İçerik ölçütü D. Kapsam**

| <b>D.Kapsam</b>  |                          |                     |                           |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>            |                          |                     |                           |
|  | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Haber kaynaklarına ilişkin sayfalara bağlantının varlığı | +                        | x                   | x                         |
| Özel-araştırma dosyalarına yer vermesi                   | x                        | +                   | +                         |
| Sitenin haber dışı konulara yer vermesi                  | x                        | +                   | +                         |
| Hobi, oyun, e-ticaret vb. bölümlerin olanağı             | x                        | x                   | x                         |

Araştırma kapsamındaki sitelerde haber kaynaklarına ilişkin sayfalara bağlantı sadece *Yeni Adım* gazetesinde bulunmaktadır ve toplamda 2 sitede özel araştırma dosyalarına yer verilmiştir. Sitelerin sadece birinde haber dışı konulara yer verilmemiştir. Okuyucular, siteye her zaman haber okumak için girmemektedir. Bazen sadece sevdiği oyun veya sahip olduğu hobilere yönelik bölümler için girebilmektedir. Bu nedenle siteler sayfalarında hobi, oyun, eğlence gibi okuyucuyu sayfada tutacak linkler bulundurmamalıdır. Bu açıdan yapılan incelemede üç sitede de hobi, oyun gibi okuyucuyu eğlendirmeye yönelik bölümler bulunmamaktadır (Tablo 8).

**Tablo 9: İçerik ölçütü E. Güncellik**

| <b>E.Güncellik</b>                            |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b> |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Haberlerin ne kadar süreyle güncellendiği     | Günde bir kaç kez        | Günde bir kaç kez   | Günde bir kaç kez         |
| Sitenin son güncellenme bilgisinin varlığı    | +                        | +                   | +                         |
| Günlük haberlerin veriliş verilişmediği       | +                        | +                   | +                         |
| Anlık (son dakika) haberlerinin varlığı       | +                        | +                   | +                         |

Çalışmanın güncellik ölçütünde öncelikli olarak haberlerin ne kadar süreyle güncellendiği incelenmiştir. Sitelerin sayfalarını günlük olarak güncellemesi internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteye karşılık sahip olduğu avantajı kullanma açısından son derece yanlıştır. Siteler sayfalarını anlık haberlerle sürekli olarak gün içinde defalarca güncellemeleri gerekmektedir. Böylelikle sıcak haber paylaşımları ile daha fazla okuyucunun siteye girmesi sağlanabilmektedir. İncelenen üç gazetenin sitesinin de günde bir kaç kez güncellendiği görülmüştür ve sitelerin tamamında son güncellenme bilgisi bulunmaktadır. Ele alınan sitelerde son dakika haberlerine yer verildiği görülmektedir (Tablo 9).

**Tablo 10: İçerik ölçütü F. Haber Yazım Kuralları ve Dil Kullanımı**

| <b>F. Haber Yazım Kuralları ve Dil Kullanımı</b> |                          |                     |                           |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>    |                          |                     |                           |
|  | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Haber yazım kurallarına uygunluk                 | +                        | +                   | +                         |
| Açıklık ve anlamaya uygunluk                     | +                        | +                   | +                         |
| Doğru gramer kullanımı                           | +                        | +                   | +                         |
| Doğru noktalama işaretleri                       | +                        | +                   | +                         |
| İmla hataları var mı?                            | x                        | x                   | x                         |
| Uzun ve eksik paragraf var mı?                   |                          |                     |                           |
| Haber detayları                                  | +                        | +                   | +                         |
| Başlık-Spor-Haber Metni                          | +                        | +                   | +                         |
| Anasayfadan habere ulaşmada kolaylık             | +                        | +                   | +                         |
| Haberi destekleyen fotoğraflar                   | +                        | +                   | +                         |

Çalışma kapsamındaki sitelerin haber yazım kuralları ve dil kullanımına dair yapılan incelemesinde, haberlerin genel olarak haber yazım kurallarına uygun, açık ve anlaşılır, doğru gramer kullanımı içerisinde ve noktalama işaretlerine dikkat edilerek yazıldığı görülmüştür. Belirtilmeye değer oranda imla hatalarına da rastlanmamıştır. Sitelerin tamamında da haberlerin detaylarıyla okuyucuya sunulduğu, haberin sunumunda da başlık, spot ve haber metni yapısına uyulduğu, fotoğraflarla desteklendiği tespit edilmiştir. Sitelerde yayımlanan haberlere anasayfadan ulaşmada okuyucu açısından zorluk yaşanmadığı görülmüştür (Tablo 10).

**Tablo 11: Teknik Özellikler Ölçütü**

| <b>5. Teknik özellikler</b>                     |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>   |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Bütün linklerin çalışması                       | +                        | +                   | +                         |
| Bağlantıların yeni pencerede açılması           | +                        | +                   | +                         |
| Ana sayfaya dönüş kolaylığı                     | +                        | +                   | +                         |
| Ekran çözünürlüğü bilgisinin varlığı            | +                        | x                   | x                         |
| Geri bildirim butonu (feedback) ve işlevselliği | +                        | +                   | +                         |
| Haberi bir başkasına gönderebilme olanağı       | +                        | +                   | +                         |
| Sık kullanılanlara ekleme butonu                | +                        | +                   | +                         |
| Sıkça sorulan sorular sayfası                   | x                        | x                   | x                         |
| Haberleri masa üstüne indirme olanağı           | +                        | x                   | x                         |
| Giriş sayfası yapma butonu                      | +                        | +                   | +                         |
| Yararlı site linklerine yer verme               | x                        | +                   | +                         |
| RSS özet akışları bağlantısının varlığı         | +                        | x                   | x                         |
| Üye olma olanağı                                | +                        | +                   | +                         |
| Duyurular bölümü                                | +                        | +                   | +                         |

