

T.C
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI

**Yerel Basının Dijital Dönüşümü: İnternet Gazeteciliği ve Yerel Basın
Yöneticilerinin Stratejik Yaklaşımları**

Merve IŞIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ DANIŞMANI;
PROF. DR. Adem YILMAZ**

Erzurum-2024

Her Hakkı Saklıdır

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER VE TABLOLAR DİZİNİ

KISALTMALAR

ÖZET

GİRİŞ.....1

I. BÖLÜM: İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİ VE YERELDE İNTERNET GAZETECİLİĞİ

1.1 İletişimin Ekonomi Politikası ve Neoliberal Eğilimler.....5

1.2 İnternetin Ekonomi Politikası

1.2.1 Küreselleşme Sürecinde İnternet ve Medyada Genel Eğilimler.....12

1.2.2 İletişim Teknolojilerinde İnternetin Ekonomi Politikası.....16

1.3. Ekonomi Politik Kuramda Yerel Medya ve İnternet Gazeteciliği 19

1.3.1 Dijital Pratikler ve Yaşanan Dönüşümler.....22

II. BÖLÜM: YAYINCILIĞIN GELİŞİMİ, YENİ MEDYA VE YEREL YAYINCILIK

II. Türkiye’de Yayıncılığın Gelişimi.....24

2.1.2 1980’li Yıllardan Bugüne Yerel Basının Gelişimi.....26

II.2. Yerel Medya Nedir?.....28

2.2.1 Yerel Medyanın Sorunları ve Önemi 32

2.2.2 Yerel Medya İçin Neler Yapılabilir? 37

II.3 Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş ve Gazetecilik Eğilimleri.....39

II.4 Yeni Medya ve Değişen Yayıncılık.....41

4.4.1 Yeni Medya ile Değişen Yerel Medya.....44

II. 5.İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya

5.5.1 İnternet Gazeteciliği Nasıl Ortaya Çıktı?.....46

5.5.2 Yerelde İnternet Gazeteciliği.....	50
5.5.3. İnternet Gazeteciliği ve Yerel medya İçin Neler Yapılabilir?.....	55
5.5.4.İnternet Gazeteciliğinin Geleceği hakkında	56

III.BÖLÜM: ERZURUM'DA YEREL BASIN

III.1. Erzurum Yerel Medyası ve Tarihsel Süreci.....	59
III.2 Erzurum'da İnternet Gazeteciliği ve Örneklerin İncelenmesi.....	64
III. 3.Yapısal Özellikleri bakımından Erzurum Yerel İnternet Gazeteciliği.....	87
Sonuç.....	89
Kaynakça.....	96
Ekler.....	103

ŞEKİLLER VE TABLOLAR

Tablo Başlığı

Tablo 1. Tablo 1. Erzurum haber, gazete, radyo dağılımı

Tablo 2. Kardelen TV haftalık haber dağılımı

Tablo 3. Kardelen TV haftalık görsel dağılımı

Tablo 4. Kardelen TV haftalık haber kaynakları

Tablo 5. Kardelen TV haftalık reklam sayısı

Tablo 6. Erzurum Olay gazetesi haftalık haber dağılımı

Tablo 7. Erzurum Olay gazetesi haftalık görsel dağılımı

Tablo 8. Erzurum Olay gazetesi haber kaynakları

Tablo 9. Erzurum Olay gazetesi haftalık reklam sayısı

Tablo 10. Erzurum Post Gazetesi haftalık haber dağılımı

Tablo 11. Erzurum Post Gazetesi haftalık görsel dağılımı

Tablo 12. Erzurum Post Gazetesi haftalık haber kaynakları

Tablo 13. Erzurum Post Gazetesi haftalık reklam sayısı

Tablo 14. Erzurum Anadolu Haber haftalık haber dağılımı

Tablo 15. Erzurum Anadolu Haber haftalık görsel dağılımı

Tablo 16. Erzurum Anadolu Haber haftalık haber kaynakları

Tablo 17. Erzurum Anadolu Haber haftalık reklam sayısı

Tablo 18. Erzurum Gastesi haftalık haber dağılımı

Tablo 19. Erzurum Gastesi haftalık görsel dağılımı

Tablo 20. Erzurum Gastesi haftalık haber kaynakları

Tablo 21. Erzurum Gastesi haftalık reklam sayısı

Tablo 22. 05-11 Kasım 2024 Erzurum basını ve ulusla basın genel karşılaştırma verileri

Tablo. 23. İnternet gazetelerindeki toplam yorum sayısı

Tablo. 24. İnternet gazetelerindeki toplam yorum sayısı

Tablo 24. Gazete ve dergilerin yayımlanma sıklığına göre dağılımı

Tablo 25. 05- 12/10/2024 tarihleri arası haber türlerinin kategorik dağılımı

Tablo 26. 05-12/2024 tarihleri arası takipçi sayıları

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BM	: Birleşmiş Milletler
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GSM	: Global System For Mobile Communication
IMF	: International Money Fond
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TK	: Telekomünikasyon Kurumu
TUBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TV	: Televizyon

EKLER

Ek 1. Sorular

Ek 2. Kardelen TV – Soner İSTANBULLU- GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Ek 3. Esat BİNSEDESEN -Gazeteci- Yazar- ANADOLU GAZETESİ

Ek 4. İHA- Nihat KILIÇOĞULLARI

Ek 5. İHA- Ayhan TÜRKEZ

Ek 6. Orhan BOZKURT- ERZURUM POST

Ek 7. Gizem ÖNER AKGÜL- KARTELEN TV İNTERNET GAZETESİ

Ek 8. Nuray KARTAL -Kardelen TV- HABER MÜDÜRÜ

ÖZET

Geleneksel yayıncılık pratiklerinin dijital yayıncılığa geçiş süreci ile haber alanında önemli değişimler meydana gelmiştir. İnternetin ortaya çıkışı iletişim çalışmalarında gelişen yenilikleri haberin üretim dağıtım, yazımı, okuyucu ve izleyici kitlesinin dijital ortamlara aktarması hızlı detaylı ve çeşitli, katılımcı bir konum ile sınırları ortadan kaldıran, her kesime hitap eden yeni bir sistem oluşturmuştur. Yerel medya ise haberi sadece üreten değil kültürü taşıyan, toplumun sorunlarını, isteklerini aidiyet duygusunu oluşturan bir mecra olmaktadır. Yerel medya internet gazeteciliği ile etkileşime girmesi avantajlarla beraber bu çalışmada ele alınan sorunları da getirmektedir. İnternet sayfalarında yerel unsurları kullanarak oluşturulan haberler maliyetin daha az olduğu, etkileşimli hem yerel haberlerin öne çıktığı hem küresel bir boyuta taşındığı kolaylıklarla beraber bilgi dezenformasyonunu ve emeği yok eden bir sistemi beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada Erzurum yerel medyası internet gazeteciliğindeki uyum süreci ve getirilerini 10 yerel basın yöneticisi ile ele alınan internet sayfalarının genel görürünüm, haber mantığı, teknik ve etkileşimsel kullanımları incelenmiştir.

Anahtar kelimeler; Yerel medya, internet gazeteciliği, ekonomi politik

Abstract

The transition process of traditional publishing practices to digital publishing has brought about significant changes in the field of news. The emergence of the internet, the innovations in communication studies, the production, distribution, writing, and transfer of news to digital media by the reader and audience have created a new system that eliminates boundaries with a fast, detailed, diverse, participatory position and appeals to everyone. Local media, on the other hand, is a medium that not only produces news but also carries culture, creates the problems and demands of the society and the sense of belonging. The interaction of local media with internet journalism brings advantages as well as the problems discussed in this study. News created using local elements on internet pages has brought about a system that eliminates information disinformation and labor, with the conveniences of being less costly, interactive, both local news and being carried to a global dimension. In this study, the adaptation process

and benefits of Erzurum local media in internet journalism were examined with 10 local press managers, and the general appearance, news logic, technical and interactive uses of the internet pages were examined.

Keywords; Local media, internet journalism



GİRİŞ

Yerel gazeteler hitap ettiği bölgenin sorunları, istekleri, ihtiyaçları duyurmaya çalışan, halk ve yöneticiler arasında bir köprü görevi oluşturan, katılımcı demokrasi ve çok sesliliği getiren bir haber mecrasıdır. İzleyici yerel medyada tarafsız güvenilir bir haber içeriği ile bilgi ihtiyacını gidermek isterken kendi bölgesinden uzakta yaşayanlara yaklaşma, aidiyet duygusu gibi bölgede yaşananları halka iletmekle yükümlü bir alan olmaktadır. İnternetin gelişimi ile birlikte iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük değişimler yerel medyayı da etkilemiştir. Günümüzde internet kurum ya da kuruluşa bağlı olmadan, yasal denetlemeye tabi tutulmadan her zaman ulaşılabilen bir ağ sistemine dönüşmüştür. Ticari ve yeni medya olarak kullanılan internet ortak bir işleve dönüşmüştür. Kişi ya da kurumun dilediği zaman bağlanabileceği bir ağ sistemine dönüşmüştür. Ulaşılamayan pazarlara, kültürlere, kurallara ulaşarak yeni bir sistem getirmiştir. (Kırcova, 2005: 6)

İnternet haber anlamında ise hızlıca yayılması, ücretsiz zaman ve mekân fark etmeden her yerde kullanılabilmesi, etkileşim, insanın ve günlük yaşamı, üretim ve tüketim şekillerini değiştirmesi yeni bir haber anlayışı doğurmuştur. Kitle iletişim araçları internet ortaya çıkana kadar tek yönlü, manipölatif ve hegemonya oluşturan, belirli periyotlarda izleyicilerine sunulan profesyonel kişilerce yapılan bir sistem sunmaktaydı. İnternet ile eş zamansızlık kitlesizleşen ve bireyselleşen istediğin mesajı istediğin anda alabildiğin ortam sağlanmıştır. Dijital medya yerel sınırları ortadan kaldırarak haberlerin bölgedeki durumların uluslararası bir boyuta taşımaktadır. Haberler sadece medya patronlarının ele aldığı konumdan çıkıp yurttaşların, blog yazarlarının, sosyal medyanın sadece internet üzerinde habercilik yapanların aktörlerin bilgileri üretiminden dağıtımına kadar söz sahibi olmaktadır. Pasif izleyici ve okuyucuların katılımcı alana geçmesi karmaşık bir sistemi getirmiş olsa dahi yeniliklerin getirdiği avantajlar göz ardı edilmemektedir. Bilginin inşa edilmesinde tekelci anlayışın kırılması yeni bir alanın doğması yeni iş imkanları ve yeni bir düzeni getirmiştir. Enformasyon çağında bu kültürel süreçlerin yeni teknolojilerle beraber sınırlılıkları ve avantajları değerlendirilmiştir.

Yerel medya internet teknolojisi ile sınırları ortadan kaldırarak küresel bir boyuta taşınmıştır. Haberlerin sadece bölgede kalmayıp dünyanın farklı noktasında yaşayan kişinin takip edebilmesi, aidiyet duygusunu oluşturmaya, oluşturduğu etkileşim ile pazara girmesi ve reklam anlamında kendini geliştirebilmesi, halkın sesini daha ileri bir boyuta taşıyabilmesi ve her kesime her an her yerde kesintisiz şekilde ulaştırması hem yerelin geleneksel özelliklerini aktarma hem küresel alana girme gibi birçok alanda etkili olmuştur. Bütün bu olanakların içine internet gazeteciliğinin dezavantajları da ortaya çıkmıştır. Bir gazeteci editoryal süreçlerin hepsine hâkim olmalıdır. Doğru kaynaklardan bilgi alarak süzgeçten geçirerek haberi ulaştırmalıdır ancak internet ortamında haberin kaynağının güvenilir olmaması, haberin anonimleşmesi, değişen yayıncılık anlayışları, meslek etiğine uyulmaması, yasal uyuma dikkat edilmemesi ve ekonomik boyuttur. Murat Öztermiyeci makalesinde internet gazeteciliğin yerel medya dezavantajlarında şu şekilde bahsetmektedir;

- İnternet ile haberciliğin sanal yönlere kayması tehditleri beraberinde getirmektedir. Enformatik, dedikoduya dayanan, asparagas haberlerin artması görülmektedir.
- İnternet gazeteciliği yerel anlamda içerik konusunda izleyicilerin ya da okuyucuların önem verdiği konuları ele alırken artık ajans mantığı ile benzer içerikler ortaya koymaktadır.
- Çok fazla link, yüklenme, gibi haberden önce gelen unsurların izleyicinin odak sorunları ve farklı saflara yönelmelerine neden olmaktadır. (Öztermiyeci, 2017 s, 19)

Bununla birlikte yerel basının internete haberciliğine geçmesi ile ekonomik sorunların hem çözülmesi hem devam eden yeterli malzemeye ulaşamama sorunları, çalışanların ve emeklerinin yok edilmesi, haberlerin çalınması, editoryal eksikliklerin ortaya çıkışı, dijital okuryazarlığı olmayan kitleler, yasal ve etik sorunlar, bağımsızlık ve beraberinde getirdiği rekabet alanı hız ve doğrulun birbiri ile paralel ilerlememesi, kaynak gibi sorunları ele alınmıştır. Erzurum yerel medyası ise birçok kültüre hitap eden, ele almaya çalışan etkinliklere katılan ve halka aktarmaya çalışan bir medya anlayışına sahiptir. Sadece Erzurum'a değil bölgeye, ulusa ve uluslararası niteliğe ulaşan ve hedeflerini iletmeğe çalışan sistem üzerinde durmaktadırlar.

Çalışmanın amacı internet teknolojisi ile birlikte yerel medyanın dijital ortama geçmesi ile yaşana değişimler, etkileri, Erzurum yerel medyasının var olan durumu, sahiplik yapısı, çalışma ve ekonomik koşulları, haberin değişimi ele alınarak incelenmiştir. Bu çalışma Erzurum yerel medyasında internet gazeteciliği konumda incelenmesi iletişim çalışmalarına destek olmaktadır. Erzurum yerel medyasında araştırmaya yönelik varsayımlar;

Çalışmadaki varsayımlar;

- İnternet gazeteciliği hızlı ve hemen erişilebilen, katılımcı bir ortam sağlamaktadır.
- Yerel gazeteler, dijitalleşme ile birlikte daha geniş kitlelere ulaşabilirken, aynı zamanda daha fazla rekabetle de karşı karşıya kalmaktadır.
- Sınırları ortadan kaldırarak küresel bir alandan büyük kitlelere ulaşma imkanı sağlamaktadır.
- Çeşitli medya olanaklarının tek bir noktada toplanmasını sağlamaktadır.
- İnternet gazeteciliği ile birlikte yerel medyada bilgi kirliliği olmaktadır.
- Yerel basın yöneticileri, dijital medya araçlarını etkin bir şekilde kullanabilmek için genellikle sınırlı kaynağa sahiptir. Bu durum, dijital gazeteciliğe uyum sağlama sürecinde zorluklar yaratabilir.
- İnternet gazeteciliği, yerel basının gelir modelini dönüştürmüş ve özellikle reklam gelirlerinin dijital platformlara kayması yerel basın için finansal zorluklar yaratmıştır. Abonelik, bağış ve sponsorluk gibi yeni gelir modelleri yerel gazeteler için önemli bir konu haline gelmiştir.
- Okuyucuların dijital medya okuryazarlığı, internet gazeteciliği bağlamında giderek daha önemli hale gelmektedir. Yerel basın, okuyucularını doğru ve güvenilir bilgi edinme konusunda bilinçlendirme görevini üstlenmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde medyanın ve yerel medyanın internet gazeteciliği noktasında sahiplik yapısının günümüze kadar nasıl ele alındığı incelenmiştir. İkinci bölümde yerel basının önemi işlevi sorunları internet gazeteciliğine geçişiyle beraber getirdiği avantajlar ve dezavantajları sınırlılıklar ele alınarak incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise Erzurum'da gazeteciliğin tarihsel süreçleri, yerel medyada ve internet gazeteciliği yapan 10 kişi ve sayfalar üzerinde içerik analizi ve

derinlemesine mülakat yapılmıştır. Gazetelerin yerellik olgusu dijital gazeteler nasıl yansıtıldığına dair sorulara cevaplar aranmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİ VE YERELDE İNTERNET GAZETECİLİĞİ

1.1 İletişimin Ekonomi Politikası ve Neoliberal Eğilimler

Ekonomi politik kavramı 17 yy. sonlarına doğru ortaya çıkan ve toplumun sahip olduğu maddi varlıkların üretiminin, dağıtımını, paylaşımının temelini oluşturan olguları incelemektedir. Hem üretim hem üretimdeki insan ilişkilerini ele almaktadır. Ekonomi politik ise maddi varlıkların üretimi ve dağıtımını ve süreçteki değişimi anlatmaktadır. Değişim mekân ve topluma göre değişkenlik göstermektedir. Ticaret ekonomi politikanın bir parçası olmaktadır ve ticaret için önce üretim sonra üretimi paraya çevirmek gerekmektedir. Bu durumda insani ilişkilerin kendini gösterdiği bir süreç olarak ele alınmaktadır. Medyanın ekonomi politikası az üreticiden çok tüketiciye doğru giden, tekyönlü, sorunları ve tartışmaları ele aldığı bir biçim olarak değerlendirilmektedir. Kitle iletişim kültür, siyaset gibi içi içe geçmiş ve örgütlenebilen bir yapı ve bir meta üretmektedir. Bu tüketici ve izleyiciler arasında endüstriyel bağlamda ilişkileri ve sorunları ele almaktadır. Medya ise bu alanı kültürel tüketim alanı ve sermaye gücünü aktarmaktadır. Sermayeyi yani üretimi ve tüketimi bu süreçte kültürel insan ilişkilerini güç ve iktidar ilişkilerinde incelemektedir. Medyanın ekonomi politikasında üretim teknolojilerinin gelişmesi büyük etki etmektedir. İzleyici ve okuyucu kitlesinin hızla erişimin kolaylaşması programlarda tıklanma oranını artması arada verilen reklamı anlamasını sağlamaktadır. Hem alışverişi hızlandırmış hem ticarileşmeyi artırmaktadır.

Ekonomi politik süreçler ve iletişim çalışmaları aynı dönemlerde denk gelmektedir. Finansal çöküşler, ikinci dünya savaşları üzerine yeni ekonomik model arayışına girmişlerdir. Keynesyen ekonomi modeli ile karma yapıda ekonomik müdahaleleri meşrulaştırmışlardır. 1980'li yıllara kadar devam eden Keynesyen modeli Türkiye' de sağa yakın neoliberal ekonomi politikaların ortaya çıkması ile ihracat, yabancı sermaye girişi kapitalist dünyaya uyum sağlamak deregülasyonun kaldırılması özelleştirme gibi olgularda etkili olmuş ve kendini göstermiştir. Dönemin Türkiye'sinde özelleştirilmelerde yaşanan hız, vergilerde yapılan indirimler, enflasyonun etkileri, devletin etki alanının küçülmesi, darbe 24 Ocak kararları, IMF ve Dünya bankasının

fonları bu politikaya dayanmaktadır. Türkiye’de yaşanan serbestleşme hızla artan kapitalist sistem ve alt yapı sorunları ve ekonomi ve politik özgürlüğün ortadan kalkması güçlü ekonomilere bağlı bir sistem oluşturmuştur. Kamu üzerinde baskı oluşturan bu politikalar gerilemeye sebep olurken sosyo-ekonomik olarak çökmelere yoksulluğun artarken kapitalizmin artmasına sebep olduğu değerlendirilirken aksine devletin kişileri nasıl yönlendirdiği konusunda da fikirler belirtilmiştir. (Uçkaç, 2010, 8) Neoliberal politikaların medya üzerinde önemli etkileri olmuştur. Halkın doğru bilgilendirilmesi, devletin denetimi ve medyanın halk ve devlet arasında önemli bir güç olarak ortaya çıkması okul, din aile gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma gibi olguları aktarmasında önemli rol oynamıştır. Devletin İdeolojik aygıtları kavramı bu anlamda işlevi görmektedir. Medya üzerinde ideolojik ve ekonomik araçların haberler üzerinde müdahaleleri ve yapılan vurguları medya aracılığıyla gizlemesi önemli bir araç olduğunu belirtmektedir. Medyanın ekonomi politiğinde arz talep fiyat gibi değerlerin incelenmesi, sahiplik yapısı, haberin metalaşması sürecini içermektedir. Haberin metalaşması gazetecinin işene yabancılaşması, etik değerlerin yok olması, reklam alamayan küçük medya sahiplerinin çekilmesi, holdingleşme gibi durumları ortaya çıkarmaktadır. Özellikle 24 Ocak kararları ile medyanın bankacılık sektörüne girmesi medya gruplarının oluşması kadroların küçülmesi neoliberal politikaların önemli yansımaları olmaktadır. Kısacası Türk medya sektöründe bu eğilimler beraber farklı sektörlerin alana girmesi, medya sermaye ve devlet ilişkilerinin şekillenmesi, menfaatler çerçevesinde manipüle edilen bir sistem oluşturmaktadır. (Sarılar, 2020, 19)

İletişimin ekonomi politiği ise 1960’larda ortaya çıkarak 1970’lerde gelişim göstermiştir. İletişim kurumlarının yapılanması, etkinliklerinin nasıl bir etki ortaya koyduğunu anlatmaktadır. Ekonomi politik ilişkileri, kaynakları gücü ve iletişim kaynaklarını dahil ederek incelemektedir. Dallas W. iletişim ekonomi politik kurucularından biridir ve çalışmalarında televizyon izleyicileri için kullandığı izleyici meta kavramını sosyal medya kullanıcıları tanımlamak için kullandığı bir sözcük olarak ele almaktadır. Medyada tüketici ve üretici analizi yapmaktadır, yapılan analiz iletişimin ekonomi politiği bağlamından insanların istekleri ve değişen dünya sistemi etkilemektedir. Değişim her yere yayılırken kendi kültürünü ve teknolojisini yayamayan ülkeler diğer değişimlere tutsak olmak zorunda kalmaktadır. Kentleşme sürecinin hızlanması, göç olguları bilgi ve insanların değişti teknolojilerini çok yoğun bir şekilde

kullanması, geleneklerin ve rollerin değişmesi, siyasetçilerin ve sermaye sahiplerinin direkt ilgi odaklarının olması, egemenlik ve kazanç stratejilerinin oluşması toplumsal yapıdaki bu değişimlerin önemli sebepleri olmaktadır. Telefon, internet ve sosyal medya bu süreci güçlendirmiştir. İletişim güçlerinin insanları istedikleri noktaya götürürken dijitalleşme ise ticaret ve insan ilişkilerinde uluslararası değişimi göstermektedir. İletişim medya sayesinde geleneksel çağdan modern çağın ilerisine gitmektedir. Ateşle haberleşmeden dijital haberleşmeye geçerken yeni bir çağ başlangıcının haberini vermektedir. Dijitalleşmenin getirdiği iletişim değişikliklerle beraber iletişim alanında çalışmaları da beraberinde getirmektedir. Eleştirel kuramcılar toplum değiştirebileceği düşüncesini savunurken ana akımcılar toplumun özününün bu olduğunu savunmaktadır. 1920’de ABD’de başlayan çalışmalar basın, propaganda ve kamuoyu oluşturma gibi konular üzerinde durmaktadır. İnsanları kitle iletişim araçlarının nasıl etkilediklerini, ikna ettiklerini noktalara odaklanmaktadır. Egemen yaklaşımlar Frankfurt okulunun kültür endüstrisi yaklaşımını ele alırken eleştirel akım bu savunuyu reddetmektedir. İletişim süreci bireylerin gönderici alıcı ve mesaj sürecini yorumlama ve geri bildirim anlamında geliştirmiştir. Burjuva toplumunun doğuşu, sanayi devrimi bu kitleleri aldıkları mesajları anlamaya çalışmışlardır ve nasıl ikna edecekleri konusunda çalışmalar yapılmıştır. Naziler faşizmi yaymak için kendi dönemlerinde iletişim araçlarını kullanmışlardır.

Kuramlara göre mesaj bilginin kaynağıdır, bilgiyi kanaat önderleri ulaştırmaktadır ve üretilen mesaj alıcıya hangi mesajı verdiği ve hangi konumda reddedildiği ele alınmaktadır. Bu çalışmalar teknolojinin getirdiği avantajlarla bilgi iktidarının kaçınılmaz denetimine girmektedir. McLuhan göre teknoloji ile kitle iletişim araçlarının dünyada küresel köye dönüştürmüştür. Katz ise kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında insanların medya ile ne yaptığı sorusuna odaklanmaktadır. İnsanlar ihtiyaçları için medya içeriklerini kullanmaktadır. İhtiyaçlarını karşılayan insanlar doyuma ulaşmaktadır. Eğlence, bilgi gibi ihtiyaçları doyuma ulaştırabilmektedirler. Gebner ise 1960’lı yıllarda Kültürel Göstergeler ve Ekme kuramında televizyonun etkisinin uzun dönemli olduğunu savunmaktadırlar. Televizyonun kültürel bir silah olduğu ekilen mesajın insan düşüncesini egemenlik altına aldığını belirtmektedir. İnsanı bu kadar fazla etkileyen medya aynı zamanda gündemi de oluşturmaktadır. İletişimin akışını kontrol etmek aynı zamanda bilgiyi de kontrol edilmesini ifade etmektedir. Medya

kendi içeriğini kendi belirlemektedir. Haber üretim sürecinde haber seçimini kendi yapmaktadır. Haber kanalları ile hani sıra hangi zamanda haberin yayınlanacağını kendi belirlemektedir. Eşik bekçileri ise genelde haber editörleridir. Haber üretiminde kapitalist yapı, reklamların etkisi, mülkiyet yapıları ve ideolojiler gibi haber içeriklerinin belirlenmesi rutinleşmesini sağlamaktadır. Diğer bir kuramda ise medya bilgileri statülere göre dağıttığı belirtilen bilgi eksiliği kuramıdır. Yapılan çalışmalar iletişim alanında insanların büyük ölçüde medyanın etkilemesi ve bilgi, eğlence, haber gibi üretim süreçlerini belirlediği gözlemlenmektedir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler aynı zamanda kameralar, videolar, kayıtlar gibi icatlar geliştirmeye çalışmıştır. Tarih boyunca insanlara bilgi aktarmak, etkileşim içinde olmak istenmektedir. Ekonomik, siyasi, dini grupların boş zamanlarını değerlendirmesi ve etkileşimleriyle birlikte teknoloji bir kimlik ve nitelik kazanmaktadır. Özellikle 1980'li yıllarda iletişim teknolojilerinin bilgi ve eğlencenin ölçütlerinin değişmesi gözlemlenmektedir. Bilgisayar teknolojisi toplumun ihtiyaçlarına karşılık vermesi beklentiyi artırırken yeni ihtiyaçlar oluşturmaktadır. Uzak yerlerde yaşayan insanları birbirlerine yaklaştıran iletişim teknolojileri hayatımızın hemen hemen her yerinde yer bulmaktadır. Özellikle tüketim ve kullanımda iletişim teknolojilerinin mobile geçmesiyle birlikte artık istekleri ihtiyaca dönüştürmüş ve hayat biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlara bir bilgi ağı oluşturma, hayat standartlarını artırma, ortak konular oluşturma katkıda bulunması gibi ele alınan konularda iletişim ekonomi politikasında önemli bir yer edinmektedir. Bu politik yapı oluşturulurken teknolojinin en önemli araçları olan kitle iletişim araçları çok fazla konuda ve konumda etkili olmaktadır. Duyulan bir haberi doğruluğu kanıtlanarak insanlara sunması iletişim anlamında önemli bir etki oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları toplumsal yapılardan etkilenirken aynı zamanda farklı yapıları oluşturmaktadır.

Gazetenin bir bilgi edinme, topluma haber akışında yön verme, kültürel bir dolaşım sağlaması ve politika oluşturma, yönlendirme gibi konularda önemli özellikleriyle karşımıza çıkan bir kitle iletişim aracıdır. Beraberinde gelen radyo ise toplumsal ihtiyaçlar sonucu ortaya çıkan bir araçtır. Sese dayalı, büyük kitlelere ulaşan ve kitleleri yönlendiren bir araç olarak kullanılmıştır. Çağdaş bir teknoloji olması, e, iş, demokrasi, siyaset üzerinde etkin bir konum oluşturmıştır. Davranışları etkilemek ve inandırma özelliği ile toplumsal hareketleri yönlendirmektedir. Özellikle 2. Dünya savaşında her

bilgi radyodan öğrenilmiş ve dünyayı savaş sisteminde yönlendirmiştir. Radyo yayınları dinleyiciler üzerinde etkisi uzun bir süre devam ederken dijital teknolojilerle beraber artık radyo yayınları eskisi kadar yönlendirme etkisi olmasa dahi yorumcuların katılımı ile etkin bir konum oluşturmaktadır. Radyodan sonra kitleler üzerinde büyük etkiler oluşturan görüntü ve sese dayalı bir icat olan televizyon iletişim dünyasının en etkili kitle iletişim aracıdır. Kapitalist sistem, sanayi devrimi, teknolojinin yükselişi ve televizyonun ortaya çıkışı toplumsal bir etkiyi ortaya koymuştur. Televizyon anlama, eğlenme, kültür yayma konusunda vazgeçilemez bir kitle iletişim aracı olmuştur. Televizyon dijital dünyaya açılan bir aktör konumunda görülmüştür. Bir kültür üretme aracı olurken aynı zamanda tüketime yönlendiren birbirlerini etkileyen bir iletişim aracı haline gelmiştir. Televizyon döneminin en büyük kitle iletişim aracı olurken internetin icadı televizyonu, halkı, elinde tutanları şu an dünyanın iletişim anlamında değiştiği bir teknolojiyi ortaya koymaktadır. Bilgisayarın icadı ile internet birçok ağ oluşturmuş ve sınırları yok ederek bilginin ve iletişim teknolojilerinin, yaşamın her alanında temel oluşturan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternetin sağladığı teknolojik olanaklarla beraber bilgi ve alışkanlıkların değişmesi, zaman ve mekân sınırının ortadan kalmasıyla her an olanı biteni takip edebilmesi insanları birbirine yaklaştırmıştır. İnternet sosyal ağların oluşması ile denetimsizlik, çok fazla içerik oluşturma, politik anlamda değişimler gibi sorunları beraberinde getirmektedir. İnternetin küresel anlamda büyük bir iletişim ağı olması, kişisel dijital alanların oluşturulması, interneti yönetme ve rekabet oluşturulan bir sisteme dönüştüğü görülmektedir. İnternet hayatımızı haber, bilgi, eğlence gibi birçok faktörle etkilerken toplum aynı zamanda toplum üzerinde bütün bu iletişim araçlarını kullanarak kendi kültür ve tarihinin oluşturması önemli bir dinamik oluşturmaktadır.

İletişim araçları insan yaşamını kendine göre uyarlamış, gelişime açık halde kendine göre biçimlendirmektedir. Kültüre göre küresel bir tüketim alanı oluşturan dijital teknolojiler kültürel bir alt yapı oluşturmaktadır. Küreselleşen iletişim etnik gruplar, yöneticiler için etkin alanı da oluşturarak bir toplumsal yapı belirlemektedir. Küreselleşen kültür ile beraber sınırların olmaması yerel unsurları bir süreç içerisine sokmuş artık tüketim ve üretimi, insanların konumu fark etmeksizin haberlere, yaşama, dünyaya ait her gelişmenin olanak olarak sağlandığı bir küresel iletişim alanı sağlanmıştır. Toplumlar iletişim ortamlarında birikimlerini ve kültürlerini ortaya

koyarken dillerin algılarını, iletişim süreçlerini farklılaştırarak ayırmaktadır. (Barbarosoğlu, 2008: 33). Bu durum hem iletişimin canlılığını hem dinamik bir ortam sağlamasında katkı sağlamıştır. Toplumsal uyumlar ve kültürel yapılar kendine özgü bir biçim kazanırken normlar bu durumu yönlendirmekte ve belirli ölçütlere hazırlamaktadır. (Davies ve Birbili, 2000: 440; MetzeMangold, 2023: 219) Toplumsal süreçler hem iletişim biçimlerini hem yaşıntımızda ekonomik ve politik süreçleri etkilemektedir. Bunlardan biri din olgusudur. Din yaşamı biçimlendiren ve denetleyen bir araç olması ve istenilen amaçlar için kullanılan bir alanda hedeflere ulaşmaya çalışılmıştır. Emirleri egemenlik altına almak ve yararlanmaya çalışıldığı gözlemlenmektedir. Toplamları yönetmek ve yönlendirmek için kullanılmıştır. (Nikitin, 2012, s. 42).

Türkiye’de ise iletişim teknolojilerinin yansımaları görülmektedir. Her alanın etkilendiği iletişim teknolojileri Türkiye’de ekonomik, politik ve kültürel olarak etkilenemiştir. Bu anlamda internet ve sosyal medya kazanç, egemenlik, denetim gibi birçok konuda kendini göstermektedir. Küresel çapta sürekli üreten ve tüketen toplum sosyal medyada zaman geçirmeyi bir hayat biçimi olarak algılamaktadır. Sosyal medya insanlara bir kültür ve deneyim oluşturmaya hedeflemektedir. Popüler kültürün etkisi ve insanların sürekli medyada zaman geçirmesi az okuma, az düşünme, kolay, ucuz ve eğlenceli bir zaman yaratma arzusu oluşturmaktadır. Sosyal medyada ihtiyaçlarını karşılayan insanlar nefret söylemlerini artırırken aynı zamanda kültürünü yok etmekte ve insan psikolojisini de zedelemektedir. Medya insanları etkileyen yaşam biçimlerini değiştiren ve popüler kültürün sunduğu yaşamlara yön vermeye çalışmaktadır. Türkiye’de ise düşünülen stratejiler, politikalar yine medya üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Genel açıda baktığımızda dijital bir sömürgecilik ortamı hazırlanmaktadır. Platformların gücü, müdahale etme ve insanlar üzerinde kurduğu hakimiyeti sürdürme dijitalleşmenin yaygınlaşması gibi durumların insanlarında bu döngünün bir parçası haline gelmesine sebep olmaktadır. Tüm dünyayı etkisi altına alan dijitalleşme bu ortamı pazarlarken egemenliği eline almış sayılmaktadır. İletişimin ekonomi politiği denildiğinde kapitalizm ve sömürgecilik kavramları karşımıza çıkmaktadır. Değerlerin üretilmesi, küresel ilişkilerin bu anlamda karşımıza çıkması ve teknolojinin temel, üzerine stratejilerin belirlenmesi bu anlamda değerlendirilmektedir. Kral Marx kapitalist toplumu dinamik, kurumsal toplumsal bağlantılarının güçlü

olduğunu vurgulamaktadır. Bu anlamda dijital toplum siyasi kararları ve toplumsal olayları sosyal ağlar üzerinde belirlemektedir.

