

YEREL İNTERNET GAZETECİLİĞİ: ÇORUM ÖRNEĞİ *

Meltem Dudu ÇINAR**

Özet

Gelişen bilgi teknolojilerinin gücüyle birlikte geleneksel gazetecilik anlayışında yaşanan dijital dönüşüm yerel basın için de önemli fırsatları beraberinde getirdi. Yeni medyadaki gelişmelerle birlikte gazetecilikte haberciliğin önüne eklenen yeni kavramlar ortaya çıktı. Bu gelişmelerle birlikte gazetecilik pratikleri de değişime uğradı. Bu araştırmada yerel gazetelerin internetle birlikte nasıl bir gelişim süreci yaşadığı incelendi. Araştırmada altı yerel gazetenin web sitelerindeki haberler bir hafta boyunca incelendi, veriler toplandı ve toplanan veriler de SPSS programıyla analiz edildi. Ayrıca araştırma örnekleminde yer alan gazetelerin yetkilileriyle derinlemesine görüşmeler yapıldı ve bu görüşmeler haberlerin nicel analiziyle birlikte değerlendirmeye alındı. Araştırmada, gazetelerde yer alan haberlerin içeriği açısından yerellik unsurunun değişime uğramadığı, gazetelerin yeniliklere uyum sağlamaya çalıştığı, ancak internet teknolojisinin gazetecilik mesleğine sağladığı avantajları tam olarak değerlendiremedikleri saptandı.

Anahtar Kelimeler: yerel basın, yeni medya, yerel internet gazeteciliği.

** Bu çalışma, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya ve Gazetecilik Yüksek Lisans Programında, Prof. Dr. Süleyman İrvan'ın danışmanlığında hazırlanmış olan aynı başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.*

** Genel Yayın Yönetmeni, Çorum Umut Radyo

LOCAL INTERNET JOURNALISM: ÇORUM AS A CASE STUDY *

Meltem Dudu ÇINAR**

Abstract

Digital transformation that came with the developing information technologies has brought significant opportunities for the local press. With developments in new media, new concepts have emerged to define new journalistic practices. In this study, the transformation process of local journalism in the internet era was investigated. News articles published in the websites of six local newspapers were analyzed for a week. Data were collected and SPSS program was used to analyze the data. In-depth interviews were conducted with the authorities of the newspapers. Interviews and quantitative data were evaluated together. The results showed that local perspective in news content has not changed. Although the newspapers have tried to adapt to the new advancements, they did not fully use the advantages of internet technology.

Keywords: local press, new media, local internet journalism.

** This study is based on the thesis conducted in Üsküdar University Institute of Social Sciences New Media and Journalism Program under the supervision of Prof. Dr. Süleyman İrvan with the same title.*

** Editor in Chief, Çorum Umut Radio

Giriş

İnternette yaşanan gelişmelerle birlikte yerel gazeteler de internet sayfaları aracılığıyla coğrafi sınırları aşarak daha büyük kitlelere ulaşabilme imkânına sahip oldular. Özellikle yerel basın bu sayede yörelerinde yaşanan gelişmeleri dünyaya aktarabilmektedir. Yerel yayın yapan gazeteler, kentin sorunlarını daha geniş kitlelere ulaştırabilmekte ve internet aracılığı ile ülke kamuoyunun dikkatine sunabilmektedirler.

İletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan internet haberciliğinin gazeteciler de daha nitelikli olmak zorundadır. Gazeteciler, haber toplayıp yazma gibi mesleki bilgilerinin yanında bilgisayar kullanımı, bazı yazılımları iyi kullanabilme ve teknolojik gelişmeleri yakından izlemek durumunda kalmışlardır. Habercilik açısından dönüşümlerin yaşandığı bu süreçte yerel internet gazeteciliği de yeni ve önemli bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Yerel gazete ve gazeteciler gelişen teknolojiye ayak uydurmaya başlamıştır. Ancak internet ve internet gazeteciliğinin sahip olduğu imkânların işlerlik kazanabilmesinde yerel basın kuruluşlarının imkânları dâhilinde yararlanabildiklerini göz ardı etmemek gerekir. Bu açıdan değerlendirildiğinde yerelde internet gazeteciliği, araştırılması gereken önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Çorum'da basılı olarak yayın yapan üç yerel gazetenin web siteleri ile yalnızca internette yayımlanan üç yerel internet gazetesinin web sitelerinin karşılaştırılması ve özelliklerinin tespit edilmesidir.

İnternet gazeteciliği, yaygın basında olduğu kadar yerel basında da önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu çalışmada, Çorum'da yayın yapan yerel internet gazetelerinin internet gazeteciliğinin imkânlarından ne ölçüde yararlandıkları incelenmektedir.

Çalışmada yeni medya kavramı ile yerelde gazetelerin son gelişim süreci ile dönüşüm tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Yerelde basılı gazetelerin web siteleri ile internette yayın yapan yerel internet gazetelerinin web sitelerinin karşılaştırılarak yerel gazetelerin internet ortamını nasıl kullandıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada çevrimiçi gazetecilik uygulamalarının yerel basına sunabileceği imkânlar ele alınmıştır. Yerel basının çevrimiçi imkânlarını kullanarak küresel bir yapıya dönüşebileceğine dikkat çekilmektedir.

Gazeteler ve Yerel Gazetecilik

Gazeteler önemli bir kitle iletişim aracıdır. Haberin okura taşıyıcısı konumundadır. Gazeteci asıl işi habercilik olan kişidir. Gazetenin ve gazeteciliğin amacı ve görevi, doğrunun ve gerçeklerin aranıp bulunacağı alanı yaratma ve korumadır. Tokgöz'e (1994: 57) göre, gazeteler öncelikle kendi vicdanlarına, sonra okura karşı sorumludur. Gazetecilik sorumluluğunu taşıyan kişiler haberlerini ön yargısız ve taraf tutmadan yazmalıdırlar.

Alemdar'a göre gazetecilik, günlük yaşanan olayları tanıma, anlama ve değerlendirme, olaylara eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşma becerilerini gerektirir. Gazeteciler, kamuoyunun bağımsız temsilciliği görevini üstlenmiş kişilerdir (Girgin, 2002: 242). Basın sözlüğünde yerel gazete şöyle tanımlanmaktadır: "Dağıtımı ülkenin genelinde yapılmayan ancak basıldığı yörede dağıtıldığı için basıldığı yöre ile ilgili haberlere geniş yer veren basındır" (Gezgin, 1998: 129). Yerel basının kavramsal anlamda farklı şekillerde tanımları yapılmaktadır. Coğrafi sınırları belirlenmiş bir bölgedeki halkı bilgilendiren, eğiten, kamuoyunun oluşumuna katkı sunan, bölge halkının iletişim kurumu özelliği taşıyan araçlar "yerel basın" olarak tanımlanmıştır. Bazı tanımlarda özellikle yerel basının coğrafi sınırlılığı belirgin olarak nitelendirilmiştir (Vural, 1999: 44).

Gezgin'e (2007: 177-178) göre, yerel medyanın işlevlerini üç ana başlık altında özetlemek mümkündür:

- Yöneten ve yönetilen ilişkisi bağlamında kamu hizmetlerinin işleyişinin halka duyurulması yerel basının temel işlevidir. Denetim adına, yönetimin halk adına denetlenmesi, kamuoyu yaratılması yerel basının başlıca sorumluluklarındandır. Temel gazetecilik işlevlerinin yerine getirilmesinin yanı sıra, yerelde yönetim hizmetlerinin duyurulması, yerel yönetim yurttaş ilişkilerinin sağlanması yerel basının işlevlerindedir.
- Yerel basının işlevlerinden olan eğitim işlevi, yerel medyada toplumsal kimliği ile önem kazanır.
- Ulusal iradenin yansımada gerekli olan demokrasi kültürünün yerleşebilmesi yerel basının önemli işlevlerindedir.

