

YEREL GAZETELERİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE BİR ANALİZ: TATVAN SESİ GAZETESİ

Ali GEYLANI¹

Feridun NİZAM²

ÖZET

Naylon gazete kavramı; yerel düzeyde yayın yapan gazetelerin matbaa sahiplerinin ek gelir olması yönünde çıkardıkları gazeteler ve seçimlerde aday olan aktörlerin desteğiyle sadece seçim dönemlerinde çıkan gazeteler olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte; medyanın sahiplik olgusu, yayımlanan haberler ve çalışanların medya sahibi ile olan yakınlık derecesiyle de yakından ilgilidir. Bu çalışma, yerel düzeyde sürekli yayın yapan gazetelerin sadece seçim dönemlerinde çıkan gazetelerle aynı kategoride sayılamayacağı ve bu nedenle naylon gazete olarak nitelendirilemeyeceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda haber sitesi değerlendirme formu kullanılarak Tatvan Sesi Gazetesi'ne ait haber sitesi değerlendirilmiştir. Bununla birlikte söz konusu gazetenin basılı versiyonu ve sosyal medya hesaplarından yayımlanan haberler incelenmiştir. Elde edilen veriler bir birleriyle karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulguların söz konusu gazetenin internet sitesi değerlendirme formuna uygunluk sağladığı, düzenli olarak haber yayımladığı ve sosyal medya hesaplarından da bu haberleri paylaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Naylon Gazete, Sosyal Medya, Dijitalleşme

AN ANALYSIS ON THE INTERNET AND SOCIAL MEDIA USE OF LOCAL NEWSPAPERS: TATVAN SESİ GAZETESİ

ABSTRACT

“Nylon newspaper” concept is identified as the newspapers published by the local newspapers to generate additional income and newspapers that are only published during election periods with the support of the actors who are candidates in the elections. With this the phenomenon of ownership; its also closely related to the news published and the degree of closeness of the employees to the media owner. The aim of this study to reveal that the newspapers that broadcast continuously at the local level cannot be counted in the same category as the newspapers published only in the elections and therefore cannot be qualified as nylon newspapers. In this respect, the Tatvan Sesi Newspaper website was evaluated by using the news site evaluation form. Additionally, the printed version of the newspaper mentioned and the news published on its social media accounts were examined. The obtained data were compared with each other. It has been observed that the findings are congruent with the news site evaluation form of the newspaper, that it regularly publishes news and shares it on its social media accounts as well.

Keywords: Local Press, Nylon Newspaper, Social Media, Digitalization

1. GİRİŞ

Roma Senatosu tarafından çıkarılıp ülkenin değişik bölgelerine gönderilen Acta Duirna ile birlikte başlayan haber toplama ve dağıtma işi gazetenin tarihteki ilk örneği olarak sayılmaktadır. Matbaanın icadıyla birlikte bilginin geniş kitlelere ulaştırılması Avrupa'da Rönesans ve Reform

¹ Öğretim Görevlisi, Bitlis Eren Üniversitesi, ageylani@beu.edu.tr, 0000-0003-1653-0033

² Doç. Dr., Fırat Üniversitesi, fnizam@firat.edu.tr, 0000-0002-4215-6973

hareketlerinin gerçekleşmesine etki etmiştir. Bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler sayesinde alternatif haber alma kaynakları olan telgraf, radyo, televizyon ve internetin insan hayatına girmesiyle birlikte bilgiye ve habere erişimin çok daha hızlı gerçekleştiği görülmektedir (ağlayan, 2008: 133-134).

Telgrafın icadıyla uzak mesafelerden kısa sürede haber alma sresinin kısılması sayesinde gazeteler, farklı coğrafyalardan aldıkları haberleri kısa sürede yayın yaptıkları bölgelere yayma imkânı bulmuştur (Crowley ve Heyer, 2014: 149-257). Ancak, radyonun yaygınlık kazanmasıyla birlikte teknolojik yenilik gazetelerin günlük haber dağıtım özelliğinin eksikliğini ortaya çıkarmıştır. nkn radyolar, meydana gelen bir olayın haberini aynı gün içerisinde yayımlayabilirken gazeteler ancak bir gün sonra yayımlayabilmekteydiler. Canlı yayınlarla anında haber alma sayesinde radyolar, gazetelere hız konusunda rakip olmuştur. Radyolar, aynı günün haberini kitlelere ulaştırabildikleri için dinlenme oranları bu nedenle yükselmiştir. Bunun yanı sıra, gazetelerin düzenli olarak ulaşamadıkları coğrafyalara da radyolar, radyo dalgaları sayesinde ulaşabildikleri için gazetelere oranla daha çok takip edilmişlerdir (Crowley ve Heyer, 2014). Ancak, radyo ürünlerinin anlık tüketilmesi ve gazetelerde olduğu gibi istenildiğinde tekrar ulaşma imkânı olmadığından gazetelerin okunma oranlarına olumsuz etki ettiği söylenemez.