Yeni medya üzerine tasarlanan programlar uluslararası bir boyut kazanmaktadır. Tüm dünya internet ortamı üzerine şekillenen yaşamı ekonomi, politik ve kültürel olarak şekillendirerek bu sisteme dayandırmaktadır. Ekonomi politik anlamdan tün dünyayı etkisine alan yeni medya sistemi haberciliği de değiştirmektedir. Haber günlük ya da ülke gündemini değiştiren kaynakları belli güvenilir bir sisteme dayalı mantıkta hareket etmektedir. Yeni medyanın haber süzgecine giren haber çok çeşitli haberleri saat ve mekân fark etmeksizin gündeme taşımaktadır. Hızlı ve görsel anlamda zengin olan yeni medyada habercilik sistemi aynı zamanda yanlış bilgi aktarımı bu noktada kitleleri harekete geçiren bir sistem oluşturmaktadır. Haberlerdeki propaganda artışı manipülatif bir sistem oluşturduğu da gözlemlenmektedir. Yeniyi keşfetmek, inandırmak, beceriyi artırmak ve bilgiyi değerlendirmek, kaynakta kanıt aramamak, ideolojiye inandırmak gibi bağlantıları içermektedir. Bu anlamda haberciliğin sosyal medyaya taşınması, sosyal medya platformlarında haberlerin üretilmesi ve amatör kişilerce sosyal ağların kullanılarak habere olan etkisi habercilik anlamında ne kadar büyük bir etkisinin olduğunu belirtmektedir. Yeni medya teknolojileri ile insanın medyada aktif bir konuma gelmesi (üretici- tüketici) hem kamusal hem özel alanda özgürleşmesi, gözetim ve kontrolün ele alınması ekonomi politik anlamda unsurlarda değişikliklere sebep olmaktadır. (Durmuş Ahmet, 2019, 201)

1.2 İNTERNETİN EKONOMİ POLİTİĞİ

1.2.1 Küreselleşme Sürecinde İnternet ve Medyada Genel Eğilimler

Teknoloji toplumsal olarak büyük değişimlere sebep olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri bilgi toplumu ve bilgi ekonomisine dönüştüren bir toplum haline getirmektedir. Özellikle 1980’li yıllar sonrasında bilgi ve iletişim alanındaki yenilikler, zaman ve mekân algısı, hız, sanayideki üretim hızı ve teknolojinin yayılması bu süreci artırmaktadır. Teknoloji küresel boyutta ilk ekonomik alanda etkilemiştir ve daha sonrasında iktidar ve güç mücadelesine dönüşen bir sürece girmiştir. Özellikle iletişim teknolojileri ile birlikte dünya küçülürken aynı zamanda dolaşıma giren her şeyin internet sayesinde hızlıca ulaşması her alanı etkilediği gibi dünyayı tek bir pazar haline getirmektedir. Ekonomik dengelerin değişmesiyle beraber kitle iletişim araçlarının önemi ortaya çıkmaktadır. Kitleli medyayı elinde tutmak bu alanlar sayesinde daha kolay hale gelmektedir. 1980’ler kamu hizmetlerinin etkin olduğu medya değişerek internet sayesinde bireysel yayıncılık anlayışına dönüşmektedir. Küreselleşme ve internet teknolojisi sayesinde bireylerin istekleri ve beklentileri doğrultusunda bir medya anlayışı ortaya çıkmıştır. İnternetin telefonlara taşınması her an kullanılabilmesi geleneksel yapıları ve sömürgeleri bireysel alanlarda aktif kullanıma olanak sağlamaktadır. İş nitelikleri, bilgiye erişim, tüketimin bir yaşam tarzı haline gelmesi ticari stratejileri de beraberinde getirmektedir. İnternet ve küreselleşme ile ortaya çıkan bilgi çağı sınırsız bilgiye ulaşabilme mantığına dayanmaktadır. İnternet dünyadaki devasa bir iletişim ağı olması ve bu sistem sayesinde insanlar hiç hareket etmeden alışveriş yapma, müzik dinleme gibi işlerini yerine getirebilmektedir. İnternet ile beraber bir konu üzerinde araştırma yapıldığında sadece bölgeye ait değil dünyanın her yerinde olana bitene ulaşabilme fırsatı bulunmaktadır. Bu anlamda interaktif özellikler sayesinde emek olmadan ticari ortamları geliştirme ve firmaların internete uyumlu hale gelmemesi durumda iş yapamaz hale gelmeleri beklenmektedir. İnternet teknolojisi aynı zamanda bir savaş bir yönlendirme ve sürekliliğe dayanan bir sistemdir. Moderne teknolojilerle birlikte küreselleşen dünya bilgiyi elinde tutan gücü ve pazarı elinde tutmuş sayılmaktadır. Yeryüzünün küçülmesi olarak değerlendirilen küreselleşme artık internet teknolojileri sayesinde kendinden olanı iletirken dışta kalanı geride bırakmaktadır. Hall kitleli medyanın küreselleşmesini küreselliğin batı merkezli olması ile teknolojinin, sermayenin, emeğin bu merkezde toplanması için çabaların

olduğunu belirtmektedir. Bu durum beraberinde getirdiği o kültüre özgü kıyafetler, filmlere izlemek kitleye ait hissetmeye sebep olmaktadır. Bu kültürlerin oluşmasının en önemli kaynağı internet ve iletişim olmadır. Küreselleşme internetle beraber medya şirketlerinde önemli değişimler olmuştur. Ekonomiye bağlı üretim, yerel şirketler yerine çok uluslu şirketler yerini almıştır. Ortak değerleri yerel ve ulusal sınırlardan çıkararak küresel bir boyuta taşımaktadır. Yabancı pazardaki şirketler hem küresel yayılma hem denetim ilinde tutma imkanına sahip olmaktadır. Şimdi ise yeni iletişim teknolojileriyle beraber farklı alanlara dağılmış tek bir noktadan hem insana hem ürüne ulaşabilme ve kontrol ederek zaman ve yer tasarrufu sağlamaktadır. Genel bir değerlendirmede medyada farklı ülkeler ve alanlarda yatırım yapma, ortaklıklar kurma teknoloji ile hızlı bir değişim ve ne önemli kitle iletişim aracı internet olmuştur. Emperyalizm ve ideolojilerin yayılmasında alan bu sistem getirdiği avantajlar ve dezavantajları da beraberinde getirmiştir. (Şimşek, 2013,96)

Günümüzde ise iletişim ve internet sayesinde kurumsallaşma, yabancılaşma önemli ölçüde görülmektedir. Bu anlamda kişisel kimlikleri oluşturma tercihler ve izlenen reklamlar, malın sunulması ve değeri üretilen kültürün bir parçası haline gelmesidir. Küreselleşme ve iletişim teknolojilerinin getirdiği nokta medyanın kullanılmasında iyimser ve kötümser bir tavrın oluştuğunu ortaya çıkarmaktadır. Küresel anlamda tek bir yöne gitmenin olumlu bir gelecek sözü vaat ederken kötümser anlamda kullanılan bireysel kimlikler oluşturmaktadır. Sinema alanında, müzik alanında ve eğlence sektörüne girişle beraber bütün alanlara müdahale etmektedir. İletişim alanında meydana gelen gelişmeler temel alt yapı ve kültürel yapının yoğunlaşmasında önemli etkisi olmaktadır. İnternet teknolojisinin küresel anlamda diğer önemli özelliği ise dağıtımdır. Gönderilen mesajın çözümlenebilmesi üstünlük ve emek sağlamaktadır. Dağıtım sisteminin batının elinde olması beraberinde getirdiği eşitsizlikler, ajansların haber dağılımları gelişmiş ülkelerde az gelişmiş ülkelere doğru gitmektedir. Küçük ajanslar küresel anlamda pazara girerken artık internet teknolojileri sayesinde tek yönlü haber akışını kırmaktadır. Kültür ürünlerini üreten ve pazarlayan medya küreselleşme ve internet teknolojileri ile birlikte dünyayı etkisi altına almıştır. (Ayhan, 2014, 7) İletişim araçları artık herkesin yararlanabileceği sevinç, dram gibi yaşanan olaylardan haberdar olma referans çerçevesi oluşturma ve geleneksel değerleri medyanın yerel

özellikleriyle dünyaya yayma toplumsal yaşantıyı etkilemektedir. Kişisel iletişimi geliştiren küresel teknoloji etki hız ve baskı alanında farklı alanlar oluşturmuştur.

Yerel yayıncılık anlamında ise yayıncılığın daha kolay ve daha elverişli bir hale geldiği görülmektedir. Küresel medyada uluslararası durumlara yerelde gösterilen tepkiler, geleneksel tutumların ön planda tutulması, fikirlere önem gösterilmesi desteklerken öte yandan ideolojilerin ve siyasi alanların sebep olduğu belirlenmektedir. Bulunduğumuz yere ait hissetmeme bizim kontrolümüzde olmadığını bilmememiz yerelleşmeye daha çok yönlendirirken kontrol dışı müdahaleler küresel teknolojilerle yönlendirilmektedir. Buna karşı küresel boyutta yereli güçlendirmek, geleneklere sahip çıkmak önemli dinamikler oluşturmaktadır. Uluslararası dolaşıma giren her ürün her fikir mutlaka yerelliği yansıtmaktadır. Yerel değerler ve etkileşimde getirisinin büyük olduğu bilinmektedir. Küreselleşme ve yerelleşme önemli dinamiklerle bağlıdır. Boşlukları doldurma ve kimlik olgusunu kullanarak internet teknolojisiyle hedefe ulaşmak istemektedir. Üretim için önemli bir değerlendirme merkezi olmaktadır. (Yücel, 2020, 10) Bugüne baktığımızda insanlık tarihinde internet teknolojisi ve bilgi iç içe geçmiş durumdadır. Teknolojinin kullanılmadığı konuşulmadığı bir alan olmamaktadır. İnternetin ve küreselleşme ile gelen tüketikim kültürüne kapitalizme ait bir biçimde vurgulanması değişimleri beraberinde getirmektedir. Kâr payının büyümesine karşı küçülmüş bir dünya karşımıza çıkmaktadır. Bireyselleşmenin getirdiği bilince açık eşit ve özgür ortamlar benlik sunumunu ortaya çıkarmaktadır. İnsanların özgürleştiği alanlarda istenilen ideolojisi ya da reklamın kolay sunulma imkânı sağlanmaktadır. Dünyanın bir ucundan yapılan paylaşım bugün herkes tarafından erişilebilir ve satın alınabilir konumdadır. Homojen bir dünya oluşumu ile birlikte benzer yaşamlar kaygı, enformasyon sorunu, bölgesel kimliklerin hem yok olması hem alan bulması aynı görüntülerin haberlerin doğrultusunda sürekli etkilemektedir. Enformasyonun dağılımı ne kadar çeşitli olsa dahi tek yönlü bir akışa sahiptir.

Tek tipleşme, ötekinin lehine hareketler gözlemlemektedir. İletişim teknoloji ve küreselleşme sayesinde şekil ve boyut olarak kendi politikasını ve kendi dengelerini oluşturmaktadır. Bu teknoloji hayatımıza girmesi ile her alanda şekillenen zengin bir medya deneyimi sunmaktadır. Bireylerin akıllı telefon ve tabletler üzerinde iletişim taşınması ile birlikte artık bir mecra oluşmaktadır. Eski ve yeni medyanın ortak noktada

buluştuğu bir çeşitlilik oluşmaktadır. Medya biçiminin melezleşmesi adaptasyon ve yeni bir sistemin bütunleşmesi olarak değerlendirilmektedir. Teknolojinin iyileşmesi küresel açıdan yeniden şekillenmede itici bir güç haline gelmektedir. Kültürel sembollerim imgelerin tecrübe edilmesini, yaşanmış ve yaşanmakta olacak süreçleri etkileyen bir transformasyon sürecini getirmektedir. Gönderici ya da alıcı olma konumu yerine anlamın gönderilmesi ve kabul etme süreçleri internet ile küresel anlamda medyanın etkin kullanılması ve yeniden üretme olarak dönüşmektedir. Bu akışta iletişim en önemli aktarıcı olan kültürel özellikler müzikler, eğlenceler gibi kendini göstermektedir. İletişim ve medya teknolojik gelişmelerle beraber kimlikleri modern sonrası toplumlara etik çeşitliliklere ve kapitalist üretim biçimlerinin odak haline geldiği bir potansiyeli oluşurmaktadır.

1.2.2 İletişim Teknolojilerinde İnternetin Ekonomi Politikası

Ekonomi politik ekonomik, politik toplumsal ve kültürel yaşamdaki kapitalist toplum kaynaklarının üretimi tüketimini ve dağıtımının sürecini inceleyen bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte bu dinamiklerin değişmesi eşitsizlikleri beraberinde getirmiştir. Bilgi ve iletişimdeki ürünlerin üretimi ve tüketimi konusunda bağımsız bir hal almaktadır. Artık gelişmiş ülkelerde hizmet ve bilgi teknolojisi ile bilgi alışverişi ekonomik faaliyetlerde görülmektedir. Bu anlamda ağ sistemleri bilgileri oluşturma, kimlik üretme gibi telefonlar ve bilgisayarlar yardımı ile denetlemeyi de ele alan bir sistem oluşturmaktadır. Bu anlamda internet dünya teknolojisini değiştirmiştir. Teknolojik gelişmeler, internetin hızlanması, internetin ticarete açılması ve iletişimin her alana hızla yayılması yeni alanları da beraberinde getirmektedir. Bu dijital sektör online ürün ve hizmetlerde tüketici politikasını tek pazar stratejisine dönüştürmektedir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi dönüşüm yaşayarak internet ekonomisine dönüşmüştür. Bu ekonomi yeni iş alanları oluşturup piyasada yer edinebilme temeline dayanmaktadır. İş alanları gibi insanların hayatlarını biçimlendiren internet günlük ihtiyaçları karşılamak, manipüle ve sosyal haberciliğin devamını sağlamaktadır. (Kınık, 2019, 16) İnsanların örgütlenmelerini ve dinamiklerini bir gereklilik olarak sunmaktadır. Topluları yakınlaştıran iletişimi kolaylaştıran bilgi gibi birçok alanda doyum sağlamaktadır. İletişim teknolojileri ile beraber ses görüntü şekillenmesi enformasyon alanında esnek bir ağ ile şekillenmektedir. Politik anlamda kurlsızlaştıran serbestleştiren, sayısallaşma gibi iletişim kapasitelerini niceliksel dönüşümlerle birlikte kitle iletişim ve iletişimin iç içe geçmesi dinamiklerini beraberinde getirmektedir. İletişim teknolojileri ile ekonomik, politik ticaretin aldığı biçim iletişim teknolojileri ile rollerini değiştirmektedir. Ağlar üzerindeki enformasyon iktidar odaklarının yeniden düzenlenmesi, neoliberalizm sürecinin kabulü ideolojik olarak önemli kabul edilirken kurumların, diyalektiğin, kamusal çıkarların ve geleceği yaratma düşüncesinde politikalar üretmektedir.

Ekonomi politik alanda ticarileşme ve metalaşma üretim ve tüketimde şirketlerin etki alanlarında online bir platforma dönüştürerek anahtar bir rol onayarak yaygınlaşma sağlamaktadır. Bu alanda sanal bir pazar oluşturulmuştur. İnternet hayatımızda iletişim teknolojileri ile her noktaya hâkim olmasıyla karşımıza çıkan reklamlar tüketime zorlayan sistemin sadece bir ayağı olmaktadır. Pazar gelişmiş ülkelerin egemenliği ve

teknolojileri üzerinde dönmektedir. Akışların belirlemesi hegemonik süreci de beraberinde getirmektedir. Seçimler, kamuoyu belirlenen güçlü aktörler tarafından iletişim teknolojileri ile aktarılmaktadır. Haberlerin ya da ürünlerin iç içe geçen yapısı ile özgür ve demokratik ortam iletişim teknolojileri ile ilerlemektedir. İletişim teknolojilerinin internet ile etkileşimi emek, katılım, eğitim ve habercilik alanında uyarıcı bir nokta olmaktadır. Küresel pazardaki mal ve hizmetlerin artırılması ve birikim konusunda bilgi teknolojilerinden faydalanılmaktadır. Bilgisayar kullanımı, küresel ağlara ulaşmak becerileri ulusal ve yerel anlamda haber pratiklerini etkilemektedir. Coğrafi sınırları aşır standartları ortadan kaldırma mesleki eğitimlerin gücünü gösteren bir faktör olmuştur. (Akbaş, 2013, 8)

İletişim teknolojilerinde internet çalışmaları ortaklıkları, birleşmeleri beraberinde getirmektedir. Üretim ve dağıtımdaki kültürel kapitalizmi yapılandırmaktadır. Değer üretimi, yönlendirme, arz ve talepleri kontrol altında tutma gibi hedefler inşa etmektedir. Kullanıcıların haberleri özgür alanlarda üretmesi ve sürdürmesinde gözetlenen ideolojik bir role sahip olmaktadır. İnternetin toplumu dönüştürmesi ve toplumsal olarak konumlandırması dikkate değer bir katkı olmaktadır. (Köselerki, 2014, 69) Haber içeriklerinde internet siteleri kullanıcı sayıları gibi ibarelerden oluşmaktadır. Çok yönlü ve isabetli bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen üretim ve tüketim mantığının zenginleşmesi ve genişlemesi metalaşma sürecinde kapitalizm üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Bu dev süreçte her şey alınır ve satılır mantığı işlemektedir Marks'a göre kapitalist sistem toplumda bir hücre biçimidir. Bir damla suyun kendisini çevreleyen evreni yansıtmaması gibi, meta da kapitalizmin esas çelişkilerini aynen yansıtır (Nikitin, 2012, s. 42). Farklı bir yaklaşım ise Fuchs emeğin dijitalleşme sürecinde kültür endüstrisi tarafından metalaşan temel unsurlar dijital teknolojiler ve sosyal ağlar yardımı ile meta haline dönüşmektedir. Emeğin ödenme şekli ise reklam verenlere karşı satılan meta unsurlarıdır. İstenilen hedef kitleye ulaşılması değerlere bağlı tutulması ve etkinlik alanlarının sürdürülebilir olması sağlanmaktadır. Fuchs kapitalist mekanizmaların ideolojik anlamda bireysel özgürlük üzerinden kültürü kullanarak bir yön verdiğini belirtmektedir. Dijital uçurum olarak belirtilen kavram üzerinde bir sorunu ele alıp etkin olarak kullanıcılara alternatif bir ürün olarak sunup özgürleşme ve depolamayı hedeflemektedir. İnternetin özgür hale gelmesi uğraştırıcı ve bilince dayalı olmayı gerektirmektedir. (Gül, 2015, 166)

İnternetin getirdiği alanlar yeni bir internet toplumu oluşturmaktadır. İnsanları için yararlı, dengeli, refah seviyesini artıracak bilgiyi en hızlı ve doğru şekilde aktaracak ve alacak bir toplum modeli olmaktadır. Bu dinamiklerin değişmesi ile çok hızlı ve mecburiyet içeren bir entegre süreci oluşmuştur.

Süreç nc dalga denilen yeni iletişim teknolojiler ile birlikte tekil olmayan üretimden, küresel yer değiştirmelere, görüntülü görüşmeler, internete bağlı eğlence ve haber sistemleri ile önemli ölçüde artmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile habercilik anlamında da büyük değişimlere sebep olmuştur. Dünya üzerinde yükseliş global lkte olmaktadır. (ncel, 2020,81) Kanalların sahip oldukları ideolojik bağlam ilişkileri sunulmaktadır. Haber metinlerinde sosyal ağlar üzerinde içerik ve aktarım biçimlerinde belirleyici rol oynamaktadır. Medya patronlarının medya mülkiyetlerinde haber içeriklerini istedikleri yöne çekmesi, algıyı yönlendirmeleri belirtilmektedir. İletişim teknolojileri ile birlikte birçok alanın etkilemesi üretim ve dağıtımda farklılıklara uğraması ve v kaçınılmaz internet çağıyla kitlenin de değişimine sebep olmaktadır.

1.3.EKONOMİ POLİTİK KURAMDA YEREL MEDYA VE İNTERNET GAZETECİLİĞİ

İletişimin tarihsel sürecinde insanların etkileşimi devam ettirmesi için bir alan oluşturulmuştur. Farklı kültürde insanlarla etkileşim içinde bilgi edinmeye çalışılmıştır. İletişimin keşfi ile birçok teknolojik araç üretilmiştir. Özellikle kitle iletişim araçları ile birlikte bilgilerin aktarımı sunulanı alma ya da almama tercihi sunulmuştur. Toplumların kendi çıkar ve ideolojileri çerçevesinde araçları kullanarak hedef kitleye yönelik olmaya başlamıştır. İletişimin bireyselden kitlesele dönüşmesi araçların kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Ekonomik anlamda tüketici ve üretici konumunun takip edilmesi okunması, tıklanması, beğenilmesi dahil edilmektedir. Dahil edilen ortamlar meta haline gelerek veri olarak sunulmaktadır. İnternet haberciliği ile birlikte çevrim içi ortamların önemi artmaktadır. Sanal ortama geçişle beraber yerel habercilikte kendini yaygınlaştırmıştır. Yerel haberlerin niteliksel farklılaşması hızlı ve interaktif olarak ilerlemektedir. Yerel dijital haber kanalları bireylerin özgür haber üretim ortamını sağlamaktadır. Bu ortam rekabeti beraberinde getirmesiyle haber temasını kurdukları çeşitli siteleri beraberinde getirmektedir. Farklılık gösteren sitelerde basında bağımsızlık, tarafsızlık gibi etik kuralların ihlalini de beraberinde getirmektedir. Haber özel bir yapıdan oluşmaktadır. Haberin yazarı ya da kanalın, sayfanın ideolojisine göre paylaşımları değişiklik göstermektedir. Hangi haber hangi şekilde hangi ideoloji ile birlikte verilecek hangi reklamlar hangi kitleye sunulacak bu bilgileri aktarımı egemen gücün söylemi olarak değerlendirilmektedir. Yerel haber sitelerinde beğeni ve tıklanma sayısı kültürel değerlerin reklamlarda kullanılmasını ve reklam çeşitliliğini artırırken reklam fiyatlarında değişiklikte göstermektedir. (Dönmez, 2010: 106). İnternette gezinirken gördüğün ürün reklam olarak karşın çıkması olasıdır. Bu durum etik ihlaller ve güven sorununu getirmektedir. Bilgilerin aktarımı gözetim olması habercilikteki mantığı kırmaktadır. Bireylere beğenilere metin ve görseller yolu ile ulaşılmaktadır. Bu beğeniler bilgilerin doğruluğundan şüphe ettirmektedir. İnternette bilgi kirliliği, doğruluğu kesin olmayan haberler internet haberciliğinde oldukça yaygın bir durum olmaktadır. İnternet haberciliğinde diğer önemli konu haberin nasıl olması gerektiğidir. Toplumu dikkate alarak yapılan haberler artık kapitalist sistemlerin istedikleri içerikler ile dönmektedir. İdeolojiye, takipçiye ve isteklerine göre şekillenmektedir. Haberlerin çevrimiçi sitelerde şekillenmesi aynı zamanda medyanın sahiplik yapısında da bazı

değişimleri beraberinde getirmektedir. Dijital haberler medya patronları tarafından yönetilerek tarafsız yapıyı bozup kendine ait bir alan oluşturmuştur. Kapitalizmin istekleri doğrultusunda giden yerelde internet gazeteciliği yeniden üretilerek bireysel haberciliğe dönüşmektedir. Kazanç alanı olarak görülen internet gazeteciliği farklı teknik ve özelliklerle beraber yeni söylemler yeni reklam tarzları politik ve ideolojik doğrultuda etkilenmektedir. (Aslan, 2023,201) İnternet gazeteciliğinin yerel anlamda sağladığı fırsatlarla beraber sanal ortamların propagandaya müsait olması özgür ortamı kötü kullanmaya çalışan ve bu durumların kontrollerinin zor olduğu görülmektedir. İnternetin ekonomi politiği ile medyanın sınırsızlığı ve medya şirketlerinin sermaye yönetimlerinde ne kadar önemli olduğu belirtilmektedir. (Durmuş Ahmet, 2019, 118) Bağımsız ve tarafsız medya anlayışı dijital gazetecilikle beraber daha karmaşık bir hal almaktadır. Reklam ve okuyucularla birlikte markaların egemenliği reklamlar aracılığıyla sağlanmaktadır. İnternetteki üretim pratikleri dijital okuyucular ve gazetelerde pazarlanma stratejisidir. Üretilen ürünleri birbirine satan metaların niteliği insan ilişkileri olarak görülmektedir. Belirleyici olan ise devlet ve sermaye ilişkisidir. İletişim pratikleri ve yerel içerikler kim güçlüyse onun istedikleri olması yöneticileri çıkarları oluşturan bir sistemi öngörmektedir. Haber içerikleri meşrulaştıran ve bunu devam ettiren bir sistem bulunmaktadır. Ekonomik politik çalışmalar sonucunda iletişim teknolojilerinin medyada bağımlı hale gelmesi ve çıkarlara uygun ortak bir sistem oluşturulmasıdır. (Demirel, 2019, 18)

Yerel medyada ekonomi politik kültürel yansımaları aktaran bir süreç olarak karışımına çıkmaktadır. Bölgede faaliyetleri yapılan işleri projeleri yatırımları halka sunmaktadır. Dijital medya ise bu ekonomik sürecin belirlenmesinde yer almaktadır. Bütün bu yapılan faaliyetlerin ekonomi politik ve kültürel değerler bakımından aktarmaktadır. Yerel medya bu noktada daha fazla baskı hissetmektedir. Haberlerin tarafsızlığı, vergiler politikalar yerel haklın isteklerini bir köşeye bıraktırmaktadır. Dijitalleşme ile yerel medya organları ekonomik sürdürülebilirlik için daha düşük bütçeleri seçenekler sunmaktadır ancak küresel ağ sistemleri habercilik mantığını ileriye taşımaktadır. Yeni modeller ile tanışan yerel medya dijital ortamlara ve dijital haberciliğe uyum sağlaması gerekmektedir. Yerel medya içeriklerini değiştiren dijital habercilik dijital okuryazarlığı ve rekabeti beraberinde getirmektedir. Bu durum yerel medya için ne kadar ucuz bir teknoloji olsa da zorlamaktadır. Daha geniş kitlelere

ulaşan yerel haberler sorunları herkese ulaştırma konusunda yeni ve 6zg6r bir alan oluşturmaktadır. T6rkiye’de zor ayakta duran yerel yayıncılık dijital gazetecilikle beraber azalırken g6r6n6r olabilmek için dijital reklamcılık pastasında m6cadele etmek durumunda kalmaktadır. Diğ6r açıdan sans6r ve denetim daha kırılgan bir aıdayken dijital habercilik ve erişim baskılar ve sahiplik sorunlarında b6y6k engeller oluşturmaktadır. K6resel internet ortamları ve iletişim teknolojileri ile ortamlara 6zg6 kodalar sembollerle etkileşime sokulan kitle değ6r aktarımı ve denetimle kontrol edilerek hem haberler hem içerikler bakımından ticari faaliyetler gerçekleştirmektedir. Haberler kullanılarak dolaşıma sokulan enformasyonun metalaşması nasıl şekillendiğ6i ve sisteme nasıl katkıda bulunduğ6u hakkında 6nemli bir role sahip olmaktadır.

Dijital gazetecilik katılım, k6lt6r6 k6resel sisteme taşıyıp haberlerin bir bilgilendirme değ6il pazarda yarış aracı olduğ6u g6r6lmektedir. Bu pratikler hem zorlu bir bilgi yarışını hem de haberlere ulaşılırken ideolojilerle şekillenen değ6erleri g6rmemizde yardımcı olmaktadır. Dijital medyanın getirdiğ6i teknik alt yapı sayesinde dijital haber ortamları y6ndeşme ile birlikte bahsedilen alanlara daha fazla olanak sağlamakta reklam tıklanma, izlenme gibi kaygılara d6n6şmektedir. Ticarileşmenin arttığ6ı haber sisteminde devamlılığın s6rd6r6lmesi haberin 6nemi geri plana atmış izlenir ve dinlenir olanın yeri oluşmuş ve metalaşmaktadır. Geleneksel medyanın ticari eğilimleri yeni dijital medya ile farklılaşarak karşımıza çıkmış ve haberin ticarileşme sorunu ile karşılaşmaktadır. Sponsorların oluşması abonelikler ve yeni iş alanları ile ideolojiler 6reten sistem bug6n yerel medyada aynı seyirde ilerlemektedir. (Demirel, 2019, 18) Yerel medyanın haberlerinin k6resel boyuta taşınması olumlu y6nler taşırken bu haber yarışına dahil olmaktadır. Mekan ve b6te açısından kolaylık sağlarken haberin hızı ve etkileşim haberin okunması yerel nitelikleri geri planda bırakıldığ6ı d6ř6n6lmektedir.

1.3.1 Dijital Pratikler ve Yaşanan Dönüşümler

Yeni iletişim teknolojileri ile haberlerin üretimi, dağıtım ve alınan geri dönüşlerde büyük değişimler yaşanmıştır. Kolaylaşan ve etkileşimi artan habercilik içeriklerin çok unsurlu olması, içeriği üretirken aynı zamanda katılma, yeniden biçimlendirme gibi imkanlarla beraber iletişimi farklı bir noktaya taşımaktadır. Geleneksel iletişim modellerden daha farklı şekilde haberin üretim süreci ve gazetecilik pratiklerinin farklı bir boyut kazanmasını sağlamış okuyucuyu ve kullanıcıyı hedefe almıştır. Dijital ortamların kendine özgü alanları okuyucunun dikkatini çekmiş çok çeşitli ve etkili üretken bir sistemin tüketilme imkanı oluşturulmuştur. Çevrim içi gazeteler haberin internet ortamına taşınmasıyla birlikte değişen pratiklerin haberin yazım sürecinden yayınlanışına kadar farklılık göstermiştir. Haberlerin televizyonlar ya da alışkanlıklara balı gazetelerden okuma sistemini tamamen değiştirmiş telefonlar, tabletlere taşınmıştır. Web siteleri, sosyal medya mecraları haberleri en kısa sürede görseller ile izleyici kitlesine ulaştırmaktadır. Dijital çağa ayak uydurmak dijital teknolojileri takip etmek kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet tüm iletişim araçlarını geride bırakmış ve dijital bir yaşam ortamı olanağı sağlamıştır. Kanalların gazetelerin ya da radyoların dijital sayfaları bulunmaktadır. Yayın akışlarını bilgilerini her an yayınlarak hem etkileşim hem hız kazanmaktadır. Haberın üretimde zengin ortam sunulması ekonomik ve kültürel açıdan değişimleri getirmiştir. Seslerin videoların üzerin oluşan bir dünya sistemi kurulmuş ve bu sayısal pazarda dağıtıma dahil olmuştur. Özellikle yaşanan bu dönüşümlerde anında erişim özelliği ile haber hızlı ulaşma ve anlık yayınlara erişim desteği sağlanmıştır. (Parlak, 2018, 22)

Okuyucuların zevkleri ilgilendikleri haber içeriklerin göre bir algoritma oluşturarak özel haberler bulma ve kitleye yönelik haber oluşturma ortaya çıkmaktadır. Geleneksel medyaya göre haberler daha kısa daha anlaşılır olması ve yorum yapabilme hakkının verilmesi, haberlerin sürekli güncel olması önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu olanakları sağlarken haberi bilmeyen kişilerin yapması, doğrulunu teyit etmemesi hem gazetecinin hem haberin değerini de azaltmaktadır. Magazinsel, manipülatif haberciliğin oluşması net ve yalın haberciliği ortadan kaldırırken tarafsız yayıncılığı geride bırakmaktadır.

Aynı zamanda haberciliğin taraflı bir yöne dönmesi haberin hangi çıkar doğrultusunda sunulduğunun şüphesini uyandırmaktadır. Dijital ortama taşınan haber sürekliliği devam edebilen haberlerde kitleyi kolayla yakalayabilmektedir. Bu durum hem kitle yönetimi hem bilinç altına istenilen mesajın verilmesini kolaylaştırmıştır. Dijital haberlerin diğer boyutu ise haberler kullanılarak yapılan reklamlar olmaktadır. Reklamın hedeflenebildiği ve strateji geliştirebildiği sosyal medya habercilik anlamında da kendini göstermektedir. Pop-up görsellerin kullanımı haberin içeriğinde sayfanın yanında kullanılmaktadır. İdeolojik anlamda ise haberin sansürlenmemesi ve özgür bir alan oluşturması haberi tam anlamıyla öğrenirken aynı zamanda haberlerin çalınması gibi durumları beraberinde getirmektedir. Bu bakış açıları hem reklam hem fikir olarak ortaya koyulmaktadır. Haberlerin sunumundan seçimine kadar kaçınıcı dakikada girmesi dahi haberin ideolojik anlamlarını göstermektedir. Haberlerin bu değişimi haberin dolaşıma girmesi ile birlikte ekonomik, küresel alandaki payı gibi birçok noktayı değiştirmiştir. Reklamların büyük şirketler tarafından kontrol edilmesi, medya gruplarının çeşitlilik sağlarken tekelleşmesi, aktörlerin içerikleri belirlemesi, iş gücünün değişmesi ve serbest alanda çalışma imkanının sunulması, medyanın gücü ile stratejik hamlelerin belirlenmesi, toplumsal eşitsizlikler ve bilgi sorunu gibi pek çok ekonomik ve politik değişimi getirmemektedir. Haberin çok hızlı bir şekilde tüketilmesi sahte haberleri, politik anlamda değişen haberciliğin en büyük silahı olmaktadır. Sürekli haberin hızı reklam alabilme, etkileşim anlamında gerçekleşen rekabet ortamı hem ekonomik hem hitap edilen kitlenin dijital okuryazarlığı konusunda önem taşımaktadır. Yerel gazeteciliğinin, küçük sayfaların önünü açarken aynı zamanda tehditleri oluşturmaktadır. Haberlerin bir ürün olarak karşımıza çıkması haberciliğin bir Pazar ekosistemi üzerinde döndüğünü göstermektedir. Politik görüşlerin her anlamda edilerek teşvik edilmesi gelinen noktada haberciliğin anlamı değiştirmektedir.