Değerlendirme formunun beşinci kısmını “Teknik Özellikler” ölçütü oluşturmaktadır. İnceleme kapsamındaki sitelerden üçünde de linklerin çalışmasında sorun yaşanmamaktadır. Linklerin çalışır durumda olması siteler için önemlidir çünkü linklerin çalışmaması

okuyucunun siteden uzaklaşmasına neden olabilir. Diğer taraftan, sitelerin tümünde bağlantılar yeni pencerede açılmaktadır, ekran çözünürlüğü bilgisi sadece birinde bulunmaktadır. Geleneksel gazete okuyucusundan farklı olarak internet gazeteciliğinde okuyucuyla etkileşimli bir ilişki kurulabilmektedir. Bunun için gerekli olan geri bildirim butonu üç gazetede bulunmaktadır. Ayrıca gazetelerin tamamı internet sitelerinde sayfalarını sık kullanılanlara ekleme butonu imkanını okuyucularına sağlamaktadır. Çalışma kapsamındaki sitelerden hiçbirinde sıkça sorulan sorular sayfası bulunmamaktayken haberlerin okuyucular tarafından isteğe bağlı olarak masaüstüne indirerek saklama imkanı sadece birinde bulunmaktadır. Okuyucular gazete sitelerine her zaman sırf haber okumak için girmemekte, başka konularda bilgi almak için de internet gazetelerine başvurabilmelidir. Bu sebeple siteler haber dışında yararlı linklere de yer vermelidir. Gazetelerin internet sitelerinde yararlı linklere yer verilip verilmediğine dair yapılan incelemede üç gazetenin ikisinde yer verildiği görülmüştür. Diğer yandan, sadece bir sitede haberlerin özet akışları gösterilmiştir. Ayrıca incelenen sitelerin tümünde okuyucusuna üye olma imkanı sağladığı görülmüştür. Gazetelerin internet sayfalarında okuyucularına iletmek istedikleri duyurulara dair buton üç gazetede de bulunmaktadır (Tablo 11).

**Tablo 12: Kurumsal Bilgiler Ölçütü**

| <b>6.Kurumsal Bilgiler</b>                              |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>           |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Sitede künyenin varlığı                                 | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin telif bilgileri belirtilmesi                    | +                        | +                   | +                         |
| Kullanıcılar için sitenin iletişim bilgilerinin varlığı | +                        | +                   | +                         |

Değerlendirme formunun altıncı kısmını “Kurumsal Bilgiler” ölçütü oluşturmaktadır. Kullanıcıların siteye olan güven duygusunu sağlayabilmek açısından kurumsal bilgiler önemli bir yere sahiptir ve sitelerde künye bilgisinin olması mühim bir gerekliliktir. Site sorumlularının, genel yayın koordinatörlerinin, kimin hangi departmandan sorumlu olduğunun, sitenin yayın sahibinin ve genel yayın yönetmenlerinin isimlerinin açık bir şekilde verilmesi önemlidir. Bu nedenle siteler künye adı altında bir sayfa buldurmaya özen göstermelidir. İncelenen sitelerin tamamında künye bilgisi mevcut olmasının yanı sıra yine tamamında telif bilgileri belirtilmiştir. Sitelerin iletişim bilgilerinin olması okuyucuların istedikleri anda sitenin sorumlularına ulaşmasını, siteyle veya haberlerle ilgili bilgi

alabilmelerini sağlamaktadır. Araştırma kapsamındaki bütün gazetelerin internet siteleri, kullanıcılar için iletişim bilgilerini yayımlamaktadır (Tablo 12).

**Tablo 13: Etkileşimlilik Ölçütü**

| <b>7.Etkileşimlilik</b>                                    |                          |                     |                           |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>              |                          |                     |                           |
|  | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Editöre doğrudan e-mail gönderebilme olanağı               | +                        | +                   | +                         |
| Yazarlara doğrudan e-mail gönderebilme olanağı             | +                        | +                   | +                         |
| Okuyucuyu inceleyen araştırma/istatistik havuzunun varlığı | +                        | +                   | +                         |

Değerlendirme formunun yedinci kısmı “Etkileşimlilik” ölçütünden oluşmaktadır. Okuyucular için sitelere erişim açısından etkileşimlilik önemlidir. Okuyucular haberlerle veya siteyle ilgili istek veya şikâyetlerini bildirmek ya da bir haberle ilgili daha fazla bilgi almak istediklerinde e-mail göndererek iletişime geçebilmelidir. Bu olanak, okuyucular açısından çok önemlidir. İncelenen gazetelerin internet sitelerinde hem editöre doğrudan e-mail gönderme olanağı hem de yazarlara doğrudan e-mail gönderme olanağı bulunmaktadır. Siteler sayfayı günde kaç kişinin ziyaret ettiğinin, kaç kez tıkladığının sayısını açıkça belirtmelidir. Yapılan incelemede üç sitede de okuyucuyu inceleyen istatistikî bilgilere yer verildiği görülmüştür (Tablo 13).

**Tablo 14: Sosyal Medya Kullanım Ölçütü**

| <b>8 .Sosyal Medya Kullanımı</b>                      |                          |                     |                           |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>İşaretler: (+ var, evet)(x yok, hayır)</b>         |                          |                     |                           |
|   | www.yeniadimgazetesi.com | www.safakgazete.com | www.pusulagazetesi.com.tr |
| Haberleri sosyal ağlarda paylaşma linklerinin varlığı | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin Facebook üyeliğinin bulunması                 | +                        | +                   | +                         |
| Sitenin Twitter üyeliğinin bulunması                  | +                        | +                   | +                         |

Değerlendirme formunun sekizinci kısmını “Sosyal Medya Kullanım” ölçütü oluşturmaktadır. Günümüzde okuyucular arasında büyük oranda popüler kullanıma sahip olan sosyal medya uygulamaları gazetecilik pratikleri açısından oldukça avantajlı bir yere sahiptir.