Yerel medya, yerel yönetim adına kamuoyunu bilgilendirir. Gerekli zaman da kamuoyu adına yerel yönetimi denetler. Kamuoyunun sesini yöneticilere ulaştırır. Demokratik hayatın sağlıklı bir şekilde gelişip sürdürülebilmesi için medya büyük bir sorumluluğa sahiptir. Medyanın işlevi sadece haber vermek değildir. Haberi inşa ederken halkın eğilim ve duygularını ortak bir noktada buluşturmayı hedefler. Bu şekilde halkın ortak düşünce ve duygularını paylaşma noktasında yönlendiricidir. Böylelikle halkın dolaylı da olsa katılımı sağlanmış ve bu açıdan demokrasinin gelişmesi de hız kazanmış olur (Vural, 1996: 1058).

Dünyada ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimi

İnternet gazeteciliği 1970'li yılların sonlarına doğru bilgisayar ve yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin iletişim alanına uygulanması ile ortaya çıkmıştır. Yeni medya kendine özgü yapısıyla araç ve ortam farklılıklarını bir araya getirmiştir. İletişim uyduları, denizaltı iletişim kabloları, bilgisayarlar, telekomünikasyon sistemleri ve sayısal ağlar, yeni iletişim teknolojileri ve yeni medyanın bileşenleridir (Vural, 1999: 119).

Gürcan'a (1999: 68) göre internet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğin haber oluşturma sürecinden yararlanan ancak basım yerine haberleri internet

aracılığı ile yayımlama sürecidir. Finansal anlamda internet gazeteciliğinin pahalı yatırımlara gereksinim duyulmayan bir yapısı vardır. Hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını bünyesinde barındırır. Online yayımlanan ilk gazete ABD’de ortaya çıkmıştır. 1995’te sekiz büyük gazete (*The Washington Post, Times, Mirror, Tribune* gibi) baskıya hazır gazetenin sayfalarını olduğu gibi internet ortamına aktarmasıyla bu süreç başlamıştır. ‘Yeni Yüzyıl Yayım Ağı’ adı ile bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır. Daha sonra diğer ülkelerin gazeteleri de internet ortamında online olarak yayımlanmaya başlamıştır (Gürcan, 2002: 32). İlk zamanlarda internet gazeteleri geleneksel gazetelerin internet ortamına aktarılması ile ortaya çıkmıştır. Ancak günümüzde, basılı gazetelerin haberleri dışında da haberlere yer vererek farklı bir boyut kazanmıştır (Aydoğan, 2013: 31).

12 Nisan 1993 tarihi Türkiye’de internetin miladı olarak kabul edilmektedir. ODTÜ’de ilk internet bağlantısı bu tarihte gerçekleşmiştir. İnternetle birlikte geleneksel yayın yapan gazeteler, gazete sayfalarını internet ortamına taşımaya başlamışlardır. Türkiye’de içeriğini internete taşıyan ilk yayın (Temmuz 1995) *Aktüel* dergisidir. Dergi, Boğaziçi Üniversitesi bilgisayarları aracılığıyla üniversitenin öğrencilerinin güncellemeleri ile internet ortamına taşınmıştır. Haberlerini internete taşıyan ilk gazete ise *Zaman* gazetesi olmuştur (2 Aralık 1995). Ancak, gazete tamamıyla yazılı baskısını internete aktarmamıştır. Geleneksel gazeteyi tamamıyla internet ortamına aktarabilen ilk gazete ise *Milliyet* gazetesidir (27 Kasım 1996). Ardından *Hürriyet* ve *Sabah* gazeteleri basılı gazetelerini tamamıyla internet ortamına aktarmıştır (1 Ocak 1997). *Radikal* gazetesi 28 Mart 1998’de, *Cumhuriyet* gazetesi 7 Mayıs 1998’de haberlerini internet ortamına aktarmıştır (Yüksel, 2014: 102).

Türkiye’deki ilk internet gazetesi, *Xn (Eksen)*’dir. Gazete, 1996 yılının Ocak ayında haberlerini sürekli güncelleyerek yayına başlamıştır. Ayrıca bazı köşe yazıları da gazetede yer almaktaydı. Türkiye’de internet gazeteciliğinin yaygınlaşmasının nedenlerinden biri de 1996 yılında Türkiye’de ulusal internet altyapı ağı olan TURNET’in faaliyete geçmesidir. TURNET’in faaliyete geçmesiyle birlikte internet mecrasına yatırım yapan ticari oyuncu sayısı da artmıştır (Aydoğan, 2012: 23). 2000 yılının başlarında pek çok bağımsız haber sitesi yayına geçmiştir. Bu geçişte medyada yaşanan ekonomik krizin etkisi oldukça büyüktür. Bu durum ise Türkiye’de internet gazeteciliğinin gelişmesini olumlu etkilemiştir.

Tokgöz’e (2000) göre internet gazeteciliğinin üç dönemi vardır. Birinci dönem, geleneksel yayın yapan gazetelerin kendi gazeteleri için ürettikleri haberleri olduğu gibi internete aktardıkları dönemdir. İkinci dönemde, gazeteciler internet sayfaları için haberler üretmiştir. Üçüncü dönemde ise, kullanıcı ya da içeriği denetleme imkânı sunan interaktif iletişimin sağlandığı dönemdir (2000: 69). Haber artık yalnızca yazıyla, görüntüyle veya sesle değil, tüm bunların bir araya geldiği, okuyucu veya izleyicinin herhangi bir ücret ödmeden hızlı ve kolay bir şekilde her yerden erişebildiği, sürekli güncellenen ve farklı

araçlarla 24 saat kesintisiz olarak verilebilir hale gelmiştir. İnternet haberciliği ile birlikte okur istekleri ve haber alma alışkanlıkları da değişmiştir. Bu da haberin içeriğinden sunumuna, gazetecilerin çalışma şekillerine kadar her şeyi farklılaştırmıştır. Okurların pasif bir kitle olmaktan çıkıp haber sürecine katılmalarıyla birlikte gazetecilik işlevleri yeniden değerlendirilmeye, gazetecilik pratiği de değişmeye başlamıştır.

Karaduman'a (2003) göre, İnternet gazeteciliğinin üç dönemden geçtiğini söyleyebiliriz: İlk dönemde gazeteciler geleneksel gazeteleri için ürettikleri haberlerini internet sayfalarına aktarmaktaydı. Haberler internet için üretilmemekteydi. İkinci dönemde haber içeriklerini internet için üretmeye başladılar. Üçüncü dönemde ise tek yönlü iletişimin yerine interaktif iletişim sağlanmıştı (Karaduman, 2003: 142-143).

Yerel Medyanın Yeni Medyaya Entegrasyonu

Yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilik için sunmuş olduğu imkânlarla birlikte gazetecilik de değişim süreci geçirmekte, haber üretim biçimi de bu süreç içerisinde incelenmesi gereken bir konu haline gelmektedir. Fakat yeni iletişim ortamını, eski geleneksel veya mevcut iletişim ortamında ayrı ayrı ele almamak; medyayı eski-yeni biçiminde değerlendirmemek gerekir. Her ikisi de sistem içerisinde bir bütündür (Törenli, 2005: 16). Bilgi teknolojisinin yaygınlaşmasıyla medya merkezlerinin de yeniden yapılanma gereksinimi ortaya çıkmıştır. Geleneksel yayıncılık ortamları dijital yayıncılık ortamlarına dönüşmekte, küresel ve dijital bir ortamda haber işleme ayrı bir bilgi ve beceri gerektirmektedir. Geleneksel ortamlarda yayın yapan gazetelerin finansal ve teknik açıdan internet ortamına girmeleri çok da zor olmamıştır. İnternet tecrübesi olmayan gazeteler dahi basit teknik yardımlarla ellerinde mevcut olan haber metinleri, görsel malzemeler, geleneksel yayın sürecinin elektronik dizgi ve sayfa düzenini internet ortamına aktarmaları mümkün olmuştur (Çelikel, 2004: 1067).