Televizyonun evlere girmesiyle birlikte gazeteler asıl rakipleriyle yüz yüze gelmeye başlamıştır. Hem sesli hem de hareketli görüntüler sayesinde televizyonda yer alan haberler gazetelerde yer alan haberlerden daha fazla kişiye ulaşmış ve takip edilmeye başlanmıştır (ağlayan, 2008). Televizyonun asıl üstün yanının bu olduğunu söylemek mümkün değildir. Televizyonun asıl üstün yanının, eğlendirici yönünün fazla olması ve ekranda yer alan mesajların görüntü sayesinde daha az emekle ve daha az yorularak bireyin mesajı almasında yatmaktadır. Özellikle haber kanallarının yaygınlık kazanmasıyla gazetelerin baskı sayılarına olumsuz etki ettiği görülmektedir. Televizyonun bu çok işlevli yönlerine rağmen gazeteler baskı sayılarını yüksek tutacak yöntemler geliştirebilmişlerdir.

2000’li yılların başında hem lkemizde hem dünya genelinde internet kullanımının yaygınlık kazanmasıyla beraber gazeteler bu durumdan baskı sayısı konusunda olumsuz etkilenmiştir. Haber alma ve yayma sresinin kısılmasına muazzam etki eden internet, basılı yayınların bir çoğunun tarihin tozlu raflarına kalkmasına neden olmuştur. Akıllı telefonların da internete bağlanmada ve haber almada yoğun olarak kullanılmasında basılı yayın yapan bir çok gazetenin de buna ayak uydurmak zorunda kaldığı görülmektedir (Dönmez, 2010: 108). Günümüzde hem uluslararası, hem ulusal, hem de yerel basılı yayın organları, okur kitlelerine ulaşmak için interneti yoğun olarak kullanmaktadırlar. Artık neredeyse her yayın organının kendi web sayfası veya sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Basılı yayın, basım maliyetleriyle birlikte dağıtım maliyetlerini göz önünde bulundurduğumuzda gazetelerin maliyetlerini aşağıya doğru çekmiştir. Bir çok gazete, gazetenin dijital formatını kendi web sayfasında ücretli veya ücretsiz olarak yayınlamaktadır.

lkemizde gazeteler geçmişten beri düşük baskı sayısı oranlarıyla yayın hayatlarına devam etmekteledir (Kösedağ, 2019: 842-843). Bu nedenle, Basın Yayın Kurumu gerekli şartları sağlayan yerel gazetelerin kapanmaması için basın ilanı vermektedir. Haber ve fotoğrafların farklı yayın organlarından temin eden ve bununla birlikte baskı sayısı düşük olan gazeteler, naylon gazete olarak adlandırılmaktadır (şeker, 2005: 101-105). Düşük baskı sayısı nedenleri incelendiğinde bu nedenlerin başında halkın gazetelere yönelik ilgisizliği yerel düzeyde de kendini gösterdiği iddia edilmektedir. Türkiye’de yayın yapan yerel gazetelerin büyük çoğunluğu yerel halk tarafından gerekli ilgiyi göremediği için baskı sayıları düşük olduğu ifade edilmektedir. Yerel halk tarafından ilgi göremeyen yerel gazetelerin naylon gazete sınıflandırmasına dâhil edildiği görülmektedir. Yerel

gazetelerin naylon gazete şeklinde adlandırılmasıyla düşük düzeyde olan halkın ilgisini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, çalışmaya konu edilen ve yerel düzeyde yayın yapan Tatvan sesi Gazetesi'nin özgün yerel haberler ürettiğini ve ürettikleri haberleri günümüz sosyal medya olanaklarından da yararlanarak okur kitlelerine ulaştırmaya çalıştıklarını ortaya koymaktır. Bu bağlamda, yalnızca Basın İlan Kurumu'ndan ilan almaya çalışan gazeteler sınıflandırmasında sayılamayacağını ve naylon gazete olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna varılmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda Bitlis ilinin Tatvan ilçesinde yerel düzeyde yayın yapan ve Basın İlan Kurumundan ilan alabilen Tatvan Sesi Gazetesi çalışma konusu yapılmıştır.