Böylece haberin dağıtımını açıısından geleneksel gazetecilikte yaşanan sorunlar aşılabilmekte ve daha fazla okuyucuya masrafsız ve zahmetsiz bir şekilde ulaşılabilir. Araştırmada sosyal medya kapsamındaki sosyal ağlar içinde ülkemizde en popüler olan Facebook ve Twitter üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Facebook ve twitter uygulamalarının ikonları üç gazetenin internet sayfasında bulunmaktadır. Ayrıca bu mecralarda gazeteler kurumsal kimliğiyle sahip oldukları profil üzerinden haberlerini paylaşmaktadır. İnternet sayfalarında yayınladıkları haberlerin altında da okuyucuya istediği haberi istediği sosyal ağ vasıtasıyla kendi çevresine yayma imkanı sağlamaktadır. Yapılan incelemede haberlerin paylaşılması için internet sayfalarında Facebook ve Twitter haricinde, Google + , LinkedIn, Pinterest, Messenger gibi seçeneklerin sunulduğu görülmüştür (Tablo 14).



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Yerel kamuoyuna yönelik olan kitlenin iletişim araçları ‘yerel basın’ olarak nitelendirilmektedir (Vural, 1998:161).

Yerel gazeteler; yerel haberlerin kaynakları, kamusal söylemin geliştiği merkezler ve yerel kültürün kitle iletişimindeki temsilcileridir. Bu bağlamda yerel gazetelerin lokal kitle iletişimindeki önemi büyüktür.

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler yeni iletişim teknolojileri, ‘yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağlar’ gibi pek çok yeni kavramı medya literatürüne sokmuştur. Bu yeni oluşumlar sosyolojik, kültürel ve ekonomik alanda da değişimlere yol açtığı gibi gazetecilik mesleği uygulamalarını da dönüştürmüştür. Kitle iletişim tarihinde görülmemiş hızla yayılan internetin en çok tercih edilen iletişim aracı olmasıyla beraber yazılı basın, okuyucularına bu mecra üzerinden ulaşabilmek için internet gazeteciliği dönemine girmiştir. Yaygın basının internet üzerinden haber yayıncılığına başlamasına paralel olarak yerel basın da hızla internet ortamına entegre olmaya başlamıştır.

İnternet gazeteciliğinin ve sosyal medya kullanımının nicel olarak incelemesini yerel basın üzerinden yapmak amacıyla çalışılan bu tezde seçilen örneklemeler üzerinden sitelerin biçim ve içerik açısından ne gibi özellikler gösterdiğini karşılaştırmalı olarak, tablolar aracılığı ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Araştırmada bu amaçla Zonguldak il merkezinde bulunan yerel gazetelerin online uygulamaları ele alınmıştır. Günlük olarak yayımlanan gazetelerin internet sitelerinin biçim ve içerik özellikleri tablolar halinde incelenmiştir. İncelemede ayrıca içerik başlığı altında sitelerin; yetkinlik, doğruluk, yansızlık, kapsam, güncellik açısından göstermiş olduğu özellikler incelemeye alınmış ve sosyal medya kullanımına dair incelemeye çalışılmıştır.

İncelemede örneklem olarak seçilen Zonguldak ili merkezinde, Basın İlan Kurumundan resmi ilan olarak yayımlanan beş gazeteden tirajı en yüksek üç yerel gazetenin (*Yeni Adım*,



*Pusula, Şafak*) internet siteleri incelenmiştir. Gazetelerin internet sitelerinin incelemesi kablosuz internet üzerinden yapılmıştır.

İnceleme kapsamındaki sitelerin yüklenme süreleri birbirinden farklı olsa da , erişimin rahat bir şekilde yapılabildiği görülmüştür. Yapılan incelemelerde üç internet sitesinin tamamında site haritası bulunmaktadır.

Sitelerin ana sayfalarının genel görünümünde herhangi bir sorun bulunmamaktadır. Sitelerin tamamı zemin için beyaz rengi tercih ettiği görülmüştür. Sayfalar arası uyum, Türkçe karakter desteği ve sayfa uzunluğu sitelerin tamamında mevcut olup üç sayfada da sayfa kenar boşluğu bulundurulmaktadır. Sitelerin üçünün de haberlerini fotoğraflarla desteklediği görülmektedir ve böylece haberler okuyucu nezdinde daha inandırıcı hale gelmektedir. Gazetelerin internet siteleri haberlere dair sadece fotoğraf değil aynı zamanda videolar da içermektedir. Böylece okuyucuların haberlerin gerçekliğine güvenmeleri sağlanabilmektedir. İncelenen üç sitenin de butonları çalışır durumdadır ve tamamının mesaj/forum panosu kullandığı görülmüştür. Böylece okuyuculara siteye dair duygu ve düşüncelerini site yöneticisine rahatlıkla bildirebilme imkanı sunulmaktadır. Sadece *Pusula* gazetesinin anket panosu bulunmamaktadır. İncelenen sayfalarda ikon/banner yoğunluğu *Şafak* gazetesinde çok olmamakla beraber sitelerde ikon/ banner yoğunluğu *Yeni Adım* ve *Pusula* gazetesinde yakın orandadır. Gazetelerin sayfalarının tamamında ziyaretçi sayısı görülebilirken ziyaretçi defteri sadece *Yeni Adım* gazetesinde bulunmaktadır.