İnternet gazeteciliğinin pek çok avantajı vardır. Bu avantajlar bir iletişim mecrası olarak internet ortamının özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu açıdan internet teknolojisinin barındırdığı özellikler, medya için olanak ve potansiyeller sunmaktadır. İnternet gazeteciliği tüm medyada önemli olanaklar sağlamakla birlikte, yerel basının yerellik niteliğine sahip olmasından dolayı özel bir önemi olduğunu söyleyebiliriz. İnternet ve internet gazeteciliğinin avantajlarını Karaduman (2003: 143) şöyle sıralıyor:

- Haberleri anlık verebilmesi ve sürekli güncelleyebilmesi,
- Okurun habere anlık ulaşabilmesi,
- Multimedya temelinde ses-grafik-görüntü dosyaları kullanma özelliğinin olması,
- Haberleri arşivleyebilme ve istenildiği zaman kolayca ulaşabilme,

- Okurla interaktif etkileşim sağlanabilmesi ve okurun anında geri bildirimde bulunabilmesi,
- Haberle ilgili web sitesinin link verme özelliğinden dolayı arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme,
- Diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme.

İnternet, aynı zamanda her yere ulaşabilen bir teknolojik özelliğe sahiptir. Ağlar aracılığı ile tüm dünyayı kapsayan bir yapıya sahiptir. İnternet ve internet gazeteciliği de özellikle yerel basın açısından önemli bir başka niteliğe sahiptir. Yerel haberlerin coğrafi sınırları aşarak kapasitesinin genişlemesini sağlamıştır. Yerel bir gazete, internet ortamında haberlerini dünyanın başka bir ülkesinde yaşayan herkese duyurabilmektedir (Atabek, 2003: 65).

İnternet yayıncılığı yapan yerel gazeteler, internetin sağladığı bu imkânları kullanarak buldukları yörede yaşanan haberleri, yerel kültürlerini, sorunlarını dünyanın her yerinde yaşayan insanlara aktarabilme olanağına sahip olmuşlardır. Böylelikle mevcut sınırlar ortadan kaldırılmış olup, insanlara erişimin kapsamı oldukça genişlemiştir. Bu sayede haberlerini internet ortamına taşıyan gazeteler, yurt içinde ve yurt dışında yaşayan ve kendi yöreleri ile ilgili gelişmelere duyarlı olan hemşerilerine yaşadıkları yöreye dair haberleri anlık olarak iletmış olur (Gürcan, 2002: 114).

Dünyanın en pahalı işlerinden biri de haberdur. Çünkü içerik oldukça önemlidir. Geleneksel basın işletmelerindeki kâğıt, baskı ve dağıtım gibi maliyetler internet gazeteciliğinde yoktur. İnternet gazeteciliğinin en büyük avantajı çok az maliyetle yayın yapma olanağı sunuyor olmasıdır. Maliyeti yüksek olan geleneksel gazete ve televizyonun aksine online gazetecilik için iyi bir bilgisayar donanımına sahip olmak yeterlidir. Bu özelliği ile internet gazeteciliği 21. yüzyılda daha etkin olarak kullanılacak gibi görünmektedir (Gürcan, 1999: 36). Pahalı maliyet gerektirmeyen internet gazeteciliği ile yazılı ve görsel unsurların bir arada sunabilmesi internet gazetelerinin çoğalmasını sağlamıştır. İnternet sadece geleneksel gazetelere değil küçük sermaye gruplarına ve internet dışında başka bir yayın organı olmayan kişilere de yayın yapma imkânı sunmuştur. Bazıları için bir bilgisayar bile işin teknik kısmı için yeterlidir. Yine bazıları hiçbir emek harcamadan içeriği doldururken, bazıları da kendi emekleriyle internet için özgün yayınlar yapmıştır. Bu da internet gazeteciliği için bir çelişkiyi beraberinde getirmiştir (Dağtaş ve Derelioğlu, 1999: 183).

Yerel İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Araştırma

Yöntem

Araştırmada nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, birden çok veri toplama yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini altı yerel gazetenin web siteleri oluşturmaktadır. Bunlardan üç tanesi basılı gazetelerin in-

ternet versiyonlarıdır. Diğer üç tanesi sadece internette yayın yapan internet gazeteleridir. Örneklem; *Çorum Haber* (<http://www.corumhaber.net/>), *Çorum Hakimiyet* (<http://www.corumhakimiyet.com/>), *Kesin Karar* (<http://www.kesinkarar.com/>), *Yayla Haber* (<http://www.yaylahaber.com.tr/>), *Habercim19* (<http://www.habercim19.com>) ve *Çorum Post* (<http://www.corumpost.com>) internet gazeteleri alınmıştır.

Araştırmada altı gazetenin 6 Mart 2018-12 Mart 2018 tarihleri arasındaki bir haftalık web sayfaları incelenmiştir. İlk üç gazetenin aynı zamanda basılı gazeteleri de vardır. İncelenen web sitelerinin; 1) Kullanım kolaylığı, 2) İçerik, 3) Güvenilirlik, 4) Güncelik, 5) Etkileşim kriterleri bakımından gösterdiği özellikler tespit edilmeye çalışılmıştır. Gazetelerin belirtilen tarihler arasındaki tüm haberleri incelenmiştir. Haberler, önceden oluşturulan “Yerel İnternet Gazeteciliği Haber İnceleme Formu” çerçevesinde SPSS programına aktarılmıştır. Araştırmada 888 haber incelenmiştir.

Araştırma kapsamında konunun bütüncül bir biçimde ele alınıp değerlendirilmesi için, söz konusu yerel gazetelerin genel yayın yönetmeni veya yetkilileri ile görüşmeler yapılmıştır. Süreçle ilgili anlattıkları, gazete haberlerinin oluşum süreciyle birlikte değerlendirmeye alınmıştır. Görüşmecilerin ifadelerinden elde edilen nitel verilerin işlenmesinde betimsel kayıt tekniği kullanılmıştır. Görüşmecilerin ifadelerindeki gerçek ve özgün ses korunarak görüşmecilerin ifadelerindeki gramer yapısı da değiştirilmeden orijinal şekilde yazıya dökülmüştür. Tabloların analizi yapılırken, görüşmelerden aktarımlar da yapılmıştır. Belli konulardaki değerlendirmelerde görüşmecilerin aktarımları da kullanılmıştır. Görüşmecilerin aktarımları çoğu zaman alıntılarla aktarmak suretiyle, belli bir konu başlığındaki değerlendirmede, görüşmenin akışı içerisinde ait olduğu bağlam ve konu başlığında kullanılarak konunun bütünlüğü sağlanmaya çalışılmıştır.

Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları şöyle sıralanabilir:

1. Araştırma bulguları sadece Çorum ili ile sınırlandırılmıştır. Diğer illerdeki internet medyası farklı özellikler gösterebilir ve bu da Çorum'daki yerel medyaya ilişkin sağlıklı analizler yapılmasına engel oluşturabilir. Bu nedenle de araştırmanın kapsamı dışında bırakılmaları tercih edilmiştir.
2. Nicel araştırma bir haftalık süreyi içermektedir, bunu da sınırlılık olarak görmek gerekir.
3. Nicel araştırmaya sadece haberler dâhil edilmiştir. Köşe yazıları ve yazı dizileri araştırma dışında bırakılmıştır.
4. Çalışma sadece internet gazeteciliğini konu aldığı için basılı yerel gazeteler dışarıda tutulmuştur.