Yerel gazetelerin sosyal medya kullanımları üzerine literatür çalışması bulunmakla beraber, yerel medyanın sorunları ve yerel gazetelerin web sayfalarının incelemesine yönelik çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu çalışma ise yerel gazetelerin hem basılı yayınları hem yerel gazetenin web sayfası hem de sosyal medya hesapları incelenerek elde edilen verilerle yerel gazetelerin naylon gazete olarak değerlendirilemeyeceği konusunda diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

Gazetenin haber sitesi değerlendirme formuna uygunluk göstermesi durumunda ve elde edilen veriler doğrultusunda ilgili gazetenin hem kendi web sayfasında hem de sosyal medya hesaplarında düzenli haber yayınlaması naylon gazete özelliği olmadığını göstererek gazetecilik yapmaya çalışan yayın organları sonucuna varılmasını sağlayacaktır.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Naylon gazete olarak tabir edilen ve sadece Basın İlan Kurumu'ndan aldıkları ilan ücretleri karşılığı varlığını devam ettiren yerel gazetelerin teknolojik yeniliklere sürekli uyum gösterdiği görülmektedir. Basın sektörünün de dijitalleşmesiyle birlikte yerel düzeyde yayın yapan gazeteler güncel haberleri fazla kişiye ve daha hızlı bir şekilde ulaştırabilmektedirler. İnternet tabanlı uygulamalar, gazetelerin iş akış süreçlerine dâhil edilmesi gazetecilik pratiklerinin değişmesine neden olmuştur. Yerel gazetelerin de bu değişime uyum sağlamaya çalıştıkları söylenebilir.

Bu çalışmada; yerel gazetelerin basılı nüshası, web sayfaları ve sosyal medya hesaplarının incelenmesi sonucu düzenli yayın yapmaya çalıştıkları ortaya konularak bu tür yerel gazetelerin naylon gazete olmadıkları varsayımı doğrulanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın evrenini yerel gazeteler, örneklemini ise Bitlis'in Tatvan ilçesinde yayın yapmakta olan Tatvan Sesi Gazetesi oluşturmaktadır. Coğrafi yakınlık ve gazetenin basılı nüsha arşivine erişim olanağı bulunması nedeniyle Tatvan Sesi Gazetesi seçilmiştir.

Bulguların elde edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden olan veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında doküman analizi tekniği kullanılarak 01.11.2022 ve 10.11.2022 tarihleri aralığında bulunan 10 günlük zaman diliminde günlük basılı yayın, web sayfası ve sosyal medya platformları olan Facebook, Twitter, Instagram hesaplarında yayınlanan haber sayıları karşılaştırılmıştır. Veri analizi yöntemi kullanılarak web sayfası ve sosyal medya kullanımına yönelik verilerin karşılaştırılması yapılmıştır. Günlük basılı yayında kullanılan haberler ve sayılarının internet ortamında kullanılıp kullanılmadığı incelenmiş ve haber akışı karşılaştırılmıştır.

Halil İbrahim Gürcan'ın hazırlamış olduğu haber sitelerine yönelik değerlendirme formu Tatvan Sesi Gazetesi'nin web sayfasına uygulanmıştır. Formda belirtilen ölçütlere evet ya da hayır cevapları verilerek web sitesinin işlevselliği, ulaşılabilirliği, kullanım kolaylığı, kurumsal bilgiler ve etkileşimliliği ile ilgili verilere ulaşılmıştır. Gürcan'a göre bu ölçütler zaman içinde değişikliğe uğrayabilmektedir ve bazı ölçütlerin çıkarılıp yenileri eklenebilmektedir (Gürcan, 2014:94). Gürcan ve Bayram'ın, bu formu geliştirerek Denizli, Eskişehir ve Erzurum yerel basınına yönelik

değerlendirme (Gürcan ve Bayram, 2005: 55) alışmalarında kullandıkları görölmüştür. Aziz Coşkun'un, Bitlis il merkezinde yayın yapan gazetelerin web sayfalarının incelenmesine yönelik çalışmasında aynı formdan yararlandığı görölmektedir (Coşkun, 2021: 738). Literatüre bakıldığında haber sitesi değerlendirme formu kullanılarak birçok çalışma yapıldığı görölmektedir. Bunlar; (Tarhan, 2007: 84), (Demir, 2018: 57), (Bekiroğlu ve Bal, 2006: 78), (Türkmen ve Yavuz, 2017: 809) şeklinde sıralanabilir.