İncelemesi yapılan sitelerin üçünde de okunabilirlik konusunda sorun görülmemektedir. Söz konusu sitelerin, ana sayfadan haberlere erişim konusunda zorluk bulunmamaktadır ve sayfalar arası bağlantı sitelerin tamamında kolaylıkla sağlanmaktadır. Site içi arama butonu sadece *Pusula* gazetesinin ana sayfasında açıkça bulunmazken sitelerin tamamında arşiv butonu mevcuttur. Arşiv butonu sitelerde önemli bir işlev görmekte ve geleneksel gazeteciliğin aksine internet gazeteciliğinin okuyucuya sağladığı önemli bir avantajdır. Okuyucu böylece daha önceki bir tarihte yayınlanmış bir habere arşiv butonu vasıtasıyla ulaşabilmektedir. Aynı zamanda okuyucu sitelerden detaylı arama imkanına da sahip olabilmelidir. Gazetelerin tamamının internet sayfasında arşivden detaylı arama hizmetini okuyucusuna sunduğu görülmüştür. Okuyucunun istediği haberi saklayabilmesi için çıktısını alabilme imkanını da gazetelerin tamamı sağlamaktadır. Dil seçim olanağı ise hiçbirinde bulunmamaktadır.

İnceleme kapsamındaki internet sitelerinde sayfa içeriğinden sorumlu olan kişi belirtildiği ve sitelerin tümünde yayın politikasının tanımlandığı bir sayfa bulunmaktadır. Sitelerin meşruluğunu gösteren ibare hepsinde görülmekte ve ayrıca söz konusu siteler gündemi anlık olarak takip etmektedirler. Haberin doğası gereği hız isteyen yapısına en iyi şekilde cevap verebilen bir mecra olan internet gazeteciliğinde gündemin anlık takibi büyük bir öneme sahiptir ve gün içinde güncellenmesi gerekmektedir. Geleneksel gazete açısından değerlendirdiğimizde okuyucu yeni bir habere ulaşmak için ertesi günün gazetesini beklemek zorunda iken günümüzde okuyucu gazetelerin internet sayfaları aracılığıyla değişen gündemden hızla haber alabilmektedir. İncelenen gazetlerinin gün içerisinde birçok kez güncellendiği görülmüştür. Gazetelerin internet sayfaları haber yoğunluğuna sahiptir ve okuyucuya büyük oranda kolaylık sağlayabilen haber türü ayrımı uygulaması üç sitenin tamamında mevcuttur. Böylece okuyucu ulaşmak istediği türde haberlere kolaylıkla erişebilmektedir.

Diğer yandan, inceleme kapsamındaki bütün sitelerde yazarların kişisel yazıları bulunmakta ve daha önce yazdıkları haberleri de sunmaktadırlar. Sitelerde fotoğraf ve video galerisi linkinin bulunması, okuyucunun sitede daha fazla vakit geçirmesini ve sitenin daha fazla okuyucu tarafından tıklanmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, siteler sayfalarında video ve fotoğraf galerisi linki buldurmaya özen göstermelidir. İncelenen sayfaların tamamında fotoğraf galeri linki ve video galeri linki bulunmaktadır.

Haberlerin kaynaklarının ve haberin kim tarafından yazıldığının açıkça belirtilmesi okuyucu için önemlidir. İnceleme kapsamındaki gazete sitelerinin tümünde haber kaynakları belirtilmiş ve haberler birincil kaynaklardan alınmıştır. Haberlerin kimin tarafından yazıldığının belli olması, haberlerin başkaları tarafından kullanılmasını önleyebilmek açısından önemli bir tedbirdir. Ele alınan sitelerde haberlerde dil bilgisi kurallarına genel olarak uyulduğu fakat iki gazetenin editoryal işlemden geçmiş olma izlenimi vermediği görülmüştür ve yine sitelerin ikisinde haberler uzman bir yazar tarafından yazılmamış görüntüsündedir. Okuyucular için haberlerin haber diliyle ve anlaşılır bir şekilde yazılması önemlidir. Okuyucunun okuduğu habere dair tüm detayları kavrayabilmesi açısından siteler haber yazımına hem dilbilgisi kuralları, hem de haberlerin anlaşılır olması bakımından yetkin olmalıdır.

Çalışmanın yansızlık kriterinde öncelikli olarak sitelerin reklam yoğunluğu incelemesi yapılmıştır. İnternet sitesinde çok sayıda reklam kullanılması sitelerin görünümü açısından okuyucuya rahatsızlık verebilmekte, sayfadan sıkılıp ayrılmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle siteler reklam yoğunluna dikkat etmelidir. İncelenen sitelerde ortalama olarak 4-5 reklam kullanıldığı görülmektedir. Sitelerin tümünde haberlerin içeriği reklam ve yorum yazılarından kolaylıkla ayrılabilir, sadece *Şafak* gazetesi yorum yazılarını açıkça göstermemektedir.

Araştırma kapsamındaki sitelerde haber kaynaklarına ilişkin sayfalara bağlantı sadece *Yeni Adım* gazetesinde bulunmaktadır ve toplamda iki sitede özel araştırma dosyalarına yer verilmiştir. Sitelerin birinde haber dışı konulara yer verilmemiştir. Okuyucular, siteye her zaman haber okumak için girmemektedir. Bazen sadece sevdiği oyun veya sahip olduğu hobilere yönelik bölümler için girebilmektedir. Bu nedenle siteler sayfalarında hobi, oyun, eğlence gibi okuyucuyu sayfada tutacak linkler bulundurmamalıdır. Bu açıdan yapılan incelemede üç sitede de hobi, oyun gibi okuyucuyu eğlendirmeye yönelik bölümler bulunmamaktadır.