Varsayımlar

Araştırma kapsamında aşağıdaki varsayımlar sınanmıştır:

1. Yerel internet gazeteleri siyaset ağırlıklı habercilik yapmaktadırlar.
2. Yerel internet gazeteleri ajans haberleri ağırlıklı gazetecilik yapmaktadır.
3. Yerel internet gazeteleri yayımladıkları haberlerin kaynağını belirtmektedirler.
4. Yerel internet gazetelerinde ağırlıklı olarak yerel nitelikli haberler yayımlanmaktadır.
5. Basılı gazeteler internet sayfalarını basılı gazetede yayımladıkları haberleri paylaşmak için kullanmaktadırlar.
6. Yerel internet gazeteleri haberlerinde doğruluğa önem vermektedirler.
7. Yerel internet gazeteleri özel habere yoğunlaşmadıkları için ters piramit tekniğini kullanmaktadırlar.
8. Yerel gazeteler haber paylaşımı için sosyal medya ikonlarını tercih etmektedirler.
9. Yerel internet gazeteleri çevrimiçi yayıncılığın sağladığı tüm olanakları kullanmaktadırlar.

Bulgular ve yorumlar

Araştırma doğrultusunda örneklem grubundan toplanan verilerin çözümlenmesiyle elde edilen sonuçların tabloları, yorumları ile birlikte sunulmuştur.

Tablolar ve şekiller yorumlanırken, elde edilen verilerle, gazete yetkililerinin anlatımındaki ortak bazı kavramlar da belirlenerek tabloların ve şekillerin yorumlanmasında içerik analizi yöntemi de ek olarak kullanılmıştır. Tabloların ve şekillerin yer alışı aşağıdaki örneklerdeki gibi olmuştur:

Tablo 1'e göre gazetelerin haber konularına verdikleri önem konusunda ciddi farklar söz konusudur. Genelde siyaset haberleri birincil haber konusu (Yayla Haber dışında) olurken, siyasete en fazla yer veren gazete ise Kesin Karar gazetesidir. İkinci sırada eğitim haberleri gelmektedir. Eğitime en fazla Yayla Haber yer vermiştir. Eğitimi, asayiş haberleri takip etmektedir. Asayiş haberlerine en fazla Çorum Post, en az da Yayla Haber yer vermiştir. Dördüncü sırada kültür haberleri gelmektedir. Kültür haberlerine en fazla Çorum Hakimiyet, en az da Habercim 19 yer vermiştir. Beşinci sırada ekonomi haberlerinin gelmesi ilginçtir. Yayla Haber, ekonomi haberlerine oransal olarak en fazla yer veren gazetedir. Çorum Post ise neredeyse ekonomi haberlerine hiç önem vermemek-

tedir. Sağlık haberleri gazetelerin en az önem verdikleri haber konusudur; hat- ta *Çorum Post*'ta incelenen hafta hiç sağlık haberi yayınlanmamıştır. "Diğer" başlığı ile yayınlanan haber sayısı da oransal olarak oldukça fazladır. Hiçbir kategoride yer almayan bu haberlerin içeriği; iş yeri açılışı, kurdele kesimi, dü- ğün, ziyaret, vb. haberlerdir. Yerel gazetelerin, yerel için öneme sahip bu tür etkinlikleri önemsediklerini ve fazlaca yer ayırdıklarını söylemek mümkündür. Yerelde insanların bu konuları önemsemeleri, gazetelerin bu türden etkinlik haberlerine fazla yer vermesinde önemli bir etkidir diyebiliriz. Gazetelerin haber konularına bakış açılarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar söz ko- nusudur.

Tablo 1. Gazetelere göre haber konularının dağılımı

			Haberin konusu							Top- lam
			Siyaset	Eğitim	Kültür	Ekonomi	Sağlık	Asayiş	Diğer	
Gazetelerin adı	Çorum Haber	Sayı	52	43	39	20	11	33	83	281
		Gazeteye göre %	18,5 %	15,3 %	13,9 %	7,1 %	3,9 %	11,7 %	29,5 %	100,0 %
	Çorum Hakimiyet	Sayı	26	11	18	10	6	10	35	116
		Gazeteye göre %	22,4 %	9,5 %	15,5 %	8,6 %	5,2 %	8,6 %	30,2 %	100,0 %
	Kesin Karar	Sayı	52	19	14	12	5	21	21	144
		Gazeteye göre %	36,1 %	13,2 %	9,7 %	8,3 %	3,5 %	14,6 %	14,6 %	100,0 %
	Yayla Haber	Sayı	30	33	19	22	12	14	51	181
		Gazeteye göre %	16,6 %	18,2 %	10,5 %	12,2 %	6,6 %	7,7 %	28,2 %	100,0 %
	Habercim 19	Sayı	27	11	9	11	10	20	29	117
		Gazeteye göre %	23,1 %	9,4 %	7,7 %	9,4 %	8,5 %	17,1 %	24,8 %	100,0 %
	Çorum Post	Sayı	9	4	5	2	0	10	19	49
		Gazeteye göre %	18,4 %	8,2 %	10,2 %	4,1 %	,0 %	20,4%	38,8 %	100,0 %
	Toplam	Sayı	196	121	104	77	44	108	238	888
		%	22,1 %	13,6 %	11,7 %	8,7 %	5,0 %	12,2 %	26,8 %	100,0 %

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	64,301 ^a	30	,000

Tablo 2. Gazetelere göre haberlerin özgünlük durumu

			Haber özgün mü, ajans haberi mi?			Toplam
			Özgün	Haber ajansından alınma	Diğer medyadan aktarma	
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	257	19	3	279
		Gazeteye göre %	92,1%	6,8%	1,1%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	95	17	4	116
		Gazeteye göre %	81,9%	14,7%	3,4%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	111	33	0	144
		Gazeteye göre %	77,1%	22,9%	,0%	100,0%
	Yayla Haber	Sayı	150	31	0	181
		Gazeteye göre %	82,9%	17,1%	,0%	100,0%
	Haberçim 19	Sayı	88	18	7	113
		Gazeteye göre %	77,9%	15,9%	6,2%	100,0%
	Çorum Post	Sayı	33	16	0	49
		Gazeteye göre %	67,3%	32,7%	,0%	100,0%
	Toplam	Sayı	734	134	14	882
		%	83,2%	15,2%	1,6%	100,0%

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58,142 ^a	10	,000

Tablo 2'ye göre gazetelerin neredeyse hepsinde özgün haberlere daha çok yer verilmektedir. Özgün haberlere en çok yer veren gazete, *Çorum Haber*'dir. Gazetenin yetkilisi kendisiyle yapılan görüşmede "Yazı İşleri Müdürü Filan gibi konumdakilerle beraber on beş kişiyiz. Bunun habere giden, sporu da sayarsak sekiz on kişi sahadadır" demektedir. Özgün haber üretiminde muhabir sayısının diğer gazetelere göre daha çok olması büyük bir etkindir diyebiliriz. Yine *Çorum Haber* yetkilisi konuya dair şunları söylüyor: "Ajans haberleriyle ilgili bir hesaplama yapmadık ama yarının altındadır. Yani ajans ve diğer şeyler daha az-

dir. Bizzat kendi elemanlarımızla izlediğimiz haberlerimiz daha fazladır.” Oransal anlamda son sırada yer alan *Çorum Post* ise sahada tek muhabirle haber üretmektedir. Eleman sayısının yetersizliğinin özgün haber üretiminde etkili olduğunu söyleyebiliriz. *Çorum Post*'un ajanstan alınan haberler sıralamasında ilk sırada yer almasının nedeni de aynıdır diyebiliriz. Haberin özgünlük durumuna göre; ikinci sırada *Yayla Haber*, üçüncü sırada *Çorum Hakimiyet*, dördüncü sırada *Habercim 19*, beşinci sırada ise *Kesin Karar* gazetesi yer almaktadır. İstatistiksel anlamda değerlendirildiğinde yerel gazetelerin özgün haberlere ağırlık verdiklerini, bunun yanında haber ajanslarından da yararlandıklarını, diğer medyadan ise çok az haber aldıklarını görmekteyiz.