Yerel medyada ise internet gazeteciliği sürece uyum sağlamak zorunda kalmaktadır. Yerel kanalların bölgedeki olayları aktararak bölgesel destekle ayakta kalma durumu varken teknolojinin gelmesiyle uyum süreci kaçınılmaz olmaktadır. İnternet hem yerel kültürü hem yerel haberleri küresel boyuta taşıırken aynı zamanda reklam pastasında var olan savaşa dahil olmak zorunda kalmıştır. Ekonomik sorunlarla baş etmeye çalışan yerel medya internet gazeteciliğiyle reklam alanı bulurken bu paydan azını alan medya olmaktadır. Ne kadar kitleye sahip olursa olsun algoritma zerinde yer verilen kısım

sosyal medya mecralarına göre belirlenmektedir. Yerel medya internet gazeteciliği yapmak önemlidir. Halka bilgiyi doğru aktarmak, gelişmeler hakkında bilgilendirmek gibi etkenlerin söz konusu olması yerel halkın sıkı takipte olması popülerlik ve tıklana bilirliliğin önüne geçememiştir. Yerel medyanın izleyiciye haberi hızla ulaştırması aktif katılım, sosyal medyada güçlenmesi gibi olumlu özellikleri beraberinde getirirken bilgi dezenformasyonu ve haberin değeri azaltarak ürün olarak sunması gözlenmektedir. (Özçağlayan, 2014 15)



II.BÖLÜM

YAYINCILIĞIN GELİŞİMİ, YENİ MEDYA VE YEREL YAYINCILIK

II.TÜRKİYE'DE YAYINCILIĞIN GELİŞİMİ

İnsanlık tarihinde haberleşme uzun yıllar boyunca önemini korumakta ve devam etmektedir. İnsanların ne yaptığı nasıl yaşadığı her zaman merak edilmesi ile icat edilen araçlar sayesinde iletişim süreci başlamaktadır. Matbaanın icat edilmesi ile gelişen iletişim basılı metinlerin çoğaltılması daha çok insana ulaşması ve böylece insanların bilgi edinmelerine olanak sağlayarak kendini göstermiştir. Matbaa ile haber verme, yönlendirme, etkileme gibi kavramlar daha etkin bir duruma gelmiştir. Gazetelerin gelişmesinde ve meslek olarak ortaya çıkmasında etkin rol oynamıştır. (Ö. Gönenç, 2007: 95). İnsanların iletişim süreçleri artık sadece birbirlerinin ne yaptığı değil herkesin ne yaptığını bilme duygusuna dönüşerek haber alma ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Haber dediğimiz kavram ise panayırlar, tapınaklar gibi yapılan etkinliklere, olaylara bağlı ilk çağlardan modern çağlara kadar dayanmaktadır. Matbaanın insanların neler yaptığı nasıl sonuçlandığını kâğıt üzerinde sistemsal olarak insanlara ulaştırması haberciliği yani gazeteleri ortaya çıkarmıştır. Dünyada hızla yayılan gazeteler, mektuplar önemli bir sistemin devamı olarak ilerlerken icat edilen diğer teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim süreci hızlanmıştır. Telgraf, telefon, daktilo ve fotoğraf gibi önemli icatlar yapılmıştır. Bütün bu yeni teknolojilerin gazetecilikte kullanılmaya başlanması, gazeteleri bu teknolojileri kullanan bir kitle iletişim aracına dönüştürmektedir. İletişim sürecinin hızla yayılması ise hem kitle iletişim araçlarının hem okuyucu için önemli bir süreç haline gelmektedir. Bu süreç içerisinde dünya yayıncılığını ve yapısını değiştirecek en önemli araçlardan biri radyo icat edilmiştir. Yaşamın önemli bir parçası olan radyo bilime, sanata, dönemin önemli siyasi propagandalarına, halkın haber, müzik gibi ihtiyaçlarına karşı bir kitle iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Radyo haberciliği ve radyo yayıncılığının özellikle 1924-1945 yılları arasında altın çağını yaşadığına dikkat çekmekte ve savaş alanından haber vermesinden ötürü, radyonun ilgi odağı haline gelmiştir. Radyoların savaşlarda etkili olması önemli kitlelere hitap etmesi iletişim sürecini etkilerken Hitlerin ikinci dünya savaşında radyoyu siyasi amaçlarla kullanması önemli bir rol oynamaktadır. (Işık, 2008: 13). Siyasi ve politik süreçlerin yanı sıra eğlence, bilgilendirme içinde

kullanılmıştır. Radyo kendi döneminde çok büyük etkiler bırakırken onu geri bırakacak olan televizyon icat edilmiştir. Televizyonun icadı her açıdan büyük değişimleri beraberinde getirmiştir. Haberlerin, programların amaçları ve yayınlanma stilleri değişmiştir. (Aziz, 1981: 14) Televizyon ile kitlelere yapılan yönlendirmelerle birlikte üreticinin ve tüketicinin farklı bir alanda buluşması, reklamların şekil değiştirmesi ve yeni alanların ortaya çıkması, dönemde yaşanan olayların algısının değişmesinde rol oynamıştır. Tüm dünyayı etkileyen bu süreç aynı zamanda Türkiye’yi de önemli ölçüde etkilemiştir. Türkiye’de ise özel politikalar, askeri darbeler, korsan yayıncılıklar ve tekelleşme süreci içerisinde önemli bir dönem geçirmiştir. Günümüzde televizyon artık internet ile farklı bir boyut atlamıştır. Televizyon haberleri, dizileri gibi içeriklerin kar amaçları, reklamlar ve internete taşınan yayınlık süreçlerinde büyük ölçüde değişime uğramaktadır. Bugün ise yayıncılık anlayışı çeşitli bir yapıya sahip olmaktadır. Özellikle 1990’larda internet ve televizyon alt yapısı ile kanallara ait web siteleri oluşturulmuştur. Sadece haber anlamında değil programlar kişisel içerikler gibi alanlara yayılmaktadır. Artık Çoklu ortamlarda internet değil internete bağlı televizyon, müzik sinema gibi alanlara taşınmaktadır. İnternetin başlı başına yayıncılığı değiştirmesi çevrimiçi durum, kaynak ve kitle yönetimi hızlı ve interaktif fırsatları oluşturmaktadır. Dijital platformalar ile farklı bir boyut kazanıp sansür olmadan dijital ortamlarda özgür alan oluşturmaktadır. Teknolojik yenilikler, dijitalleşme ve küreselleşme ile avantajlar ve etik sorunlar, kültürel değerlerin paylaşımı modern bir yayıncılık anlayışı sunmaktadır.

2.1.2 1980’DEN BUGÜNE YEREL BASIN

1980’li yıllarda Türkiye’nin siyasi, ekonomik dönüşümlerindeki liberal ekonominin devlet tarafından kabul edilmesi ve halk tarafından benimsenmesi ile süreç hız kazanmaktadır. 1980’li yıllarda yayın organlarda holdingleşme, sermaye grupları kendini göstermektedir. Sıkı yönetimin ilan edilmesi ile basın üzerinde önemli ölçüde baskı oluşmuştur. Basın kendi görevinden uzaklaşarak sıkı yönetim tarafından denetlenen bir sürece girmiştir. Sürekli uyarılan basın, halktan uzaklaşmış apolitik bir yaklaşım ortaya koymak zorunda kalmıştır. Düşünce ve ifade özgürlüğünün kısıtlanması, çalışanların güçsüzleşmesi basının ilerlemesinde büyük bir sorun oluşturmıştır. Bu süreçte gazete kağıtlarına uygulanan desteğin ortadan kalkması basını zor durumda bırakırken bu süreçte yerel medya zar zor ayakta kalabilmiştir. 90’lı

yıllarda baskı üzerinde bir adım atmış dönem şartlarında holdingleşmeye başlamıştır ancak tekelleşmenin kendini gösterdiği en yoğun dönemi olmuştur. Bu dönemde tekelleşme eğilimleri neticesinde çoğu gazete ve dergi kapanmış ya da farklı alanlarda sermaye sahibi olan güçlerin basın sektörüne girmesiyle satın alınmışlardır. Bu eğilimlerin sonucunda Türkiye’de basın sektörü iki, üç sermaye grubunun denetimi altına girmiş, basında sendikasızlaşma gibi çabalar ortaya çıkmaktadır. Basın dışında sermayeler kendi alanlarında kamuoyu oluşturma gücüne sahip olmuşlardır. Türkiye Gazeteciler Sendikası’nın çökertilmesiyle devam eden süreçte, basın dışından gelen sermaye grupları kamuoyu oluşturabilecek güce sahip olmuştur (Girgin, 2001: 137). Yerel gazetecilik ise bu dönemde ekonomik, sorunlar, ilan pastası gibi sorunlar uğraşırken, yerel medyanın nasıl ilerlemesi gerektiğine dair önemli eğitim projeleri yapılmaktadır. Yayının devamını sağlamak, ayakta kalabilmek için büyük çabalar verilirken birçok kanal reklam ya da uygulanan politikalardan kaynaklardan kapatılmak zorun kalmıştır. 2000’li yıllarda reklam yapıları güncellenmiş ve geleneksel sistemlerin devamı görülmektedir. Ekonomik krizlerin devamı, sermayelerin gruplarının çöküşü bir yandan okuyucusunu kaybeden ve ayakta kalmaya çalışan yerel medya zorluklar yaşamaya devam etmiştir. Yerel basın çoğunlukla Türkiye’de ulusal basının küçük bir kopyası gibi faaliyet gösterdiğinden, bir zaman sonra ekonomik açıdan güçlü olan yerel gazeteler kendi radyo ve televizyonlarını da açarak, büyüme başlamışlardır. 2000’li yıllara geline süreçte yerel gazeteler teknolojik cihazlara sağladıkları imkanları nitelikli gazeteci çalıştırmak için kullanmamışlardır. Yerel medyada, gazetecilik eğitimi almış, nitelikli muhabirler yerine az ücretle, sigortasız çalışmayı kabul edebilen kişiler gazeteci olarak çalıştırılmaktadırlar. Gazetecilik mesleği ile ilgisi olmayan şahıslarca yürütülen meslek zaman içerisinde itibar kaybetmeye başlamış, nitelikli eleman eksikliği gazetelerin sayfalarında kendisini göstermektedir. Sigorta gibi basit haklar olmadan bilinçsiz bir çalışma sistemi sunmaktadır. (Köseoğlu, 2022, 73) Birçok soruna karşın yeni medyanın ortaya çıkışı ve medyanın boyut değişmesiyle birlikte yerel medya ayakta kalmakta zorlanırken aboneliklere yeni yeni ortaya çıkan sosyal medya platformlarına ve küçük çaplı reklam rekabetlerinde kendini gösterebilmiştir. Bugün ise yerel medya kâr amacı gütmeyen, tarafsız ve doğru bilgilerle yayıncılık yapmayı hedeflemiştir. Yaşana ekonomik sorunların devamı niteliğinde gücü elinde bulundurmaya çalışanlar gibi sorunlarla hala karşı karşıya olmaktadır. Sorunlara karşın

dijitalleşen yerel medya sosyal medya ve mobil tarafından bir bağ oluşturarak sürdürülebilirliğini devam ettirebilmektedir.

II.2 YEREL MEDYA NEDİR?

Basın, denetleme kamuoyu oluşturma gibi işlevlere sahip olan, dördüncü güç olarak bilinen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Basın ve siyaset ilişkisinde farklı niteliklere sahip olup batıda basının gelişimi, burjuvazinin haber alma isteği, Türkiye’de ise bilgi anlamında ele alınan önemli bir kaynak olmaktadır. Yerel medya ise yayınlanan haberler, sorunlar, kent problemleri, kültürel aktiviteler yaşadığın yer, oraya ait olma büyük yerleşim yerlerindeki yalnızlık duygusu, soyutlanma yerel kültüre duyulan ihtiyaç noktasında yerel medya tercih edilmektedir. Kişisel çıkarları bir köşeye bırakıp vatandaş bilgilendirme, kültürel soruları ele alma, günlük haberleri ele alma ve aidiyet oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Kuruluşlara işletme gücü olarak ulusal medyaya göre daha zayıf bir yapıda olarak bilinmektedir. Yapılan faaliyetler, gelen reklamlar istenen düzeyde olmamaktadır. Yerel medya 1970’li yıllarda yerel medya alternatif konumdayken 80’li yıllarda kapatılmak zorunda kalmıştır. 1990’lı yıllarda çok kültürlülük yerelleşme ve küreselleşme vurguları önemli rol oynamaktadır. Dijitalleşme ve medya sektörünün dönüşümü ile yerel medyada paralel olarak dönüşüme uğramıştır. Toplumsal dayanışmanın güçlenmesi ile birlikte hem bağımsız yayıncılık uğraşı hem haber sistemlerinde yerel medya toplumsal eleştirilerin yapılmasında katkıda bulunmuştur. Özellikle 2000 yıllarda dijitalleşme ve teknolojik küreselleşmenin etkileri önemli ölçüde etkilemektedir. Yerel medya hem fırsatlar hem sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Büyük medya şirketlerinin yerelde de yer alması ekonomik baskıları artırırken yerel haklın daha aktif bir konuma gelmesi fikirlere açık olmayı yerel medyanın kültürel alanda küresel sisteme girmesi ve bir pazar konumuna gelmesi ve geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde yerelden ulusala ulaşan yerel medya küre-yerelleşme dediğimiz kavramı da beraberinde getirmektedir. Küreselleşen dünyada kültürel bağları yerelin kimliklerini kullanarak bir etkileşim ortaya çıkarmaktadır. Hem yerel hem küresel sistem ideoloji ve pazar kavramını insan zihninde bir ortak noktaya oturtmaya çalışmaktadır. Yerel medya ise küresel anlamda ideolojiyi, kültürü, sermaye ortamını bulmuştur. Coca cola, mc donals gibi örnekler tüketim kültürü ile yaşamımızda yaygınlaşmaktadır. Kapitalist pazarda yaygınlaşan ticari medya küre-yerelleşme konusunda dikey, yatay, çapraz

tekelleşmelerle rekabet içinde olduğu bilinmektedir. Küre-yerelleşme konusunda CNN örneğini vermek gerekirse dil ve içerik olarak ulusal kalan diğer yandan film, müzik yayın gibi sektörlerde faaliyet göstermektedir. Küreselleşme aynı zamanda yayın eşitsizliklerini beraberinde getirmektedir. Küresel ticari medya ortamında ortaklıklar içerikler yerelleşme ile ilerler ancak bu kapitalist sistemin pazar mantığı ile çeşitli, beğenilen ve tüketicilere hitap ederek olmaktadır. Türkiye ise Küre-yerelleşmeye uyum sağlamaktadır. Doğan medya grubu medya tekellerinin yerelleşmesine rol oynayarak küresel pazara eklenmektedir. Show tv, Star tv, Avrupa ülkelerinde yayımlar ve basımlar çıkarılmıştır. Küresel medya ortamında hâkim tarafın sermaye genişletme yoluyla dikey çapraz yatay tekelleşmelerle küresel medya pazarında rekabet içinde olan gelişmiş ülkeler ulu aşırı ticari devleri olduklarını bilinmektedir. Ulus devlet yurttaşları ortak dil gibi kimlik yaratmada yardımcı olmuş ulusal ticari medyanın ise bunların arasında gücü yetenlerin bu ulusal pazarda hâkim olmaya çalıştığı görülmektedir. Ticari medyanın kar hedefleri ile kendini yerelleştirmesi ve bu yol üzerinde kapitalist pazarda satılan bir meta olması bilinmektedir. Yerel medya alternatif mecralardan beslenmektedir ve yapısal olarak konumlandırılmıştır. Eski dönemdeki insanların ihtiyaçlarına cevap vermede 1800 yıllardan itibaren ekonomik, kültürel gazetelerden başlayarak ele alınmaktadır. Gazetede bu bakımdan seçilen medya olmaktadır. Temelde yerel medyayı diğerlerinden ayıran şey nedir peki? Kitlelerin nasıl yönetileceği ya da etkileneceği durumları yerel kültürlerle özümleyerek kullanabilme ve görünür kılması ayırt edici özellikler arasında karşımıza çıkmaktadır. Yerel medyanın demokrasiye ilişkin beklentisi nedir peki? Algıyı yönlendirmek, güçlü etki alanının oluşturma, erişimle ve çok hızlı şekilde hedef kitleyi ele almak olmaktadır. Ulusal medya ve yerel medya; yaygın medya siyasi ve bürokratlarla yakın ilişkiler içerisinde. Ticari medya ise eğlence ve magazine daha çok yer verirken ulusal ve yaygın olarak adlandırılan medya başkent ve metropollerden haber verdiği için yerel ölçekte medyanın varlığı yaşamsal olmaktadır. Yerel medya sistemlerinin güçlenmesi, üretme ve paylaşım haber dolaşımlarında, ticari medyada yurttaş gazetecilerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Demokrasi, halkın içinden gelen haberler yerel medyada fayda sağlamaktadır. Yurttaş gazeteciliği temel felsefesi demokrasi olmadan bir gazete olamaz. Demokrasi yoksa siz de olamazsınız. (Alexis) Dünyanın pek çok yerinde hâkim medya bir yandan ekonomik bir yandan siyasal çıkar çerçeveleriyle iç içe geçmektedir. Medyada örtüşen çıkarlar

gereği ekonomi kültürel vs. çevrelerin temsili mümkün olmakla beraber tek sesli medya ortamından söz edilmektedir. Medyanın bu güven sorununa çözüm olmaktadır. Bu güven sorunu ile yurttaş gazeteciliği haber tanımı genişlemesi söz konusu olmaktadır. Bu durumun okuyucunun ilgisini artırmaktadır. Haberde dengelilik lehine sonuçlar doğması okuyucunun gazete ile etkileşime girmesini sağlayarak aradaki mesafeyi kaldırmasını sağlamaktadır. Olumlu yönü eskiden olduğu gibi şimdi de geleneksel medyadan bir adım önde ve okuyucuya aynı anda ulaşmaktadır. Kurumsal bir filtresinin olmaması güven problemleri manipülasyonlar ve yazımdaki bağlamlardan kopma gibi olumsuz durumlarda söz konusu olmaktadır. Medyanın egemen sözcü hale gelmesi ile ABD’de bir tepki olarak yurttaş gazeteciliği yerel medya açısından önemli haklara oluşturmaktadır.” 1950 ve 1960 da yayın yapan gazeteler, radyo, televizyon iktidara karşı yurttaşları temsil etmekteydi. Bu gazetecilik yerel medyanın uygulayabileceği bir gazetecilik olarak ortaya çıkmıştır. Temel ilkelere bakınca tüm kaynaklara ulaşılması, ekip çalışması içinde uzun vadeli, haber oluşturmada resmî kurumlar yerine yurttaşlara değinilmesi ve aktif bir rol üstlenmesi görülmektedir. Önemli niteliklerinden biri de militan gazeteciliğine yaklaşmasıdır. Amaca varılincaya kadar haberin takibi ve yayınlama hedefleri vardır. Bu gazetecilik iktidar ve yurttaş arasındaki köprü görevinde olmaktadır. Yerle medya yurttaş gazeteciliğinin en iyi uygulanabilen, temas edilebilen hali olmaktadır. (DURAN,91) Uygulanabilirliği konusunda ise kırılgan bir demokrasi sistemine sahip olmamız konusunda kendine duyulan güvenin yitirilmemiş okuyucu ve dinleyici açısından tercih edilebilir bir hale getirilmiş bir zihniyet ve yayıncılık anlayışına ihtiyacımız vardır.

Yerel medya ise insanlara yer yurt aidiyet sunduğu için yerel sivil medyaya olan ihtiyaç olumsuz anlamda sermaye be ticari anlamda geri de kalsa da insanlar için önemli bir role sahiptir. Bu kuruluşların temsilcisi olduğu kesimlerin kendi kendilerini anlatma imkanı olması yeni söylemlerin ve içeriklerin üretilmesi gerekmektedir.

Yerel medyanı genel özelliklerine sırasıyla bakacak olursak:

- Yerel basın demokrasinin yaygınlaşması ve güçlenmesinde etkili olmaktadır
- Halkın sesi görevindedir.
- Halk ve iktidar arasında bir köprü olmaktadır.

- Halkın bölgesel ve ulusal bilgilenmesini sağlamaktadır.
- Sadece haber değil müzik, belgesel gibi programlarla hem çeşitlilik sağlar hem de vakit geçirme mecrasıdır.
- Hoş vakit geçirmek amacıyla da kullanılabilen bir araçtır.
- Düğün, cenaze ve mağaza açılışı gibi ulusal basında yer almayan haberleri yerel halka sunmaktadır. Halkın haklı olduğu durumlarda hak savunuculuğu görevi de üstlenmektedir.
- Okurla somut canlı ilişkiler kurulmasını sağlamaktadır.
- Haberlere farklı bir gözle bakılmasını sağlamaktadır.
- Toplumsal bir parça olduğumuzun vurgusunu yapmaktadır.
- Önceliklerin saptanmasını sağlamaktadır.
- Yerel sorunları irdeleyerek gerekli adımların atılmasını sağlamaktadır.
- Yeni gazetecilerin yetişmesi için uygun ortam hazırlamaktadır.
- Markalaşma ve haberleşmeye katkı sağlamaktadır.
- Hemşericilik bilincini oluşturmaktadır
- Sivil toplum kültürünü geliştirmektedir.
- Bölgede bireylerin sorunlarını çözmede yardımcı olmak ve olumlu yönde ilişki kurmak kamuoyu oluşturmaya katkı sağlamaktadır.
- Önemli bir yönü de ülkeye malzeme sağlamaktır.
- Kültürel kimliği korumak ve ortaklık duygusu oluşturmaktır.
- Bölgede gelişen olayları yakından takip edebilmektir.
- Ulusal özellik olarak demokrasi anlayışının yerleşmesi destek olmaktadır
- Yapısal olarak yerel basında genel olarak babadan oğula geçen bir yapılanma vardır. Zaman zaman tiraj bazen de siyasi olarak kullanılmaktadır.
- Siyasal anlamda siyasi örgütlenmelerde bir alt yapı oluşturmaktadır.
- Medya yöneticiler siyasi güç konumundadır.
- Lokomotif görevindedir.
- Çok seslilik ve ifade özgürlüğü sağlamaktadır.
- Ekonomik siyasi ve kültürel hayatın gidişine yön vermektedir.
- Sorunları gündeme getirir ve yöneticilere ulaştırmaktadır.
- Yerel ekonomiye yerel tanıtım yaparak destek vermektedir.

- Toplumsal ve sosyal gelişimi sağlamaktadır.
- Yerel siyasetin yapılmasını sağlamaktadır.
- Toplumsal bilincin kazanılmasına destek vermektedir.
- Bölge ve kamu kuruluşlarında bir denetçi görevinde olmaktadır. (Kılıç, 2019,46)
- Objektif, topluma karşı görevleri ve bilgilendirmeleri şekillendirmektedir. (Kılıç, 2019,46)
- Ticari anlamda ürünün satışını artırmak, kalitesini yükseltmek ve okuyucu kitlesini hedef almaktadır.
- Yöresel haberler detaylarına kadar ele almak, düzenlemek ve arşivlemek gibi önemli özellikleri bulunmaktadır.

Yerel basının özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- Adil dengeli ve objektif olması
- Politik, sosyal alanlarda büyük etkileri olması
- Bulunduğu çevrede ortak dili konuşabilmesi
- Tiraj ve kar hedeflerini ikinci plana atması (Kayacan, 1996: 82)

2.2.1 Yerel Basının Sorunları

Yerel basının gelişmesi ve güçlenmesi yerel iletişimin artmasına etkilenmesine ve benimsemesine yardımcı olmaktadır. Gazete okumanın düşük olması, halkın isteklerine yeterince cevap verilmemesi, niteliksiz işçi, teknolojiyi yeterince kullanmamak, eğitim eve çalışana gereken özen verilmemesi yani yerel basının kendine değer vermemesi ile oluşan sorular ele alınmaktadır. Eleman yetersizliği; düşük ücretle çalışan ve kalifiye olamayan elemanların yeterince içerik üretememesi, köşe yazılarının zayıf kalması, kar elde etmeyi bir yana bırakalım ayakta kalma çabası içindedirler.

Gazetecilik yapmak isteyen biri mutlaka belirli bir eğitime tabi tutulması ön görülmektedir. Yetenek ve deneyim farklılıkları kaliteyi doğrudan etkilerken, yetişmiş işgücünün yerel basına yönelik ilgisi gün geçtikçe azalmaktadır. Bu durum, yerel gazete yöneticileri ile mesleğe yeni adım atan eğitimli gazeteciler arasında kavrayış farklılıklarına sebep olmaktadır. Ucuz işgücü arayan gazeteciler iyi

yetiştirilen gazeteciler yerine günü kurtaracak kişilerle ilerlemektedir. Diğer bir sorun ise haberin etiğidir. İletişim araçlarının işleyişleri, reklam ve ilandan, gazetecilerin hak ve sorumlulukları, haber hırsızlığı, ilan pastasından pay alma, naylon kadrolar, propaganda aracı haline dönüşmesi, sahiplik yapısı meslek etiği, sırasıyla ele alınabilecek konulardır. Kurumsal ve ticari ilişkilerin haberden önde tutulduğu bilinmektedir. Diğer önemli konu ise ticari kaygılardır.

- İlgi yetersizliği; Yerel basın devlet ve vatandaş arasında diyalog kurulmasında köprüdür. Ancak artık kişiler değil ticari gelirin daha önde tutulduğunu görülmektedir.
- Aksaklıklar; İçerik ve haberin yetersizliği çeşitsizliği ve devam eden bir kısır döngü haline gelmektedir.
- Naylon kadrolar; Yayınlanan gazetelerin bir bölümünde yazı işleri ya da sahiplerinin soyadları aynı olduğu görülmüştür. Bu durum fiilen gazetecilik yapmadıklarının bilinmektedir.
- Yetersiz alt yapı sorunu; Teknolojik araçların olması gerektiği gibi kullanılmaması ya da kullanılmaması hem içerik hem çalışan için ortaya çıkan genel bir sorun olarak bilinmektedir.
- Resmi ilan pastası; Matbaa alma işini yakalama durumu olmaktadır. Sermayeden yoksun gazeteler içim iyi bir olanaktır. Gazete sayısı artınca resmi ilan pastasına düşen pay küçülür.
- Teknoloji yetersizliği; Haberin izlenmesi üretimi dağıtımı en olumsuz yönde etkileyen durumlardan biridir.
- Yerel basının bir başka önemli sorunu, halkın yeterli seviyede yerel medyaya önem göstermemesi olarak ele alınmaktadır (Ayhan ve Demirsoy, 2005, s. 135)
- Profesyonel kadro ve eğitim eksikliği- editoryal süreç; Eğitimde bu anlamda ciddi bir eksiklik olduğunu görünmektedir.
- Haberin sürecini bilmeyen kişilerin yazım süreçlerini tamamlayamamasından kaynaklanan bir sorun olması yetersizliği göstermektedir.
- Haberin kaynağı sorunu: Kaynağın güvenilir olmaması, belirtilmemesi en önemli sorunlardan bir tanesi olmaktadır.
- Dil ve içeriği kurulmasındaki sorunlar. Dil din mezhep etnik tercihlere olan ayrımcı söylem ne yazık ki karşımıza çıkıyor.

- Irkçılık ve cinsiyetçiliğin ne kadar üstü kapalı bir söylemle karşımıza çıksa dahi altında yatan anlam çözülebilmektedir.
- Güçsüz sermaye yapısı ise; yerel basının en önemli sorunlarından biri güçlü bir sermaye yapısının olmamasıdır. Küçük sermayeler ve güçsüz işletmeler gelişmeye izin vermemektedir. Reklam gelirleri mali destekler, yerel be ekonomik şekillenmelerde gerekli güç olmadığı için yeterince gelişmemektedir. Bunun yanı sıra nitelikli ve tatmin edici içeriklerin üretilmemesi kaçınılmazı zor bir süreçtir. Bunun yanı sıra çok sesliliğin ortaya çıkması umut edilen bir durum haline gelmektedir.
- Yerel basında bir araya gelememe, meslek ortamına sokmamak, meslek etiğine uygun hareket etmemek, kendi sorunları için toplanmamak öne çıkan sorunlardır.
- Çalışanlar açısından konuya bakacak olursak çalışma ortamında çalışanların birbirlerine karşı olan davranışları, ast üst ilişkisindeki durumlar, kişinin bulunduğu ortamda kendini geliştirebilme seviyesi ve tutunabilmesi, fikirlerini içerik olarak etik sınırlar içinde belirtebilmesi çalışma ortamını geliştiren ve devamlılık sağlayan durumdur.
- Çalışanların emeğinin karşılığını maddi olarak alamaması yeterince iyi şartlarda çalışmaması yere geldiğinde sosyal güvencelerinin dahi olmaması basının ilerleyememesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gazetecilerin uğradığı şiddet hakaret içeren sözler maalesef önemini azaltan durumlar arasındadır.
- Başka bir sorun ise Türkiye’de medya uzun vadede bir medya stratejisinin bulunmamasıdır. Ülke hedeflerine aykırı yayınlar ve hiçbir önlem alınmaması sorunları da beraberine getirmektedir.
- Ülke denetçilerinin politikacıların magazinsel olaylarının ön planda olması yine hızlı habere ulaşım ile rating ölçümlerinin bu anlamda reklam pastasındaki yer alma durumunun etkilediğini görmekteyiz.
- Sanat eserlerinin telif haklarının korunamaması yine sağlıklı bir sistemin oluşturulamadığının göstergesidir.
- Yerel medyanın homojen bir yapıya sahip olmaması beslenememesi, korunamaması, donanımların ve iş gücünün olmaması nedeniyle bir türlü istenilen kaliteye ulaşılmamasındaki en önemli faktördür.

- Kaynak sorunu ise; baktığımızda birçok ulusal ve yerel kanal bulunmaktadır. Bu kadar yapılanmaya rağmen hala kaynak yetersizliğinin ve yan kaynaklardan beslenildiğini bilinmektedir.
- Eğitim ise başka bir sorundur. Alt yapı olmadan hazırlıksız bir şekilde ortaya çıkan yerel medya sorunları beraberinde getirmektedir.
- Teknolojik yetersizlik konusunda devlet veya sermaye destek kanalların yanı sıra bu teknolojiye sahip olmayan kanallar arasında bir yayın eşitsizliği oluşturmuştur.
- Medyanın sahiplik yapısındaki diğer bir sorunda medyanın yapısındaki çapraz yapılanmadır. Medya dışı sermayelerin medya sektörüne giriş yapması sahiplik ve önemli bir kontrol durumudur. Kısa ya da uzun vadeli bir kar payına sahip olmak verilecek kararlarsa söz sahibi olabilmek, reklam gelirlerinde elde edilen gelirin sahibi olabilmek önemli rol oynamakla birlikte bazı tehlikelerinde beraberinde getirmiştir. Murdock göre hedef ve faaliyetlerin alanlarını belirlemede dört temel noktayı belirtmektedir. Bunlar politika ve strateji, büyüme ve kara, hisse ve mali durumları ele alırken çapraz yapılanmada ise yöneticilerin nasıl belirleneceğinin kararı ve denetimi söz konusudur (Paşalı 1995: 67).Çapraz medya sahipliğine bakacak olursak medya alanının dışında başka alanlardaki mülkiyet sahipliğidir. Medya kuruluşları farklı alanlarda aynı denetim içerisinde. Medya tekelleşmeye doğru giderken çapraz medya sahipliği de iyice artmaktadır. Medya patronu dediğimiz kavramı da beraberinde getirmiştir. Bu anlamda verilebilecek en doğru örnek Acun Ilıca'dır.

Yerel basının gerekli desteği alması ve kendini geliştirmesi aktif konuma gelmesi bölge açısından yararlı olmaktadır. Hem sorun ve istekler hem yöneticiler, çok seslilik ve özellikle fikirlerin özgürlüğü ve denetim ve eleştiri basının korunması için önemlidir. Tek yönlü bili akışı demokrasiye de zarar verir. Çok sesli basın özelliğini kaybederse halk büyük bir zarar görmektedir. Ekonomik zorluklar, içeriklerin kalitesi gibi ele alınan birçok soruna karşı dijitalleşme ve maddi bağımsızlıklar için adımlar atılarak devam edilmesi sorunlara karşı bir tedbir olabilmektedir.

2.2.1 Yerel Basının Önemi

Yerelleşmenin önemi her alanda farklı şekillerle kendini göstermektedir. Bölgeyi, kişileri, hakları, kişileri, özgürlükleri bir adım daha ileriye götürmekte önemli bir rol oynamaktadır. Mahalli, kamu, halk arasında önemli bir köprüdür. Bilgiler haberler yorumlar ve bunların devamlılığını sağlamaktadır. Toplumsal bağların güçlenmesi toplumu yönlendirmek ve ilgi alanlarına hitap edebilmek, hesap verme yetisi açısından etkilemektedir. Günümüzde gelişen ve değişen teknolojiyle beraber insanlar haberdar olmak için kitle iletişim araçlarına yönelmiştir. Yerel haberler her zaman kişilerin odak noktaları olmaktadır. Ulusal haberlerin yanı sıra insanların kendi yörelerinde neler olduğunu bilme arzusu ortaya çıkmıştır. Yapılan yeni bir çalışma yeni bir mekan gerçekleşen haberler kendi “memleketlisinin” neler yaptığını bilme, özlem giderme ve en önemli aidiyet duygusunun devamını getirebilmek adına önemlidir. Diğer bir önemli bir rolü ise siyasi anlamda yerel seçimlerdir. Yerel seçimlerde halkın nabzını ölçü, eğilim gösterilen tarafı bilme ya da farklı bir noktadan değinirsek haklı manipüle etme görevi görmektedir. Yerel basının içimizden biri gibi hissettirmesi, gören, konuşan, işiten haber veren işlevleri halkın dikkatini çekmede konusunda ve herkese hitap ediyor olması bu enformasyon boşluğunu da bir noktada doldurmaktadır. Bölgedeki kültür, sanat ya da spor gibi faaliyetlerde de önemli bir rol oynamaktadır. Yerel basın, uluslarda olduğu gibi yerelde de yönetimin perde arkasını, başarısızlıkları, aksaklıkları vs. halkın ve kamuoyunun önüne serme imkânına sahip olmaktadır. Etkin bir denetim olduğu takdirde, yönetenler ile yönetilenler arasındaki iletişim daha sağlıklı hale gelecektir (Gürel, 2007, s. 173). Günümüzde yerel basının görünümü ise iletişim özgürlüğü ve sermayeye bağlı olarak ilerlemektedir.

Yerel basında halk bilgi sahibi değilse bilinçli bir haber akışı gerçekleştirilmez. Yerel olarak konular ele alınır ancak politika olarak işlenmez. Yerel basın bu noktada bilgi vermeli ve katılım sağlamaktadır. Ben bu toplumun bir parçasıyım hissini vermesi gereken yerel basın ne yazık ki çoğunlukla taraflı, sermaye sistemlerini farklı sektörlerden alarak bazen yeterli bazen yetersiz eleman kadrosuyla gerçekleştirmektedir. Bu bakımdan özellikle doğru akış doğru kadro ile haber sunumu yapılmalıdır.

II.2.2 Yerel Medya Sorunları İçin Ne Yapılabilir?

Yerel basın teknoloji sorunları, sermaye sorunları, eleman sorunları, satış sorunları gibi birçok konuda ele alınırken bütün bu sorunlara da bazı çözüm önerileri vardır.

- Sayısal sınırlanmalardan uzak durulmalıdır. Gereğinden fazla yerel basın bir bölgede kendini göstermektedir.
- Öze dönüş yapılmalıdır. Nicel ve nitelden uzak, içerik kurumsal olarak sağlıklı aydınlanma zemini oluşturma yapılmalıdır.
- Ortak bir tavırda birleşilmelidir.
- Yeni bir gazetecilik anlayışı benimsenmelidir.
- Kalıplaşmış düşüncelerden ve beklentilerden uzak durulmalı ve yenileşmeye gidilmelidir.
- Nitelikli gazeteciler ile çalıştırılmalıdır.
- Gerçek uzmanlar, eğitim almış kişilerle kültür ve bilgi birikimi olan sağlıklı olan bir yayıncılık anlayışıdır.
- Haberin türü ve içerikleri oluşturulmalıdır. Günün haberini doldurmak için değil nitelikli ve dikkat çeken haberler ele alınmalıdır. Ulusal basınla bir yarış halinde değil de yeri geldiğinde ulusla daha çok yerel konuları ele alarak ilerlemelidir.
- Haberler özenle seçilmelidir ve sunulmalıdır.
- Ulusal basınla rekabete girilmemesi gerekmektedir.
- Basın ticari işletmedir. İlk unsur sermaye yani paradır. İkinci unsur ise teknolojidir. Üçüncü unsur ise iş gücüdür. Son unsur ise üretim ve pazarlamadır.
- Haber kaynakları çoğaltılmalıdır.
- Hedefe ulaşana kadar araştırma yapılmalıdır.
- Haberde dengelilik oluşturulmalıdır.
- Var olanı elinde tutma ve yeni bir kitle oluşturma'nın önemi büyüktür.
- Haberlerin kaynaklarının çoğu valilik, belediyeler ve sanayi odaları yöneticiler oluşturmaktadır. Bundan kaynaklıda seçkin habercilik merkezli bir anlayış getirmelidir.