Çalışmanın güncellik ölçütünde öncelikli olarak haberlerin ne kadar süreyle güncellendiği incelenmiştir. Sitelerin sayfalarını günlük olarak güncellemesi internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteye karşılık sahip olduğu avantajı kullanma açısından son derece yanlıştır. Siteler sayfalarını anlık haberlerle sürekli olarak gün içinde defalarca güncellemeleri gerekmektedir. Böylelikle sıcak haber paylaşımları ile daha fazla okuyucunun siteye girmesi sağlanabilmektedir. İncelenen üç gazetenin sitesinin de günde bir kaç kez güncellendiği görülmüştür ve sitelerin tamamında son güncellenme bilgisi bulunmaktadır. Ele alınan sitelerde son dakika haberlerine yer verilmektedir.

Çalışma kapsamındaki sitelerin haber yazım kuralları ve dil kullanımına dair yapılan incelemesinde, haberlerin genel olarak haber yazım kurallarına uygun, açık ve anlaşılır, doğru gramer kullanımı içerisinde ve noktalama işaretlerine dikkat edilerek yazıldığı görülmüştür. Belirtilmeye değer oranda imla hatalarına da rastlanmamıştır. Sitelerin tamamında da haberlerin detaylarıyla okuyucuya sunulduğu, haberin sunumunda da başlık, spot ve haber metni yapısına uyulduğu, fotoğraflarla desteklendiği tespit edilmiştir. Sitelerde yayımlanan haberlere anasayfadan ulaşmada okuyucu açısından zorluk yaşanmadığı görülmüştür

İnceleme kapsamındaki sitelerden üçünde de linklerin çalışmasında sorun yaşanmamaktadır. Linklerin çalışır durumda olması siteler için önemlidir çünkü linklerin çalışmaması okuyucunun siteden uzaklaşmasına neden olabilir. Diğer taraftan, sitelerin tümünde bağlantılar yeni pencerede açılmaktadır, ekran çözünürlüğü bilgisi sadece birinde bulunmaktadır. Geleneksel gazete okuyucusundan farklı olarak internet gazeteciliğinde okuyucuyla etkileşimli bir ilişki kurulabilmektedir. Bunun için gerekli olan geri bildirim butonu üç gazetede bulunmaktadır. Ayrıca gazetelerin tamamı internet sitelerinde sayfalarını sık kullanılanlara ekleme butonu imkanını okuyucularına sağlamaktadır. Çalışma kapsamındaki sitelerden hiçbirinde sıkça sorulan sorular sayfası bulunmazken, haberlerin okuyucular tarafından isteğe bağlı olarak masa üstüne indirerek saklama imkanı sadece birinde bulunmaktadır. Okuyucular gazete sitelerine her zaman sırf haber okumak için girmemekte, başka konularda bilgi almak için de internet gazetelerine başvurabilmelidir. Bu sebeple siteler haber dışında yararlı linklere de yer vermelidir. Gazetelerin internet sitelerinde yararlı linklere yer verilip verilmediğine dair yapılan incelemede üç gazetenin ikisinde yer verildiği görülmüştür. Diğer yandan, sadece bir sitede haberlerin özet akışları gösterilmiştir. Ayrıca incelenen sitelerin tümünde okuyucusuna üye olma imkanı sağladığı görülmüştür. Gazetelerin internet sayfalarında okuyucularına iletmek istedikleri duyurulara dair buton üç gazetede de bulunmaktadır.

Çalışmada sitelerin kurumsal bilgileri de incelenmiştir. Sitelerde künye bilgisinin olması mühim bir gerekliliktir. Site sorumlularının, genel yayın koordinatörlerinin, kimin hangi departmanda sorumlu olduğunun, sitenin yayın sahibi ve genel yayın yönetmenlerinin açık bir şekilde verilmesi önemlidir. Bu nedenle siteler künye adı altında bir sayfa bulundurmaya özen göstermelidir. İncelenen sitelerin tamamında künye bilgisinin mevcut olmasının yanı sıra yine tamamında telif bilgileri belirtilmiştir. Sitelerin iletişim bilgilerinin olması okuyucuların istedikleri anda sitenin sorumlularına ulaşmasını, siteyle veya haberlerle ilgili bilgi alabilmelerini sağlamaktadır. Araştırma kapsamındaki bütün gazetelerin internet siteleri, kullanıcılar için iletişim bilgilerini vermiştir.

Okuyucular için sitelere erişim açısından etkileşimlilik önemlidir. Okuyucular haberlerle veya siteyle ilgili istek veya şikâyetlerini bildirmek ya da bir haberle ilgili daha fazla bilgi almak istediklerinde e-mail göndererek iletişime geçebilmelidir. Bu olanak, okuyucular açısından çok önemlidir. İncelenen gazetelerin internet sitelerinde hem editöre doğrudan e-mail gönderme olanağı hem de yazarlara doğrudan e-mail gönderme olanağı

bulunmaktadır. Siteler sayfayı günde kaç kişinin ziyaret ettiğini, kaç kez tıkladığının sayısını açıkça belirtmelidir. Yapılan incelemede üç sitede de okuyucuyu inceleyen istatistikî bilgilere yer verildiği görülmüştür.