Tablo 3. Gazetelere göre haber kaynağının belirtilme durumu

		Haber kaynağı belirtilmiş mi?		Toplam	
		Evet	Hayır		
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	261	20	281
		Gazeteye göre %	92,9%	7,1%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	101	14	115
		Gazeteye göre %	87,8%	12,2%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	143	1	144
		Gazeteye göre %	99,3%	,7%	100,0%
	Yayla Haber	Sayı	179	2	181
		Gazeteye göre %	98,9%	1,1%	100,0%
	Habercim 19	Sayı	28	89	117
		Gazeteye göre %	23,9%	76,1%	100,0%
	Çorum Post	Sayı	17	32	49
		Gazeteye göre %	34,7%	65,3%	100,0%
	Toplam	Sayı	729	158	887
		%	82,2%	17,8%	100,0%

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	434,508 ^a	5	,000

Tablo 3'e göre gazetelerin haber kaynaklarını belirtmedeki durumları farklılıklar göstermektedir. Kesin Karar, hemen hemen tüm haberlerinde kaynak gösterirken; Habercim 19, kaynak gösterme konusunda en az hassas gazete durumundadır. Haberlerine kaynak göstermede Yayla Haber ikinci, Çorum Haber üçüncü, Çorum Hakimiyet dördüncü, Çorum Post ise beşinci sırada yer almaktadır. Habercim 19 ve Çorum Post dışındaki gazetelerin haberlerinin çoğunluğunda kaynak gösterdikleri görülmektedir. Ajanslardan ve diğer kaynaklardan aldıkları haberlerde mutlaka kaynak gösterdiklerini belirten Habercim 19'la yapılan mülakatta, "haberlerinin çoğunda niçin kaynak göstermedikleri" sorusu yöneltildiğinde, gazete yetkilisinin yanıtı şöyle olmuştur. "Kendi ürettiğimiz haberlerde eğer vermiyorsak (kaynak) Habercim 19 mecrasında yayınladığımız için, o zaten Habercim 19'undur". Çorum Post yetkilisi de neredeyse aynı yanıtı vermiştir: "Kendime ait sitem olduğu için kaynak gösterme gereği duymuyorum. Post'ta çıkan her şey benden sorulur." Ajans haberleri dışında neredeyse hiç kaynak göstermeyen iki gazete de aynı gerekçeyle sitede kaynak gösterme gereği duymadıklarını dile getirmekte birlikte, Habercim 19 yetkilisi bu uygulamanın basılı gazetede çalıştıkları dönemden kalan eski bir alışkanlık olduğunu söylemektedir.

Tablo 4. Gazetelere göre haberin yerel ya da ulusal nitelikli oluşu

		Haber yerel mi, ulusal mı?		Toplam	
		Yerel	Ulusal		
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	277	4	281
		Gazeteye göre %	98,6%	1,4%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	108	8	116
		Gazeteye göre %	93,1%	6,9%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	130	13	143
		Gazeteye göre %	90,9%	9,1%	100,0%
	Yayla Haber	Sayı	175	6	181
		Gazeteye göre %	96,7%	3,3%	100,0%
	Habercim 19	Sayı	112	5	117
		Gazeteye göre %	95,7%	4,3%	100,0%
	Çorum Post	Sayı	47	1	48
		Gazeteye göre %	97,9%	2,1%	100,0%
	Toplam	Sayı	849	37	886
		%	95,8%	4,2%	100,0%

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,961 ^a	5	,005

Yerel basın her ne kadar çevrimiçi olanaklarını kullanarak teknik anlamda küresel bir yapıya dönüşse de haber anlamında yerelliğini korumaktadır. *Tablo 4*'teki verileri oransal anlamda değerlendirdiğimizde; *Çorum Haber* yerel habere en fazla yer veren gazetedir. İkinci *Çorum Post*, üçüncü *Yayla Haber*, dördüncü *Habercim 19*, beşinci sırada *Çorum Hakimiyet* ve ardından *Kesin Karar* gelmektedir. Gazetelerin yetkilileri, yapılan mülakatta haberlerde yerelliğin korunması için çaba gösterdiklerini ifade etmektedirler. *Çorum Haber* yetkilisinin, "Ulusal haberlere yer veriyor musunuz?" sorusuna verdiği yanıt şöyledir: "Çok fazla değil. Yani ajanslardan gelen ülke çapında çok önemli bir konu varsa onu değerlendiriyoruz, ama biz yerelde kalmayı tercih ediyoruz. Çünkü Türkiye haberlerine veya dünya haberlerine her yerden ulaşma imkânı var insanların." Haberlerinin çoğunluğu yerel haberlerden oluşan, ancak tabloya göre oransal anlamda en fazla ulusal habere yer veren *Kesin Karar* gazetesi yetkilisi ise, bu haberleri dahi yerelle özdeşleştirerek yayımladıklarını ifade ediyor:

Meselâ diyelim ki hayvan hakları ile ilgili yerelde yapılan faaliyetlerde ne varsa. Hayvan hakları ihlâli varsa yerelde bunu ön plana çıkarmaya çalışıyoruz. Kültür sanat alanında da öyle. Türkiye'ye bakıyoruz. Bunun Çorum'da da yerel bir uygulaması var mı? Yerel temsilcileri var mı? Bunun Çorum'daki yerel bir ayağı var mı? Buraya bakıyoruz. Biz burayı ön plana çıkartmak istiyoruz. İşte Çorum'da da bu var. Haberlerimizin büyük bir çoğunluğu yerel zaten.

Tablo 5. Gazetelere göre basılı gazetenin haberinin kullanılma biçimi

		Haber basılı gazetenin haberi ise benzeşik mi, farklı mı?		Toplam	
		Benzeşik	Farklı		
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	216	1	217
		Gazeteye göre %	99,5%	,5%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	86	0	86
		Gazeteye göre %	100,0%	,0%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	144	0	144
		Gazeteye göre %	100,0%	,0%	100,0%
Toplam	Sayı	446	1	447	
	%	99,8%	,2%	100,0%	

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,961 ^a	5	,005

Tablo 5'e göre, basılı gazetesini sadece PDF olarak web sitesine taşıyan *Kesin Karar* haberlerini bir gün önce basılı gazetesinde yayımlamakta, ertesi gün

gazeteyi olduğu gibi web sitesinde paylaşmaktadır. Diğer iki gazete ise, haberlerini önce web sayfasında sonra yapısal anlamda değiştirmeden olduğu gibi basılı gazetelerinde yayımlamaktadır. İnternet ortamı gazetelere haberlerini ertesi günü beklemeden anlık sunabilme ve daha çok okura ulaşabilme imkânları vermiştir. Gazeteler, internetin sunduğu avantajları kullanmaktadırlar. *Çorum Haber* yetkilisi konuya dair şöyle söylemektedir: “Dünyada habere ulaşım artık çok yoğun şekilde internet üzerinden gerçekleşiyor ve *Çorum Haber*’in de elbette bu konuda geri kalmaması lazım diye düşündük ve yazılı basının yanı sıra internet sayfamızla da çok daha geniş kitlelere ulaşma yolunu seçtik ve bunda da doğru yaptığımızı düşünüyoruz.” *Çorum Hakimiyet* yetkilisi de basılı gazetelerindeki haberleri daha çok okur kitlesine anlık verebilme avantajını kullandıklarını ifade etmektedir. *Kesin Karar* internet ortamını kullanarak daha çok okur kitlesine ulaşsa da internetin anlık haber sunabilme avantajını kullanamamakta, haberlerini ancak bir gün sonra web sitesinde yayımlayabilmektedir. Gazete yetkilisi konuya ilişkin şöyle diyor:

Bizden kaynaklanmayan teknik bir nedeni var. O neden şu. Bizim sitemizi yapan arkadaşlar şehir dışında. Yani Bursa’da yapıyorlar. Dolayısıyla bizim internet sitemizin yazılımıyla ilgili bir problem var. Yani başlı başına tek tek haberleri atamıyoruz. Bu nedenle ancak köşe yazarlarımızı koyuyoruz. Ve bir de bu sorun çözülene kadar okur gazeteyi PDF olarak toptan görsün istiyoruz. Sabahın erken bir saatinde değil de öğleye doğru bir saatte atıyoruz. Çünkü, insanlar önce basılı gazeteden okusun, sonra basılı gazetenin ulaşmadığı insanlar da biraz daha geç bir saatte de olsa gazetede halini görsün istiyoruz.