- Manşet olarak neyin çıkartılması gerektiğinin önemi büyüktür. Dikkat çeken başlıklar kitleyi harekete geçirmelidir.
- Çalışanların çalışma ortamları daha iyi hale getirilmelidir. Ekonomik ve yapılandırma anlamında çalışana destek çıkmak onların iş anlamında kendilerini geliştirmelerine olanak sağlanmalıdır.
- Teknolojik olarak çalışma alanındaki iletişim araçlarının gereken seviye de olması yapılan işin hacmini artırmaktadır.
- Dil konusundaki ayrımcı söylemlerin ele alınması daha iyi nasıl söylemler geliştirilebilir hakkında toplantılar düzenlenebilir.
- Medya stratejileri geliştirilmelidir.
- Ne kadar mümkün olmasa bile yurttaşların ele alındığı bir medya ortamının propaganda haline gelmemesi önemlidir ve bu yöneticilerin elindedir.
- Yerel medyayı yaygınlaştırmamız gerekmektedir.
- Yerel medyayı haberler içerikler sermaye anlamında yine hem çalışanlar hem yönetenler hem izleyenler destek çıkarak ilerletilebilmesi gerekmektedir. Bütün bunlar için haber etiğinin uygulanması gerekmektedir.

Sonuç olarak bütün bu saydığımız özelliklere baktığımızda yayıncılık anlayışının etik sınırlar dahilinde yapılması gerektiğini görmekteyiz. Öncelikle yöneticilerin kendi çıkarlarını ve kar paylarından önce halkın çıkarlarını sorunlarını, beğenilerini ele alıp buna göre haber ya da program içerikleri oluşturmalarıdır. Reklam ve devle desteği bu noktada önemlidir çünkü bu desteği göremeyen yerel basın yayını devam ettirememeye ya da farklı sektörlerden yatırım desteği alarak ayakta kalıyor bu durum ise taraflı yayıncılığa neden olmaktadır. Öte yandan işi bilmeyen eleman çalıştırmak yine bahsettiğimiz haber çalmak ya da kaynağını bilmeden haber sunumu yapılmamalıdır. Yerel medya artık dijital dünyanın içerisinde yer almaktadır. Sosyal medya ve web sitelerinde aktifliği, abonelik sistemleri iş birliklerini ve görsel tasarımlarında özen göstermesi gerekmektedir. Daha etkili biçimler sunarak hem aktifliği hem sistemsel duruşunu ayakta tutmak yerel medyanın kültürünü ve geleneklere olan bağlılığı için önemlidir. Yerel haberlerin ötesinde bir bilgi birikimi, miras koruma ve vazgeçilmez bir unsur olması medya ve haber nitelikleri açısından önem arz etmektedir.

II.3 GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA GEÇİŞ VE GAZETECİLİK EĞİLİMLERİ

Olayların görsel ve işitsel medyayla iletişim ortamına taşınmasıdır. Geleneksel medya iletiyi belirli bir noktadan alıcıya iletmektedir. İlk dönem çalışmalarda kitle iletişim araçlarının kitleleri etkilediği pasifleştirildiği görüşü ele alınmaktaydı. Geleneksel medyada iletişim araçları propaganda gerçekleştirir, medyayı tüketir ve karşılığında yorum yapamaz sadece istenileni almaktadır. Empoze edilen medya içeriği bir bağlantı kurmamızı sağlamaktadır. Temelde yeni medyada geleneksel medyada aynı işlevi yapmaya çalışmaktadır. Profesyonel olarak gazetecilik yapanlar açısından bakıldığında, mesleği yapış biçiminde birçok şeyin değiştiği görülmektedir. Daha önceki dönemlerde gazeteciler haberi yazmak ya da baskıya göndermek gibi benzeri süreçler için bazı mekan ve konumlara bağlı kalmak durumundaydı, ancak günümüzde taşınılabilen teknoloji araçları sayesinde haberleri telefon gibi cihazlardan yazabilmekte ve online olarak istenilen kitleye ulaştırabilmektedir. (Güngör, 2017b: 1189). Teknolojik araçların bu kullanımı küreselleşme ile doğrudan orantılı olmaktadır. Küreselleşen dünyada teknoloji ve haberleşmede değişimler yaşanması ve sınırların ortadan kalkması, dünyanın bir pazar haline gelmesi pek çok aracı ve kanalları etkilemiştir. Televizyon önemli bir kitle iletişim aracıdır ve haber akışı sağlar Yeni medya ise kendi akışında zaman tüketimini ve kitle iletişim araçlarını etkisi altına almıştır. Yeni medya geleneksel medyanın aksine haber akış sürecini değiştirmiştir. Bahsettiğimiz haberin internete taşınma sürecini geliştirmiştir. Geleneksel medya ürettiği mesajı belirli bir kitleye ulaştırırken yeni medya ile birlikte gelişen internet gazeteciliği belirli kitle kavramını bir köşeye bırakmış sınırları kaldırmıştır ve kitlesizleştirmeyi ortaya çıkarmıştır.

İnternetteki aktif katılım yani taze enformasyonu bulmak hem habercilik hem okuyucu tarafından çok talep edilen bit hal almaktadır. Geleneksel medyada bu canlı yayıncılık dışında pek mümkün değildir. Yeni medya, alt yapı itibarıyla geniş ve büyük bir donanım gerektirmeyen, belirli bir mekâna bağlı olmayan, çalışan sayısının oldukça sınırlı olduğu, sahiplik konusunda belirli bir şahsa özgü olmayan, neredeyse bütünüyle özgür, sansüresiz ve sistemli denetimi olmayan bir yapıdadır. Atabek'e göre (2003: 63), İnternet diğer teknolojilerde daha farklı olarak kopyalanması, maliyetinin düşük olması ve yayılmasında değişimler sağlarken ayrı bir sermaye ve alan oluşturmaktadır. İnternet

habercilikte yeni medyanın gelmesi ile birlikte yön değiştirmiştir. Yeni medyanın araçları ve teknolojik olarak sunmuş olduğu imkânlar birey temelli bir iletişim sürecini işaret etmektedir. Bu yeni iletişim ortamında bireyler kendi kimlik, beğeni ya da eleştiri gibi kişisel özelliklerini daha ön planda sergileme imkânına kavuşmuşlardır. Geleneksel medyada artan rekabet koşullarında tecimsel yayın yapan özel yayın kuruluşları bu yeni iletişim ortamına eklemlenerek bu durumu ticari menfaatlerinin aracı haline getirip her türlü içeriği herhangi bir filtrelemeye gerek duymaksızın toplumun bireylerine sunabilmektedirler. Bu teknolojik olanak sayesinde kişi, mesajı iletenin doğrudan hedefi haline gelebilmektedir (Yılmaz, 2020). Sonuç olarak geçmişin tek taraflı ve tek merkezden yayın yapan haberciliğin karşısına internet denen olgu çıkmakta ve gazetecilik, yayıncılığa dair tüm pratikleri değiştirmiştir. Çok fazla enformasyon girişinden kaynaklı tüketici konumundaki birey haber üretin üretici konumuna taşınmaktadır. Günümüzde telefonlar bilgisayarlar sayesinde haberin saniyeler içinde milyonlara ulaşması geleneksel medyayı geride bırakmıştır. Artık haberler yeni medya araçları sayesinde internet gazetecilerinin rağbet gördüğü bir döneme gelmektedir. Türkiye’de dijitalleşmenin artması ve internete dayalı haber takip etme oranı çok yüksektir. Günümüzde geleneksel medyada yer bulamayan birçok düşük bütçelerle internet üzerinden habercilik yapmaya başlamaktadır. Yeni medya tüm sektöre yeniliklerle aktif bir aktör durumuna getirmektedir. Şimdi internete erişimi olan insanlar dünyanın her yerinde habere ulaşma imkanına sahiptir. Yani medya ortamları geleneksel medyadan daha çok olanağa sahiptir. Bu geçişle birlikte gazetecilik sistemlerinin değişime uğraması ve çok yönlü bir yayıncılık sisteminin benimsenmesinde etkin rol oynamıştır. Etik, teknik ve dijital anlamda önemli beceriler kazanmış ve kazanmaya devam etmektedir.

II.4 YENİ MEDYA VE DEĞİŞEN YAYINCILIK SİTEMİ

Gelişen teknoloji, kültür, sosyoloji gibi olguların hepsi yeni medyanın ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. İnternet üzerinden, kitle iletişim araçları üzerinde yapılan işlemler yeni medyanın kendisidir. Teknoloji, ses ve görüntü gibi farklı medyaların bir arada kullanımı yoluyla kullanıcılar tarafından tüketildiği ve her an ulaşılabilir olan içeriğin kullanıcı geri bildirimiyle sürekli değiştiği bir ortamdır. Yeni medyayı Alvin To After toplumsa bir sınıflandırmaya almıştır;

- Tarım toplumu; Üretimin sadece toprak üzerinde olduğu toplum.
- Sanayi toplumu; Telegram, buharlı makine, iş gücü, insan gücü ve sermayeye dayalı toplum.
- Bilgi toplumu; Teknolojik gelişmeler, bilginin gücüne hakim toplum.

Yeni medya iki aracın gelişmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Charles Baboyap'ın analitik makinesi yani bilgisayar ve hesap makinesidir. İlk kez ABD' de nüfus sayımı yapılırken kullanılmıştır. İkincisi ise Dangurre'nin dagorotip dediğimiz cihazdır. İlk hareketli görüntünün sağlandığı araçtır. Yani yeni medya bilgisayarın ve medyanın birleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Bilgisayar ve internet askeri amaçla ortaya çıkmıştır. 1950' de ABD' de bilgisayarlar kurumların elindeydi. (ABD-Rusya soğuk savaşında yenilgi için kitle iletişim araçları kullanılmıştır. Devletin iletişim araçlarını güçlendirmesi) ABD' de rand insan beyni ile bir model oluşturdu. İletişim merkezde değil de birbirinden bağımlıysa iletişim kopmamaktadır. 1969' da askeri amaçla Arpanet kuruldu. Www bağlantısının bulunmasıyla da herkes internete erişebilmiştir. Yeni medyanın yöndeşme özelliğiyle de iyice gelişim devam etti. Lev Menoviwch yeni medyanın beş özelliğinden bahseder;

- Sayısallaştırma; dijitalleştirme olarak adlandırılır. Analog sistemlerin yerine dijital sistemlerin gelmesidir. Ses metin ve görüntünün tek bir alt yapı üzerinden aktarılması, saklanması, toplanıp islenebilmesine denilmektedir.
- Etkileşimlilik; iletişimin iki yönlü olduğuna işaret etmektedir. Kullanıcıları aktif konuma getirilmesidir.
- Yöndeşme; Yeni medyanın sahip olduğu dijital özelliklerin aynı türde özelliğe sahip olan başa platformların benzer özelliklerini karşılayabilme durumunu ifade etmektedir.
- Kullanıcı kaynaklı içerik; Geleneksel kitle iletişim araçlarını kullanabilen kesim az ve profesyonel kişilerdir. Yeni medya ile birlikte teknik bilgiye sahip olmadan içerik üretme ve kullanma sürecidir.
- Hiper metinsellik; Bir metnin diğer metinlerle bağlantısını ifade eder.
- Yayılım; Yeni medyanın sahip olduğu teknolojik özelliklerle bir verinin hızla paylaşımı demektir.

- Sanallık; ses, ışık , görüntü gibi birden fazla ögeyi içeren yapıları bir arada kullanılmasıdır.
- Otomasyon
- Değişkenlik
- Kültürel çevrim içi kod gibi kavramları ele almaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri günlük yaşama taşınmaktadır. İletişim internet ortamı ile birlikte alışkanlıklarımıza bilgilerimize ve hayat biçimimizi etkisi altına almıştır. Haber iletişim teknolojileri kullanılması ile yeniden üretilebilir bir boyut kazanmıştır. Hedef kitlenin denetimi, hız, uyum teyit gibi habercilik etiğini zorlarken insanın haber sürecinde artık sadece dinleyici değil aynı zamanda sürecin bir parçası olmasında rol oynamaktadır. Haberler artık okunan ya da izlenen değil deneyimlenen donanım gerektiren bir noktaya gelmektedir. Deneyimlenen haberler tüketilen kullanıcı odaklı zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde globalleşen dünya sisteminde kendini göstermektedir. Yeni medya yeni bir ekosistemdir. Teknolojiye erişimi olan bireylerin sürekli çevrimiçi olması ve bilgisayarla ortaya çıkan bir süreçtir. Dijital medya kolayca aktarma manipülasyon gibi süreçleri etkilemektedir. Haberlerin üretimi sadece kanallarda kalmayarak tüm iletişim sistemlerine yayılmıştır. Haberler web siteleri ve sosyal medya gibi mecralarda sistemler oluşturularak sunulmaktadır. Online sayfalar oluşturulması ajanslar, haber kaynakları üzerinde alınan haberlerin gerek gazeteciler gerek haber kanalları gerekse gazetecilikle alakası olmayan kişiler online ortamda artık haber içerikleri üretmekte ve sunmaktadır. Haberciliğin geldiği konuma artık yeni medya ile artık erişimin kolay ve hızlı olduğunu bilinmektedir. Her alan gibi yerel medya da kendini yeni medyaya entegre etmiştir. Bölgede yaşanan bir durumu ana habere girmeden önce online sistemler üzerinden kendi okuyucu kitlesine sunmaktadır. Okuma alışkanlığının değiştiği, zamanı kendi belirleyen bir izleyici kitlesi ile yeni medyanın yayıncılık anlayışı avantajları il sorunlarıyla da karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medya tek yönlü iletişime sahip edilgen hedef kitlesi ile radyo, televizyon, gazete olarak tanımlayabileceğimiz bir sistem olarak karşımıza çıkmıştır. Bu araçların birinci dünya savaşında propaganda aracı olarak kullanılmasından, kamuoyu oluşmaya kadar büyük etkisi vardır. Bu araçların en belirgin özelliği algı yönetmek ve durumu bir ürün haline getirebilmektir. Dördüncü güç olarak bilinen medya bu gücü iktidar sahipleri ve sermaye sahiplerinin etkisi ile yürütmektedir. Yeni medya ortamının fiziksel

altyapısındaki ayrıcalıkları ve gazeteciliğin bu farklar ile dönüşen yapısını ele almak adına anında etkileşim, aktif kullanıcı, hiper metinsellik, güncellenebilir içerik, düşük maliyetli yapı ve çoklu ortam gibi özelliklerde haberlerin ayırt edici niteliksel farkları değerlendirilmektedir. (Parlak, 2019) Türkiye’de ise 80’lerden itibaren oluşturulan medyanın dev plazaları kendi göstermiştir ve geleneksel medya sahipleri de bu duruma uyum göstermiştir. Değişimler, devralsmalar yatay ve dikey çerçevede güçlü konuma getirmiştir. Geleneksel medya holdingleşmenin v tekelleşmenin içinde hedeflerinin ilerisine gitmiştir. Bütün bu sistem üzerine internetin gelişmesiyle birlikte alternatif bir medya doğmuştur ve geleneksel medyaya karşı bir rakip konumundadır. İnternetin gazetecilik üzerinde önemli bir etkisi olmuştur. Yayın kuruluşları bilgi aktarmak, web sitelerinin rekabetinde bilgi akışının yolunu açmaktadır. Telefonlar, oyunlar radikal değişimlere sebep olmaktadır. Hedef kitlenin istek ve beklentileri alışkanlıklardan uzak değişimlere açık, hız ve görselliğe dayanan bir yayıncılık benimsenmiştir. Bugüne geldiğimizde kendi terminolojisine sahip, araçları ve kuralları olan bu yeni toplumsal ağ, gerçek günlük yaşam pratiklerinin bir benzeri niteliğinde, sanal dünyanın kapılarını sonuna kadar açmaktadır. Özellikle mobil teknolojilerin gelişmesi ile birlikte internetin akıllı telefonlarda kullanılabilmesi, zamanın ve mekânın sınırlılıklarını ortadan kaldırmakta ve internet kullanımı, ayrıca zaman ayrılması gereken bir etkinlik olmaktan çıkıp gündelik yaşamdan her an geçiş yapabildiğimiz ve yanımızda taşıdığımız sanal bir evrene dönüşmektedir. Alışveriş merkezlerinde kütüphanelerde bankalarda her noktada sanal bir sistem oluşturan internet önemli bir aktör konumunda olmaktadır.) Peki yeni medyada içerik nasıl olmalıdır? Temel beklenti çerçevesinde şekillenmelidir. Tek taraflı ve durağan olmadan ses ve görüntülerle desteklenen, doğru bir yayıncılık ele alınmalıdır. Yeni medya habercilik anlayışını farklı bir boyuta taşıdı ancak değişen yayıncılık anlayışının olumlu olumsuz özelliklerini de beraberinde getirmektedir. Bilgi belge, duygu ve düşüncelerin etkileşimi ve sosyal ağların kullanımı hızla artırmaktadır. Dijital ve mobil dünyanın haberin sanal gerçekliğe yaklaşmasını sağlamıştır. Yeni medya haberlerin hızlı erişilmesi, okuyucuyu ya da izleyiciyi aktif konuma getirmesi birçok avantajı sağlamaktadır. Geleneksel yayıncılıkta ne sunulursa onu alan izleyici yeni medya ile tek yönlü olmayan kendi istediği bilgiyi alan sistem ile tanışmıştır. Televizyon karışığında oturan izleyici kişisel habercilikle belirli ihtiyaçları ve problemleri getirmektedir. Bu durumda özel yaşam, kişisel bilgiler, enformasyonun

sınırsızlaşması ve asparagas haberlerin artışı, yoğun reklam, yanıltıcı bilgilendirmeler, nefret söylemlerinde de artış göstermiştir. İnternet ortamında yaşanan sorunlar İnternet sitelerinin editörleri ziyaretçilerini “okur” değil “tıklayıcı” olarak görmesi söz konusu olmaktadır. Ne olursa olsun siteye trafik çekelim amacıyla okuru haber sitesinde olabildiğince uzun tutmak, oradan oraya dolaştırmak çünkü İnternet üzerinde ziyaretçilerin sadece binde beşi reklamlara tıklamaktadır. Değişen yayıncılık anlayışı haberlerin üretiminde olumlu özellikleri ve değişimleri getirmiştir.

II.4.1 YENİ MEDYA İLE DEĞİŞEN YEREL MEDYA

Her türlü içerik, görüş ve beğenilerin internet üzerinden akarımı artık mümkündür. Yerel medya ise kendi haber içeriklerini yani bölgede yaşanan bir kaza bir deprem ya da olumlu yönde gelişen haberlerini artık online gazetecilik üzerine aktarmaktadır. Yaşanan gelişmeleri takip eden yakından veya uzaktan kişiler için büyük kolaylık sağlanmaktadır. Farklı ülkede yaşayan bir kişinin bölgede yaşanan olayı hızlıca öğrenebilmesi için internet gazeteciliği büyük bir fırsattır. Anında haberdar olma hem izleyicinin hem kanalın prestijini artıracak bir hamle olmaktadır. İnternet gazeteciliğinde tıklanma ve görüntülenme sayısının beraberinde reklam getirmesi de olasıdır. Yerel basının reklam alması kendi kâr amacına ulaşmasını da sağlamaktadır. Yeni medyanın getirdiği dijital ortamlar yerel medya içinde kaçınılmaz bir alan olmuştur. Dijitalleşme ile haberlerin yayılma hızı, güncel ve doğru akışların ele alınmasında yerel medya büyük bir avantaj sağlamıştır.

Yeni medyanın yerel medyaya olumlu yönleri;

- Hızlı ve güncel haber oluşturma
- Maliyetin düşük olması ve yüksek verimlilik
- Kişileştirilmiş içeriklerin oluşması
- Çoklu ortam
- Katılımlı gazetecilik
- Yerel temaların etkisi

Olanakların yanı sıra olumsuzlukları da vardır;

- Dijital medya ortamlarından kaynaklı reklam alınamamaktadır. Bu kuruluşların azalmasına sebep olmaktadır.

- İşini bilmeyen kişilerce haber oluşturulması habere ve kuruluşa olan güvenin sarsılmasına sebep olmaktadır.
- Haberin değeri azaldı.

Sanal gazeteciliği bütün bu kapsamlarda ekonomi ve teknolojinin büyük önemi olduğunu görülmektedir. Bu artırılmış gerçeklikte bizim görme duyma duygularımızın sanal duyguların önüne geçmemi de önemlidir. Haberi en doğru şekilde yorumlayabilmemiz gerekmektedir. Haberde genel değişim ise haber alışkanlığının olduğu geleneksel yapılardan uzaklaşmaya neden olmaktadır. Yeni beklentiler ve yeni kitleler oluşturmaktadır. Habercilik yapıla yorumlarla kendini ürettiği bir anlayış içerisindedir. Bu bağlamda haberi üreten aktörlerde de değişimler söz konusu olmaktadır. Yeni medyanın gelmesi ile yerel medyada büyük ölçüde etkilenmiştir. Ne kadar gazete, televizyon üzerinden yayıncılık anlayışı benimsense de artık herkesin kullandığı cebinde gezdirdiği telefon ve internet tüm yapıyı alt üst etmiştir. Artık tek bir tuşlama ile tüm bilgilere ulaşabildiğin bir yayıncılık anlayışı gelişmiştir. Haber akışının saniyeler içinde halka ulaşması hem büyük avantajlar hem de büyük sorunları beraberinde getirmiştir. Telefonla kaydedilen haberler, akışı bilmeden üretilen haber, asparagas haberler, haberlerde aktif kullanıcı yorumları, tepkiler ve bu tepkilerin oluşumları büyük değişimlere sebep olmuştur.

II.5 İNTERNET GAZETECİLİ NEDİR?

II.5.1 İnternet Gazeteciliği Nasıl ortaya Çıktı?

İnternet gazeteciliğini anlatabilmemiz için öncelikle teknolojiden bahsetmemiz gerekmektedir. Bu kelime tekne ve logos kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. Tekne bir şeylerin üretilmesi anlamına gelirken logos ise mantık anlamına gelmektedir. Logos en önemli anlamı toplumsal bağları işaret etmek ve üretim, toplumsallaşma demektir. Geçmişten günümüze teknolojinin gelişmesi ile her alanda büyük değişiklikler yaşanmıştır. Bu teknoloji ise beraberinde şu an tüm dünyanın seyrini değiştiren interneti de getirmiştir. İnternetin ortaya çıkışını 1898 yılında İsviçre’de Cern şehrinde herkesin ortak kullanması için bir ağ kurulmak istenmiştir ve sayede bir ağ oluşumu ortaya çıkmıştır. 1950’de ağ oluşumu ile ilgili çalışmalar yapılırken bilgisayarın hayatımıza girişi ile bugüne kadar gelecek ve değişimi beraberinde getirecek sistem oluşturuldu. İnternetin doğmasındaki en önemli gelişme ilk somut veri

ağı olan ABD’ de kurulan Arpanet sistemidir. İnternet üzerinde gönderilen ilk mesaj ise Kaliforniya Üniversite’sinde bulunan bir profesörün bilgisayarına gönderilmiştir. 1960’lı yıllarda geldiğimizde ise ARPANET sisteminin daha da hızlı bir şekilde geliştirilmesine karar verilmiştir. Sistem daha hızlı ve güvenilir olan bir veri ağına dönüştürülmüştür. Ağ paylaşımı ile birlikte iki bilgisayar arasına veri aktarılmıştır. Daha sonra bu ağlar sistem üzerinden hızlı bir veri aktarımı yapılan sistem haline getirilmiştir. Bu şekilde 1989 yılında günümüzdeki internet ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise internet hale gelişen ve kullanılan bir sistem olmaktadır. Ticaret ve dünyada eğlence eğitim gibi alanlarda gelişmeye devam edecek iletişim aracı olmaktadır. (Shankleman, 2000, 36) İnternet bireyi özgürleştiren, ona kendini geliştirme olanakları sunan, geniş kitlelerin kolayca sosyal ağlar oluşturabildiği bir ortamdır. Katılımcılık, saydamlık ve yönetişimin öne çıktığı, demokrasiyi geliştiren yeni bir paradigmayı temsil etmektedir. İnternet ve bilişim teknolojileri, sanayi devriminden bugün tüm boyutlarına kadar büyük gelişmeleri temsil etmekte çalışma, üretim, iş gibi alanlarda geniş kitlelere ulaşarak ortak yapılara destek olmaktadır.. (Korkmaz, 2011, 7) İnternet aynı zamanda birleşik bir medyumdur. İnternet bütün iletişim teknolojilerini içinde barındıran bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da yeni bir medya dilini ortaya çıkarmıştır. İnternet senkron ve asenkronudur. Ve en önemli özelliklerinde biri de sahiplik yapısını ortadan kaldırmaktadır. İnternetin değil cihazların sahipleri ele alınmaktadır. İnternetin RTÜK müdahalesi vardır ama genel bir denetim gücü olmamaktadır. Politik ve sosyolojik sorunları da beraberinde getirmektedir. İnternet çok büyük bir güçtür eve sahibinin olmaması sorundur ama kimin elinde nasıl yönetildiği önemli bir noktadır. Bütün kitle iletişim araçları gibi internette yeri geldiği zaman bir propaganda aracı olmaktadır. Bir olay ya da oluşturmak istenen bir gündem için çok büyük bir etki alanıdır. Saniyeler içinde birçok kişinin sahip olacağı bilgi beraberinde büyük toplumsal olaylara, ayaklanmalara ya da birleşmelere sebep olabilmektedir. İnternet denetlenmesi güç bir mecradır. Saniyeler içinde birçok bilgi yayılımı olabilir ancak son zamanlarda internetin gereğinden fazla noktalarda tehlikeleri boyutlara ulaşması bazı denetimleri de beraberinde getirmiştir. İnternet gazeteciliğinde içerik bakımından bugün geleneksel medya olarak kabul edilen radyo, televizyon ve gazetelerde medya içeriğini ve içeriğin sunum sırasını o yayın organının yöneticileri belirlemektedir. Örneğin; gazetelerde genel yayın yönetmeninin önemli bulduğu

haberler, manşette yer alırken, diğer haberler ise önemliden önemsizye doğru sıralanmaktadır. Hâlbuki yeni medya ortamında içeriğin büyük bir kısmı kullanıcılar tarafından oluşturulur. Çevrimiçi ortamda, herkes hem bir içerik sağlayıcısı hem de yeni medyanın bir kullanıcısıdır. Birçok bireyin içerik üreticisi olma imkânı verirken olumsuzları göstermektedir. (Korkmaz, 2011, 12)

Tam anlamıyla bir müdahale yapılamamaktadır. İnternetin genel özelliklerine kısaca bakacak olursak;

- Ucuzlayan bir teknolojidir.
- Sansür edilmesi zordur.
- Birleşik bir medyadır.
- Farklı alanlarda kendini gösterir ve kullanabilmektedir.
- Erişimi kolaydır ve hızlıdır.
- Sahiplik konumu ortadan kaldırmaktadır.
- Alternatif olanaklar sağlamaktadır.
- Haber ve fotoğrafların iletimi
- Bir bilgi kaynağı olması

İnternetin olumsuz yönleri ise

- Bağımlılık yaratma riski olmaktadır.
- Sosyalleşme soruları oluşturur.
- Fiziki ve Psikolojik sağlık sorunları oluşturur.
- Aile içi sorunlar sebep olmaktadır.
- Zamanın boşa harcanmasına sebep olmaktadır.

Gazetecilik çalışmalarına ise ana akım iletişim ortamında profesyonel pratikler kullanılmamaktadır. Medya pratiklerine bakıldığı zaman medyada bireyler daha aktif olmaktadır. Radikal gazetecilik girişimleri aracılığıyla yerel deneyimleri ele alıp küresel medyaya taşımak asıl hedeftir. Maliyet ve dolaşım ağlarını genişletebilmemiz yeni fikirlere olan alanların açılması insanların fikirlerini ulaştırılabilmesi önemli bir medya girişimidir. Alternatif gazetecilik uygulamalarında katılımcı bir medya kurulması gerekmektedir. Bu anlamda ana akım medyada var olan sorunların aşılması, eşitlikçi bir

haber dilinin oluşması gibi durumlar ele alınmalıdır. Alternatif kamusallık bakımından yeni medya ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi yeni medyanın yaygınlaşması teknoloji merkezli bir yaşamı da beraberinde getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri insanların sosyal yaşamlarında toplumsal ilişkiler enformasyon kaynakları kamusal alanda etkili olmuştur. 90 'lı yıllarda enformasyon toplumu kavramının hayatımıza girmesiyle beraber bilgisayar ve telekomünikasyonla karşı karşıya geldik. İnternet demokrasi alanında da iyimser bir yaklaşımda bulunmuştur. Demokratikleşme yeni teknolojide yerel medya yer bulamadığı ve söz sahibi olamadığı için sorunlar ortaya çıkmıştır. Yine yeni medyanın en çarpıcı özelliklerinden biri kullanıcıların içerik ve uygulamalarda farklı zaman dilimlerinde ulaşabilmesidir. Bu kavram zamansal bir yeniliğin ötesini anlatır ve melez bir yapıda olmaktadır. İletişim aracı olma işlevine iletişimin ucuzlaması hızlandırma gibi birçok çevrimiçi alanlarda kendini göstermektedir. Rheingold, internetin kamusal alan olmasını savunmaktadır. Yüz yüze iletişimin internet ortamına taşınmasında vurgu yapmaktadır. Habermas'ın kamusal alan kavramının elektronik ortamına taşınması gerektiğini savunur. Okuyucunun etkileşimi ve katılımcılığı açısından ele alınmaktadır Online gazetelerin kullanılmasıdır. Habere 7/24 ulaşılabilmesi sürekli güncellenmesi, saklanabilmesi ve ses ve grafiklerle desteklenebilmesi ve bu anlamda okuyucuların yorum yapabilmesi bu imkanları karşılamamaktadır. Etkileşim ve kullanıcıların geri bildirimleri katılımcı medya olarak önem kazanmaktadır. Üyelik sistemleri fotoğraflar puanlama, oylama, Twitter vs. pop-up gibi versiyonların ortaya çıkması önemli yönden etkilemiştir. Ana akım medya birtakım ideolojileri aktarmaya çalışan ve okuyuculara ve muhaliflere yer vermeyen medya yapısı yerine izleyicinin aktifliğini ele alan bir sistem geliştirmektedir.

Yeni iletişim ve teknolojilerinde yöndeşme öncelikle bu kavram iletişim şebekelerinin taşınması ile iletişim teknolojilerinin bir araya gelmesini ifade etmektedir. (Altunay, D. 2011) Bu kavramın bize getirdikleri metin ses, video, grafik fotoğraf gibi iletişim öğelerinin mecralarda ulusal sınırı aşarak yayılım göstermesidir. Telekomünikasyon amaçlı yayıncılık bilgi işlemle bir araya gelmesi sonucu yöndeşmeyi oluşturmuştur. Cep telefonları ile başlayan iletişim radyo televizyon telekomünikasyonla beraber tüm işlevlerini küçük bir araçta topladı. Yeni iletişim teknolojisindeki bu gelişmelerle haberleri bize sunarken medyayı da büyük bir şekilde değişikliğe uğratmıştır. Bilgiyi toplama konusunda internet büyük olanaklar sağlamıştır. Raporlar metinler ve içerikler

web ortamı sayesinde kolaylıkla ulaşım sağlanabilmektedir. E-postalar, haber grupları, sesler ve görüntüler aktarılması ve saklanması konusunda olanaklar sağlamaktadır. Üretim ve yapım aşamasında ise bilgisayarların kapasitelerinin artması medya üretimini olumlu yönde önemli derecede etkilemiştir. Videolar, kameralar, kurgular hepsi belirli bir süreçten geçtikten sonra işlenip haber haline dönüştürülür. Dağıtım ve yayın aşamasında ise ürünün yayın noktalarına ulaştırılması internetin önemli alternatifleri olmaktadır. Yerel medya açısından ise sayısallaştırma görsel kullanımları hızlı kaynakların kullanılması otomasyon olarak gerçekleştirmektedir. İnternetin yaygın kullanımı hem üretilen içerik konusunda hem reklam konusunda imkân vermektedir. Sonuç olarak yerel medya kuruluşlarında iletişim teknolojileri oldukça olanak sağlar. Uygulanması ve hedef kitlenin bağlayıcı bir kriter olduğu unutulmamalıdır. İnternetin niteliği ve kullanılmasından yararlanması gereken yerel medya için yapılan BİA projesinin öneminin vurgulanması gerekmektedir. İnternet teknolojisi tabi ki gazeteciliği de değiştirmiştir. Verilerin dijital ortama aktarılması pek çok avantajı da beraberinde getirdi. Bilgileri ararken ve analiz ederken dijital ortamda bilginin bulunabilmesi işlemlerin haberlerinin sunumlarını çok daha kolay hale getirmektedir.

İnternetin gazete ortamına taşınması demek hızlı habercilik demektir. Artık bir haberin muhabire, ajansa, kanala ulaşması çok daha hızlanmaktadır. Bir haberin ulaşmasından yazım süreci ve yayınlanmasına kadar çok hızlı ilerlemektedir. Bazen birkaç görüntü bazen birkaç ses ile birçok kişiye ulaşılabilir. Haber ve fotoğraflar ulaştırmanın en ucuz ve hızlı yoludur. Bir bilgi kaynağı olarak geniş bir perspektifte veri tabanına ulaşma imkanı sağlamaktadır. Haberleşme bakımından sadece içerik değil ad ortaya çıkarma konusunda da kullanılmaktadır. İzleyicilerin hem gazetecilerin kendi fikirlerini beyan ettiği açık bir alandır. İnternet gazetelerindeki haber farklılıklarına bakacak olursak etkileşimdir. Güncel bir gelişme yaşandığı zaman bilgiyi birçok internete haberinde çok çeşitli detaylarla öğrenebilmekteyiz. İnternet gazeteciliği gazeteciliğin çeşitli yöntemlerini kullanarak inşaları internet aracılığıyla bilgilendirmektedir. Hem geleneksel anlamda hem de yeni boyutlar anlamında yenilikler katmaktadır. Enformasyonu yeniden üretmenin yanında bir de yeniden üretmiştir. İnternet gazeteciliği vazgeçilmez bir öneme sahiptir.

Wendland'a göre gazeteciler internet hakkında bu beş önemli bilgiye sahip olmalıdır;

1. İnternet aletleri içeren bir çantadır. E postalar, haberler
2. İnternet değişim içerisindedir.
3. İnternet her zaman ve her yerdedir.
4. İnternet bağımlılık yapar.

Sonuç olarak internet gazeteciliği internetin sunduğu imkanlar paralelinde yeni bir haber mecrası olarak bizim karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel gazetecilik anlayışına karışın çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Zaman ve mekân kısıtının olmadan interneti olan herkesin ulaşabileceği bir haber anlayışı oluşturmaktadır. Pratik bir şekilde bilgi alma ve paylaşma yolunu öğretmiştir. Haberin içerik sınıflandırmasını yapacak kadar çeşitlendirme sağlamaktadır. Bütün bu özelliklere karşın rekabet ve zaman yarışını başlatmıştır. Denetlenmeden yanıltıcı haberlerin sunumu güveni azaltmaktadır. Haber ve reklam ayrımı olmadan zorbalığın arttığı bir yayıncılık benimsenmiştir. Medya araçlarının daha zenginleşmesi ile gazeteciliğin ve haber dinamiklerinin küresel bir kitleye hitap ederek erişilen, tercih edilen bir hale gelmiştir.