Günümüzde okuyucular arasında büyük oranda popüler kullanıma sahip olan sosyal medya uygulamaları gazetecilik pratikleri açısından oldukça avantajlı bir yere sahiptir. Böylece haberin dağıtımını açıısından geleneksel gazetecilikte yaşanan sorunlar aşılabilmekte ve daha fazla okuyucuya masrafsız ve zahmetsiz bir şekilde ulaşılabilir. Sosyal medya kapsamındaki sosyal ağlar içinde ülkemizde en popüler olan Facebook ve Twitter uygulamalarına dair inceleme sınırı bulunan bu çalışmada, adı geçen sosyal ağ ikonları üç gazetenin internet sayfasında bulunmaktadır. Ayrıca bu mecralarda gazeteler kurumsal kimliğiyle sahip oldukları profil üzerinden haberlerini paylaşmaktadır. İnternet sayfalarında yayınladıkları haberlerin altında da okuyucuya istediği haberi istediği sosyal ağ vasıtasıyla kendi çevresine yayma imkanı sağlamaktadır. Yapılan incelemede haberlerin paylaşılması için internet sayfalarında Facebook ve Twitter haricinde, Google Plus, LinkedIn, Pinterest, Messenger gibi seçeneklerin okuyucuya sunulduğu görülmüştür. İnceleme kapsamındaki gazetelerin internet sayfalarında sosyal medya kullanımına dair elde edilen bulgulara göre Zonguldak yerel basının sosyal medya mecrasına adapte olabildiğini ve en popüler sosyal ağlardan Facebook ve Twitter üzerinden de haberleri okuyuculara ulaştırmakta oldukları tespit edilmiştir.

Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde; internet teknolojisinin ve sosyal medyanın, ulusal basın karşısında gücünü kaybetmiş yerel basın için önemli bir fırsat olduğu ve bu mecraların yerel basın tarafından etkili biçimde kullanılması ile geçmişte belirlenmiş problemlerin önemli oranda çözüme kavuşabileceğini göstermektedir. Demokrasi adına ülke genelinde kılcal damar görevi üstlenen yerel basınının internet ve sosyal medya kullanımına dair daha önce başka şehirler üzerinden ortaya konan akademik çalışmalara ek olarak Zonguldak yerel basınının günümüzdeki işleyiş ve görünümü açısından içinde bulunduğu durum bu çalışma ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Ortaya çıkan tablo Zonguldak yerel basınına dair varsayımlarımıza cevap olarak internet teknolojisinin aktif kullanıldığını, okuyucusuna sayfaları okumada kolaylık sağlandığını, okuyusuyla etkileşim içerisinde olduğunu, sosyal medya kullanımında yetkin olduğunu ve yayınladıkları haberleri kendi sosyal medya hesapları üzerinden paylaşmanın yanısıra okuyucusuna da bu mecra üzerinden haberi paylaşma imkanı sağladığını göstermiş ve böylece çalışmanın tüm varsayımları

doğrulanmıştır. Değerlendirme sorularının çoğuna “evet” yanıtı verebildiğimiz için, incelemesi yapılan sitelerin yüksek enformasyon kalitesine sahip olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Elde edilen bulgulara dayanarak Zonguldak yerel basın internet mecrasını daha iyi kullanabilmesine dair önerilebilecek noktaları şu şekilde sıralayabiliriz;

- Ziyaretçi defteri uygulamasını sitelerine eklemeleri okuyucusuyla etkileşimi daha da güçlendirmelerini destekleyecektir.

- Haber kaynaklarına ilişkin sayfalara bağlantı verilmesine daha da özen gösterilmelidir.

- Hobi, oyun gibi eğlendirmeye yönelik uygulamaları sitelerine eklemeleri, okuyucularını sitelerinde sadece haber okuyup ayrılmadan daha uzun süre tutabilmelerini sağlayabilecektir.

- Haberlerin uzman bir yazar tarafından yazıldığı ve editorial işlemlerden geçtiği izlenimini okuyucularına sağlamaya özen gösterilmelidir.

-Yerel basının internet sayesinde yerellik sınırlarının ortadan kalkıp global çapta seslerini duyurulma imkanına sahip olması sebebiyle, bu avantajı ‘dil seçim’ uygulamasını sitelerine ekleyerek değerlendirebilmeleri daha fazla okuyucuya ulaşmalarını sağlayabilecektir.

Araştırma bulguları, Zonguldak yerel gazetelerinin internet sitelerinin biçim ve içerik özelliklerini ortaya koyan ilk çalışma olmasının yanı sıra başka gazetelerin internet sitelerinin hazırlanmasında ya da mevcut sitelerin eksikliklerinin görülmesine katkı sağlaması bakımından da önem taşımaktadır. Demokrasi için gereken çok seslilik ortamının inşasında önemli bir konumu olan yerel basının günümüzde bulunduğu durumu anlayabilmek için Türkiye genelindeki illerin yerel basınına inceleyen çalışmalar önem arz etmektedir ve bu çalışma ile Zonguldak yerel basının bulunduğu son durum ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

Alver, Füsün. (2010). Gazetecilik Bilimi ve Kuramları. Kalkedon yayınları. İstanbul

Arslan, Mustafa (2010). Ne Haber. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları

Atabek, Ümit (2003). “Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları

Bulunmaz, Barış (2017). İletişim Medya Ve Gazetecilik Kavramlar ve Anlamlar. İstanbul: Der Kitabevi.

Çelik, Tolga (2016). ‘Web 3.0 Dönemine Geçişte Değişen ve Dönüşen Gazetecilik’. Şu kitapta: Editörler Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt. ‘Değişen Dünyada Gazetecilik’.Ankara: Orion Kitabevi, ss53-69

Denizli Gazeteciler Cemiyeti (DGC). Gazetecinin El Kitabı (2017).İzmir

Girgin, Atilla (2009). Türkiye’de Yerel Basın. İstanbul: Der Yayınları.