Gazetelerin tümünün de haberlerini her iki ortamda da değiştirmeden yayınladıklarını söyleyebiliriz.

Tablo 6. Gazetelere göre, haberlerin yapısının doğruluk ve açıklık durumu

			Haberin yapısı doğru ve anlamaya açık mı?		Toplam
			Evet	Hayır	
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	280	1	281
		Gazeteye göre %	99,6%	,4%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	115	1	116
		Gazeteye göre %	99,1%	,9%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	144	0	144
		Gazeteye göre %	100,0%	,0%	100,0%
	Yayla Haber	Sayı	181	0	181
		Gazeteye göre %	100,0%	,0%	100,0%
	Haber-cim 19	Sayı	116	1	117
		Gazeteye göre %	99,1%	,9%	100,0%
	Çorum Post	Sayı	49	0	49
		Gazeteye göre %	100,0%	,0%	100,0%

Toplam	Sayı	885	3	888
	%	99,7%	,3%	100,0%

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,146 ^a	5	,678

*Tablo 6'*ya göre gazetelerin haberlerinde yapısal anlamda bir sorun olmadığını söyleyebiliriz. Okurların haberi kolaylıkla anlayabilmeleri için haberler sade bir dille yazılmalı ve anlaşılır olmalıdır. Haberlerin olaya, zamana, mekâna, olayın oluş biçimine, olayın oluş nedenine, olayı kimin gerçekleştirdiğine dair nesnel bilgileri içermesi gerekmektedir. Haberın 5N-1K kuralına uygun biçimde oluşturulması gerekmektedir. Haber, "kim?, ne?, nerede?, ne zaman?, nasıl?, neden? (niçin?)" sorularına cevap verebilmelidir. Yapılan araştırmada, Çorum yerel medyasının haberlerini oluştururken bu konulara çok dikkat ettiklerini söyleyebiliriz. İncelenen gazetelerin konuyla ilgili bu kadar titiz davranmalarının bir diğer nedeni de bu gazetelerin gerek basılı gazetesi bulunan internet gazetelerinin, gerekse sadece internette yayın yapan gazetelerin çalışanlarının tecrübeleri de bu konuda etkindir diyebiliriz.

Tablo 7. Gazetelere göre, haber yazım tekniği

			Haber hangi teknikle yazılmış?				Toplam
			Ters piramit tekniği	Düz piramit tekniği	Dörtgen tekniği	Serbest yazım tekniği	
Gazetenin adı	Çorum Haber	Sayı	246	3	5	27	281
		Gazeteye göre %	87,5%	1,1%	1,8%	9,6%	100,0%
	Çorum Hakimiyet	Sayı	102	3	4	7	116
		Gazeteye göre %	87,9%	2,6%	3,4%	6,0%	100,0%
	Kesin Karar	Sayı	125	2	3	14	144
		Gazeteye göre %	86,8%	1,4%	2,1%	9,7%	100,0%
	Yayla Haber	Sayı	163	2	6	10	181
		Gazeteye göre %	90,1%	1,1%	3,3%	5,5%	100,0%
	Haberçim 19	Sayı	94	2	3	18	117
		Gazeteye göre %	80,3%	1,7%	2,6%	15,4%	100,0%
	Çorum Post	Sayı	42	2	2	3	49
		Gazeteye göre %	85,7%	4,1%	4,1%	6,1%	100,0%

Toplam	Sayı	772	14	23	79	888
	%	86,9%	1,6%	2,6%	8,9%	100,0%

Ki-kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,870 ^a	15	,391

*Tablo 7'*ye göre, gazetelerin oransal anlamda en fazla geleneksel gazetelerin de çoğunlukla tercih ettikleri ters piramit tekniğini kullandıklarını söyleyebiliriz. Web sayfalarındaki uzun yazılar nedeniyle oluşan ekran kaydırmalarının okuyucunun ilgisini dağıtarak sayfadan uzaklaştırması bir etken olabilir. Gazeteler web sitelerinde haberlerini çoğunlukla ters piramit olarak, en önemli unsurları ve sonucu içeren kısa bir girişten sonra haberin detayını sunmayı tercih etmişlerdir. İnternet okurları haberleri daha yüzeysel okudukları için haberciler de haberin önce ana temasını aktarma gereksinimi duymuş olmaları, yani okur tercihleri bunda etkindir diyebiliriz. *Çorum Post* gazetesi yetkilisi internet okurunun özelliklerini anlatırken şöyle diyor: "İnsanlar artık telefonla haberin içeriğini okumadan başlığa göre yorum yapıyorlar." Oransal olarak ters piramit tekniği kullanımında *Yayla Haber* gazetesi ilk sırada yer alırken, *Habercim 19* son sırada yer almaktadır. Yine gazetelerin haberlerinde serbest yazım tekniğini de kullandıkları ve *Habercim 19*'un bu teknikte ilk sırada, *Yayla Haber*'inse son sırada yer aldığını söyleyebiliriz. Gazetelerin diğer teknikleri kullanma oranları ise oldukça düşüktür.

Tablo 8. Gazetelerin haber paylaşımı için kullandıkları sosyal medya ikonları

	Face-book	Twitter	Linked-In	Google	Pinterest	GMail	Tumblr
Çorum Haber	281	281	281	281	281	-	-
Çorum Hakimiyet	116	116	-	116	-	-	-
Yayla Haber	181	181	181	181	1	-	-
Habercim 19	117	117	117	117	117	-	-
Çorum Post	49	49	49	49	49	49	49

Tablo 8, bütün gazetelerin haberlerinin farklı sosyal medya mecralarında paylaşımına önem verdiklerini göstermektedir. Gazeteler arasında en çok sayıda sosyal medya ikonu kullanan gazete *Çorum Post*'tur. Bu gazete, Türkiye'de en yaygın kullanılan *Facebook* ve *Twitter* dışında, *LinkedIn*, *Google*, *Pinterest*, *GMail* ve *Tumblr* ikonu da kullanmaktadır. *Çorum Haber*, *Yayla Haber* ve *Habercim 19*, *Facebook* ve *Twitter* dışında *LinkedIn*, *Google* ve *Pinterest* ikonlarına yer vermektedirler. *Çorum Hakimiyet* ise sadece *Facebook*, *Twitter* ve *Google* ikonları kullanmaktadır.

Çorum Haber gazetesi yetkilisi, sosyal medyada haber paylaşım ikonlarına dair şöyle söylüyor: "Şimdi biz *Facebook* ve *Twitter*'da da haber veriyoruz. Özellikle *Facebook*'ta çok izleyicimiz var. Hatta teknik arkadaşlarımız otuz bin

civarında izlenirlikten söz ediyorlar. Toplamda biz aşağı yukarı Çorum'un içinde ve dışında elli bin kişiye hitap ediyoruz." Yetkili, diğer ikonlardan ziyade ikisini kullandıklarını, bu sayede daha çok sayıda okuyucuya ulaştıklarını belirtiyor. Diğer medya ikonları olsa bile gazetenin haber paylaşımı için *Facebook* ve *Twitter*'i tercih ettiğini söyleyebiliriz.