II.5.2 Yerelde İnternet Gazeteciliği

Geleneksel gazetecilik pratikleri dijital olarak yayıncılığın başlaması ile büyük bir değişime uğramıştır. Artık haberin üretim süreci farklı yöntemlerle ile sürdürülüyor. Bu yöntemler dijital ortama yani telefonlara bilgisayarlara aktarılmaktadır ve içerik sunumları bu dijital ortamlar içinde yapılmaktadır. İzleyiciler ve okuyucular haberleri çoklu medya ortamlarından takip etmektedir. Yeni medya ortamları yerel medyanın da internet ortamına evrilmesine sebep olmuştur. Batığımızda yerel basın sadece bölge odaklı haber üreten bir mecra değildir. Topluma katılımcılığı ve paylaşımcılığı, kent bilinci, ortak bir kültür oluşturma konusunda önemli bir rolü vardır. Yine içinde bulunduğumuz dijital çağa bakmamız gerekirse zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalktığı insanların toplumsal yaşam pratiklerinde vazgeçilmez olan internet artık insanları bağlayan bir bağ bir mecra görevindedir. İnternet üzerinde bir yayıncılık anlayışı başlamıştır. Bu yayıncılık anlayışı artık insanlara enformasyonu aktarma sürecine devam etmiştir. 2000’li yıllara telefonlar sayesinde bu süreç hızlanmaya başlamıştır. Bilgiye ulaşma ve yayma konusunda sağlanan olanaklar bu yeni mecraın gazetecilik içinde önemini yaygınlaştırmıştır. İnsanların bilgi edinme ihtiyacını karşılayan gazeteler yeni bir

boyut kazanmıştır. Toplumsal, ekonomik, siyaset, kültürel anlamda bu süreç küreselleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Artık küreselleşmeyle beraber üretilen içeriklerin sunumlarında yeni bir deneyim ortaya koymaktadır. Yoğun rekabet ortamında yeni teknolojilerin kullanılması ve gazetecilik pratiklerinin uygulanması zorunlu hale gelmiştir. Tabi bu süreç gazeteciliğin internet ortamına taşınmasıyla beraber belirli etik sorunları da beraberinde getirmiştir. İnternetin dinamik bir yapıda olma durumu ise online ortamda akıcılık ve hızlı yapısıyla gerçek yaşamda iyi şekilde temsil edebilmesidir. Haber ortamında internet gazeteciliğinin avantajları;

- Haber hızlı ve günceldir.
- Okuyucu istediği zaman dilimde ulaşabilir.
- Farklı içerikler bulunabilir.
- Habercilik anlamında her olanağın bulunabilmesini kolaylaştırmaktadır.
- Dünyanın her yerinde habercilik yapılabilmesi

Tüm sistemin etkilendiği ve değiştiği yayıncılıkta yerel basında önemli ölçüde etkilenebilir. İnteraktif bir ortam sunarak evrensel bir değer kazanmıştır. Yerel haberler küresel boyuta ulaşmıştır. Yerel medya bölgenin kültürünü temsil etmektedir. Yerel medya ulusal veya küresel yayıncılığa göre kısıtlı maliyete sahiptir. Bölgede bir durum yaşandığında yerel basınından habere ulaşmak oldukça kolaydır. Yerel medya içeriklerini internet üzerine aktarmasıyla önemli bir adım atmıştır, haberlerin daha çok okura ya da izleyici ulaşmasını sağlamıştır. Yerel medya da ulaşılabilen küresel ölçekte dolaşıma girebilen bir hal almıştır. Bu süreçte haberin kaynağının yanlış olmasını, dezenformasyon ve dijital manipölasyonların odağı haline de gelmiştir. Yerel medyada küresel ölçekte olmasa da sıcak bir şekilde yayınlamak istemektedir. Tıklanma, izlenme oranlarının üstün olmasını ister. Reklam pastasında bütün bu durumların etkisi olduğunu biliyoruz. İnternet gazeteciliğinin başlaması ile yakaladığı ivme hem basın sektörünü hem okuyucuyu artırmakta ve değiştirmektedir. Sektör hem şans hem tehdit olarak görülürken genişlemesi bu koruları beraberinde bırakmıştır. (Öztermiyeci, 2017, 189) İnternet haberlerinin sunumlarında haberin uzunluğu için ve sayfa sayısında bir sorun ya da kısıtlama yoktur. İnternet sansür edilmesi zor bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyanın tekelleşmesi ile sansürlenmiş ve içeriksiz, medya patronlarının çıkarları çerçevesinde yayın yapmayan ve engellenemeyen bir iletişim aracı olmaktadır. Bunların yanı sıra serbest gazeteciler internet ortamında daha rahat yayın ve habercilik

yapmaktadırlar. Normal gazetelerdeki kanunlar ve yapılar sebebiyle ulaştıramadıkları bilgileri sanal gazeteler yoluyla ulaştırabilmektedirler. (*Öztermiyeci, 2017, 181*) Bir kanalda ya da gazete içeriğinde yayınlanamazken internette sansürsüzce haber içeriği olarak sunulabilir. Yerel medya sınırlı kaynaklar üzerinde çalıştığı için internet gazeteciliği büyük avantajdır. Maliyetinin ve alt yapının az olduğu bir sistemdir. Yerel medyada dünyanın bir ucunda dahi olursa internet gazeteciliğinin sınırları ortadan kaldırmasıyla birlikte er yere ulaşması sağlanmıştır. İnternet haber ajansları ve yayın kuruluşları dışında kişisel ve yerel yayıncılık alanında da olmaktadır. Tekelin önlendiği, fırsat eşitliklerinin doğduğu bir alan olmaktadır. Medyanın çık büyük bir güç olması sanal imkanlarla beraber ekonomik şartları kolaylaştırmaktadır.

İnternet gazeteciliğinin önemli olanakları internetin özelliklerine dayanmaktadır. İnternet iletişim gazetecilik habercilik gibi birçok mecrada bütünsel olarak imkanlar sunar. Yerel basında bu olanaklardan faydalanmaktadır. Yakınlık ve zamanlılık kavramında izleyicinin habere hemen ulaşması tatminlik duygusu ve aidiyet hissini verebilmektedir. Yerel gazetelerde kendi yörelerinde yaşanan gelişmeler sorunları, yerel kültürleri ulaştırma imkânı sağlarken mevcut sınırları ortadan kaldırması erişim olanağını artırmaktadır. Gerek yut içi gerek yırt dışında hemşerilik anlayışını bitirmemektedir. (*Gürçan 2002: 114*). 7/24 saat erişime açık olan internet yerel basın için dünyaya açılan bir penceredir. Yerel haber portallarına ve sitelerine ulaşmak uzakların yakın olmasına denk getirecek bir yayıncılık anlayışıdır. Diğer bir bakış açısından incelersek bir bölgedeki haberi özel haber olarak yerel basında sunmak yine izleyici ve kurum açısından büyük bir olanak sağlamaktadır. Hem etkileşim hem izlenme konusunda önemli bir faaliyet taşımaktadır. Ayrıca ajanslar içinde önemli bir mecradır yerel medya çünkü bazı yerel haberler ulusal ölçeğe taşınabilmektedir. Anında gelen bir haberin çekimi ya da içeriğini kendi araştırmadan yapıp sunduğu zaman bölgedeki halkı ani bir ayaklanmaya sürükleyebilir ya da endişelendirebilir. Bir haber içeriğinin kaynak belirtilmeden sunulması kaynağa karşı yapılan bir emek hırsızlığı olmaktadır. Bu tarz durumlar bölge halkının güvenin sarsılmasına sebep olmaktadır. Yerel medyanın siyasetin bir parçası olması maalesef olumsuz bir nitelik taşımaktadır. Haberleri ister yerel ister ulusal anlamda tarafsız bir şekilde sunulmalıdır. Özellikle yerel seçim dönemlerinde sıkça karşılaştığımız yerel basın kanallarının belirli bir tarafa yönelik haber içeriklerini oluşturmasıdır. Ancak yerel basının yine ayakta durabilmesi

için bu yola başvurduğunu anlaşılmaktadır. Yine de yerel medyanın küreselleşmesinden bölgedeki kalkın bilinçlenmesine kadar önemli bir süreç vardır ve yine yerle medyayı ayakta tutacak olan yerle halk için üretebilmektir.

İNTERNET GAZETECİLİğİNİN SORUNLARI

- Dijital gözetim
- İçerik kaynaklarının belirtilmemesi
- Özel yaşama saygı duyulmaması
- Nefret ve ayrımcı dil
- Veri madenciliği
- Enformasyonun artışı ve belirsizliği
- Yanıltıcı başlıklar yalan maņřetler
- Reklam içeriklerindeki artışlar
- Veri güvenliğinin olmaması
- Telif sorunları
- Zaman ve rekabet ortamındaki gerilimler
- Hataların ve alan haberlerin artması
- Editoryal yetersizlikler
- Bilgi kirliliği ve siber zorbalık
- Gazetecilere olan güvenin sarsılması
- Profesyonel konumun zayıflaması
- Anonimleşme
- Nesil farklılıkları

Dijitalleşme pratikleri iler birlikte hızlı veri aktarımı, zaman ve rekabet baskısının artması, hataların hızla artması ve telif sorunları gibi birçok alanda gelen yayıncılık sorunları ortaya çıkmıştır. Haber güvenilirliğinin ortadan kalması gibi etik sorunların ortaya çıkması, tüketicinin artık bir meta olması ve haber reklam arasında bir bulanıklaşma söz konusu olmaktadır. Alakasız link ve görsel kullanımı, siber zorbalıklar dijital gözetim gibi konular ortaya çıkmaktadır. Gerçek gazetecilerin ise teknolojik alanlardaki yetersizliği bu alanlarda bilmeyen kişilerin habercilik yapmasına sebep olmaktadır. Güvenlik ve doğruluk en önemlisi de hız rekabetinde mücadele eden yerel

internet gazeteciliği bu alanlara teşvik etmede büyük önem taşımaktadır. Yerel içeriklerin azalması ve alt yapı sorunu okuyucu kitlesini etkilemektedir. Halkın katılımı ile kaliteli içerik üretilmesi gerekmektedir. İnternet gazeteciliğinin diğer bir sınırlılığı ise üretim ve sunum biçimlerinde tüketim kalıplarında oluşan eşitsizlikler iş yapma biçimini etkilemiştir. Etkin pazarlama ve devamlılığın sağlanması hem iyimser hem kötümser bir yaklaşım sergilemektedir. (Aydoğan, 2013, 21) İnternet gazeteciliği yerel pratikleri kullanırken aynı zamanda medyan okumaktadır. Yayınlar ve haberlerde hesap verme ve kabul ettirme amaçlarında ilerlemektedir. Mesleğin gidişatı ve taşıdığı özellikler gereği imkanları ve sorunları getirmektedir. (Özsoy, 2022, 29) Diğer bir sorun ise nefret söylemlerinin artmasıdır. Merak, kaygı gibi duygulara sahip olmamız yaşanan olaylara verdiğimiz tepkileri de belirlemektedir. Yerel ve ulusal medyada dijital teknolojinin gelmesi ile okuyucuların yorumları nefret söylemleri haber sitelerinde bulunmaktadır. İnternet haber sitelerinde yüzlerce haber bulunmaktadır. Haberlerin kaynaklarının doğrulanmaması birçok şüpheyi beraberinde getirmektedir. İnternet haber yayın grupları ise medya sahiplerinin gücünü farkındadır. İnternet gazeteciliği ile birlikte yeni medya uygulamalarında yakaladıkları güçleri birleştirerek bir egemenlik oluşturmaktadırlar. (Coşar, 2017, 119)

II.5.3 YEREL MEDYA VE İNTERNET GAZETECİLİĞİ İÇİN NELER YAPILABİLİR?

- 1.Yerel medyanın daha sağlam bir yapıda olabilmesi için mesleği gazetecilik olmayan kişilerin yasal yollarla uzak tutulmasıdır.
- 2.Yerel bütün içeriklerin ortak bir sistem üzerinde birleşmesi gerekmektedir.
- 3.Okur tarafından talep edilen ilgi gören bir yapıda olması gerekir, etkileşimi okuyucusu ya da sayfa görüntülenmesinin fazla olması olumlu sonuçlar doğurmaktadır.
- 4.Yukarıda da belirttiğim gibi sorunlarCoı ya da faaliyetleri siyasi odaklara güvenerek çözmekten kaçınılmalıdır.
- 5.Devlet ise desteğini gerçekten bu işe yapan gazeteciler sağlamalıdır.
- 6.Ajans ve siyaset içerikli haberler daha az tutulmalıdır.
- 7.İnternet üzerindeki haberlerin doğruluğuna önem verilmelidir.
- 8.Eğer sosyal medya hesapları varsa internet haberlerinin paylaşımları yapılmalıdır.

9.İnternet gazeteciliğinde çevrim içi tüm olanaklar kullanılmalıdır.

10.İnternet gazeteciliğinde gereken teknolojiye sahip olmalıdır.

11.Uzun metinlerden kaçınılmalıdır.

12.Özel haber içerikleri oluşturulmalıdır.

Yerel medya için yapılması gereken en önemli şey ilk olarak devlet ve reklam desteğidir. Bunun önemi yine kısa bir şekilde bahsetmiş olsak dahi destek göremeyen yerle medya, destek veren tarafın yanında ve bu anlayışta reklam ve haber üretmektedir. Bu da toplumu bilgilendirme de bir bilinç yönetimidir. Yerel seçimlerde taraflı haberler izleyicinin okuyucunun ya da yerel bir internet gazetesinin içeriğinde insanların düşüncelerini değiştirme, etkileme anlamında büyük bir sorundur. Bu bağlamda tarafsız yayınlama yapılmalıdır. İnternet gazeteciliğinde haberlerin doğruluğuna bakılmalıdır. Eleman kadrosunu bu işin ehli kişiler tarafından yapılırsa daha doğru ve güvenilir haberin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yerel haberlerin güvenilir olması internet gazetesinin daha çok okunması ve ziyaret edilmesini sağlamaktadır. Olanaklar dışında yayıncılık anlamında tehdit unsurları barındıran internet gazeteciliği dijital manipülasyonlar ve haber paylaşımlarına dikkat edilerek topluma güven sağlayan bir yayıncılık anlayışı benimsemesi gerekmektedir.

II.5.4 İnternet Gazeteciliğinin Geleceği hakkında

İnternet gazeteciliği birçok olanak sağlamaktadır. Medya içerikleri, haberler, günlük yaşantımızın bir parçası olan internet haberciliği sanal ortama taşınması ile haber pratikleri değişmiştir. Haber yazım sürecinde ise kolay tüketilen şeyler sunmaktadır. Hızlı habercilik öne planda olması ve uzun cümleler yerine kısa ve akıcı kelimeler seçilmesini tercih etmektedir. İnternet gazeteciliğiyle beraber okurunda var olan konumundaki değişiklik gözle görünür haldedir. Okur artık sadece okuyan değil eleştiren ve yorumlayanlar olmaktadır. İnternet gazeteciliğinde okurun rol değişmesiyle birlikte artık okura göre gündem belirleme ya da gündemin konusunu okura daha dikkat çekecek şekilde sunulmaya başlamıştır. Bu anlamda bu eşik bekçileri dediğimiz kişilere kalmıştır. Yapılan iş ise haberin gazeteye girip girmeyeceğini belirlemektir. İnternet gazeteciliğinin geleceği hakkında Murat Karaduman'ın makalesinde verdiği iki örnek incelenirse geleneksel ve internet gazeteciliğini ele aldığı ilk örnek 1963'te ABD başkanı

John Kennedy öldürülmesinde bütün dünya radyo sayesinde bilgilendirilmiştir. İkinci örnek ise 11 Eylül 2001 de Dünya Ticaret Merkezi ilk uçağın çarpmasından on beş dakika sonra ikinci uçak saldırısı gerçekleşti. Bu büyük olay televizyonda olduğu kadar görüntülere saniyeler içinde internette de ulaşılmıştır. Varmamız gereken sonuç ise artık iletişim araçları sayesinde anında her gelişmeden haberdar olabilmemizdir. Habercilik anlamında büyük avantajlar sağlayan internet gazeteciliğinin geleceğinde büyük değişimler beklenmektedir. Online gazetecilik ise insanlık habercilik anlamında önemli adımlar atmıştır. Haberciliği internete taşımıştır. Baktığımız zaman yazılı medya için satın almak yeterlidir. Radyo ve televizyon için hem sinyal hem cihazın kendisi gerekmektedir. İnternet için ise bir bilgisayar olması gerekir. Bütün bu süreçte yine de bir zaman kazanımı vardır. Bu zamanda ise veri aktarımı gerçekleşmektedir. Bu anlamda online gazeteciler için bile kısa bir zaman akımı olmaktadır. Online gazetecilikte sayfa tasarımı çok önemlidir. Haberin gözden kaçmayacak şekilde etkili olmalıdır. Güncellenme durumuna bakmamız gerekirse 90'lı yıllarda zaten basılı medya sanal ortama taşınmaya başlamıştır. Güncelleme şu şekillerde yapılabilir

- Düzensiz güncelleme; her yeni haber için web sayfasını yenileme
- Belirli periyodlarla güncelleme; haftada, günde ya da saat aralıklarında
- Sürekli güncelleme; Haber hazır olduğunda ya da yazılar olmadan direkt aktarma

Depolama ve arşiv olanakları bakımından; İnternet sınırsız bir depolama özelliği sunmaktadır. Yeniler geldikçe eskiler arşive kaydedilmektedir. Arşiv önemi eski bir haberin yeniden önemli gündem oluşturması olasıdır. Bu durumda haberin hızlıca tekrarlanması gerekebilir. Aynı zamanda bir saydamlık katmaktadır. Kullanıcıya etkileşim olanağı sağlamaktadır; etkileşim teknik ve sosyal olarak ikiye ayrılır; Teknik ve sosyal etkileşim. Teknik medya ve kullanıcı arasındadır. Sosyal ise kullanıcıların kendileri arasındadır. Kendini o kadar geliştirmiştir ki artık habercilik farklı bir boyut kazanmıştır. Sonuç olarak internet gazeteciliğinin yaygınlaşması ile birlikten habere hızlıca ulaşmanın sağladığı kolaylık bu işi bilmeyenlerin dahi bu sektörde iş yapmaya başlamasını göstermektedir. Haberin kaynağının ve görüntüsünü belirtmeden kendi

yazmış gibi sunulan haberler emeğin çalınmasıdır. Haberlerin ulaştırması sırasında ayakta kalmak için alınan reklamların orantısız bir şekilde insanların karşısına çıkması yine okuyucu memnuniyetsizliğine sebep olan faktörlerdendir. Bu reklam pastasındaki zaman ve haberin hızlılığının rekabeti hem güvenilirliğinin kaybedilmesine hem yanıltıcı bilgi verilmesine sebep olan durumlardandır. Haber ister basılı ister internet ortamında olsun güvenilir, doğru, anlaşılır, akıcı bir şekilde işinin ehli kişiler tarafından okuyucularına ve izleyicilerine sunulmalıdır.

İnternet gazeteciliğinin bu olanakları sayesinde geline nokta haberin saniyeler içinde çeşitli bilgilerle elimize ulaşması noktasında olmaktadır. Geleceği hakkında şimdi var olan ve gelişmeye devam eden yapay zekâ unsuru elde ettiği verilerden haberciliği farklı gelişmiş ancak güvenlik sorunları oluşturacak şekilde etkilenmesi beklenmektedir. Geleneksel medyanın yerini alan internet kanalları artık haber sayfaları olarak değil sanal ortamlara taşınarak yayıncılık anlayışı benimseneceği beklenmektedir. İzleyicilerin anlık tepkileri aktif konum oluşturmada etkili olacakken manipölasyonun ön planda olması beklenmektedir. Kullanıcıların beklentileri doğrultusunda hızlı ve kişiselleştirilmiş bir yayıncılık politikası beklenmektedir. Bugüne bakıldığında hangi gazetenin hangi formatta satılacağına kara verilen bir dönemde yaşamaktadır. Rekabetin farklı biçimlerde çeşitlendiği dünya sisteminde bu rekabetin devam edeceği düşünülmektedir. Toplumun tercih ve alışkanlıklarını belirmesi beklenen online gazeteler kaliteli, okur sayısı fazla, reklamcılığın boyut atlayacağı bir sistem üzerinde düşünülmektedir. New York Times Magazine'den, Max Frankel kâğıt yok olması ve tamamen dijital dayalı bir sistem olacağını belirtmektedir. (Özçağlayan, 2014, 58)

3.BÖLÜM

Yerel Basın Yöneticileri ve Okuyucuları Açısından İnternet Gazeteciliği: Erzurum İli Üzerine Bir Analiz

Araştırmanın Yönetimi

Bu çalışma kapsamında yöntemi içerik analizi ve yüz yüze derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine mülakat tekniği nitel araştırmalarda tercih edilen, derinlemesine araştırma yapılması ve veri toplama tekniği olarak konunun boyutlarını kapsamaktadır. Açık uçlu sorular ve cevapların alınması ile oluşan bir bilgi toplama tekniğidir. (Yüksel, 2020: 547; Tekin, 2006: 101). Yüz yüze derinlemesine mülakat tekniği, katılımcıların deneyimlerini ve görüşlerini derinlemesine anlamak için etkili bir tekniktir. Bu tür mülakatlar, gazetecilik pratikleri ve internet gazeteciliğine dair yerel basın yöneticilerinin bakış açılarını, karşılaştıkları zorlukları ve çözüm önerilerini anlamak için oldukça değerlidir. İçerik analizi metin, belge ve dokümanların belirli kurallar içerisinde nesnel şekilde ölçülebilir, doğrulanabilir şekilde analiz etme tekniğidir. (Fiske, 1996, s. 176). İnternet gazeteciliği ve dijitalleşmenin etkilerini incelemek için içerik analizi oldukça uygundur. İçerik analizi, gazetecilik pratiklerinin değişimini belirli metin ve belgeler üzerinden inceleyerek nesnel bir şekilde ölçümler yapmayı sağlamaktadır. Özellikle dijitalleşmenin etkilerini anlamak için internet üzerinden yayınlanan yerel basın içeriklerinin analiz edilmesi, gazete içeriği, dil kullanımı, habercilik anlayışı ve sunum biçimindeki değişiklikleri anlamak açısından oldukça yararlı olacaktır. Dijitalleşmenin getirdiği değişimle beraber gazetecilik pratiklerinin internete taşınmasıyla gelen değişikliklerin uyum süreçleri ve beraberinde getirdiği problemlerin belirlenmesi için Erzurum’da yerel basını ele alınarak nasıl ilerlediği araştırılarak elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırmanın Evrem ve Örneklemi

Erzurum’da ulusal ve yerel yayıncılıkta 120’e yakın medya personeli bulunmaktadır. 25-30’u ulusal medya 80-100 arası yerel basın ve internet gazeteciliğinde hizmet vermektedir. Araştırmanın evreni 120 medya çalışanını oluşturmaktadır. Araştırmada 10 medya çalışanı seçilmiştir. Örneklemde problemler ve sorular araştırmacı tarafından hazırlanmış ve cevaplar alınmıştır. Erzurum yerel medyasında yer alan 5 internet

gazetesi 05-11 Kasım 2024 tarihleri arasında haber dağılımları, yorum sayıları, takipçi sayıları, kullanılan kaynaklar incelenerek nesnel ölçümler yapmak hedeflenmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Geleneksel gazetecilik dijital yayıncılığın başlamasıyla birlikte değişime uğramıştır. Okuyucular, izleyiciler ve basın yöneticileri internetin sunduğu olanakları kullanmaya başlamıştır. Yerel medya ortak kültürün oluşmasını, kent bilincini, yurttaş sorunlarının ele alınmasında ve aidiyet duygularına katkı sağlamasında önemli bir rol oynamaktadır. Halkın istekleri, sorunları, ilgileri ya da bölgede yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmak istemektedir. Bu anlamda yerel medyanın önemi büyüktür. İnternetin hayatımıza girmesi ile basında büyük ölçüce etkilenmiştir ve internetin getirdiği eş zamanlılık, çoklu ortam, hızlı ve kolay erişimiyle yerel medyayı da etkisi altına almıştır. İnternet gazeteciliğinin getirdiği haber içeriklerine kolay ulaşabilme, hızlı bir şekilde okuyucuya ulaştırma, dünyanın bir ucundan bölgede olan haberlerden haberdar olma aynı zamanda haberleri yorumlayabilme gibi avantajların yanı sıra medyanın internet üzerindeki gücünün farklı odak noktalarının elinde olması, gazetecilik pratiklerinin değişmesiyle okuyucu ve izleyici kavramlarının genişlemesi, kısa cümleler ve videolarla yeni bir sanal büyük bir kitle oluşmuştur. Araştırmada yerel basının internet gazeteciliğiyle iç içe geçmiş şekilde yapılan haberciliğin Erzurum ilinde hangi aşamada görülür kıldığını, internet gazeteciliğinin yerel basında hangi alanlarda olumlu ve olumsuz sonuçlar getirdiğini yöneticiler ve sayfaları kapsamında incelenmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın sınırlılığı Erzurum yerel medyasında internet gazeteciliğinde teknolojik alt yapı sorunları gazeteciliğin gelişmesinde sorunlar oluşturabilir. Kitle alanı dar olduğu için okuyucu hedef ve isteklerin ulaşma imkânı üzerinde kısıtlar oluşturabilir. Siyasi noktalar içerikleri ve gazetecileri etkileyebilir bu noktada doğru bilgi aktarımı sınırlanabilir. Çalışma yerel medyada 10 yerel basın yöneticisi ve 5 yerel gazete ile sınırlıdır. Bu çalışma 2024 yılında 05-11 Kasım arası sayfalar gazetelerin haberleri ve içerikleri ele alınmıştır ve internet ortamında bulunan haberler ile sınırlıdır.

Bulgular

Çalışmada içerik analizi ve yüz yüze görüşmelerde yerel medyanın okuyucular ve izleyiciler açısından önemli rol oynadığı ve internet ortamına taşınmasıyla haber hızını, kolaylığını sağlarken aynı zamanda haber içeriklerinin güven noktasında kırılması ve yerel medyayı küresel boyuta taşıması saptanmıştır. Yöneticilerin değerlendirmeleri üzerine internete taşınan Erzurum yerel basınının internete uyum sürecinin hızlı olması ve aktif sayfalar üzerinde güncel haberlerin yayınlanması sayfa içeriklerinin incelenmesinde ve görüşmeler sonucunda incelenmiştir. Yöneticilerle önceden hazırlanan 10 soru ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşmede ses kayıtları alınmış ve edinilen bilgiler yapılan çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. İçerik analizi yapılırken 5 farklı Erzurum yerel internet gazetesi incelenmiştir. Sayfalardaki yerel ve ulusal haberler, haber kaynakları, reklamlar, ulusal internet gazeteleri ile karşılaştırmaları, yorumlar ve haber çeşitleri olarak incelenmiş ve tablolara aktarılmış ve değerlendirilmiştir.

III.1 Erzurum Yerel Medyası ve Tarihsel Süreci

Erzurum'da tarihsel süreçte 1864 yılında ilk olarak vilayet Nizamnamesi ortaya çıkmıştır. Valiliklerin ihtiyaçlarının karşılanması için matbaanın kurulması ve gazetelerin basılması istenmiştir. İlk basılan gazete ise Vilayet gazetesi adını almıştır. İlk Türkçe gazete ise 1970 yılında Envar-ı Şarkıyye gazetesi olmuştur ancak ekonomik sebeplerden kaynaklı yayınlanması durdurulmuştur. Erzurum'da 1908 ve 1923 yılları arasında atı tane gazete yayını bulunmaktadır. İlk özel gazete olarak çıkarılmıştır. Hadikat-ül-Ahrar'dır. Daha sonra Bingöl, Sadayı Şark, Farık, Mektep Duyguları ve Albayrak gazeteleri yayımlanmıştır (Alyanak, 1999:38-46). Sonrasında Bingöl, Sadayı Şark gibi gazetelerde yayınlanmıştır. Albayrak gazetesi Ermenilere karşı çıkartılırken Rus işgalinden kaynaklı kapatılmıştır. (Şirin, 2009:210). Erzurum'da birçok gazete çıkarılıp ekonomik sebeplerden kaynaklı yayınlara son verilmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde ise basın ilan kurumu gazetelerin kalitesini artırmak için birleştirme ortaya atmış 2012 yılında ise Erzurum ilinde gerçeklemiştir. Toplam 16 gazete dört gazete bünyesine girmiştir. *Böylece Albayrak, Dava, Doğudan Doğan Güneş, Erzurum, Göktürk, Haber Doğu, Kurtuluş, Manşet, Olaylara Yorum, Sıla ve Ufuk 2000 gazetelerinin, 16 Ocak 2012 tarihli dilekçeleri ile resmî ilân yayınlama hakkından feragat ederek, üçerli gruplar halinde Doğu Ekspres (Şubat 2012'de adını Erzurum*

Hâkimiyet olarak değiştirmiş ve Mart 2013'te Pusula gazetesi tarafından satın alınmıştır), Milletın Sesi, Palandöken ve Yeni Kuşak gazetelerine katılmaları ile gazete sayısı dörde düşmüştür (Işık ve Eşitti, 2014:61- 62). Gazeteler zamanla isimlerini değiştirerek şu an varlığını devam ettiren Güne Bakış, Milletın sesi, Pusula, Yeni Güm olarak dijital ortama aktarılmış gazeteler olarak karşımıza çıkmaktadır. (Köseoğlu, 154, 2018)

Erzurum'da genel radyolar, televizyon ve gazetelere Necla Mora, Günümüz Erzurum yerel basından şu şekilde bahsetmiştir;

Radyolar;

Güncel FM; 18 şubat 1993 tarihinde yayına başladı. 7/24 kesintisiz yayın yaptı. Atatürkçü mantıkta yayın yapan güncel fm toplumu bilgilendirmeyi hedef olarak bilgilendirmiştir. Radyo Flaş; 1992 yılında yayın hayatına başlamıştır. Kurucusu Cem Atmaca'dır. Müzik, stand up gibi programlar yayınlanmaktadır. Dinamik Radyo; 1993'te anonim şirket bünyesinde kurulmuştur. Hedef kitlesi 20 yaş üstüdür. İmaj FM; Anonim şirket bünyesinde kurulmuştur. Kurul başkanı döneminde Halik Aksakaldır. Sadece müzik ve reklam yayını yapmıştır. Reklam gelirleri iyi olmaktadır.

Türkiye'de yerel radyoların genel sorunlarını *Yazıcıoğlu* şöyle sıralamıştır;

- Yetişmemiş eleman sıkıntısı
- Devletin uyguladığı kararların radyo için ağır olması
- Alt yapının henüz oluşmamış olması
- Radyoların geleceklerinin belli olmaması

Televizyonlar;

Kanal 25; şu an aktif yayın yapmasa da bir dönemlerin en önemli yerel kanallarından biriydi. Kemal Koç kurul başkanıdır. Birlik dayanışma ve tarafsızlığa dayanan bir yayıncılık anlayışı benimsenmişti. Haber, siyaset gibi birçok program içeriğine sahip olmaktadır.

Doğu TV; 1993'te kurulmuştur. Şu an yayıncılık yapmamaktadır. Erzurum merkez ve ilçelerinde frekansa sahiplerdi. Yerel programlara çok fazla ağırlık vermiştir. Kanal 25 ve

Doğu TV maddi yetersizliklerden kaynaklı devam edememiştir. Hem ekonomik hem teknolojiyi yakalayamamak maalesef birçok yayıncılığın sonunu getirmiştir.

Gazeteler;

Doğu Ekspres gazetesi; imtiyaz sahibi Bahadır Karayel. En eski gazetelerden ve baskı kalitesi düşük olduğu bilinmekteydi. Şu an aktif gazetecilik yapan kişilerin zamanında haber ürettiği gazetelerdendir.

Ufuk Gazetesi; 3 Temmuz 2001 yılında kurulmuştur. Sahibi ise Ahmet Bakan'dır. İlk renkli baskılar yapılmıştır ve Doğu Anadolu'da bir haber ağı kurmuştur. Kadınların, gençlerin sorunlarını ele almışlardır. Siyaset sağlık spor gibi birçok içerik üretmiştir.

Erzurum gazetesi; 8 haziran 1992'de 6 arkadaş tarafından kurulmuştur. İmtiyaz sahibi İbrahim Aydemirdir. Birçok ajansa abone tarafsız bir anlayışa sahiptir. Ekonomi siyaset vb. birçok içeriğe sahiptir

Palandöken Gazetesi; Neredeyse 10 yılı geçkin süre öncesinde dört arkadaş tarafından kurulmuştur. İmtiyaz sahibi Bekir Okur'dur. Hedef kitlesi esnaf olmaktaydı. Saygılı ve geleneklere sahip çıkma mantığında yayıncılık anlayışına sahip olmaktaydı. (Necla Mora, Günümüz Erzurum Yerel Basın)

Günümüzde ise yerel basını incelediğimizde kanallar bakımından yerel faaliyeti aktif bir şekilde yürütmektedir. Bölge içerisinde yapılan tüm organizasyonların haber içeriklerini çıkartarak bir haber sunumu yapılmaktadır. Kanalların internet üzerinde de yürüttükleri gazetecilik aktif akıcı ve güncel olmaktadır. Yerel haberlerle sınırlı kalmamakla beraber yerel içerikler yani spor, siyaset, dini, sağlık program içerikleri de üretmektedirler. Bunun yanı sıra gazetelerde aynı şekilde güncel ve hızlı bir haber akışına sahiptir. Haberler yaşanan olaylara göre belirli bir sitem üzerinde güncellenmektedir. Görseller ve grafiklerle desteklenmektedir. Radyolar da ise her çeşit müzik içeriği mevcuttur. Belirli saatlerde Erzurum'a ait yöresel müzikler çalmaktadır. Kardelen TV, Pusula gazetesi, Aras TV Erzurum gazetesi gibi gazeteler hem yayıncılık hem internet gazetecilik süreçlerini işi bilen kişiler yanı gerçek gazeteciler muhabirler, kameralar ile habere ulaşarak profesyonel şekilde izleyiciye sunulmaktadır. Gazetelerin maddi sorunların olması, ekipman sorunlarının gibi sorunların olması kendilerini geliştirmeleri konusunda, maaş

sorunları gibi birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. (Cengiz Harmancı ile kişisel iletişim, 02.08.2018). Erzurum’da aktif gazetecilik ve yayın yapan, internet gazeteciliği yapan kurumlar; Kardelen TV, Aras Tv, Erzurum Gazetesi,Erzurum Haber 25, Erzurum Haber Gazetesi, Erzurum Ajans, Gazete Güncel, Erzurum Olay, Erzurum Şehir Gazetesi, Erzurum Güne Bakış, Erzurum Haberler, Zirve 2000, Yeni Erzurum Haber, Erzurum basın, Eski 25 haber, Erzurum Post, Erzurum Söz Haber, Erzurum Söz Haber, Palandöken Gazetesi, Milletin Sesi, Dadaş Gazetesi, Palandöken Gazetesi, Doğu Haber Gazetesi, Ne Haber Erzurum, Pusula olarak yayıncılık yapmaktadırlar.