Gönenli, Gülşah, Hürmeriç, Pelin (2012). ‘Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook’. Şu kitapta Editörler Tolga Kara, Ebru Özgen. ‘Sosyal Medya / Akademi’. İstanbul: Beta, 213-242

Gündüz Uğur, Pembecioğlu Nilüfer (2013). ‘Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya’. Şu kitapta: Ed. Müge Demir.‘Yeni Medya Üzerine.. Yeni İletişim Teknolojileri’, Konya: Literatürk 55- Arastırma 46, ss311-338

Irak, Dağhan, Onur Yazıcıoğlu (2012). Türkiye Ve Sosyal Medya. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.

- Kara, Tolga (2012). 'Sosyal Medya KOBİ'ler İçin Bir Fırsat mı? Facebook ve LinkedIn Üzerinden Bir İnceleme'. Şu kitapta Editörler Tolga Kara, Ebru Özgen. 'Sosyal Medya / Akademi'. İstanbul: Beta, 113-128
- Koloğlu, Orhan (2015). Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Kurt, Hanifi (2016). 'Gazetecilik Mesleğine Yeni Bir İmkan Olarak Yeni/Sosyal Medya Ortamları' Şu kitapta: Ed. Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt. 'Değişen Dünyada Gazetecilik'. Ankara: Orion Kitabevi 25-40.
- Ormanlı, Okan (2012). 'Yeni Medya ve Türk Sineması'. Şu kitapta: Ed. Deniz Yengin. 'Yeni Medya ve...'. İstanbul: Anahtar Kitaplar. ss.339-362
- Özutku, Fatih, M. Mücahit Küçükylmaz, Hakan Çopur vd. (2014). *Sosyal Medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Pavlik, John V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik. (Çev. Müge Demir, Berrin Kalsın) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Peltekoğlu, Filiz Balta (2012). 'Sosyal Medya Sosyal Değişim'. Şu kitapta Editörler Tolga Kara, Ebru Özgen. 'Sosyal Medya / Akademi'. İstanbul: Beta, 3-8
- Schneider, Wolf, Raue, Paul-Josef (2000). Gazetecinin El Kitabı (Çev. I. Aygün). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- Talimciler, Ahmet (2013). 'Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası' Şu kitapta: Ed. Müge Demir. 'Yeni Medya Üzerine...Yeni İletişim Teknolojileri', Konya: Literatürk 55- Arastırma 46, ss15-34.
- Taşkıran, İzzet (2017). 'Gazetecilik İle Sosyal Medya İlişkisi' Sosyal Medyada Haber Var. İstanbul: Der Yayınları.



Tosun, Gülgün Erdoğan (2016). 'Değişen Dünyada Gazetecilik: Yeni Eğilimler'. Şu kitapta: Editörler Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt. 'Değişen Dünyada Gazetecilik'.Ankara: Orion Kitabevi, 7-24

Tutar, Hilmi (1993).21. Yüzyıl'da Türk Basını, Tiraj, promosyon ve değişim gerçeği. Ankara

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (28-29 Mayıs 2003).Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, Artvin. İstanbul: Konrad Adenauer Vakfı.

Uğur, Gökhan (2013). 'Yeni Medya ile Şekillenen Siyasi Görünürlük' Şu kitapta: Ed. Müge Demir.'Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri', Konya: Literatürk 55-Arastırma 46, ss55-82.

Uraltaş, Nazlım Tüzel ve Bahadır L. Serah (2012). 'Elektronik Perakendecilik ve Bir reklam Mecrasu Olarak Sosyal Ağ Siteleri'. Şu kitapta Editörler Tolga Kara, Ebru Özgen. 'Sosyal Medya / Akademi'. İstanbul: Beta, 21-56.

Vural, Ali Murat (2007). 'İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örneğinden Elde Edilen Bulgular'. Haz./Ed. Suat Gezgin. Türkiye'de Yerel Basın. İstanbul. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s337-356.

Yengin Deniz (2012). 'Yeni Medyaya Eleştirel Bakış' . Şu kitapta: Ed. Deniz Yengin. 'Yeni Medya ve... .İstanbul: Anahtar Kitaplar. ss.123-133

Yerel basın eğitim seminerleri dizisi:28, yerel gazetecilikte meslek içi eğitim ,Artvin, 28-29 Mayıs 2003, Konrad Adenauer Vakfı

Yüksel, Okan (2014). İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı. Ankara. Sinemis Yayınları.

Yüksel, Okan (2017). 'Bilişim Teknolojileri ve Yeni Medya ve Yeni Dünya'. Şu kitapta: Ed. Berrin Kalsın. 'Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği' . Ankara: Gece Kitaplığı, ss 243-278

## **Makale, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar**

- Akbulutgiller, Betül (2013). Yerel Gazetelerin İnternet Ortamında Görünümleri: Erzurum ve İzmir örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri
- Aktaş, Celalettin (2007). ‘İnternet’in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler’. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5,1, 30-41
- Atabek, N. (2012). Tarihsel Süreçte Türkiye’de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 0, 63
- Bekiroğlu, Onur ve Enes Bal (2006). “Sanal Alemin Yerel Aktörleri: Konya Yerel Basını Üzerine Bir Analiz”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4, 2, 72.
- Büyükbaykal, Güven N. (2005). ‘Türkiye’deki Yerel Basının İşlevi ve Önemi’. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sayı 23, s.83-88
- Büyüksener, Ercüment. (2009). ‘Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış’. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri (inet-tr) 12-13 Aralık, Bilgi Üniversitesi, İstanbul, 19-23
- Çakır, Hamza. (2007). ‘Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği’. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ,sayı 22, ss123-149
- Gürcan, Halil İbrahim ve Onur Bekiroğlu (2003). ‘Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel Basının Genel Görünümü Ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme’. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, cilt 5, sayı 1, ss 22-29
- Gürcan, Halil İ. (2004). ‘Haber Sitelerinde İçerik Ve Tasarıma Yönelik Değerlendirme Ölçütlerine Bir Yaklaşım’. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, cilt 2, sayı 4, ss 90-99