İnceleme sonucunda, web sayfasının aktif kullanımı, haberlerin okunma oranı, web sayfasında ve basılı gazetede yer alan günlük haber sayısı, sosyal hesaplarında paylaşılan haber ve fotoğrafların sayısı gibi nicel verilere ulaşılarak. Söz konusu gazetenin dijital teknolojilere uyum sağladığı ve basılı nüshada yer alan haberler dışında farklı haberlerin web sayfasında ve sosyal ağlarda da paylaşıldığı varsayılmaktadır. Yapılan değerlendirme sonucunda bu varsayımın doğrulanıp ya da doğrulanmadığı tespit edilecektir.

Ulusal gazeteler gibi yerel gazetelerde yayın hayatına devam edebilmesi için maddi kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Gazete sahiplik yapısı o gazetenin maliyetlerinin nasıl karşılandığı hakkında bize bilgi vermektedir. Gazetelerin birer ticari faaliyet olarak ele alınması zorunluluğu vardır.

Bu bağlamda baktığımızda ölkemizde yayın yapan yerel gazeteler eskiden beri çeşitli sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu sorunları iki kategorilerde sınıflandırmak mümkündür. İkki ekonomik kaynaklı sorunlar ikincisi ise yerel düzeyde var olan baskı grupları kaynaklı sorunlar şeklide sınıflandırılabilir. Ekonomik kaynaklı sorunlar; sermayenin yetersizliği, teknik altyapı, nitelikli eleman istihdamı, düşük baskı sayısı, ilan gelirinin azlığı, teknoloji yetersizliği gibi sorunları içermektedir. Bu alışma, ekonomik tabanlı sorunlar karşısında internet ve sosyal medya kullanımı aracılığıyla ayakta kalma mücadelesi veren yerel gazetelerden biri olan Tatvan Sesi Gazetesi'nin incelenmesi üzerinedir.

3. YEREL GAZETELERİN TEMEL SORUNLARI

Türkiye'de basının başa çıkmak zorunda olduğu birçok sorun bulunmaktadır. Bu sorunların en başında ekonomik sorunlar yer almaktadır. Basın kuruluşlarının her ne kadar halkı bilgilendirme görevi olsa da örgütsel yapıları bir ticari faaliyet yürüten işletme konumundadırlar. Gazetelerin de her işletme gibi girdi ve ıktıları vardır ve yayın hayatına devam etmeleri bu çıktıların piyasada tüketilmesiyle doğru orantılı olduğu söylenebilir. Bir ürün olarak haberin toplumun üzerinde etkileme ve yönlendirme gücü olduğu iddia edilebilir. Haberinin sahip olduğu bu gücü kontrol etme çabası, basın için diğer sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Ulusal ya da yerel basının benzer sorunları olmakla birlikte yerel basının kendine özgü sorunları bulunmaktadır. Örnek olarak yerel basının nitelikli eleman bulma imkânı ulusal basın kadar bulunmamaktadır. Yerel basın sorunlarını şeker şu şekilde sıralamıştır; mevzuatla ilgili sorunlar, girişimcilerin sermaye yetersizliği ve basın dışında gelişen durumlar nedeniyle sermayenin bundan olumsuz etkilenmesi, basım aşaması dâhil gerekli teçhizat eksikliği ve kalifiyeli personel istihdamı sorunu, tirajın düşük olması, reklam ve ilandan yeterli oranda gelir elde edilememesi, haber ve görsel malzemeye ulaşmada yaşanan zorluklar (şeker, 2005). Atilla Girgin'in ise; İlgi Yetersizliği, İstanbul Gazetelerinin Bölge Sayfaları, Anadolu Basınının Yeniden Önem Kazanması, Aksaklıklar, Naylon Kadrolar, Yetersiz Altyapı, Resmi İlan Pastası, Eski Makine Parkı, Teknoloji Yetersizliği, Profesyonel Kadro Yetersizliği, Anadolu'da Gazeteci Tipleri şeklinde sınıflandırmıştır (Girgin, 2001: 174-179). Bu alışmaları incelediğimizde sermayenin yetersizliği, sermayenin yapısının basın dışı kaynaklı sorunları, teknik altyapı, nitelikli eleman istihdamı, düşük baskı sayısı ve ilan gelirinin azlığı, eski makine parkı, resmi ilan pastası, teknoloji yetersizliği gibi sorunların tümü ekonomik

kaynaklıdır. Ekonomik sorunlar yerel gazeteler için temel sorun niteliğinde olduğu söylenebilir. Yerel gazetelerin baskı maliyetlerini düşürme çabaları, yerel gazeteler ile naylon gazeteler arasında benzerlik göstermesine neden olduğu söylenebilir. Bu nedenle, hangisinin yerel gazete hangisinin naylon gazete olduğu ayrımının yapılmasını zorlaştırdığı iddia edilebilir.