Eskiden günümüze kadar yayıncılığı devam ettiren gazeteler televizyon yayınları radyolar hala yayıncılıklarında hakla hizmet etmeye devam etmektedir. Çalışmamızda olumlu ya da olumsuz özellikler araştırılarak içeriklerle, tablolarlar ve soru cevap şeklinde sunulacaktır. Bir basın organının tarihi oluşumundan bugüne kadar kattıkları bugün Erzurum medyası için yerel ya da ulusal anlamda büyük önem taşımaktadır. Gelişen toplumsal, siyasal, kültürel olaylar, halkın haberdar edilmesi konusunda incelemesini yapacağımız yerel basının önemi büyüktür. Eskiye göre yerel medya da çalışanların işi bilme oranı daha fazladır. Daha kaliteli içerikler sunulmaktadır. Güncel spor programları, siyaset programları, internet gazetelerde sadece ulusal değil birçok yerel haber görebilmekteyiz.

Kanallar	
Kardelen TV	2012 Yılında Erzurum’da Ahmet KARAKAYA tarafından kurulmuştur.
Aras TV	2015 Yılında Erzurum’da Serkan ARAS tarafından kurulmuştur.
Gazeteler	
Pusula Gazetesi	Yayın sahibi PMY grup basın yayın reklam hizmet A.Ş. olmaktadır.
Erzurum Haber 25;	İmtiyaz Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü ENDER YÜNCÜ olmaktadır.
Erzurum Haber Gazetesi;	1994 yılın dört kişi tarafından kurulmuştur.

Radyolar	Dadaş FM Erzurum İmaj FM Radyo Ritim Erzurum Dinle
-----------------	---

Tablo 1. Erzurum haber, gazete, radyo dağılımı

Erzurum’da köklü bir yerel basın mantığı var. Var olan ve devam eden yayınlar aktif ve güçlü şekilde ilerleyen gazeteler, radyolar ve haber içerikler devam etmektedir. Yukarıdaki tabloda belirttiğimiz gibi haberlerin profesyonel kişiler tarafından yönetilmektedir.

III.2 Erzurum’da İnternet Gazeteciliği ve Örneklerin İncelenmesi

KARDELEN TV

Kardelen Tv 2012 yılında Erzurum’da kurulmuş olan ilin ve bölgenin en güçlü ve profesyonel TV kanalıdır. 2015 yılı itibariyle geniş ekran yayına başlayan ve tamamen ulusal anlayışla genel ve tematik programlarıyla yayın hayatına gelişim ile devam etmektedir. İmtiyaz sahibi Palandöken Basın Yayın TV Radyo Reklamcılık Gazetecilik olarak belirtilmiştir. Uydu yayıncılık üzerinden hem kanal hem internet gazeteciliği yapmaktadır. İnternet sayfasında son dakika haberleri günlük olarak güncellenmektedir. Sayfada bölge, spor, ekonomi, aktüel, teknoloji, magazin olarak bölümlere ayrılmış şekilde haberler vardır. Hava durumu ve en çok okunanlar olarak bölmelere ayrılmıştır. Sosyal medya platformlarında Instagram ve Facebook sayfalarını aktif olarak kullanmaktadır. Facebook sayfasında haberler güncel olarak her gün verilmektedir. Yapılan programlar ve etkinlikler aktif olarak paylaşılmaktadır

İnternet Gazeteciliği	Yerel Haber	Ulusal Haber
Web sitesi	20	10
Facebook	5	5
Instagram	10	10

Tablo 2. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber dağılımı

Tablo 2. İncelendiğinde neredeyse haber sayıları eşit olarak görülmektedir. İnceleme yapıldığında ulusal ve yerel haberler son dakika başlığı altından yer aldığı görülmektedir. Bölgede gelişen haberler için hızlı bir akış gerçekleşmektedir.

Kullanılan görsel sayısı	Yerel haber	Ulusal Haber
Web sitesi	80	20
Facebook	10	5
Instagram	10	10

Tablo 3. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık görsel dağılımı

Tablo 3. deki görsel verilere bakıldığında Web sitesinde yerel haber görsellerinin fazla olduğu görülmektedir. Instagram ve Facebook sayfalarına baktığımızda neredeyse eşit olduğu görülmektedir.

Haber Kaynakları	Televizyon	İnternet Gazetesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	30	32
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	40	42

Tablo 4. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber kaynağı sayısı

Tablo 4’te Kardelen tv hem ulusak ham yerel olmak üzere hem kendi muhabirleri hem de ajanslardan haberleri yayınladığı görülmektedir. Verilere ise neredeyse birbirlerine eşittir.

Reklam	Televizyon	İnternet Gazetesi
Yer Alan Reklam sayısı	10	0

Tablo 5. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık reklam sayısı

Tablo 5. İncelendiğinde Kanalda yer alan reklam sayısı 10’dur. İnternet sayfaları üzerinde reklam bulunmamaktadır.

ERZURUM OLAY GAZETESİ

Esat Bi0ndesen tarafından 2010 yılında kurulmuş bir internet gazetesidir. Yerel ve ulusal bir yayıncılık anlayışına sahip olmaktadır. Uzun yıllardır bu iş ile uğraşmış sayfayı tek başına yönetmektedir. Haberler günlük olarak yayınlanmaktadır. Instagram, Facebook sayfalarında aktif haber içeriği üretmektedir. Sayfada bölge, spor, ekonomi, aktüel,

teknoloji, magazin olarak bölümlere ayrılmış şekilde haberler bulunmaktadır. Yapılan programlar ve etkinlikler aktif olarak paylaşılmaktadır. Köşe yazısı bulunmamaktadır.

İnternet Gazeteciliği	Yerel Haber	Ulusal Haber
Web sitesi	100	50
Facebook	17	0
Instagram	10	0

Tablo 6. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber dağılımı

Tablo 6 da görüldüğü üzere Erzurum olay gazetesi çoğunlukla yerel haberlere öncelik vermektedir. Ulusal haberler ani gelişen ve sürdürülebilirliği olan haberlerden oluşmaktadır.

Kullanılan görsel sayısı	Yerel haber	Ulusal Haber
Web sitesi(Haftalık)	100	10
Facebook	150	0
Instagram	10	0

Tablo 7. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık görsel dağılımı

Tablo 7. İncelendiği zaman yerel medya içerikleri çok fazladır. Ulusal haber içerikleri daha az yer verilmektedir.

Haber Kaynakları	İnternet Gazetesi (Web, Instagram, facebook)
Gazetenin kendi muhabiri	100
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	60

Tablo 8. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber kaynakları

Tablo 8 de incelendiği üzere sayfa 100 haberde kendi içeriğini üretirken 60 haber içeriğini ajanlar üzerinden almıştır.

Reklam	İnternet Gazetesi
Yer verilen reklam sayısı	0

Tablo 9. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık reklam sayısı

Tablo 9 incelendiğinde sayfada hiç reklam verilmemiştir.

ERZURUM POST GAZETESİ

Erzurum post gazetesi Orhan Bozkurt tarafından kurulmuştur. Aktif bir haber akışı sağlanmaktadır. Haber içerikleri siyaset, yerel, ulusal, eğitim ve spor anlamında birçok içerik yayınlanmaktadır. Haberler günlük ve güncel olarak yayınlanmaktadır. Erzurum haberleri son dakika verilmektedir.

İnternet Gazeteciliği	Yerel Haber	Ulusal Haber
Web sitesi	110	20
Facebook	45	1
Instagram	2	0

Tablo 10. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber dağılımı

Tablo 10. İncelendiğinde sayfada ulusal haber yayın akışı çok az. Aksine yerel medya haberleri güncel hızlı bir şekilde yayınlanmıştır.

Kullanılan görsel sayısı	Yerel haber	Ulusal Haber
Web sitesi(Haftalık)	45	40
Facebook	45	1
Instagram	2	0

Tablo 11. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık görsel dağılımı

Tablo 11. İncelendiği zaman Yerel medya haber görselleri oldukça fazladır. Ulusal haberi görselleri haber sayısına göre orantılı olmaktadır.

Haber Kaynakları	İnternet Gazetesi (Web, Instagram, facebook)
------------------	--

Gazetenin kendi muhabiri	50
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	10

Tablo 12. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber kaynakları

Tablo 12. incelendiği zaman sayfa da çoğunlukta kendi haber içeriklerini üretmektedirler. Bir haftalık incelemede 10 haber içeriği ajanslar üzerinden alınmaktadır.

Reklam	İnternet Gazetesi
Yer verilen reklam sayısı	1

Tablo 13. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık reklam sayısı

Tablo 13. incelendiğinde 05-11 Kasım 2024 tarihleri arasında sadece bir reklam paylaşılmıştır.

ANADOLU HABER

1999 yılında kurulmuştur. Cem atmaca genel yayın yönetmenidir. Sosyal medya üzerinde haber içerikleri olmaktadır. Siyaset, ekonomi, spor olarak yerel ve ulusal yayın yapmaktadır. Günlük haber sayıları 20’den fazladır. Haberlerin arasında reklamlar vardır ve yazarlar tarafından genel eleştiriler mevcuttur. Hava durumu ve maç skorları güncel olarak verilmektedir.

İnternet Gazeteciliği	Yerel Haber	Ulusal Haber
Web sitesi	45	0

Facebook	8	0
Instagram	6	0

Tablo 14. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber dağılımı

Tablo 14 incelendiğinde sadece yerel haberler yer verildiği görülmektedir. Ulusal haber içerikleri kullanılmamıştır.

Kullanılan görsel sayısı	Yerel haber	Ulusal Haber
Web sitesi(Haftalık)	45	0
Facebook	8	0
Instagram	6	0

Tablo 15. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık görsel dağılımı

Tablo 15. İncelendiğinde sadece yerel medya haberleri için görsel kullanılmıştır.

Haber Kaynakları	İnternet Gazetesi (Web, Instagram, facebook)
Gazetenin kendi muhabiri	45
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0

Tablo 16. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber kaynakları

Tablo 16. incelendiğinde sayfada ajanslara ait haber bulunmamaktadır.

Reklam	İnternet Gazetesi
Yer verilen reklam sayısı	0

Tablo 17. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık reklam sayısı

Tablo 17. incelendiğinde internet gazeteleri üzerinde reklam bulunmamaktadır.

ERZURUM GASTESİ

Erzurum'un yeni nesil dijital gazetesidir. Sosyal medyayı en aktif kullanan dijital gazete olmaktadır. Haber içerikleri güncel, doğru ve çok hızlıdır. Spor, siyaset, ekonomi ve Erzurum içinde olan haberleri akışını sağlamaktadır. Instagram'da yüzlerce takipçisi olan sayfa köşe yazılarına da yer vermektedir. Haberlerin arasında yer yer Erzurum'a ait reklamlara yer verilmiştir. Sayfa haber ve dijital içerik olarak birden çok kişi ile çalışmaktadır.

İnternet Gazeteciliği	Yerel Haber	Ulusal Haber
Web sitesi	40	3
Facebook	0	0
Instagram	10	4

Tablo 18. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık haber dağılımı

Tablo 18. İncelendiğinde yerel haberler çoğunluktadır. Ulusal haber akışlarına da yer verilmektedir.

Kullanılan görsel sayısı	Yerel haber	Ulusal Haber
Web sitesi(Haftalık)	40	3
Facebook	0	0
Instagram	10	4

Tablo 19. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık görsel dağılımı

Tablo 19 da görsel içeriklerin hepsi haberlerle aynı orantıdadır. Yerel medya haberleri çoğunluktadır. Ulusal haberlere daha az yer verilmiştir.

Haber Kaynakları	İnternet Gazetesi (Web, Instagram, facebook)
Gazetenin kendi muhabiri	50
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0

Tablo 20. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haber kaynakları

Tablo 20. incelendiğinde sayfa 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haber içeriklerini kendi üretmiştir.

Reklam	İnternet Gazetesi
Yer verilen reklam sayısı	9

Tablo 21. 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası haftalık reklam sayısı

Tablo 21. incelendiğinde internet gazetesi ve sosyal medya mecraları olmak üzere 05-11 Kasım 2024 tarihleri arası 9tane reklam bulunmaktadır.

Yapılan incelemeler sonucu Erzurum'da haber sitelerinin ulusal ve yerel haberler bakımından veriler aktarılmıştır. Verilerin sonucunda yerel haber içeriklerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Haberlerde kullanılan görseller, metinler, reklamlar ve ajanstan alınan haberlerde hem yerel hem ulusal haberler görülmektedir. Reklam içerikleri Erzurum yöresine ait halkın ya da esnafın reklamını yapmak, yeni açılan yerleri kalkındırma amacı ile yayınlanmaktadır. Yerel haberler Erzurum'un spor, kaza, ekonomi ya da şehir içerisinde yapılan etkinlikleri içeren haberlere yöneliktir. Görseller yerel ve ulusal haberler olarak kendileri ya da ajansların ulaştırdıkları ya da sosyal medya da paylaşılan görseller üzerine paylaşım yapılmaktadır.

Erzurum Basını ve Ulusal Basının Karşılaştırılmalı Verileri	Erzurum İnternet Gazeteleri	Ulusal internet Gazeteleri
	Kardelen tv	Hürriyet
	Erzurum Olay gazetesi	Yeniçağ
	Erzurum Post gazetesi	Posta
	Erzurum Anadolu gazetesi	Milliyet
	Erzurum Gastesi	Sabah

Haber Türleri	Ulusal	397	1001
	Yerel	103	260
Görsel Türler	Ulusal	559	2060
	Yerel	93	320
Haber Kaynakları	Gazetenin Kendi Muhabiri	245	250
	Ajans haberleri	110	322
Reklam sayıları	Ulusal	0	70
	Yerel	20	0

Tablo 22. 05-11 Kasım 2024 Erzurum basını ve ulusla basın genel karşılaştırma verileri

Medya ulusal ve yerel olmak üzere farklı çeşitlerden oluşmaktadır. Yerel ve ulusal basında yer alan içerikler yerel basında bölge sorunlarının dile getirilmesinde etkili olurken ulusal basın ise ülkede yaşanan sorunların tamamını ele almaktadır. Türkiye’de internet gazeteciliği ile yeni medya ve internet sayesinde yerelin ulusal ve ulusalar arası anlamda yer bulabildiği görülmektedir. Ulusal yayıncılık ve yerel medyada internet gazetelerinin haberlerinin etkileşimleri ve daha fazla haber içeriklerinden haberdar olduğu incelenmiştir.

Karşılaştırılması yapılan yerel ve ulusal internet gazeteleri bağlamında ulusal gazetelerin haber sayfaları haberi daha hızlı ve daha güncel tutmaktadır. Bundan kaynaklı da reklam akışı daha hızlı dönmektedir. Haber içerikleri siyaset, ekonomi, kültürel olayları kapsar şekildedir. Buna karşın yerel medya internet gazetelerini aktif kullanamamaktadır. Genel bir reklam akışının olmamasıyla birlikte güncel haberler, köşe yazıları da çoğunlukla bulunmamaktadır. Yerel ve ulusal medya bağlamında haber içeriklerinin yerelde de ulusda da internet üzerindeki etkileşimleri ve dolaşımında büyük ölçüde etkilemektedir. Yaşadığımız çağın teknoloji çağı olması ve yapılan her işin artık internet üzerinden olması kaçınılmaz olmaktadır. Gazetelere internet üzerinden ulaşabilmemiz önemli bir adımdır. Yerel gazetelerin internet üzerinde haber yapması farklı iller ya da ülkelerde haber alması önemli bir sonucudur. Sosyal medya gündelik

hayatımıza toplumsal ilişkiler, ekonomi, eğitim ve haber olmak üzere şekillenmiştir. Yerel medya incelememizde görüldüğü üzere sosyal mecralara taşınan habercilikte bölgesel haberlerin sıkça kullanılması dikkat çekmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan habercilik ya da web siteleri artık insanların bir noktada haberleri tükettiği alan olmaktadır. Haberin içerikleri, görselleri nasıl sunulduğuyla da alakalıdır. Tüketimin yeri de gündelik yaşamdır, gündelik de olaylara ve şiddete düşkündür, Tüketiciler odaklı sunulursa etki almaktadır. (Baudrillard, 2016: 29) Yerel medya dijital ortama taşınması ile okum ve haber algısının değişimine sebep oldu. Haberlerin kısa videolar, birkaç cümle ile haber içeriklerinin çıkarılması, kullan at mantığı ile haber içeriklerinin sunulmasına hâkim bir sistem oluşturmuştur. Baudrillard, haberin tüketim kültürüne ait bir sistem haline dönüşmesi ile ilgili medya pratikleri ve uzam ve zaman duyularımızı yeni baştan düzenlemiştir. Artık gerçek dediğimiz kavram doğrudan bağlantı içerisinde olduğumuz bir diyerek bahsetmektedir. Haberlerin insanların üzerindeki etkisi artmaktadır. Kısa süreli ama hızlı bir etkisi olmaktadır. Haberler arasında verilen mesajlar ele alınmaktadır. Yerel medya internet üzerinde bu anlamda bölgesel haberleri ya da ekinliklerini doğru bir şekilde aktarmalıdır. Araç mesajdır diyen McLuhan, gelen teknolojinin çok akışkan bir değişime sahip olduğunu ve bu araçların kültürel ve sosyolojik değerlerdeki değişimlere sebep olduğunu savunmaktadır. Özellikle 1960'lı yıllarda internet öngörülerinde bulunmuştur.

Bilginin aynı anda herkese ulaşabilmesi, tüm iletişim araçlarını içine alabilecek global köy olarak adlandırdığı küresel bir uzamdan bahsetmiştir. Bu küresel uzamda habercilik büyük ölçüde etkilenmiştir. Yerel medyada yerele ait bir haberin dünyanın diğer ucundan izlenebilmesi ya okunabilmesi sınırları da ortadan kaldırmaktadır. Bu bakımdan Kardelen TV genel yayın yönetmeni Soner İstanbullunun bu sınırların ortadan kaldırılmasıyla ilgili;

“Yeni medya gelişiyse içerikler sosyal medyaya taşındı ve habercilikte bu yöne kaydı. Artık haberlerin ulaşımı yazımı ya da içerik dahi olmadan kısa cümlelerle haber yapılan bir sistem oluştu. Yerel medyanın da yeni medya ortaya çıkan sisteme, sosyal mecralara taşınması zaten kaçınılmazdı. Yapılan içerikler ne olursa olsun mutlaka kullanılan platformlardan yayınlanması gerekti. İnsanların elinde artık telefonla bir

habere birçok sayfada saniyeler içerisinde ulaşması mümkünken yerel medyada uyum sağladı.”

İnternetin yerel, ulusal ve ulus aşırı medyada hakim olması üzerine doğrudan demokrasi ve katılım vaadi üzerine internet kamusal söylemde yeni medyaya iyimser bir yaklaşım göstermektedir. Bunun aksine yurttaşların yeterli bilgiye sahip olamamaları etkim bir şekilde katılım sağlayamayacağına çıkmaktadır. İyimser ve eleştirel yaklaşımlardan bahsetmek gerekirse Keller, teknopolitika denilen bir kavramdan bahsetmektedir. Kamusal tartışmalar ve günlük politikanın internet kanalıyla nasıl ele alındığına değerlendirmektedir. İnternet ve bilgisayar kamunun erişimine açık ve istenilen seçmen kitlesine üretilmesinde politik tartışmalarda katılım sağlayarak demokrasiye katkıda bulunmaktadır. Bu anlamda yerel medyanın seçim dönemleri ya da yaşanan siyasi durumlar ne kadar önemli olabileceğini bilinmektedir. Bu bağlamda açıklama da bulunan Kardelen TV genel yayın yönetmeni Soner İstanbullunun ifadeleri şu şekildedir;

“Yerel seçimlerde dahi yerel basından önce ulusal medyaya yönelen siyasetçi oy kaybedebilir. Kendi pazarında satmadığı ürünü başka pazarda götürmeleri olumsuz sonuçlar almalarına neden oldu. Yerel medya bu dönemlerde çok etkin rol oynar. Çünkü halk ne istediğini ya da vaat edilenin ne olduğunu tam olarak bu noktada öğrenebiliyor. İnternet ve sosyal mecralarda sorular yağıyor, izleniyor, tıklanıyor ve takip ediliyor.”

Kellere göre internet çağında demokrasi yeni medya için okumalar ortaya çıkmaktadır. İnternet ve siber demokrasiyi eleştirenler sermaye ve devlet iktidarı büyük rol oynaması ve kendi çıkarlarına karşı kullanabilmesi ve amaçlarına ulaşmasında teknolojinin şekillendirilmesi hatalı olduğu değerlendirilmektedir. Fikirleri, çatışmaları, savunuları dolaşıma sokmalıdır. Yeni medya melez bir medya olması ve geleneksel medyanın özelliklerini taşımaktadır. Buna karşın bilgisayarın merkezî bir konumda olması bu anlamda iletişim araçlarının yerel, ulusal, uluslararası kanallarda kullanılabilmesi söylenebilmektedir. İnternetin alt yapısı demokratik ve esnek yapıda olması yurttaşların karar almada özellikle ağ katılımında olanaklı bir iletişim ortamı sunmaktadır. Medya kamuoyu oluşumunda önemli rol

oynaması ekonomik çıkarlar, idari ve yasal araçların kullanılması ve çoğunluğun kanaatleri diyebileceğimiz bir ortam oluşmuştur. İnternet üzerinde yer alan alternatif iletişim kanalları enformasyon kısıtını ortadan kaldırmaktadır. İnternetin geniş iletişim alanları çoğulcu doğası karşısında sohbet grupları, içerik değerlendirme, haberleri yorumlama, eleştirme hatta bu noktada yön verme potansiyeline sahip olmaktadır. Sosyal mecralarda internet gazetelerinin web sitelerinden yayınlanan haberlerin yorumlanması sonucu habere yön veren, harekete geçiren önemli bir role sahip olmaktadır. Yeni medyanın getirdiği diğer önemli özellik yerel haberler için sanal kamusal bir alan oluşturmuştur. Katılım ve sanal ortam oluşturulmaktadır. Erişim olanakları internet haberleri için bir direniş noktasıdır. Rheingold yüz yüze, sanal iletişimler, kafeteryalarda konuşmalar kişilerin kendilerinin yönettiği alanlardan oluşmaktadır.

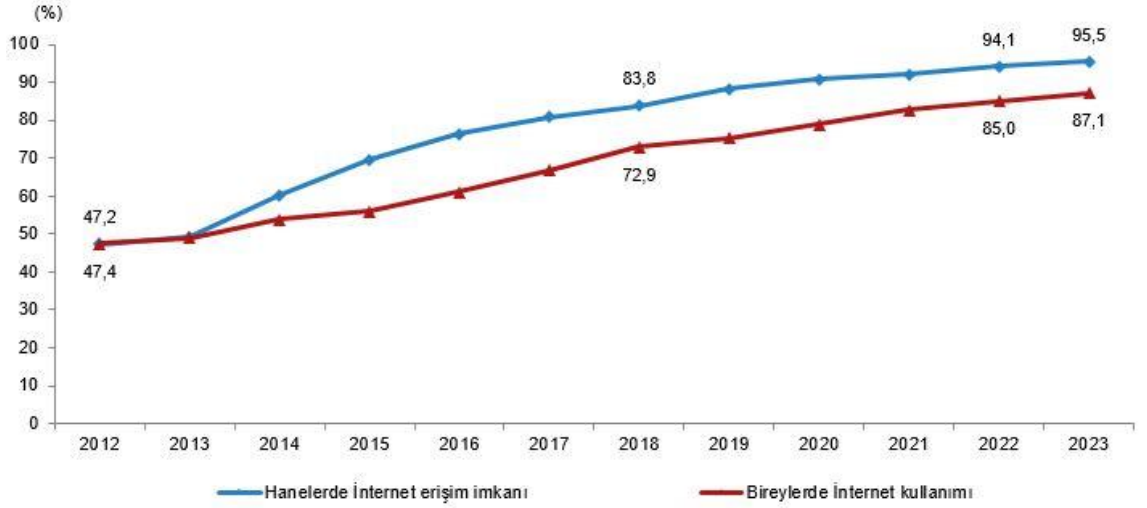
Habermas'ın kamusal alan kavramı ise yeni elektronik alanlar oluşmasında etkili olmuştur. 20. Yüzyılın kamusal alanı modern demokrasi internette yaratılan demokrasi ortamında kendini göstermiştir. Günümüzde ise endüstrileşmiş toplumundaki bireyler iktidar çıkarlarından daha uzak olmaktadır. Ana akım çoğulcu söylemlerinde kamusal alanı ele almıştır. Yeni medya ise bu anlamda üretim ilişkilerini yeniden tasarlanmaktadır. Yurttaşların toplumsal söylemde ve temsil edilmeye önemli rol oynamıştır. Bu anlamda yeni medya da ağ üzerinden haber siteleri çevrimiçi, e gazeteler internet gazeteleridir. Sanal ortamlarda çevrimiçi versiyonlarda ana akımın habercilik mantığıyla alternatif ya da radikal medya olarak yerini almaktadır. Ülkemizde ulusal kanallar olsun ya da yerel medya olsun internet üzerindeki haber metinlerini okuyucu yorumlamaları, oylamalar sunulmuştur. *Dirini* bu noktada “yapılan muhalif yorumların yayınlanmadığı araştırmacı tarafından bizzat deneyimlemiştir” şeklinde yorumlamıştır. Ancak günümüzde yerel medyada internet gazetelerinde özellikle sosyal medyada bu durumun engellenmesi pek mümkün değildir. Haberlerin paylaşılması okuyucuların kendi yorumlarını katarak paylaşması söz konusu olmaktadır. Binark ise okuyucu yorumlarına dikkat çekmiştir “söylemsel şiddet düzeyinin daha yoğun bir okuyucu yorumu ile teşvik eder” olarak yorumlamıştır. Yerel gazetelere gelen yorumlar olumlu ve olumsuz olarak nitelendirilebilir. Yapılan incelemede ise halkın o bölgedeki sorunlara ya da yapılan etkinliklere yönelik değişmektedir.

HABERLERDEKİ YORUM SAYISI	KARDELEN TV	OLAY GAZETESİ	POST GAZETESİ	ANADOLU HABER	ERZURUM GASTESİ
YEREL	50	20	36	150	1112
ULUSAL	45	0	0	102	650

Tablo.23 İnternet gazetelerindeki toplam yorum sayısı

Tablo 23. De verilen sonuca göre yerel medya ve ulusal medya üzerine aktif olumlu ya da olumsuz yorumla mevcuttur. Yerel haberlerde Kardelen TV haftalık 50 ulusal haberlerde ise 45 yorum bulunmaktadır. Olay gazetesinde 20 yerel haber yorumu bulunurken ulusal haberler ait yorum bulunmamaktadır. Post gazetesinde 36 yerel haber yorumu bulunurken ulusal haberlere ait yorum bulunmamaktadır. Anadolu haberde ise 150 yerel medya 102 ulusal medya yorumu bulunmaktadır. Erzurum Gastesi ise en aktif kullanıcı yorumuna sahip gazetedir. 1112 yerel haber 650 ulusla haber yorumu bulunmaktadır. Dirin “okuyucu yorumlarını bir katılımcılık aracından çok egemen söylemin üretilmesin de bir araç olarak kullanıldığını söylemektedir. Bu anlamda Post gazetesi yazarlarından Orhan Bozkurt bu konu hakkında şu ifadeleri kullanmıştır;

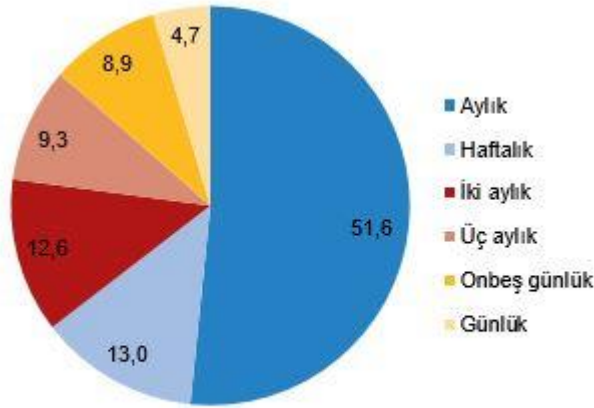
“Yerel medya, internet teknolojileri ile bir araya geldiğinde büyük bir kitleyi de beraberinde getirdi. Yerel medyanın en önemli özelliği vatandaşın sorunları, ilgileri, beklentileri, siyasilerin amaçlarını bilme, yaşanan olayları aktarma gibi durumlarda yerel medyaya internet üzerindeki haber sisteminde oldukça etkilidir. Halkın ne düşündüğü, neyi eleştirdiği bu yorumlara bakılarak bile anlaşılır. Önemli katılımcı sistemdir.”



Tablo 24. TÜİK verileri

İnternet kullanımı artarken, basılı medya ise azalmaktadır. İnternet kullanımı haberlerde bireylerin daha sıklıkla incelemesi, yorumlarda bulunması, gazeteci için ise kullanım alanı artırma, haber içeriklerini daha hızlı ulaşmasına yardımcı olmaktadır. İletişimin başlama ve bitme anına özgürce karar verebilen kullanıcılar, telekonferans, Whatsapp, Messenger gibi uygulamalarla aynı anda birden fazla kişiyle diyalog kurma imkanı bulmuşlardır. Bu teknoloji sadece basit mesajların üretilerek dağıtıldığı bir mecra olmaktan ziyade bireylerin birbirleriyle hatta gruplar halinde iletişim kurmasını sağlayan bir alan olarak görülmektedir. Bu yönüyle de insanlara toplumsal iletişim ortamı sunmaktadır (Timisi, 2003: 124). Sanallaşan dünya üzerinde yeni bir alan olarak karşımıza çıkan internet gazeteciliği sadece dijitalleşmekle kalmadan yapı üzerindeki birçok alanı değiştirmiştir

İnternet kullanımı artarken, basılı medya ise azalmaktadır. İnternet kullanımı haber içe



Grafikteki rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

Tablo 25. Gazete ve dergilerin yayımlanma sıklığına göre dağılımı

Basılı yayınlar azalırken günümüzde internet kullanımı oldukça fazla olmaktadır. Okuyucular dijital ortama geçiş ile birlikte basında önemli ölçüde etkilendir ve büyük bir finansal destek oluşturmaktadır. Düşük maliyetlerde okuyucuya hızla haberi ulaştırma, haberleri depolama, fiziksel sınırları ortadan kaldırma ile artık dünyanın diğer ucundan bölgede yaşanan haberlere ulaşılabilir hale gelmektedir. Bu dijitalleşmenin getirdiği yalan haberler ciddi düzeyde artarken bir yandan da dezenformasyon mücadele edilmektedir. Yerel gazetelerde ise internet siteleri ise iş birlikleri kurma, zengin içerikler üretme, medya holdinglerinin yer aldığı havuzda olabilme imkanları da doğurmaktadır. Dijital gazetecilik ile birlikte, gazetelerin ve televizyonların muhabir istihdam oranları azalmakta, çoğu kitle gazete ve televizyon sahibi, tek bir muhabir ile ihtiyacını karşılamaktadır. Bu şekilde çalıştırılan muhabirin gazete, radyo, televizyon ve internet gibi zaman zaman birbirine benzer bazen de birbirinden bağımsız formatta haber yazımı konusunda bilgili ve donanımlı olması beklenmektedir (Çakır, 2007). Bütün bu olguların yanında dijital gazeteler ve basılı gazeteler arasında farklarda göze çarpmaya başlamıştır. Basılı gazetelerde yerel ya da ulusal para döngüsünün azalmasına karşın dijital gazeteler sınırlarını aşmış avantajlar ve dezavantajlar oluşturulmuştur. Okuyuculara özgür ve katılımcı bir ortam sağlayan internet basılı gazeteleri bitirme noktasında ilerlerken okurun aktifliği konusunda kalitesini de artırmaktadır. Bu anlamda yerel internet gazeteciliğinde getirdiği olumsuzluklar vardır. Tek çalışan ile tüm işleri yapmaya çalışma, yeterli destek verilmemesi gibi sorunlarında beraberinde getirmektedir. Dijital gazeteciliğin en önemli

sorunlarından birisi de teyit sorunudur. Sınırsız bir bilgi akışı olan internet ortamında, her bilgi doğru değildir. Hızlıca okuyucuya haber ulaştırmak için birbiriyle yarışan internet gazeteleri aldıkları bilgilerin doğru olup olmadığını kaynaklardan onaylamadan haberi web sitelerinde paylaşımları durumunda gazete ve gazeteciye güvensizlik duyulabilecektir. (Köseoğlu, 2012, 60) İnternet gazeteciliği bu konuda Gizem Öner Akgül şu ifadeleri kullanmıştır;

“Yerel medyayı kendini hala geliştirmekte olan haber alma aracı olarak nitelendirilebilirim. Yerel medyada; ekonomik düzensizlikler yani kimi zaman maaşın vaktinden geç yatıyor olması, sigortasız eleman çalıştırmanın normal karşılanması, mesai mefhumunun hangi birimde olursa olsun önemsenmiyor oluşu, fazladan mesai sonucunda ücret ödenmiyor oluşu, çalışanların mesleki açıdan motivasyonunu olumsuz etkileyecek tutum ve davranışlar sorun olarak sayılabilir. Yerel medya yeni medyaya tam anlamıyla entegre olmuş sayılmaz bence. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle haber alma konusunda platform alternatifi çoğaldı ama çoğu yerel medyacılar henüz bu platformlarda tam anlamıyla aktif olmayı başaramadı. Ancak direkt bu mesleği bilen kişiler tarafından yapılan internet haber siteleri tabi doğru bilgi paylaşımında yeri geldiğinde bölgede reklam alma, reklam verme üzerinde iyi işler çıkarıyor.”

Yapılan görüşmelerde internet ortamında sorunların ortaya çıkmadan önce değinilmesi, etik kuralların uygulanabilmesi mümkün olmalıdır ancak sayısı belirsiz internet gazeteciliğinde haberlerin saniyelik görüntülerle sunulması noktasında sorgulanmalıdır. İnternet gazeteciliğinde halkın en dikkat ettiği özelliklerde birisi yayınlanan haberin içeriği olmaktadır. Ekonomik, siyasi ya da gündelik yaşanan haberlerden haberdar olmak durumu sayfa üzerinde önemli bir tıklanma ve etkileşim getirmektir. Erzurum yerel basında ve yapılan internet gazeteciliği incelemesinde çıkan sonuç tablo 25. belirtildiği gibi görülmektedir

İsim	Gündem	Ekonomi	Politika	Spor	Diğer
Kardelen TV	10	5	25	11	9
Erzurum Olay	101	0	50	0	26
Erzurum Post	55	3	60	34	4
Anadolu Gazetesi	21	0	24		14
Erzurum Gastesi	35	1	5	0	13

Tablo 26. 05- 12/10/2024 tarihleri arası haber türlerinin kategorik dağılımı

İncelenen sayfalarda politika ağırlıklı haber içeriklerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Gündemi ele alan ve diğer içerikteki haberler ise neredeyse eşittir. Bu verilere göre internet gazetesi üzerinde haber türlerinin bölge halkının neyi takip ettiği ya da etmediği konuların haber olarak yayınlanması anlamında önemlidir Pavlik'e göre (2001: 43) internet gazeteciliği üç aşamada gelişme göstermektedir. Birçok haber sitesinin hâkim olduğu birinci aşamada, internet gazetecileri bağlı bulundukları SDÜ İFADE Dergisi kuruluşlardan aldıkları haberleri yeniden yayınlıyor ve yeniden internete özgü olarak kullanıyor. İvme kazanan daha iyi haber siteleri internet zenginleştirmektedir. Üçüncü aşama ise yeni ortaya çıkmaya başlayan ve birkaç haber sitesinin dâhil olduğu aşamadır. (Özsoy,2022, 10) Bu aşama, yeni bir iletişim aracı olarak web özel orijinal haber içeriği üretilirken, internetin meşru bir haber dağıtım aracı olarak ele alınmasıyla birlikte sıklıkla artan şekilde uzmanlaşmış odaklanma ile karakterize edilmektedir. Bu anlamda Erzurum yerel basın doğunun merkez noktalarından biri denilebilmektedir. Habere ulaşma, genel ve özel olarak orijinal haber içerikleri, internet sayfalarını aktif kullanma ve yorumlama seçenekleri sunulmuştur. Yapılan incelemede yine hem gazeteci hem sayfa olarak tanınırlık sağlaması, kitlesel bir erişim imkânı sunması, özellikle yurttaş gazeteciliğine olan güven konusunda Erzurum medyası önemli bir rol oynamaktadır. Okuyucular için önemli bir yeni haber platformlarıdır. Sayfa üzerinde birçok haber çeşitleri ile bilgilenebilmektedir.