Ilgaz, Ceyda (2003). 'Türkiye'de Yerel Gazetecilik'. İstanbul Üniv. İletişim Fak. Dergisi, sayı 16, 181

Koçer M., Bostancı M, (2012). "Kayseri' deki Yerel Gazetelerin İnternetteki Görünümleri Üzerine Bir Analiz", Tarih İçinde Kayseri Basını, Çakır H., Aydın H. , Ed., Palet Yayınları, Konya, ss.397-427-, 2012

Ulusoy, Belkıs (2003). 'Türkiye'de Yerel Basının Sorunları ve Çözüm Önerileri'. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sayı 18, s.105-107

Vural, A. Murat (1998). 'Yerel Basın Okurlarının Bilgi Elde Etmede Tercih Ettiği İletişim Kanalları'. Kurgu Dergisi, sayı 15, 154-174)

Yırsutimur, Dilşad (2008). Zonguldak Basın Tarihi. Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

### **Elektronik Kaynaklar**

Yazar, Aybike Yağız, A. Serhat Demir vd. 'Yerel Medyanın Dijital Teknolojilere Uyumu: Türkiye'deki Yerel Gazetelerin Dijital Medyayı Kullanımı Üzerine Bir İnceleme' Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri Bölümü([https://www.academia.edu/9728266/Yerel Medyan%C4%B1n Dijital Teknolojilere Uyumu T%C3%BCrkiye deki Yerel Gazetelerin Dijital Medyay%C4%B1 Kullan%C4%B1m%C4%B1\\_%C3%9Czerine\\_Bir\\_%C4%B0nceleme](https://www.academia.edu/9728266/Yerel_Medyan%C4%B1n_Dijital_Teknolojilere_Uyumu_T%C3%BCrkiye_deki_Yerel_Gazetelerin_Dijital_Medyay%C4%B1_Kullan%C4%B1m%C4%B1_%C3%9Czerine_Bir_%C4%B0nceleme))(erişim tarihi 03.04.2018)

Yazar, Mustafa Kacur, Mustafa Bostancı. 'İnternet Gazeteciliği: Kayseri'deki Yerel Gazetelerin İnternetteki Görünümleri Üzerine Bir Analiz'. [https://www.academia.edu/6611112/Kayseri deki Yerel Gazetelerin %C4%B0nternetteki G%C3%B6r%C3%BCn%C3%BCmleri\\_%C3%9Czerine\\_Bir\\_Analiz](https://www.academia.edu/6611112/Kayseri_deki_Yerel_Gazetelerin_%C4%B0nternetteki_G%C3%B6r%C3%BCn%C3%BCmleri_%C3%9Czerine_Bir_Analiz) (erişim tarihi 14.04.2018)

<http://www.baskent.edu.tr/~tkaracay/etudio/ders/internet/html/htmlbasics/web.htm> (erişim tarihi 10.05.2018)

<https://nurdedeoglu.wordpress.com/2013/06/16/260/>(erişim tarihi 15.04.2018)

<http://www.gitme.net/gazeteler/gazeteler-turkiyede-yerel-basin-kavrami-ve-olgusu.php>  
(09.08.2016)

<http://www.yerelbasinbirligi.com/adom/?p=40> (erişim tarihi 22.12.2016, 20.05.2018)

Faraç, Mehmet (2008).www.jurnal.net. <http://www.jurnal.net/arastirma/2008/11/18/turkiyede-yerel-basin.htm/> (erişim tarihi 20.05.2018)

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b034d4f385641.36669757](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b034d4f385641.36669757) / (erişim tarihi 21.05.2018)

Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”.  
[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) (Erişim Tarihi: 21.03.2018)

<http://www.zonguldak.gov.tr/resmi-ilan-yayinlayan-gazeteler> (erişim tarihi 25.04.2018).

<http://sosyalmedya.co/sosyal-medya-gazetecilik> (erişim tarihi 15.05.2018).

<https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri> (erişim tarihi 15.05.2018).

<https://bigumigu.com/haber/facebook-un-dunyadaki-ve-turkiye-deki-kullanim-istatistikleri>  
(erişim tarihi 15.05.2018).

<https://dogruhaber.com.tr/haber/286452-tum-sosyal-medya-kullanici-sayisi-aciklandi>  
(15.05.2018).

## **GÖRÜŞMELER**

Ali Bahadır (15.12.2016)

Ekrem Murat Zaman (15.05.2018)

Karaelmas Gazeteciler Derneği Yönetim Kurulu Üyesi M. Çetin SEZGİN (26.01.2014)

Yeni Şafak Gazetesi Genel Koordinatörü Şaban YILMAZ (25.01.2014), (15.05.2018)

Yeni Adım Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Kerem BEYER (26.01.2014)

Yeni Adım Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Gamze TAŞDEMİR (14.05. 2018)

Pusula gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Atilla ÖKSÜZ (27.01.2014)

Basın İlan Kurumu Zonguldak Şube Müdürü Ali NUHOĞLU (30.04.2018)



## ÖZGEÇMİŞ

Ceyda Demir, 25 Mayıs 1979 tarihinde Zonguldak'ta doğdu. Zonguldak Mehmet Çelikel Lisesi'nden sonra Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Tv ve Sinema bölümünden mezun oldu. 2013 tarihi itibarıyla Bülent Ecevit Üniversitesi Zonguldak Meslek Yükseokulu Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı bölümü, Radyo-Tv Programcılığı bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