Yerel basının en büyük sorunu ekonomik temelli olduğu söylenebilir. Düşük baskı sayısı oranlarıyla maliyetleri dahi karşılayamayan yerel gazeteler, gazete satışından neredeyse hiç para kazanmadığı iddia edilebilir (Atçeken, 2018: 29). Bu durum, yerel gazetelerin Basın İlan Kurumu'na bağımlı hale getirmektedir. Gazete satışından para kazanamayan yerel gazetelerin maliyetleri düşürmek için internet gazeteciliğine yöneldiği, bu bağlamda kendi web sayfalarını oluşturdukları ve sosyal medya hesapları açarak okurlarına ulaşmaya çalıştıkları söylenebilir.

3. 1. NAYLON GAZETE

Basın İlan Kurumu'nun ilan gelirlerinden yararlanmak için belirlenmiş kriterleri sağlamayan ve hatta birçoğunun okuyucuya dahi ulaşmayan gazeteler için naylon gazete kavramı kullanılmaktadır. Anadolu'da yayın yapan birçok yerel gazete Basın İlan Kurumu'nun ilanlarından yararlanmak için belirtilen şartları aslında sağlamamaktadır (Şeker, 2005: 113).

Yerel gazeteler; gerçek gazete çıkarma kaygısında olan kişilerin çıkarmış olduğu gazeteler, matbaa sahiplerinin ellerinde baskı makinelerinden daha fazla verim almak için çıkardıkları gazeteler ve yerel kanaat önderlerinin siyasi çıkarları doğrultusunda çıkarılan gazeteler şeklinde üç ana başlık altında toplanabilir (Arvas, 2007: 357). Belirtilen bu üç ana başlık doğrultusunda yalnızca ilkinin yerel gazete sayılabileceğini diğerlerinin ise naylon gazete oldukları söylenebilir.

Naylon gazeteler daha çok seçim öncesi ortaya çıkmaktadır. Seçimlerde aday olacak kişilerin haber ve reklamını yapmak için seçim dönemlerinde yayınlanmaktadır. Bu gazeteler, genelde adaylar tarafından finanse edilerek reklam pastasından pay almaya yönelik yayınlardır ve çoğunun künyesi dahi bulunmamaktadır (Arvas, 2019: 106-107). Çoğu kez bu naylon gazetelerin basım ve dağıtım finansmanını seçimlerde boy gösteren simalar sağlamaktadır.

Türkiye'de gazetecilik mesleğini icra edebilmek için herhangi bir eğitim şartı bulunmamaktadır. 5953 Basın Kanunu'nun 1. Maddesine göre "Bu Kanun hükümleri Türkiye'de yayınlanan gazete, internet haber siteleri ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde ve İş Kanunundaki 'işçi' tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu Kanun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir" (Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun 1952: 2421). İlgili maddede gazeteciliğin tanımı yapılmış ve sadece fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanların gazeteci olarak tanımlandığı görülmektedir. Eğitim veya yetkinlik ile ilgili herhangi bir kıstas belirtilmediği için dileyen herkes bu mesleği yapabilmektedir. Bu durum ise sektörün kalifiye eleman bulma sorununa yol açmaktadır. Çünkü her işte olduğu gibi işin uzmanı olan kişilerin ücret talebi eğitim almamış kişilerden daha yüksek olmaktadır. Yerel basının düşük ücretle eleman çalıştırması nedeni ile iletişim fakültesi bitiren iş gücü, yerel düzeyde yayın yapan gazete ve televizyonlarda çalışmayı tercih etmemektedir. Bu da işletmelerin eğitimsiz ve ucuz işçi çalıştırmasına yol açmaktadır (Mısırlı, 2020: 65).