Değişen habercilik pratiklerinde yerel basında internet sayesinde önemli ölçüde reklam pratiklerini de değiştirmektedir. Ne kadar çok abone ne kadar çok görüntülenme ve takipçi o kadar çok reklamı da beraberinde getirmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar içinde internet, reklamcılık açısından yeni bir dönüm noktası olmuştur. İşletmeler de değişen tüketici profiline, alışkanlıklarına ve kitle iletişim araçlarını kullanma biçimlerine uyum gösterebilmek için internet reklamları kullanmaktadırlar. Geleneksel kitle iletişim araçları, ürün ve hizmetlerinin tanıtımı yapmak isteyen kurum ve kuruluşlardan aldıkları mesajları hedef kitlelere yaymaktadırlar. İnternet gibi etkileşimci kitle iletişim araçları ise, hedef kitlenin bilgiye gereksinimi olduğu anda onu bilgilendiren bir kitle iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Bu konu Dilmen ise Dijital gazetecilikle birlikte, dijital reklamcılığın önem kazanması, reklam departmanlarında bu alanda uzmanlaşmış kişilerin istihdam edilmesine yol açmıştır. Böylece internet gazeteleri, yeni iletişim teknolojilerini kullanarak yayınlarını şekillendirmekte ve günümüzde farklı formatlarda ve özgün içerikleriyle kitle iletişim araçları arasında öne çıkmaktadır (Dilmen, 2003 ,s. 113). Yerel internet gazetesinde reklam alma konusunda Soner İstanbullunun ifadeleri şu şekildedir;

“Reklam almak için öncelikle o pastanın içine girmemiz gerek ancak pek mümkün değil. Reklamın bölgede en önemli kaynağı esnaftır. Ancak esnafın beklentisi ise sen Erzurum kanalsın ben belirli bir ücret ödemedi sen reklamımı yap diyor. Ancak yerel medyanın ayakta kalması için reklama ihtiyacı var. Gerek devlet gerek halk gerekse esnaf bu anlamda destek sağlamalı.”

Erzurum’da internet gazeteciliğinin artık takipçi sayısı ile aldıkları etkileşimde haberciliğin yönünü belirlemektedir. İnternette okuyucu izleyici gibi online ortamlarda yoğun şekilde kullanılmaktadır. (Pavlik, 2013: 35). Yaptığımız incelemeye baktığımızda diğer bir sorun olarak da medyanın sahiplik yapısı ile alakalı karşımıza çıkmaktadır. Medya özellikle de yerel medya ayakta kalabilmek ve devamlılığını sağlamak amacıyla bir sermaye yapısı üzerine oluşmaktadır.

Kamuya ait medya işletmeleri devlet alt yapısı üzerinde bir temele dayanmaktadır. Medya da mülkiyet konusu ilk defa 1970'li yılların sonunda Unesco tarafından hazırlanan ve komisyon başkanı olan MacBride olarak isimlendirilen MacBride Komisyonu dünyanın diğer ülkelerin iletişim alanında güçlü bilim adamlarının hazırladığı bir çalışma olmaktadır. Türkiye’de ise TRT’nin 1963’te kurulmasıyla birlikte tekel oluşmuştur ve 90’lardan itibaren özel yayınların ortaya çıkmasına kadar devam etmiştir. 1980’lerde askeri müdahaleler sonucunda medyanın özgürlüğü kısıtlanmıştır. 1980 sonrası dönemde sermayenin ideolojik anlamda da egemenliğinin medya araçlarıyla sürdürülmesi önem kazanmıştır. Neoliberal politikalar, basın yayın organlarında büyük bir “itibar” bulmuştur (Özsever 2004: 116).

Medya 80’li yıllarda sermayeler ile büyümüş küçük işletmeler ise tutunamadığı için yok olmuştur. Yayıncılık ile başlayan sermaye turizm, bankacılık gibi farklı sektörlere kaymıştır. Medya dışındaki sermayelerin medyaya girişi sadece ir sahiplik değil aynı zamanda kontrolü olmaktadır. Politika ve strateji belirlenmesi, şirketlerin birleşip büyümesi ve kar oranlarına dönüşen bir sistem haline gelmektedir. Kontrol ise üretim, kaynak ve politikalar üzerinde etkiye sahip değildir. Bu birleşmeler 90’lı yıllarda diğer yatırımcıların dikkatini çekmiştir. İhlas, doğan, uzan gibi gruplar bunları başlangıcı olmaktadır. Doğan ve Aydın holding grupları görsel ve yazılı medyada kendini göstermiştir ve çapraz medya sahipliğini oluşturmuşlardır. Bu pazar yapısı içerisinde güçlü bir sermaye ve bunun getirisi olarak da söz sahibi olmak söz konusudur. 2018’e kadar doğan medya grubu üstünlüğünü devam ettirmiştir ancak diğer gruplarda peşinden gelmekteydi. Şu an yürürlükte olan yasalarda her şirkete sadece bir televizyon yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla kurulmuş anonim şirketlere verilmektedir. Aynı şirket sadece bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilmektedir. Bir kişi doğrudan veya dolaylı olarak en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ortak olabilmektedir. (Kuyucu, 2013. 161) Yerel medyanın ise bölgesel yayınlarda ise medya işletmeleri ekonomik olarak tutunabilmesi şu anın şartlarında dahi çok zor olmaktadır. Ulusal çapta yayın yapan medya ve domine eden holdinglerin gölgesinde kalarak reklamlar ve harcamalar konusunda zorlanmaktadır. Bu anlamda yerel medyada etkilenmiştir. Bölgeler üzerinde belediyeler, kurumlar, ya da farklı sektördeki medya

patronları yerel medyada söz sahibi olmaktadır. Özellikle yerel seçimlerde siyasiler üzerinde kurdukları iletişim ya da reklam planlamaları üzerinde söz sahibi olmak için sektöre girmektedirler. İnternet gazeteciliği ise tam bu noktada büyük bir katkı sağlanmıştır. Haberin internete taşınması çalışanın ücreti, teknolojik alt yapılar gibi maliyeleri en aza indirmiştir. Artık gazeteci olmayan biri dahi bir hesap açıp ya da bir site oluşturup güncel haberler yayınlanabilmektedir. Bu anlamda Nuray Kartal'ın (haber editörü) eleştirisi şu şekildedir;

“Önemli bir sorun maliyet ve reklam olarak öne çıkıyor ama ben reklam alınamadığını düşünmüyorum. Reklam alanda verende razı sadece alt kesimlerin bundan haberi yok ya da faydalanamıyor. Artık internet gazeteciliğinin sayısı çok fazla bundan önce çalıştım birçok kişi işi bilmiyor ya da çalışıyor. İşte tam bu noktada onlar kazanamıyor çünkü yapabilecekleri bir iş değil. Artık internet gazeteciliğinde çabaya gerek yok sosyal medya var. Türkçe bilmeyen, haberi yazmayı bilmeyen herkes gazeteci ilan ediyor kendi.”

Yerel medyada sahiplik yapısını olumlu nitelendiren Ayhan TÜRKEZ ise

Olabilir. Sermaye sahipleri bir güç sonuçta. Özellikle tartışılıyor dördüncü güç olarak gibi algılar oluşuyor ama ben tehlikeli görmüyorum eğer yayın politikasını etkilerse ve kendi ticari endişelerini yayın yaptıkları aksettiriyorsa tehlikeli ve etik değil. Bilinçli bir nesil var ve durumu fark edebiliyorlar.

Değerlendirmeler sonucunda İnternet gazeteciliğinin yerel medya noktasında önemli değişimlere gitmesine sebep olmuştur. Artık büyük şirketlerden bireysel sosyal medya hesapları üzerinde habercilik anlayışına kadar ilerlemiştir. İnternet haberciliğini günümüzde incelediğimizde ne kadar tıklanma ya da ne kadar takipçi varsa o kadar haber için kitlesi var anlamına geliyor. İncelediğim sayfalar üzerindeki takipçi sayısı tablodaki gibidir.

TAKİPÇİ SAYILARI	
Kardelen TV	116 bin takipçi (Web sitesi ve sosyal ağlar toplam takipçi sayıları)
Olay Gazetesi	6 bin takipçi (Web sitesi ve sosyal ağlar toplam takipçi sayıları)
Post Gazetesi	1.6 K
Anadolu Haber	5 bin takipçi (Web sitesi ve sosyal ağlar toplam takipçi sayıları)
Erzurum Gastesi	200 bin takipçi (Web sitesi ve sosyal ağlar toplam takipçi sayıları)

Tablo 27. 05-12/2024 tarihleri arası takipçi sayıları

Tablo 27. İncelendiği zaman en fazla takipçi sayısına sahip olan internet gazetesi Erzurum Gastesidir. Peşinde hemen kardelen TV gelmektedir. Bu incelemede artık okuyucu bir gazeteyi eline alarak ya da televizyonda haber saatlerini bekleyerek değil telefonlar, tabletler üzerinde sosyal mecralara yaşana haberleri hemen öğrenebiliyorlar. Yerel medya ise bu daha önemli bir noktada, bölgesel haberlerin uzaktaki takipçilerin hemen haberdar olma noktasında önemli bir rolü olmaktadır. Christian Fuchs’a (2016, s.116) göre bir yanılsamadan ibarettir. Fuchs, herkes internet yardımı ile bilgi üretebilir ve yayabilir durumda olmaktadır ancak enformasyon eşit derece olduğu bilinmesi gerekmektedir.

3.3 Yapısal Özellikleri bakımından Erzurum Yerel Basını ve İnternet Gazeteciliği;

1.Yayın Süreleri;

Kardelen TV kanal yapısında olmasından kaynaklı haber yayın süreleri 40 ile 45 dakika arasında sürmektedir. İnternet sayfalarını incelediğimizde paylaşılan haber süreleri en fazla 5 dakikadır. Erzurum post gazetesi, Erzurum Olay gazetesi, Erzurum Anadolu gazetesi ve Erzurum gastesi internet sayfaları üzerinde haber yayınlama süreleri yine en fazla 5 dakika genel olarak 2 dakikadır. Yerel medya üzerinde ve internet gazeteciliğinde devamlılığın sağlanması önemlidir. Bu noktada sayfalar haberlerini güncel hızlı ve günlük olarak yayınlamaktadır.

2.Personel sayısı;

Gazetelerin kadro yapısı, haber üretim süreci ile gazete içeriğinin hazırlanmasında büyük öneme sahip olmaktadır. Gazetelerde çalışan personel yapısı ise, gazetelerin kurumsallaşma düzeyi ve mali yapılarına göre olarak değişmektedir (Yaşın, 2009: 144). Yerel basında çalışanların büyük bir kısmının çok düşük ücret karşılığında çalışmakta olduğunu belirten Nalcıoğlu ise düşük maaşlarla çalışan bu gazetecilerin geçimlerini sağlayabilmek için gazeteciliğin yanında ikinci bir iş daha yaptıklarını belirtmekte ve gerek yerel basında gerekse ulusal basında çalışan gazeteciler arasında bir farkın olmadığını belirtmektedir. (Nalcıoğlu, 2007: 198). Erzurum yerel basında Kardelen TV toplam 21 kişi çalışmaktadır. Haber, kurgu ve stüdyo, internet gazetesi için ayrı bölümler üzerinden çalışma yürütülmektedir. Erzurum post, Olay, Anadolu gazetesinde ise tek kişi çalışmaktadır ancak haber sitesinde önemli gazeteciler ve yazarların haberleri ve köşe yazıları bulunmaktadır. Erzurum Gastesi ise birçok kişi ile sayfayı yönetmektedir.

3.Teknolojik Alt yapı;

Yerel basının sahip olduğu teknoloji, onu olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Bunun yanında, sahip olmadığı teknolojinin de bunda rolü olmaktadır. Yerel basın, artık sahip olduğu teknoloji kadar ulaşılabilir olmakta, okunabilmekte, etkileyebilmekte ve kamuoyunun aracı olabilmektedir. Diğer bir ifadeyle teknolojiye hakim olması kullanabilmesi yerel basında da gücünün olması demektir. (Vural, 1997: 188). Erzurum yerel basında kullanılan teknoloji daha çok bilgisayar, programlar ve internete bağlıdır. İncelenen gazeteler ve kanallar bağlamında gerekli ve gelişmiş alt yapı olmaktadır. Sayfalardaki haberlerde İHA, DHA gibi abonelikler söz konusudur.

4.Ekonomik Yapı;

Yerel medyada, internet gazeteciliğindeki en önemli sorunlardan biri ekonomidir. İnternet gazeteciliği dijital bir ortamda yapıldığından dolayı; kağıt, mürekkep vs. gibi baskı maliyetlerine katlanılmamakta veya makine yatırımlarına gerek kalmamaktadır. Ancak, basılı gazetelerin böyle bir şansı olmamaktadır. Özellikle çok büyük ölçüde ve son teknoloji gerektiren makine yatırımları dışında, bunların bakımlarının da çok düzenli periyotlar dahilinde yapılması gerekmektedir. Devlet teşviki ne kadar olsa da kağıt büyük

bir masraf alanı oluşturmaktadır. İnternet gazeteciliği bu anlamda büyük bir avantaj sağlamaktadır. (Bulunmaz, 2016, 38) İncelenen sayfalarda ekonomik durum incelenecek olursa. Erzurum post gazetesi, Erzurum Olay gazetesi, Erzurum Anadolu gazetesi ve Erzurum gastesi üzerinde bilgisayar, kamera, mikrofon ve bilgisayarlar üzerinde habercilik yaptıklarından kaynaklı bu cihazlar dışında aldıkları reklamlar ve desteklerle ayakta kalabilmektedirler. Kardelen TV ise yayın yönetmeni Soner İstanbullu ekonomik yapısını şu şekilde ifade etmiştir;

“Devlet katkısı olmadan, ilan parası almadan, reklam alırken bile RTÜK’e paylar vererek, reyting sistemlerinin afaki fiyatlarına bakılınca o pastaya girmemiz mümkün değil. Reklam pastasına giremediğimiz için bölgenin kurumları ile bireysel ve kurumsal görüşmelerde olumlu sonuç almakta sorun yaşıyoruz. Kurumun ötekileştirdiğini halkta ötekileştiriyor. Reklam vermek yerine Erzurum kanalsın sen kendinden reklam yap diyor. Oysaki reklamı da sorunu da en kolay yerel medya ile ulaştırabilirsin. Bu durumun tabi olumlu getirileri de var yeni bir iş alanı olsun, reklamını yaptırmak isteyen olsun hemen ulaşıyor bu da tıklanma dediğimiz olgudan geçiyor.”

Sonuç olarak Erzurum’da yerel basın ister kanal ister internet gazetesi olsun zorlukla ayakta kalabilmektedir.

5.İnternet sayfalarında izlenme ve görüntülenme hakkında;

Sayfaların genel incelenmeleri sonucunda Erzurum gastesi ve Kardelen TV takipçi sayılarının fazla olması, Erzurum’daki haberler güncel bir şekilde paylaşımlarından kaynaklı etkileşimler çok yüksek olmaktadır. Haber yorumları, izlenmeleri ve paylaşım açısından etkin sayfalardır. Erzurum post gazetesi, Erzurum Anadolu gazeteleri haberleri güncel ve aktif sayfalardır. Sayfaların takipçi sayıları artmakta ve yorumlar üzerinde okuyucular aktiftir. Olay gazetesi ise günlük haber paylaşımı yapmamaktadır.

SONUÇ

Dijital gazeteciliğin medyada oluşan yansımaları büyük değişimler getirmektedir. Dijital ortamların sınırsız özgürlük alanında olan haberler, ideolojiler ve kültürel alanlar yerel ve ulusal anlamda haberlere egemen habercilik anlayışıyla yön vermektedir. Yerel internet gazeteciliğinde haberlerin söylemleri, ürettiği haber yapısı yayın politikasını ön plana çıkarmaktadır. Ticari faaliyete dönüşen internet gazeteciliği reklam kaygısı, yalan haberler ile bir ticaret alanına dönüşmektedir. Haber nitelikleri anlamda etkileri olan internet gazeteciliği olumlu ve olumsuz birçok etkiyi beraberinde getirmiştir. İnternet ve iletişim teknolojileri büyük dönüşümlere sebep olarak yerel medya kuruluşları ve yaygın medya yapıları arasındaki fark ortadan kalkma noktasına gelmesiyle yerel medya, yerel halkı ve bölgeyi temsil eden ve bilgilendiren bir konumdayken internet sayesinde sınırları aşmış küre-yerelleşen bir konumda olmaktadır. İnternet ortak bir kullanım alanı haline gelmesi internet gazetecilikte hız, eş zamanlılık, erişim, çeşitlilik gibi seçenekler sunması ile yerel basında önemli bir adım atlamıştır.

İnternet ile birlikte yapılan haberler dijitalleşme ile birlikte katılımcı okuyucular ve yorumlar yapılmasını sağlamıştır. Dijital gazetecilik çok yönlü bir kavram olmaktadır. Haberlerin üretim ve dağıtım biçimleri, sosyal medya mobil haberler gibi birçok alana yayılmıştır. Erişim ve fazla kitleye ulaşma imkânı ile endüstriyel gazeteciliğe hem yakın hem uzak bir anlayış ile bağlantılar kurarak haberin internet üzerinde tamamlayıcı olarak karşımıza çıkmaktadır. Merkezileşme, katılımcılık, verilerin kontrolü, kolektif zekâ gibi nitelikler taşımaktadır. Habercilik anlamında gazetelerin dijital ortama aktarılması olumlu getirileri olmaktadır. Yakınlık ve zamanlılık kavramı açısından küresel bir dünyaya açılmıştır. Haberciliği dünyanın her yerinde her saat diliminde yapılabilen bir hal almıştır. Önemli bir haberin saniyeler içinde milyonlara aktarılması sağlanmıştır. Yeni medya bu anlamda büyük rol oynamıştır. Sosyal medya alanları artık haberciliğin döndüğü en büyük alandır. Tek bir video ve tek bir açıklama ile tüm dünyanın haberdar olacağı bir sistem oluşmuştur. Daha ne bir ifade ile bilgi alma ihtiyacının internete taşınması ile yönü değişim olmuştur. İnternet gazeteciliğin olumsuz noktaları da belirtilmektedir. Medya tek başına çok büyük pazardır ve herkes bu pazarın içinde olmanın yollarını aramaktadır. Bu yol büyük bir rekabet alanı oluşturmaktadır. İnternet ise bu rekabet ortamını

hızlandırmıştır. Haberlerin yayınlanma hızı sayfaların etkileşimleri ve en önemlisi doğru haber verme işlevi olmaktadır. İnternet gazeteciliği ile gazetecilik mesleği bir noktada işlevini kaybetmiştir. Meslekte olmayan kişilerin abonelikler ya da haber kaynakları üzerine habercilik yapmaya başlaması ve internet gazetesinin getirmiş olduğu sansürün olmama durumu olumsuz yönde etkilemiştir. Haberlerin ve kaynaklarının güvenilir olmaması, kişisel alanların ihlali, etkileşimsizlik ve bilgi kirliliği açısından olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Profesyonel gazetecilerle gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde değişen gazetecilik süreçleri yasal, ekonomik, politik, haberin üretimi ve erişimi gibi konular ele alınmıştır. Gelenekler gazeteciliği geride bırakan internet teknolojisi ile yeni bir habercilik döneminin başladığı belirtilmiş ve haberlerin maliyet sorununu olmamasından kaynaklı herkesin bu alana yönelmekte olduğu belirtilmiştir.

Profesyonel olmayan gazetecilerin Erzurum yerel medyasında yalan haberlerin ya da gerçekliği teyit edilmeyen haberlerin küresel anlamda yayınlanması bir sorun olarak belirtilmiştir. Haber sitelerinin kaynağının olmaması birikim ve donanımın olmayışı, haber sitelerinin tasarımının haberin önüne geçmesi, güncelleme sorunları, haberim dili gibi birçok konuya neden olabilmektedir. Dijital habercilik tek tipleşme ile takipçiye kadar etkili olmaktadır. Geniş kitlelere daha az maliyetle hitap edebilmesi, rekabet ortamı hızlı ve riskleri olan denetime tabi olmadığı için içerikleri daha kolay paylaşan, ortak görüşlerde birleşebilen, etkileşim içeren yetkin ve çoklu ortamlara giren internet gazeteciliği yerel açısından büyük avantaj sağlamaktadır. Diğer bir önemli nokta ise yerel medyada etik ve halkın istekleri ve kendi kültürlerine göre oluşan bir sistem bulunmaktadır. Bu durum haberciliğin kültüre göre etik kuralları olmaktadır. Değerler insanlar için hukuki bir yaptırımı olmasa da vicdana seslenmektedir. Çalışanların haberlerin güven oluşturma bakımından nesnellik, doğruluk gibi durumlar ele alınmaktadır. İnternet haberciliği bu etik kuralları, eksiklikleri değerlere göre yapılmayan haberleri özensizce yapılması haberciliğe ve halın güvenine zarar vermektedir. Çevrenin, bölgenin durumunu ve gelişmeleri okumak ya da izlemek isteyen kitle reklamlardan kaynaklı hemen ulaşamamaktadır. Nefret söylemleri, sürekli kayıt altında olma hissi kopyalama gibi durumlar için basın yöneticileri daha dikkatli olması haberler ve izleyenler için önemli olmaktadır. Manipüle edilen, yanlış bir habercilik olarak algılanan habercilik Erzurum yerel medyasında profesyonel kişilerce yapılmaktadır. İnternet

haberciliğinde artık sosyal medya bilgi kaynağı ve reyting aracı olarak görülmesi internet üzerinde haber portallarını fikirleri etkileyen ve derinlik kazandıran bir alan olmaktadır.

Yerel haberler ulusal haberlere benzediği kadar dijital ortamlarda özel haber içerikleri ile dikkat çekmektedir. Erzurum yerel medyasında okuyucuların dikkatini çekmek isteklerini karşılamak hedefe ulaşmak ve haberciliğin doğruluğu konusunda önem göstermektedir. Haber içeriklerinde ya da sayfalardaki tüketim alışkanlarına ait bilgi paylaşımları haber alma ihtiyacını dijital kanallar üzerinde ulaşabilmektedir. Haber kanallarının görünürlüğü, bilinirliği, ilgi duyulmasının en pratik yolu dijital kanallar olmaktadır. Yerel medya dijital habercilik ile beraber küresel bir yapıya kavuşması, kamuoyunu daha hızlı elde edebilmesi gibi avantajlar sağladığı görülmektedir. Demokrasinin yerleşmesi, katılımcı demokratik alan oluşumu, bilginin yayılması Erzurum yerle medyasının tüm odaklara ayak uydurması önemli fırsatları getirdiği söylenebilmektedir. İnternet gazeteciliğinin yerel medya üzerinde uzun düre devam edeceği, imkanları ve fırsatları ve dezavantajları yerelin ayakta kalması için gerekmektedir. Erzurum yerel medyası bazı gazeteler hala adapte olmaması trendlerin, reklamların kaçırılmasına neden olmaktadır. Üreten ve tüketen sistemde geleneksel yapılardan kopamayan yerel sistemin küçülmeye gittiği görülmektedir. Erzurum yerel medyasında incelenen sayfalar ve yapılan görüşmeler sonucunda içerikler kullanıcılar yorumlar, tanıtımlar gelenekselliği yerel değerleri taşıyarak yapılmaktadır. Yerel medyada internet haberciliğinin tek bir noktada toplanması, farklı niteliklerin bir alanda buluşması habercilik sistemlerini beraber düşünmemizi gerektiren bir ortam oluşturmuştur. Haberlerin arka planları sayfalar üzerinde değişimler olmaktadır. Erzurum yerel medya sahipleri ile yapılan görüşmelerde haber sayfalarının içerikleri ve düzenlemeleri oluşturulan hikayeler kontrolü, habere kolayca ulaşabilme konusunda haberlerin daha çok görüntülenmesi ve ilginin artmasına alternatif fikirlere açık olmaya sebep olunduğu belirtilmiştir. Erzurum yerel medyasında internet haberciliği ile birlikte sosyal alana kaçış, eğlence, bilgi, motivasyon fırsatları ile ucuz olmasıyla çok fazla tercih edilen bir hale gelmektedir. İncelenen sayfalarda haberlerin belirli aralıklarla güncellenmesi etkili düzeylerinin yerel sosyal ağlar üzerinde oluşturması ve farklı kesimleri ve ulusal medyayı etkilemesi kişilerin haberi doğru ya da yanlış olarak şekillendirmesi ortaya çıkmaktadır. Yapılan görüşmelerde genç nüfusun bu habercilik anlayışını hem takip hem devam

ettireceğini, kendi alanlarını koruyabileceğini, özgür habercilik anlayışını medya işletmelerine adapte olarak devam ettirmesi beklenmektedir.

Bu çalışmada yerel medyanın internet gazeteciliğine geçişiyle birlikte oluşan dönüşümleri Erzurum ili üzerinde araştırma kapsam ve sınırlılığında ele alınmıştır. Erzurum’da 10 gazeteci ile görüşülerek ve 5 farklı internet gazetesi örneklemeden yola çıkılarak dijital yerle gazetelerin bakış açıları, dijital gazetelere ve dönüşüm durumlarına karşı olan yorumlarını ve sayfa içeriklerinin nasıl kullanıldığına dair analizler yapılmış ve değerlendirilmiştir. Yerel basında yaşanan ekonomik zorluklar, çalışan sorunları, halkın taleplerine cevap verebilme durumlarını, internet gazeteciliğinde görev alan kişilerin haber kaynakları ve kullanım biçimleri açısından değerlendirmeler yapılmıştır. Dijital gazetelerin içerik analizleri yapılmış ve tablolar üzerinde ve yorumlanmıştır. Yerel medyada ayakta kalmanın en önemli noktası dijitale taşınmaktır. Dijitalleşen dünyada haber akışının teknoloji üzerinde dönmesiyle bu kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır. Kardelen TV kurulması üzerinde son birkaç yıla kadar televizyon kanalı olarak yayın yapmaktadır. Yerel medya anlamında büyük ekonomik sorunlar yaşayan kanal birçok çalışan barındırmaktadır. Yerel haberlerin yanı sıra yerel programlarda yayınlamaktadırlar. İnternet gazeteciliğine geçiş süreçlerinde aktif güncel ve hızlı habercilik anlayışı üzerinde devam etmişlerdir. Yerel basının internette temsil edilmesinde ekonomik kaynakların daha elverişli olması ve katkı sağlaması sorunları finansal açıdan aza indirmektedir. Diğer ele alınan nokta internet gazeteciliğinin hukuksal alanda yeni değerlendirilmesi olumsuz sonuçlanan bir değerlendirme olarak görülmektedir. Erzurum yerel medyasında bazı haber sitelerinin ne kadar dijitalleşmeye karşı bir duruş sergilenmeye çalışsa da ekonomik ve habercilik yönünden varacakları sonucun internet gazeteciliği olduğu belirlenmektedir. İnterneti güvenli bir ortam olarak değerlendirmeyen yerel basın yöneticileri internet sitelerinin güvenilirliğinin artırılması gerektiği söylenmektedir. Küresel rekabetteki yerel medya ve internet gazeteciliği bu iki tarafa uygun bir anlayış benimsemektedir.

Gazetelerin haber akışları, mesleki beceriler ve gelişimler zorunlu bir ortam oluşturmaktadır. Ekonomik sorunlar yerine tek bir kanal üzerinde habercilik yapılması tüketiciyi doğrudan hedef alan ve yön gösterici bir konumda olduğu belirtilmektedir. Akıllı telefonların tek bir muhabirin haberi oluşturma ve yayınlaması anlayışında gelişen bir habercilik sistemi olmuştur. Bu anlamda Erzurum yerel medyasında yönetici

görüşlerinde okuryazarlığın artırılması, özel haberlerin devam etmesi, gazetecilik yapan kişilerin eğitimi, dijital yayınların gelişim süreçlerinin sürekli takip edilmesi, etik haber kurallarının devam ettirilmesi gibi konuları vurgu yapılmıştır. Çevrim içi ortamların daha güçlü olması fırsatları da artırırken daha güvenilir daha anlaşılır ve yalın bir haberciliği de beraberinde getirebilmektedir.

Yerel yöneticilerin ifadeleri ile dijitalleşme ve haber hızına ulaşmanın ve okuyucu kitlesine hitap etmenin kolay olmadığı belirtilmiştir. İncelenen diğer internet gazeteleri ise Erzurum post, Erzurum olay, Erzurum Anadolu ve Erzurum gastesi ise haberler güncel hızlı ve aktiftir. İnternet haberlerinde okuyucu yorumları, beğeniler ve etkileşim konusunda önemli bir faydası vardır. Erzurum’da dijital gazeteler sadece Erzurum üzerinde değil Türkiye’de ve dünyada her an ulaşabilme fırsatı oluşturmaktadır. Bu durum bir noktada yerel medyayı küresel sistemde temsil etmektedir. Erzurum yerel dijital gazeteler ise hem ulusal hem yerel önemli olma noktasında ulular arası haber içerikleri yayınlamaktadırlar. Araştırmanın sonucunda dijital gazetelerin daha çeşitli olması, hızlı bir şekilde ulaşılabilmesi, okuyucuların aktif konuma gelmesi, ilgi alanlarının artması büyük olumlu sonuçlar doğurmuştur. Ancak yine değindiğimiz gazetecilik mesleğinin gereğince dijital gazetelerin yine profesyonel kişilerin tarafından yapılması emek açısından önemlidir. Gazetelerin içerikleri incelediğimizde haberlerin ekonomi siyaset ve gündelik olayların baskınlıkta olduğu gözlenmiştir. İnternet gazetelerinde görsel kullanımı çok fazladır. Sayfa içeriklerinde ara ara reklamlar görülmektedir. Facebook, Instagram gibi sayfalarda günlük haberler yayınlanmaktadır. Son dakika haberleri anında yayınlanmaktadır. Yapılan mülakat sonucunda gazetecilerin yerel medya ve dijital gazetecilik için önerileri metinlerin ve görüntülerin çalınmasına ve kaynakların çalınmamasını için yasal önlemlerin alınması, mesleği doğru kişilerin icra etmesi, doğru editoryal süreçlerden geçmesi gerektiğidir. Bilgi kirliliğinin önüne geçilmesi ve sorunlar hakkında çalışanların okuyanların bilgilendirilmesidir. Yerel basın süreçte zorlansa dahi internet teknolojisinin getirdiği dönüşümlere ayak uydurmuş, dünyanın çeşitli yerlerine ulaşmış ve bölge üzerinde aidiyet, sorunlar ya da ilgiler üzerine elinden geleni yapmaya çalışan bir medya sistemi olmaktadır. Yerel medyada internet gazeteciliği için yapılan görüşmeler ve incelemeler sonucunda;

- Erzurum yerel medyasının teknolojik gelişmelere çoğunlukla adapte olması
- İnternet gazeteciliğinde önemli etkileşimler sağlaması
- Global ve trend haberleri aktif paylaşması (sadece yerel habercilik dahil)
- Haber konusunda etkileşim içerisinde olmaları
- Erişim ve kendilerine ait bir haber süzgeci oluşturmaları
- Haberlerin hızı konusunda ve reklamlar anlamında belirli bir rekabetin oluşması
- Okuyucuların istekleri ve beğenileri, ilgi alanlarına göre düzenlemelerin yapılması
- Abonelikler ve iletişimsel engellerin kaldırılması
- Kişiselleştirilen ancak güvenlik sorunlarının devam etmesi
- Teknolojik devler karşısında yerel medyanın internette özgür bir alan oluşturması gibi sonuçlar elde edilmektedir.

KAYNAKÇA

Atabek Ü., (2003), İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar.

Kara H., (2003), Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik.

Karaduman M., (2002), İnternet ve Gazetecilik.

Gürcan H., Bekiroğlu O., (2013), Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel

Basının Genel Görünümü ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme.

Köseoğlu A., (2022), Yerel Medya ve Dijitalleşme.

Bulunmaz B., (), İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyasındaki Rolü ve Ekonomik Boyutları.

Çelikbaş S., Selami Ö., (2022), Dijitalleşme Sürecinde Yerel Medyanın Sorunları; Bolu Örneği.

Arslan B., (2023), Yerel Basın Yöneticilerinin Perspektifinden İnternet Gazeteciliği; Avantajları ve Tehditleri

Karaduman M., (1998), İnternet ve Haber İçerikleri.

Mihalis K., (1997), İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetelerle Savaşı; İnternet

Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliği Bitirir mi? Üniversite Öğrencilerinin İnternet Gazeteciliği İle İlgili Görüşleri Üzerine Bir Güncelleme.

Aydoğan T., (2019), Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya Hakkâri İli Örneği.

Yanık, H., (2023), Yerel Medyanın Sorunları ve Yerel Haber Siteleri-Kullanıcı Etkileşimi:

Instagram Hesabı Örneği. Medya Ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, 5(2), 107-125.

Atabek N., (2012), Tarihsel Süreçte Türkiye’de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler.

- Çelikbaş, S., & Özsoy, S. (2022), Dijitalleşme Sürecinde Yerel Medyanın Sorunları: Bolu Örneği. SDÜ İFADE, 4(1), 1-33.
- Çavuş S., (2017), Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel Bir Araştırma. Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(4), 19-32.
- Çavuş S., (2018), Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel Bir Araştırma
- Zafer C., Vardarlier P., (2019, Medya ve Toplum.
- Gülçay, H., & Balcı, E. V. (2018). MEDYA VE GELİŞİM: YAKIN GELECEĞİ ÜZERİNE ÖNGÖRÜSEL DEĞERLENDİRMELER. Kurgu, 26(3), 238-247.
- Özdemir, M., & İlhan, E., (2012). Geleneksel Ve İnternet Gazeteciliğinde Haber ve Fotoğraf Kullanımı; Milliyet Örneği Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), 807-816.
- Aral E., (2019), Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği: Facebook ve Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma.
- Kurşun A., (2017), Sosyal Medya ve Gazetecilik.
- Demir Askeroğlu, E., & Ersöz Karakulakoğlu, S. (2019). GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA GEÇİŞ SÜRECİNDE DEĞİŞEN GAZETECİLİK ‘YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(1), 508-536.
- <https://doi.org/10.19145/e-gifder.442960>
- Özgen M., (2012), İnternet ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği.

Bulunmaz B., (2016), İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü ve Ekonomik Boyutları.

Korkmaz, A. (2011). İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN KAMUOYU OLUŞUMUNA ETKİSİ. Erciyes İletişim Dergisi, 1(2).

Parlak M., (2019), Yeni Medya Ve Haberciliğin Dönüşümü.

Özcan, E., (2019), Yeni Medya ve İnternet Haberciliğinde Etik. AJIT-E: Academic Journal of Information Technology, 10(37), 97-116.