Çorum Hakimiyet gazetesi yetkilisi, sosyal medyada haber paylaşım ikonlarına dair şöyle söylüyor:

Sosyal medya alanlarının hepsini kullanmaya gayret ediyoruz. Twitter, Facebook. Bunların hepsi her ne kadar başka bir insanın, firmanın tanıtımı için bizim mecramızı seçmesi ihtiyacı varsa bizim de tanıtım için başka mecralara ihtiyacımız var. Biz de bu sosyal mecraları kullanabildiğimiz kadar kendimizi tanıtmak ve haberlerimizi yaygınlaştırmak için kullanıyoruz. Malum, bir gazeteciyi en mutlu eden şey, daha çok okunmasıdır. Yani etkisi gücüdür.

Haberlerinin altında üç ayrı sosyal medya ikonu olmasına rağmen *Çorum Hakimiyet* yetkilisi de haberlerini özellikle *Twitter* ve *Facebook*'ta paylaşarak daha çok kişiye ulaşma gayretinde olduklarını ifade ediyor.

Yayla Haber'in haberlerinde *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Google*, *Pinterest*'ten oluşan beş ayrı sosyal paylaşım ikonu bulunuyor. Gazete yetkilisi haberlerin site dışında mutlaka sosyal medyada paylaşılması gerektiğini belirterek şunları söylüyor:

Sosyal medyada paylaşmadığınız zaman insanlar gelmiyor zaten. Artık şey değişti. Yani internet mecrası bizim on yıl önce başladığımızda hayret edenler bugün o internetin artık önemini kavradı. İnternetin önemi kalmadı. Çünkü neden? Sosyal medyada bu işi görüyor. Türkiye'de bugün artık Facebook ve Twitter. Her ikisi de. Türkiye genelinin tamamında bu internet gazeteciliğini yapan arkadaşlar bu iki sosyal medya hesabını da kullanıp paylaşırlar.

Yayla Haber'in de haberlerini sosyal medyada paylaşma konusunda diğer gazeteler gibi düşündüğünü söyleyebiliriz. *Yayla Haber* de beş paylaşım ikonu olmasına rağmen haberlerini diğer gazeteler gibi *Facebook* ve *Twitter*'da paylaşarak haberlerin daha çok kişiye ulaştığını ifade etmektedir.

Habercim 19'un haberlerinde *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Google*, *Pinterest*'ten oluşan beş ayrı sosyal paylaşım ikonu bulunuyor. *Habercim 19* yetkilisi de paylaşım ikonlarında haberlerinin paylaşıldığını belirtirken, sosyal medya kavramında diğer gazeteler gibi haberlerini daha çok *Facebook* ve *Twitter*'da paylaştığını ancak diğer gazetelerin aksine sosyal medyadan çok okuyucu ile sitede etkileşime geçtiklerini ifade ediyor.

Çorum Post'un haberlerinde *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Google*, *Pinterest*, *GMail*, *Tumblr*'dan oluşan yedi ayrı sosyal paylaşım ikonu bulunmaktadır. Bu kadar çok sosyal paylaşım ikonu bulunmasına rağmen gazete yetkilisi özellikle *Facebook* ve *Twitter*'a vurgu yapıyor. Konuya dair şöyle söylüyor:

Biz bu haberlerimizi genelde Face aracılığıyla, Twitter aracılığıyla okutuyoruz. Evet bu paylaşımları yapıyoruz. Mesela Face beğeni sayfamızda Çorum merkezde 11 bin

beğenimiz var. Çorum merkezde takipçimiz 5 bin şu anda. Geriye kalan kısmı da ilçe ve İstanbul, Ankara, İzmir'de yaşayan Çorumlular ağırlıklı olarak takip ediyor. Yurt dışında da bayağı bir takipçimiz var. Yani Amerika, Almanya, Fransa'da Facebook daha ağırlıklı. Çorum'dan 4 bin 500 takipçimiz var. Ankara'dan bin 793 İstanbul'dan bin 60 takipçimiz var. Mesela Almanya'da 122 takipçimiz var. Facebook sayfamızda-ki takipçilerimizin kullandıkları dile kadar istatistiklerini vermişler.

Gazete yetkilisi, tüm paylaşım siteleri açık olmasına rağmen diğer gazetelerin de çoğunlukla tercih ettiği *Facebook* ve *Twitter*'i haber paylaşımında daha çok kişiye ulaşmak için kullandıklarını ve bu sayede daha fazla okura ulaştıklarını ifade etmektedir. Genel bir değerlendirme yaparsak, Çorum internet gazeteleri her ne kadar çok haberlerinin altında çok sayıda sosyal medya ikonuna yer vermelerine karşın, ağırlıklı olarak *Facebook* ve *Twitter* mecralarını haber paylaşımı için yeterli görmekte dirler. Bu iki sosyal medya mecrasının Türkiye'de en popüler sosyal medya mecraları olması da bu durumu açıklamaktadır.

Sonuç

Bu araştırmada, yerel internet gazeteciliği Çorum ili özelinde irdelenmeye çalışılmış, yeni medya kavramı ile yerelde gazetelerin son gelişim süreci ile dönüşüm tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Birden fazla analiz tekniği kullanılarak elde edilen bulgular, analiz öncesi oluşturulan varsayımların biri dışında desteklenmediğini göstermiştir.

"Yerel internet gazeteleri siyaset ağırlıklı habercilik yapmaktadırlar" şeklindeki ilk varsayım büyük oranda desteklenmiştir. Altı gazetede yayımlanan toplam haberlerin yüzde 22.1'i siyaset konulu haberlerden oluşmaktadır. Bu oranla siyaset haberleri ilk sırada yer almıştır. Sadece *Yayla Haber* gazetesinde siyaset haberleri (%16.6) eğitim haberlerinden (%18.2) daha azdır.

"Yerel internet gazeteleri ajans haberleri ağırlıklı gazetecilik yapmaktadır" şeklindeki ikinci varsayım desteklenmemiştir. Tahminlerimizin aksine, Çorum'da yayın yapan yerel internet gazeteleri ajans haberlerinden çok kendi ürettikleri özgün haberleri yayımlamaktadırlar. *Tablo 2'*deki verilere göre, altı gazetede yayımlanan toplam haberlerin yüzde 83.2'si özgün haberdir. Haber ajanslarından alınan haber oranı yalnızca yüzde 15.2'dir. Gazeteler içinde en fazla özgün haber yayımlayan *Çorum Haber* gazetesidir (%92.1), en az özgün haber yayımlayan ise *Çorum Post* (%67.3) gazetesidir.

"Yerel internet gazeteleri yayımladıkları haberlerin kaynağını belirtmişlerdir" varsayımı da kısmen desteklenmiştir. *Tablo 3'*teki verilere göre, *Habercim 19* ve *Çorum Post* dışındaki gazetelerin haberlerinin çoğunluğunda kaynak gösterdikleri görülmektedir.

"Yerel internet gazetelerinde ağırlıklı olarak yerel nitelikli haberler yayımlanmaktadır" şeklindeki dördüncü varsayım desteklenmiştir. Her ne kadar internet olanaklarıyla ulusal ya da uluslararası nitelikte haberler yayımlamak kolaylaştıysa da, yerel internet gazeteleri yerel nitelikte haberler yayımlamaya

devam etmektedirler. *Tablo 4*teki verilere göre, altı gazetede yayımlanan haberlerin yüzde 95.8'i yerel, yüzde 4.2'si ulusal nitelikli haberlerdir.

"Basılı gazeteler internet sayfalarını basılı gazetede yayımladıkları haberleri paylaşmak için kullanmaktadırlar" şeklindeki beşinci varsayım desteklenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, araştırmaya dâhil olan ve basılı gazeteleri de olan üç yerel gazetenin de internet ortamında yayımlanan haberlerini basılı gazetelerinde de yayımladıklarını, aynı haberleri her iki mecrada kullandıklarını söyleyebiliriz. Bu gazetelerde internet gazetesi ile basılı gazete ayrımı yoktur. Hatta *Kesin Karar* gazetesi basılı gazeteyi PDF olarak web sayfasına aktarmakla sınırlı bir internet gazeteciliği uygulaması yapmaktadır.