3.2. DİJİTALLEŞEN YEREL BASIN

Basın, varlığını teknolojik gelişmelere borçludur. Öyle ki modern anlamda ilk gazetelerin ortaya çıkışı yine o dönem için devrim niteliğinde olan matbaanın icadıyla mümkün olmuştur. Tarihi süreç içerisinde basın, teknolojideki gelişmeleri yakından takip etmiş ve kısa süre içerisinde de bu teknolojileri haber alma ve yayma noktasında başarılı bir şekilde kullanmıştır. İnternet

gazeteciliğinin dünyadaki ilk örnekleri 1990'ların başında Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınların başladığı, Türkiye'de ise 1995'lerin sonunda ana akım gazetelerin yayın hayatına başladıkları görülmektedir (Narin, 2017: 27-28). Günümüzde neredeyse bütün basın organlarının kendi web sayfalarının olduğu veya sosyal medya hesaplarının bulunduğu söylenebilir. Sosyal medya platformlarında üyelik oluşturmak ve kullanıcı sayfası açmak ücretsiz olduğundan naylon gazeteler de bu platformlarda kolayca hesap açabilmektedirler. Yerel gazeteler gibi basın kuruluşu olduklarını iddia edebilmektedirler.

İnternet ve internetle birlikte dijital yenilikler gazetelerin fiziki varlıklarını devam ettirmeleri konusunda büyük bir baskı oluşturmaktadır. Gazeteler bir gün sonrasının haberini verdikleri için internet ortamında anında yayınlanan aynı haber çoktan eski haber durumuna düşebilmektedir. Web üzerinden yayın yapan yayın kuruluşları hem haber ajanslarından hem de kendi kaynaklarından elde ettikleri haberleri basılı yayınlar gibi bir gün sonra değil haberi anlık olarak yayımlayabilmektedir (Gürcan, 2014: 93). Bu durum da gazetelerin bayiden satın alınıp okunmasını engellediği söylenebilir.

Okurlarına daha hızlı ulaşabilmek için, ulusal gazeteler gibi yerel gazeteler de dijital haberciliğe geçiş yaparak hem kendi web sayfalarını kurmuş hem de sosyal ağlar üzerinden kendi sayfalarını oluşturarak yayıncılık yapmaya başlamışlardır. Yerel gazetelerin dijitalleşmeleri üzerine kapsamlı bir çalışmada 116 yerel gazeteyle yapılan anket çalışmasında 104'ünün web sayfası olduğu sonucuna varılmıştır, web sayfasındaki haberler ile basılı gazete arasındaki haber farklılığı oranı ise %56 olarak saptanmıştır (Yağız vd., 2022: 16-17). Güncellenme sıklığı ise gazeteler, internet ortamında yayınlamış oldukları haberleri bir gün sonra basımını yapıp yayınlamaktadırlar. Nitekim çalışmamızın örneklemini oluşturan Tatvan Sesi Gazetesi de aynı uygulamayı yapmaktadır.

Sınırlı bir ekonomi ile yayın yapmak durumunda olan yerel gazeteler de internetin sağlamış olduğu imkânlardan yararlanmaya yönelik girişimlerde bulunmaktadır. Kendi web sayfalarını kuran yerel gazeteler, sosyal paylaşım platformlarında da üyelik oluşturarak haberlerini daha geniş kesimlere ulaştırma girişiminde bulunmaktadır.

3.3. TATVAN SESİ GAZETESİ

Tatvan Sesi Gazetesi 7 Eylül 1992 yılında yayın hayatına başlamıştır (Kızılkaya, 1992). 43x28 cm ebatlarında tek renk olarak çıkmaktadır. Şubat 1993 yılından itibaren ilan almaya başlayan Tatvan Sesi Gazetesi, Pazar günleri hariç haftanın 6 günü yayınlanmaktadır. Aynı zamanda Tatvan ilçesinde resmi ilan alabilen tek gazetedir (Basın İlan Kurumu, 2022).

Tatvan Sesi Gazetesi, basılı gazetenin haricinde www.tatvansesi.com.tr alan adı ile internet ortamında da yayın yapmaktadır. Gazetenin sosyal medya hesapları incelendiğinde Facebook, Twitter, Instagram hesapları olduğu görülmektedir. Sosyal medya hesapları ise şöyle sıralanmaktadır;

Facebook; Facebook.com/TatvanSesiGazetesi

Twitter; @TatvanSesi

Instagram; instagram.com/tatvansesigazetesi/

4. BULGULAR

Genel değerlendirmede öncelikle web sayfası değerlendirme formu ölçütlerine göre Tatvan Sesi Gazetesi'nin web sayfası ölçüğe tabi tutulmuş ve ulaşılan sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir. Daha sonra gazetenin basılı nüshası ile gazetenin web sayfası ve sosyal paylaşım siteleri olan Instagram, Facebook, Twitter 'da yer alan hesaplarında yayınlanan haber sayıları karşılaştırılmıştır. Bu

bağlamda 1 Kasım 2022 – 10 Kasım 2022 tarihleri arasında yer alan haber sayıları incelenmiştir. İncelenen haber sayılarının karşılaştırılması Tablo 2’de verilmiştir.