Aktaş, C. (2013). İnternet'in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. Selçuk İletişim, 5(1), 30-41.

<https://doi.org/10.18094/si.15544>

Kısaoglu, Ö. (2024). YENİ MEDYA OLANAKLARIYLA DEĞİŞEN YAYINCILIK BİÇİMLERİ VE YOUTUBE'DA SPOR YAYINCILIĞI. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25(46), 411-427.

<https://doi.org/10.21550/sosbilder.1349883> Barış B., (2015) Yeni Medya Olanaklarıyla DeğişenYayincılık Biçimleri ve Youtube'da Spor Yayıncılığı.

Karaduman A., (2017), Yeni Medya Aracılığı İle Değişen Medya Süreci Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu.

Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde YouTube: Türkiye Örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(1), 215-232.Şimşek, I. (2022)., Haberin Ekonomi Politikası Ve Propaganda Modeli: Büyüme ve Milli Gelir Haberleri Üzerine Bir İnceleme. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (inif edergi), 7(1), 392-428.

Şimşek I., (2022), Haberin Ekonomi Politikası Ve Propaganda Modeli: Büyüme ve Milli Gelir Haberleri Üzerine Bir İnceleme.

Alanka, Ö., Çimen, Ü., & Akköprü, B. (2024). YENİ MEDYA İLE ORTAYA ÇIKAN GAZETECİLİK TÜRLERİNİN YEREL MEDYA HABER ÜRETİM SÜREÇLERİ

ÜZERİNE ETKİLERİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 8(2), 293-324.

Köseoğlu, A. (2017). Erzurum Yerel Gazetelerinin Haber

İçeriklerine Yönelik Bir İnceleme. Atatürk İletişim Dergisi(13), 149-164.

Sedat Ş., (2013), Küreselleşme Sürecinde Çok Uluslu Şirketler Ve İnternetin Önemi.

Yücel M., (2019), Kitle İletişim Araçlarının Ve Teknolojik Gelişmelerin

Küreselleşmeye Etkisi. Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 1(3), 34-50.

Bingöl, İ., & Karaca, M. (2014). KÜRESELLEŞME, İLETİŞİM VE HABER

DENGESİZLİĞİ. Atatürk İletişim Dergisi(7), 187-202.Cem S., (2018),

Küreselleşme Çağında İnternet'in Ekonomi Politikası: Türkiye Üzerine Bir İnceleme.

Nergiz B., (2018), Medyanın Eleştirel Ekonomi Politikası Yaklaşımı Çerçevesinde Dijital Haberciliğin Değerlendirilmesi.

Öztermiyeci M., (2017), "İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliğe Karşı: TÜRK DÜNYASI ARAŞTIRMALARI 116, SY. 228: 171-90.

Değirmecioğlu G., (2011), Yerel Basında Yeni Medya Ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin

Kullanımı: Kocaeli'de Yayımlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme.

Büyükbaykal G., (2012), Türkiye'de Yerel Basının İşlevi ve Önemi.

Aksoy S., (2010), Türkiye' de Yerel Basının Sorunları: Kayseri Örneği

Üzerine Teorik ve Uygulamalı Çir çalışma.

Aydoğan A., (2012), İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal

Çalışmaların Eksikliği.

Büyükbingöl, A., (2019), Bir Fırsat Ortamı Olan İnternet Üzerinden Etkili Bir Alternatif

Medyayı Oluşturmak ve İlgili Sorunlar. Uluslararası Kültürel Ve Sosyal

Araştırmalar Dergisi, 5(1), 391-401.

Aral E., (2019), Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği: Facebook ve

Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma.

Can Ö., (2023) Türkiye'de Gazetelerin Web Sayfalarında Etik: Haber ve Reklam İlişkisi.

Almasood A., (2021), HABERE ULAŞMADA GELENEKSEL MEDYADAN YENİ

MEDYAYA GEÇİŞ.

Kutlu T., Bekiroğlu O., (2017), Türkiye’de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet

Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin

Analizi.

Akköprü B., (2024), Yeni Medya ile Ortaya Çıkan Gazetecilik Türlerinin Yerel Medya

Haber Üretim Süreçleri Üzerine Etkileri: Van İli Örneği.

Kılınç H., (2020), İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE ETİK.

Gürcan., H.İ.(YOK). Web (İnternet) Tasarımı. Banar, F.S. (Ed.). İletişim Ortamları

Tasarımı içinde (Ünite 8). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Bülent M., (2003) İnternet Gazeteciliği ve Haberin Değişen İşlevi.

Dolgunyürek D., (2018) Gazeteciliğin Yeni Bir Boyutu: İnternet Gazeteciliği.

Kaya S., (2020), İnternet gazeteciliğinde olanaklar/üstünlükleri ve sınırlılıkları.

Zinderen A., (2014), Haber Toplama ve Yazma Teknikleri.

İnce M., (2019), İnternet Haberciliğinde Çok Tıklanma Beklentisi ve Tuzak Başlıklar.

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(2), 297-313.

- Çevikel, A. G. T. (2004), Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi (1).
- Yüksel H., (2021), Yerel İnternet Gazeteciliğinde Köşe Yazarlığı Olgusu “Kars İli Yerel İnternet Gazeteleri”. Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(1), 93-115.
- Öztürk Ş., (2018), Gazetecilik 2.0 İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik.
- Çalışır, Y. G., (2012), KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE HABER KAVRAMINDA GERÇEKLEŞEN BİR DÖNÜŞÜM: KÜRESEL HABER KAVRAMI. GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ELEKTRONİK DERGİSİ, 1(4).
- Çalışır G., (2012), KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE HABER KAVRAMINDA GERÇEKLEŞEN BİR DÖNÜŞÜM: KÜRESEL HABER KAVRAMI
- Şener N., (2020), İletişimin Ekonomi Politikğine Dallas W. Smythe’ın Perspektifinden Bakmak
- Cereci S., (2024), İletişimin Ekonomi Politikği.
- Varlı A., (2021), İletişimin Ekonomi Politikği Ve Üçüncü Dünya: Kalkınma Söylemi Üzerine Notlar
- Özel E., (2018), “Tık” ve “Etik” Arasında Sıkışan Gazetecilik: İnternet Gazeteciliğinin Ortaya Çıkardığı Yeni Etik Sorunlar Ve Gazetecilerin Konuya Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma
- Sönmezer Z., (2024), Yeni Medyanın Gündem Belirleme Rolü Üzerindeki Ekonomi Politik Ekiler
- Kılıç N., (2018), Geleneksel Medya İle Yeni Medya Karşılaştırması: Kuramsal Bir Analiz
- Kalsın B., (2016), Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği.

(2024), Geleneksel Medya Ve Yeni Medya Üzerine Ekonomi Politik Bir İnceleme.

Aytekin A., Yeni İletişim Ortamlarının Ekonomi Politikği Bağlamında Ağın Zorlayıcılığı
Üzerine Bir Araştırma

Kılınç E., (2016), Türkiye’de Baim İşletmeciliğinin Finansal Yapısı: Sorunlar Ve Yol
Açtığı Sorunlar



EKLER

EK 1.Sorular

1. Yerel basını nasıl tanımlarsınız?
2. Yerel gazeteciliğin topluma, yerele, bölgeye ve ulusala nasıl bir etkisi vardı?
3. Yerel gazeteciliğin sorunları nelerdir?
4. İnternet gazeteciliğine ne zaman başladınız? Ve internet gazeteciliğine geçmenizdeki sebep nedir?
5. İnternet gazeteciliğinde yerel içerikte yaptığınız yayınlar etkileşiminizi değiştirdi mi?
6. İnternet gazeteciliği nasıl bir katkı sağladı?
7. İnternet gazeteciliği ekonomik açıdan nasıl etkiledi?
8. İnternet gazeteciliğinin sorunları nelerdir?
9. İnternet gazeteciliğinin ve yerel medyanın sorunlarına neler önerebilirsiniz?
10. Sahiplik yapısını nasıl Değerlendirirsiniz?

EK 2.

Kardelen TV – Soner İSTANBULLU- GENEL YAYIN YÖNETMENİ

1.Yerel basını nasıl tanımlarsınız?

Anadolu basını olarak tanımlıyorum. Kendiliğinden otosansür niteliğinde bir dal oluşturuluyor. Değerler ölçüler ve ölçütlerine titizlikle hareket etmek zorunda kalan bir medya anlayışı güdüyor. Yörenin gazetesi ya da televizyonunun kendi malı gibi görüyor. Aynı tarzda yapılan bir habere ulusal medyaya yerel medya kadar tepki verilmiyor. Kendinden görmüyor. Bu durum hem avantaj hem dezavantaj.

2.Yerel medyanın ulusala ve bölgeye etkisi nedir?

Önceki dönemlerde haber yerel medyadan alınıyordu. Yerel medyanın yaptığı haberi ajansalar ve televizyonların temsilcileri takip ederdi. Yerel medya bölgeye hâkim olduğu için habere ulaşması daha kolaydır ve yerel medyada cepte haber mantığı vardır. Ulusa basına yön verir nitelikteydi. Son zamanlarda ise ulusal medya sosyal mecralara daha hızlı uyum sağlaması yereldeki işi bir adım öne taşıdı ve haberin algısı değişti. Binlerce görüntü sosyal medyada yayınlanıyor, izledin ve çöpe attın mantığı taşıyor. Haberin değeri (yazılma, kurgu, yayın) sosyal medyada otuz saniyelik bir görüntü ile değer kaybedebiliyor. Gerçek haberlerle şehir ve bölge namına doğru bir yayıncılık yapmaya devam ediyoruz.

3.Yerel medyanın sorunu nedir?

İnsanların algısı ve ilgisiyle alakalı önemli bir sorun ve değişim var. Eskiden haberin ulaşması dört gün sürerken şimdi çılgınca bir tüketim var izledim ve bitti. Hızına ayak uydurmak için var olan imkanlar yetersiz. Bu durum hem otosansür yeri geldiğinde maddi olarak. Devlet katkısı olmadan, ilan parası almadan, reklam alırken bile RTÜK’e paylar vererek, reyting sistemlerinin afaki fiyatlarına bakılınca o pastaya girmemiz mümkün değil. Reklam pastasına giremediğimiz için bölgenin kurumları ile bireysel ve kurumsal görüşmelerde olumlu sonuç almakta sorun yaşıyoruz. Kurumun ötekileştirdiğini halkta ötekileştiriyor. Reklam vermek yerine Erzurum kanalsın sen kendinden reklam yap diyor. Oysaki reklamı da sorunu da en kolay yerel medya ile ulaştırabilirsin. Yerel seçimlerde dahi yerel basından önce ulusal medyaya yönelen siyasetçi oy kaybedebilir. Kendi

pazarında satmadığı ürünü başka pazarda götürmeleri olumsuz sonuçlar almalarına neden oldu.

4.Yerel medya için neler önerebilirsiniz?

Minare çalınıyor ona göre kılıf dikiliyor diyebiliriz. Sorun oluşmadan ön görmek ve çözüm bulmamız gerek. Sosyal medya kanunu çıkmadan önce sorunlar belliydi ilk sorunların oluşması beklendi sonra kanun çıkması düşünüldü. Lisans verildi ama şikâyet olursa uygulanır mantığında. Yüzlerce internet gazetesi var ama lisansı yok. Ama yerel medya bu şekilde yayın yapamaz. Daralmış sıkışmış yayınların tıklanmalar ve tıklanma savaşlarında yerel bu yükü ne kadar kaldırabilir? Uzun sürmez. Bunun için yerel medya sosyal medya mecralarını etik kurallar dahilinde daha aktif kullanmalıdır. Devletinde daha geç olmadan televizyonlar üzerinde destek anlamında bir görüşme yapmalı.

5.Üretilen yerel içerikler yerel basını nasıl etkiledi?

İçselleştirilmiş bir yol var. En basiti bir spor veya dini programlar yapıyoruz ve yöresel etikleri ele alıyoruz. Yöre neyi merak ediyor sorunu ne çerçevesinde neler söyleyebiliriz onun peşindeyiz. Hikayeleri belgeseller çıkarmaya çalışıyoruz. Biz programlarımızı satıyoruz. İzleyici beğenirse emek vardır ve beğeni vardır toplumda karşılığı olmalı bu büyük bir ilgiye sebep oluyor. Habercilerin çoğuna ulaşamazsınız çünkü sizinle aynı ortamı paylaşmıyor ama yerelde ulaşırsın çünkü zaten halkın içerisinde.

6. Yeni medya ile uyum süreci ve internet gazeteciliğine geçiş süreci hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Yeni medya gelişile içerikler sosyal medyaya taşındı ve habercilikte bu yöne kaydı. Artık haberlerin ulaşımı yazımı ya da içerik dahi olmadan kısa cümlelerle haber yapılan bir sistem oluştu. Yerel medyanın da yeni medya ortaya çıkan sisteme, sosyal mecralara taşınması zaten kaçınılmazdı. Yapılan içerikler ne olursa olsun mutlakta kullanılan platformlardan yayınlanması gerekti. İnsanların elinde artık telefonla bir habere birçok sayfada saniyeler içerisinde ulaşması mümkünken yerel medyada uyum sağladı.

7.İnternet gazeteciliğinin getirdiği sorun hakkında neler söyleyebilirsiniz ve çözümü nedir?

Metinler ve görüntülerin çalınması büyük bir problem. Logoların üstü kapatılarak yapılan eserlerin çalınmasına kadar ilerleyen bir sistem. İspat edememe sorunun yanında cezası da yok. Toplumsal hassasiyetleri gözetmek isterken bile yerelin sürekli bir avukat tutup kendini savunacak bir maddi gücü yok. İnternet gazeteciliği haber kaynaklarını belirtmeden bu işi bilmeden yani bilmeden kastımız sadece eğitim değil sahayı dahi görmemiş kişileri yapması dezavantaj olarak karışımıza çıkıyor. Gazetecide eseri de kamu malı sayılması ve caydırıcı cezaları olmalı.

8. Yerel medyanın sahiplik yapısı ve kurumlarla bağlantısı için neler söyleyebilirsiniz?

Medyanın önemli bir cazibesi var. Bu işte olmayanların ortak değerlere hizmet etmesinde basın etiği çerçevesinde farklı bir güç kazanıyor. Bu anlamda önemli olan şey destek sağlayan tarafın bakış açısı olmadan taraf yansıtmadan haberi ya da içeriği doğru ve tarafsız aktarmasıdır. Bu durumda bir kurumun ya da farklı sektörün desteğine olumsuz bakmıyorum.

EK 3.

Esat BİNSEDESEN -Gazeteci- Yazar- ANADOLU GAZETESİ

1-Yerel basını nasıl tanımlarsınız?

Yerel basın, bir il, ilçeye yönelik haber ve bilgi akışını sağlayan medya kuruluşları olarak tanımlanır. Bu basın organları, o bölgenin toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi gelişmelerine odaklanarak yerel halkı bilgilendirir. Yerel sorunları, etkinlikleri, toplumsal dinamikleri ve bölge halkının gündemini doğrudan ele alarak büyük ulusal ya da uluslararası basın organlarının kapsamına girmeyen konuları detaylı bir şekilde işler. Bu nedenle yerel basın, toplumun ihtiyaçlarına daha yakın, onların sesi olma işlevini yerine getirir ve yerel demokrasinin güçlenmesine katkıda bulunur.

2- Yerel gazeteciliğin topluma, yerele, bölgeye ve ulusala nasıl bir etkisi vardı?

Yerel gazetecilik, topluma, bölgesel ve ulusal düzeyde çok yönlü ve önemli etkiler sağlar. Yerel gazeteciliğin etkilerine dair bazı ana noktaları şöyle sıralayabiliriz.

Toplumsal Farkındalık ve Katılımı öncüler, yerel yönetim üzerinde denetimi gerçekleştirir, ekonomik Katkı verir. Kültürel ve Tarihsel Kimliğin Korunması, Demokrasinin Güçlendirilmesi gibi etkileri de vardır.

3-Yerel gazeteciliğin sorunları nelerdir?

Yerel gazeteciliğin karşılaştığı sorunlar, teknolojik değişim, finansal zorluklar ve değişen okur alışkanlıkları gibi birçok alanda kendini gösterir. Yerel gazeteler, reklam gelirlerine büyük oranda bağımlıdır. Ancak dijital medyanın yükselmesiyle yerel reklam bütçeleri büyük sosyal medya platformlarına ve internet reklamcılığına kaymaktadır. Bu durum, yerel gazetelerin sürdürülebilir gelir elde etmesini zorlaştırır. Dijital dünyaya ayak uyduramayan yerel gazeteler, okuyucu kaybetmektedir. Dijital dönüşüm için gerekli teknoloji ve uzmanlık maliyetli olduğu için, küçük ölçekli yerel gazeteler dijitalleşmede zorlanır. Gazete okuma alışkanlıkları değişmektedir; genç nesil basılı gazete yerine dijital medyayı tercih ediyor. Aboneliklerin ve gazete satışlarının düşmesi, yerel gazetelerin gelirini azaltan bir diğer etmendir. Ekonomik sebeplerle birçok yerel gazete yeterli sayıda gazeteci çalıştıramamakta, bu da haber kalitesini düşürebilmektedir. Gazetecilik mesleğine olan ilginin azalması da sektörde yetkin eleman bulmayı zorlaştırmaktadır.

Küçük bütçelere sahip yerel gazeteler, yerel yönetimlerden veya büyük şirketlerden gelen reklam gelirine bağımlı hale gelebilir. Bu da tarafsız yayın yapmalarını zorlaştırabilir. Özellikle küçük bölgelerde yaşayan insanlar, yerel haberlerden ziyade ulusal veya uluslararası haberleri takip edebiliyor. Bu ilgi kayması, yerel gazetelerin okur kitlesini küçültmektedir.

4-İnternet gazeteciliğine ne zaman başladınız? Ve internet gazeteciliğine geçmenizdeki sebep nedir?

İnternet gazeteciliğine 2009 yılında başladım. İnternet gazeteciliğine geçiş, teknolojik değişimlerin yanı sıra okur alışkanlıkları ve medya tüketimindeki büyük dönüşümler nedeniyle kaçınılmaz hale gelmiştir. İnternet gazeteciliğine geçiş; maliyetleri azaltmak, geniş kitlelere ulaşmak, hız kazanmak ve dijital çağa ayak uydurmak için stratejik bir adım olarak öne çıkmaktadır.

5-İnternet gazeteciliğinde yerel içerikte yaptığınız yayınlar etkileşiminizi değiştirdi mi?

Evet, internet gazeteciliğinde yerel içerik yayınlamak genellikle etkileşim üzerinde önemli bir değişiklik yaratır. Özellikle yerel haberlere odaklanan dijital içerikler, topluluğun ilgi duyduğu konuları ele aldığı için daha fazla etkileşim sağlayabilir. İnternet gazeteciliğinde yerel içerik yayınlamak etkileşimi olumlu yönde değiştirebilir. Topluluk bağlılığını güçlendirir, okuyucu sadakatini artırır ve dijital platformların büyümesine katkıda bulunur.

6-İnternet gazeteciliği nasıl bir katkı sağladı?

İnternet gazeteciliği, geleneksel basının sınırlamalarını aşarak birçok açıdan medya dünyasına büyük katkılar sağladı. Başlıca katkıları şöyle sıralayabiliriz

Anlık Haber Yayını,

Küresel Erişim,

Etkileşim ve Geri Bildirim İmkânı,

Çeşitli İçerik Türleri Sunma,

Daha Düşük Maliyetlerle Yayın,

Okuyucu Alışkanlıklarına Göre İçerik Üretimi,

Yeni Gelir Modelleri,

Daha Az Kaynakla Daha Fazla İçerik

7-İnternet gazeteciliği ekonomik açıdan nasıl etkiledi?

İnternet gazeteciliği, medya sektörünü ekonomik açıdan köklü bir şekilde etkileyerek birçok yeni gelir modeli oluşturmuş, aynı zamanda geleneksel medya kuruluşlarının karşılaştığı finansal zorlukları artırmıştır. İnternet gazeteciliğinin ekonomi ve maliye açısından etkilerini şöyle sıralayabiliriz:

Reklam Gelirlerinde Değişim, Daha Düşük Maliyetler, Yeni Gelir Modelleri, Abonelik ve Ödeme Duvarları, Daha Esnek Reklam ve Pazarlama Yöntemleri, Küçük İşletmelere Reklam İmkânı, Kar Marjının Küçülmesi, Medya Konsolidasyonu, Bağımsız Gazeteciliğin Desteklenmesi, Ayrıca, internet gazeteciliği medya sektöründe hem yeni ekonomik fırsatlar yaratmış hem de geleneksel gelir kaynaklarını zayıflatarak finansal açıdan zorluklar doğurmuştur. Geleneksel medya kuruluşlarının dijital adaptasyonu ve yeni gelir modelleri geliştirmesi, bu değişime ayak uydurabilmeleri açısından kritik hale gelmiştir.

8-İnternet gazeteciliğinin sorunları nelerdir?

İnternet gazeteciliği, büyük fırsatlar sağlarken bazı önemli sorunlarla da karşı karşıyadır. İşte internet gazeteciliğinin başlıca sorunları şöyle, Gelir Modeli ve Finansal Sürdürülebilirlik, Yalan Haber ve Dezenformasyon, Kalite ve Hız Arasındaki Denge, Okuyucu İlgisinin Dağılması

9-İnternet gazeteciliğinin ve yerel medyanın sorunlarına neler önerebilirsiniz?

İnternet gazeteciliği ve yerel medya, çeşitli zorluklarla mücadele ederken, bu sorunlara yönelik bazı stratejik çözümler ve öneriler uygulanabilir. İşte bu alanlarda karşılaşılan temel sorunlara yönelik öneriler, Sürdürülebilir Gelir Modelleri Oluşturmak (Abonelik ve Üyelik Modelleri, Bağış Sistemleri, Sponsorlu İçerik ve Marka İşbirlikleri) Dezenformasyonla Mücadele, (Doğrulama Birimleri Kurmak, Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Hız ve Kaliteyi Dengede Tutmak, Dikkatli Editoryal Süreçler, Özgün İçeriğe

Yatırım) Okuyucu Sadakatini Artırmak (Yerel İçeriklere Odaklanmak, Etkileşim Sağlamak) Kaliteli ve Çeşitli İçerik Üretimi,

10-Sahiplik yapısı ve belediye ile bağlantısı? (Yerel basın diğer kurumlara göre farklı olarak belediyelerin etkisi nedir?)

Yerel basının, özellikle belediyeler gibi yerel yönetimlerle diğer kurumlara kıyasla daha farklı ve doğrudan bir ilişkisi vardır. Belediyelerin yerel basın üzerindeki etkisini ve bu ilişkinin dinamiklerinin bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

Haber Konularının Çoğunluğu Belediyelerle İlgilidir, Reklam ve Destek sürekliliği, Halkla İlişkiler Rolü, Hesap Verebilirlik ve Denetleme, Sosyal ve Kültürel Projelerde İşbirliği, Yerel Gündemin Belirlenmesinde Etkinlik, Çıkar Çatışması ve Baskı unsuru, Halkın Taleplerini Belediye'ye İletme Aracı

EK 4.

İHA- Nihat KILIÇOĞULLARI

Yerel medya ve sorunları için neler söyleyebilirsiniz?

Yerel medya ifadesi internet haberciliğiyle yani iletişimdeki dijitalleşme ile artık çok zayıfladı. Artık paylaştığımız bir şey dünyanın öteki ucundan hemen görünebiliyor. Ulusal yayın yapan gazete ile yerel yayın yapan gazete arasında hiçbir fark yok. Okuyucuları, insanlara ulaşması açısından bir fark yok. Geline nokta da ulusal ve yerel anlamda meselelere bakış açısından farklılık gösteriyor. Yayıncılık açısından farkı yok. Erzurum'da sorunlardan biri tabi maddi olarak ortaya çıkıyor. Habere ulaşmak ya da haberi yapma açısından bir sorun yok. Çünkü internet medyası kendini ifade etmek ve haberi almada ve yerelde sosyal medyanın gücü çok fazla. Instagram, X uygulaması çok fazla etkileşim veriyor. Yerel medyada dijital çağla birlikte sayısal olarak çok fazla var. Kim gazeteci kim değil belli değil. Artık gazetecilik değil de iletişim kaynağı olarak görüyor. Yok sayamayacak kadar bir takipçiye sahipler ve kullan at mantığı ile haber yapıyorlar. Yerel medyanın en büyük sorunu sosyal platformdaki sayfalar engel olarak karşısına çıkıyor.

Meydanın sahiplik yapısı ile ilgili durumlar ya da şahısların etkileri ile ilgili neler düşünüyorsunuz?

Yerel medyanın maddi anlamda ticari kuruluşlar ve haliyle paraya bir kenara bırakamıyor ama gazetecilikte halka sorunluluğu olan bir meslek. Maddi anlamda desteklenmesi ve yaşaması için gerekli. Bunun önünü almak imkansızdır. Bu noktada desteği veren kişinin yorumunun katılmaması gerekiyor. Topluma ne veriyor? Bu soru önemli doğru bilgiyi mi kendi çıkarını mı? Bu önemli ama durdurulması çok zor. En aza indirmek gerekiyor.

EK 5.

İHA- Ayhan TÜRKEZ

Yerel medya olumlu ve olumsuz yönleri ile ve sorunları ile nasıl değerlendirirsiniz?

Geçmişte daha etkin ve daha baskın bir pozisyondaydı. Geldiğimiz noktada basının yereli ya da ulusal diye bir kavram kalmadı. Medya sektörü dijitale girince web sayfalarını da ulusal boyutta görebiliyoruz. İnternette çok rahat kitle yönetimi ve ulaşımı var. Günümüzde medya görevlerini erine getiriyor yerel kavramının kaldığını düşünüyorum. Geçmişte çok etkindi Halkın sorunlarını yönetimlere aktarma noktasında önemli köprü vazifesindeydi. Şimdi bir vatandaş sosyal medyadan bir paylaşım yaparak yetkiliye sorununu ulaştırabiliyor. Yerel medya bulundukları şehrin ekonomik ve sosyal yapısına katkıda bulunur. Geçmişte yerel basını desteklemek adına devletin verdiği ilanlar vardı. Şimdi bu da gelişen teknolojiyle beraber dijital ortama kaydı. Erzurum’da geçmişte 20’nin üzerinde gazete vardı bugün dört gazete kaldı. Tamamı dijital ortamlarda çalışmalar yapıyor. Radyolar ve televizyonlar devam etmeye çalışıyor. Devlette resmi ilandan kaynaklı mecbur bırakıyor. Yerel basını teşvik ediyor ve yasal zorunluluğu var. Yerel basının genel anlamda bir sorunu yok. Nicelik ve nitelik anlamda sorunu var bu yetişmiş personel anlamında sıkıntı yaşıyor. Bu sorun çözülürse daha iyi bir konumda olabilir.

Yerel medya yeni medya ortamına taşınması ve getirdiği sorunlara neler yapılabilir?

Doğru bilginin bu kuruluşlara aktarılmasında önemli bir yasal zorunluluk gerekiyor. Çünkü sosyal medya çok tehlikeli bir yapı. Yanlış bilgilerle algı oluşturma ve yönlendirme mevcut. Başta terör olmak üzeri toplumu farklı noktalara çekmek isteyenlerin elinde olursa bu yapı sorunların baş edilemez bir hale gelmesine sebep olur. İnternet yasası için çalışmalar var yasal bir zemin oturtmak adına ama geç kalınmış bir iş çünkü sosyal medya büyük tehdit oluşturur hatta bu sosyal medya terörü olarak adlandırılabilir. Önemli yaptırımlar olması gerekiyor. Habercilikte hız önemli ve dijital forma aktarmak önemli ama doğru olması da çok önemli ama dijital ortamlarda teyit edilmeden paylaşınca çok vahim sonuçlar ortaya çıkar.

Medyanın sahiplik yapısı ve kurumlarla olan bağlantısı hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Olabilir. Sermaye sahipleri bir güç sonuçta. Özellikle tartışılıyor dördüncü güç olarak gibi algılar oluşuyor ama ben tehlikeli görmüyorum eğer yayın politikasını etkilerse ve kendi ticari endişelerini yayın yaptıkları aksettiriyorsa tehlikeli ve etik değil. Bilinçli bir nesil var ve durumu fark edebiliyorlar.



EK 6.

Orhan BOZKURT- ERZURUM POST

Yerel medya olumlu ve olumsuz özellikleri ile nasıl değerlendirilebilirsiniz?

Yerel medya kentlerin gelişmesi için önemli hatta önemli bir gazeteci yerel medya kentlerin aynası der. O kentin ekonomik, kültüre ve siyasi yaşamını görebilirsiniz. Ama son yıllarda özellikle Erzurum açısından bakacak olursak yerel medyanın köklü bir geleneği var. Fakat internet medyasının, sosyal medyanın var olmasıyla birlikte yerel medyada ortadan kalktı. Bireysel medyacılık ortaya çıktı. Herkes kendi sitesini, sayfasını oluşturarak bir gazetecilik yapmaya başladı. Bu durum gazete kültürünü yok etti. Bu durumda yönetmenin ve manipüle etmenin kolay olması demektir.

Yerel medya dijitale taşınmasını nasıl değerlendirirsiniz?

Yerel medya internetle birlikte ortadan kalktı. İnternet medyası dünyanın her yerinden ulaşılabilir gerek sosyal medya olsun gerek web siteleri olsun habere ulaşılabilir ve etkileşim alabilir. Yerel diye bir şey olmuyor, maddi ve teknoloji anlamına büyük avantaj sağlıyor. Gazeteciler bu eğitimi alıyorlar mı ya da basın hürriyetini biliyorlar mı hayır. Çoğunlukla kişisel heyecanlarla bu işi yapıyorlar. Kaç tane sayfa var bilmiyoruz. Bazı yaptırımlar yapılması gerekiyor. Çalışmalar var ama ne kadar başarılı bilmiyoruz. Kısa bir yayın yasağı gelince farklı ülkelerdeki girişleri kullanıyorlar bu da engellenemiyor ama çalışılıyor.

Medyanın sahiplik yapısı ve kurumlarla olan bağlantısı hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Çok tartışılan bir konu özellikle de Türk basının ele alınır.1980’den sonra medya mesleği tamamen gazetecilerden oluşuyordu. Ama medya sonradan bir yatırım aracı haline dönüştü. Artık farklı sektörler medya alanına da dönüştü. Medyanın ekonomik anlamda geçinmesi konusunda destek çıkmalı ama medya destek çıkanlara direkt kar getirmez bu durumda medyayı kullanarak başka alanlarda kar ederler. Bu durumda medyanın kötü kullanılması demektir. Farklı sektörler medyayı elinde tutarak halkla yöneticiler ya da siyasilerle daha yakın olarak avantaj haline getiriyor.

EK. 7

Gizem ÖNER AKGÜL- KARTELEN TV İNTERNET GAZETESİ

Yerel medya hakkında neler düşünüyorsunuz? Sorunları nelerdir?

Yerel medyayı kendini hala geliştirmekte olan haber alma aracı olarak nitelendirilebilirim. Yerel medyada; ekonomik düzensizlikler yani kimi zaman maaşın vaktinden geç yatıyor olması, sigortasız eleman çalıştırmanın normal karşılanması, mesai mefhumunun hangi birimde olursa olsun önemslenmiyor oluşu, fazladan mesai sonucunda ücret ödenmiyor oluşu, çalışanların mesleki açıdan motivasyonunu olumsuz etkileyecek tutum ve davranışlar sorun olarak sayılabilir. Yerel medya yeni medyaya tam anlamıyla entegre olmuş sayılmaz bence. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle haber alma konusunda platform alternatifi çoğaldı ama çoğu yerel medyacılar henüz bu platformlarda tam anlamıyla aktif olmayı başaramadı. Ancak direkt bu mesleği bilen kişiler tarafından yapılan internet haber siteleri tabi doğru bilgi paylaşımında yeri geldiğinde bölgede reklam alma, reklam verme üzerinde iyi işler çıkarıyor.

Yerel medya yeni medya entegrasyon sürecini nasılsın değerlendirirsiniz?

Yerel medya yeni medyaya tam anlamıyla entegre olmuş sayılmaz bence. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle haber alma konusunda platform alternatifi çoğaldı ama çoğu yerel medyacılar henüz bu platformlarda tam anlamıyla aktif olmayı başaramadı.

Yerel medya ve internet gazeteciliği nasıl bir süreçte ilerlemektedir? Sorunları nelerdir?

Yerel medya internet gazeteciliğine taşındı ancak hala tam olarak bir sistem oturtamadı. Dijital yayıncılık bakımından habercilik sosyal medyaya taşındı. Sosyal medya ve haber siteleri artık herkesin tercih ettiği bir konumda ve hızlı. Habercilik olumsuz etilendi çünkü hem yazım hem içerik ve emeğin yok edilmesine sebep oldu.

Yerel medya ve internet gazeteciliğinin sahiplik yapısı hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Basında yerel belki ulusal habercilikte eski zamanlarda bir ekonomik kaygıdan söz edebiliriz ancak şu an ki durumda sektör dışı yatırımlar reklamlar ve güç rekabetleri olanak sağlıyor. Bu olanaklardan faydalanan kesim ve medya patronlarının da getirdiği olumlu ve olumsuz sonuçlarda var tabi.

EK 8.

Nuray KARTAL -Kardelen TV- HABER MÜDÜRÜ

Yerel medya nedir?

Yerel medyanın kaldığını düşünmüyorum artık ulusal boyutta çünkü internet ortamına taşdı. Yerel medyada bir yanığın haberi yayınlana kadar sosyal medya zaten haberi çoktan girmiş oluyor. Yerel medya daha çok şehrin sorunlarını öne çıkarıp çözüm ister ama tam tersi hale geldi, sorunların üstü kapatılıyor. Lobicilik dediğimiz şey kalmadı ve herkes çıkarını kurtarmanın peşinde, bundan kaynaklıda memleketi düşünen yok. Yerel medya şu an gerçek vasfını gerçekleştirdiğini sanmıyorum.

Haberin editoryal süreçlerini nasıl ilerletiyorsunuz?

Özel haberlerde öncesinde ayarlanıyor, röportaj yapılacak kişi ayarlanıyor, kameran muhabir ayarlanıyor. Haberin yazım ve kurgu sürecinden sonra haber müdürü ve görüntü yönetmeni haberleri kontrol ediyor ve yayına giriyor. İnternet sitelerinde de aynı şekilde devam ediyor.

Yeni medya ile yerel medya internet gazeteciliğine taşındı bu süreci nasıl değerlendirirsin?

Kendi haberlerimizi yazıyor kendi haberlerimizin görüntülerini çekiyoruz. Haberlere özel haber başlığı ile sosyal medyada paylaşıyoruz. Sosyal medyada haberin sürekliliği varsa kalıcı olur ve etkileşimi olur.

İnternet gazeteciliğinin sorunlarını ve medyanın sahiplik yapısını nasıl değerlendirirsin?

Önemli bir sorun maliyet ve reklam olarak öne çıkıyor ama ben reklam alınamadığını düşünmüyorum. Reklam alanda verende razı sadece alt kesimlerin bundan haberi yok ya da faydalanamıyor. Artık internet gazeteciliğinin sayısı çok fazla bundan önce çalıştım birçok kişi işi bilmiyor ya da çalışıyor. İşte tam bu noktada onlar kazanamıyor çünkü yapabilecekleri bir iş değil. Artık internet gazeteciliğinde çabaya gerek yok sosyal medya var. Türkçe bilmeyen, haberi yazmayı bilmeyen herkes gazeteci ilan ediyor kendi.