"Yerel internet gazeteleri haberlerinde doğruluğa önem vermektedirler" şeklindeki varsayım desteklenmiştir. *Tablo 6*'daki veriler, gazetelerin haberlerinde doğruluk ve açıklığa özel önem verdiklerini göstermektedir.

"Yerel internet gazeteleri özel habere yoğunlaşmadıkları için ters piramit tekniğini kullanmaktadırlar" şeklindeki varsayım da desteklenmiştir. *Tablo 7*'deki verilere göre, toplam haberlerin yüzde 86.9'u ters piramit tekniğiyle yazılmıştır. Daha çok özel haberlerde kullanılan düz piramit, dörtgen ve serbest yazım teknikleri ise haberlerin yüzde 13.1'inde kullanılmıştır.

"Yerel gazeteler haber paylaşımı için sosyal medya ikonlarını tercih etmektedirler" şeklindeki varsayım da desteklenmiştir. *Tablo 8*'deki verilere göre gazetelerin haberlerinin farklı sosyal medya mecralarında paylaşımına önem verdiklerini göstermektedir.

"Yerel internet gazeteleri çevrimiçi yayıncılığın sağladığı tüm olanakları kullanmaktadırlar" şeklindeki dokuzuncu varsayım kısmen desteklenmiştir. Analizler sonucunda elde edilen verilere göre, yerel internet gazetelerinin, internetin olanaklarını kullanarak tüm dünyaya ulaşabildikleri ve küresel bir yapıya kavuştukları görülmektedir. Gazeteler, dünyanın ve ülkenin çeşitli bölgelerinde yaşayan ve gelişmelerden haberdar olmak isteyen hemşerilerine haberlerini ulaştırabilme olanağı bulmuşlardır. Yerel gazeteler, yayın yaptıkları yörenin sorunlarını internet aracılığı ile ülke kamuoyunun dikkatine sunabilme olanağı da bulmuşlardır. Ancak gazetelerin internetin sağladığı multimedya ve *hiperlink* gibi imkânları kullanmadıkları görülmüştür.

Yeni medya kavramı ile birlikte çeşitlenen mecralar, geleneksel basın işletmeleri kavramının tanımını değiştirmiş ve basın işletmelerinin yeni medya tabanlı yatırımlar yaparak internet aracılığı ile gazetecilik yapması ile sonuçlanmıştır. İnternet gazeteciliği basılı gazetelere göre daha ekonomik görünse de, internet gazetecilerinin bu yayıncılık faaliyetlerine önemli bir zaman ayırması gerekiyor. Gazetecilik faaliyetini bir kişinin dahi yapabildiğini teorikte söyleyebilirsek de, verimli bir gazetecilik için internet gazetelerinin de geleneksel medyada olduğu gibi yetişmiş bir eleman kadrosuna ihtiyacı vardır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, araştırmaya dâhil olan, internet gazetesinin yanı sıra basılı gazetesi de olan *Çorum Haber*, *Çorum Hakimiyet* ve *Kesin Karar* gazetelerinin

basılı gazeteleri için istihdam etmek zorunda oldukları gazetecilerle internet gazeteleri için de özgün haber üretme konusunda daha avantajlı olduklarını söyleyebiliriz. Ayrıca istihdam edilecek kişilerin habercilik ve gazetecilik bilgisinin yanında çok iyi bilgisayar ve internet bilgisine sahip olması gerekmektedir. Bu durumda internet ile basılı gazeteler arasında istihdam edilen iş gücü açısından bir benzerlik bulunmakta ancak internette basılı gazeteye göre daha az kişi ile yayın yapılabilir.

Yerelde yayın yapan internet gazetelerinin tek gelir kaynağı, yerel ilişkilerle sınırlı ölçüde alınan reklam ve ilan gelirleridir. Donanımlı bir yayıncılık yapabilmek için ise bu sınırlı kaynak yeterli değildir. İnternet yayıncılığı diğer medyalara göre daha ucuz bir maliyet gerektirse de gelirler açısından henüz yeterli kaynağa sahip değildir. İnternet medyasını Basın Kanunu kapsamına alan yasa tasarısı yasallaşmadığı için internet gazeteciliğinde aktif habercilik yapan on binlerce haberci gazeteci bile sayılmıyor. İnternet haber sitesi çalışanları Basın İş Kanunu kapsamına alınarak basın emekçisi sayılmalıdır. İnternet haber siteleri de basılı gazeteler gibi resmi ilan yayımlayabilmelidir. Böylelikle mali açıdan rahatlayan gazeteler haber kadrolarını genişletecek ve daha içerikli haberler üretebileceklerdir.

Yerel basın, bölgenin ve bölgede yaşayan yurttaşların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getiren, tartışabilen, yerel yönetimle merkezi yönetim arasında köprü işlevi gören, yerel yönetimleri dördüncü güç olarak denetleyen ve hesap verebilir olmalarını sağlayan, demokrasinin vazgeçilmez unsurlarındandır. Yerel basın bir yönüyle ülke basınına malzeme sağlamakta, onları uyarıcı görevler görmekte ve mesleki anlamda büyük bir sorumluluk üstlenmektedir.

Kısa sürede hızla yayılan internet, gazetecilik anlayışında da bir dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. İnternette yayın yapan interaktif gazetelerin yanında, basılı olarak yayınlarına devam eden gazeteler de yayınlarını bu mecraaya taşımak zorunda kalmışlardır. Demokrasinin yerleşmesine, düşüncelerin paylaşılmasına ve bilginin yayılmasına zemin hazırlayan internet, yerel gazetelere yerellik anlayışını kaybetmeden mekânsal sınırları aşarak yöreye ait haberleri dünyaya taşıma imkânı sağlamaktadır. Etkileşimi artıran, katılımcı demokrasiyi teşvik eden bu ortam giderek büyümektedir. Bir başka deyişle, internetin uzakları yakın kılması özelliği ile bezenmiş yeni bir yerellik anlayışı getirdiği söylenebilir. Özellikle yerel basın kuruluşları açısından internetin ve internet gazeteciliğinin sunduğu olanakların tam manasıyla kullanılabilmesinin ekonomik şartlara da bağlı olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla söz konusu yerel gazeteler de, imkânları ölçüsünde internet ortamında var olmaktadır. Çorum'da yayın yapan yerel gazetelerin yeniliklere uyum sağlamaya çalıştığı, ancak internet teknolojisinin gazetecilik mesleğine sağladığı avantajları tam olarak değerlendiremediklerini söyleyebiliriz.

Kaynakça

- Atabek, Ü. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Aydoğan, A. (2012). "İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 35. 20-41.
- Aydoğan, D. (2013). "Türkiye'de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği". *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 3(3). 26-40.
- Çelikel, T. (2004). "Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler". *Galatasaray Üniversitesi İlet-ş-im Dergisi*. 1. 147-163.
- Dağtaş, E. ve Derelioğlu, G. (1999). "Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi". *Kültür ve İletişim*. 2(2). 63-100.
- Gezgin, S. (1998). *Basın Sözlüğü*. İstanbul: İstanbul İletişim Fakültesi Yayınları.
- _____ (2007). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Girgin, A. (2002). *Haber Yazmak*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gürcan, H. İ. (1999). *Sanal Gazetecilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Yayınları.
- _____ (2002). *İnternet Gazeteciliği: Yerel Gazetecilikte Meslek İçerisi Eğitim Seminerleri Dizisi: 25 (Batman)*. İstanbul: Kondrad Adenauer Vakfı ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.
- Karaduman, M. (2003). "İnternet ve Gazetecilik". S. Alankuş (der.). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. İstanbul IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Vural, A. M. (1996). "Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Basın". *Yeni Türkiye Dergisi Özel Sayısı*. 2(12). 1053-1067.
- _____ (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, O. (2014). *İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı*. Ankara: Sinemis Yayınları.