4.1. GAZETENİN WEB SAYFASININ İNCELENMESİ

Web sayfası değerlendirme formunda yedi ana başlık bulunmaktadır. Tablo1 olarak verilen değerlendirme formunda sorulan sorulara “Evet” ve “Hayır” cevapları verilerek değerlendirilmiştir. Evet cevapları için +, Hayır cevapları için x işaretleri kullanılmıştır.

Tablo 1. Tatvan Sesi Gazetesi Haber Sitesi Değerleme Ölçütleri Formu

İşaret bilgisi: X, bulunduğu sütuna göre evet ya da hayır cevabına yönelik işareti ifade etmektedir.	EVET	HAYIR
1. WEB SAYFASINA ULAŞABİLİRLİK		
Web sayfasına erişim kolaylığı	x	
Web Sayfasının Açılma Süresi	2 sn.	
Web Sayfası Haritası		x
2. GENEL GÖRÜNÜM		
Ana sayfa görünümü	x	
Ana sayfa kullanım kolaylığı	x	
Sayfada renk dağılımı	x	
Arka Plan rengi	Beyaz	
Site içi geçiş rahatlığı	x	
Türkçe yazı karakteri kullanabilme özelliği	x	
Web Site sayfası boyutu	x	
Web sayfası düzeni	x	
Haber fotoğrafı kullanılmış mı?	x	
Web sayfadaki linklerin işlerliği	x	
Sayfada forum, anket, mesaj bölümü var mı?	x	
Reklam ve banner alınıyor mu?		x
Web sayfasına giriş sayısı veriliyor mu?		x
3. WEB SAYFASINI KULLANMA RAHATLIĞI		
Yazı karakteri ve okuma rahatlığı	x	
Ana ekrandan haberler sayfasına geçişte sorun yaşanıyor mu?		x
Diğer Sayfalara geçiş bağlantısı var mı?	x	
Web sayfasında site içinde arama bölümü var mı?	x	
Haber arşivlerine ulaşım özelliği var mı?	x	

Belli kriterlere göre haber araması yapmak mümkün m?	x	
Web sayfasından haber yazdırma özelliği var mı?	x	
Web sitesinin yabancı dil seğeneği var mı?		x
4. WEB SAYFASININ İÇERİğİ		
A. YETKİNLİK		
Siteyi hazırlayan sorumlu kişi bilgisi var mı?	x	
Gazetenin amaçları, yayın politikası ile ilgili bölüm var mı?		x
Web sayfası yayın politikasına göre uygun haber üretimi yapıyor mu?	x	
Web sitesinin yasal olduğunu gösteren resmi belge bilgisi var mı?	x	
Web sayfasının basılı versiyonu var mı? (Günlük gazete, süreli – süresiz yayın, dergi vb.)	x	
Sitenin yapımı taşeron uygulama mı?	x	
Anlık olarak gündem takip ediliyor mu?	x	
Günlük haber sayısı	4-5	
Haberin spotları ana sayfada var mı?		x
Haberler türlerine göre sınıflandırılmış mı?	x	
Web sayfasında yayınlanan yazılara ait yazar bilgisi var mı?	x	
B. DOğRULUK		
Haber yazımında kaynak gösteriliyor mu?	x	
Haber ile ilgili bilgiler ilk elden mi alınıyor?	x	
Haberi doğrulatma imkânı var mı?	x	
Haberler bir editör elinden geğmiş gibi duruyor mu?	x	
Haberler dilbilgisi, yazım kurallarına uygun mu?	x	
Sitede yazıları yer alan yazarların uzmanlık ve konuya hkimiyeti var mı?	x	
C. YANSIZLIK		
Web sitesinin ana sayfasında reklam var mı?		x
Haberler, reklam ve yorumlardan rahatlıkla ayırt edilebiliyor mu?	x	
Okuyucu yorumları açık olarak gösterilmiş mi?	x	
D. KAPSAM		

Haberlerde kullanıla kaynaklarla ilgili site içi bağlantı var mı?		x
Web sayfası basılı gazete ile örtüşüyor mu?	x	
Özel haber ve araştırma dosyaları var mı?		x
Yayınlanan haberlerin dışında sitede başka konulara yer veriliyor mu?		x
Okur etkileşimine yönelik bölümler var mı?		x
Okurun farklı ilgi alanlarına yönelik bölümler var mı? (Oyun vb.)		x
E. GÜNCELLEK		
Sitede yer alan haberler ne sıklıkla güncelleniyor?	Günlük - Gün aşırı	
Haberlerin son güncellenme bilgisi var mı?	x	
Güncel haberlere günlük olarak yer veriliyor mu?		x
Son dakika haberleri yer alıyor mu?	x	
F. HABER YAZIM KURALLARI VE DİL KULLANIMI		
Sitede yer alan haberler Türkçe dilbilgisi yazım kurallarına göre yazılmış mı?	x	
Haber yazım kurallarına göre yazılmış mı? Haberler anlaşılır mı?	x	
Dilbilgisi kurallarına uyum var mı?	x	
Noktalama işaretlerine uyulmuş mu?	x	
Türkçe imla hataları var mı?		x
Uzun paragraf ya da eksik bırakılmış paragraf var mı?	x	
Haberde olması gereken bütün detaylar veriliyor mu?	x	
Haber başlığı, spotu, özeti ve haber metni bir bütün olarak veriliyor mu?	x	
5. TEKNİK ÖZELLİKLER		
Sayfada verilen bütün bağlantı yolları çalışıyor mu?	x	
Bağlantıları yeni pencerede açma		x
Linkler yeni pencerede açılıyor mu?	x	
Site ekranı çözünürlük ölçüsü ne kadar?	1600x900	
Feedback (Geri Bildirim) butonu var mı? Varsa çalışıyor mu?		x
Yazıcıdan haber çıktısı alma butonu var mı?	x	
Haberi başka platformda paylaşma seçeneği var mı?	x	

Sık kullanılanlara ekleme seçeneği var mı?	x	
Web sitesinde “Sıkça sorulan sorular” bölümü var mı?		x
Haberi kendi bilgisayarına indirme imkânı var mı?		x
Web sayfası giriş sayfası yapılabiliyor mu?		x
Yararlı web sayfası linkleri var mı?		x
Haberleri kendi sitene ekleme imkânı var mı?	x	
6. KURUMSAL BİLGİLER		
Web sitesinin ait künyeye yer verilmiş mi?	x	
Web sitesine ait telif bilgisine yer verilmiş mi?	x	
Site ziyaretçilerine yönelik e-posta, kurum adresi, kurum telefon bilgisi var mı?	x	
7. ETKİLEŞİMLİLİK		
Haber sitesindeki editörlere doğrudan e-posta gönderme imkânı var mı?	x	
Haber sitesindeki doğrudan e-posta gönderme imkânı var mı?	x	
Sohbet odaları var mı?		x
Haber sayfasını ziyaret eden kullanıcılar hakkında istatistiki bilgiler var mı?		x
Ziyaretçi forum köşesi var mı?		x

Değerlendirme formunda yer alan ilk ana başlık “Siteye Ulaşılabilirlik” olarak belirlenmiş ve bu doğrultuda belirlenen ölçütler arasında ilk sırada yer alan siteye erişim rahatlığı ölçütünün sağlandığı görülmektedir. Hem masa üstü bilgisayardan hem akıllı telefonlardan internet bağlantısı aracılığıyla siteye erişim sağlanabilmektedir. Sitenin yüklenme süresi 2 sn. olarak ölçümlenmiştir. Ancak bu süre internet bağlantı hızına göre farklılık gösterebilmektedir. Sitede, site haritası bulunmamaktadır.

İkinci ana başlık ise “Genel Görünüş” ölçütlerinden oluşmaktadır. Tabloya bakıldığında web sayfasının genel görünüş ölçütlerine uyduğu görülmektedir. Web sitesinin ana sayfaya ait genel görünümü karmaşık olmadığı ve web sitesinde gezinme kolaylığı olduğu görülmüştür. Sayfalarda renk kullanımı bulunmaktadır ve siteye ait sayfaların arka plan rengi beyaz olduğu görülmüştür. Sayfaların birbirine uyum gösterdiği ve web sayfasının Türkçe karakterleri desteklediği tespit edilmiştir. Ancak sayfa uzunluğuna bakıldığında ana sayfa uzunluğu çok fazla olduğu ve aşağı doğru inildikçe boş alanların çokluğu dikkat çekmiştir. Özellikle akıllı telefonla erişim sağladığında bu boşluk çok daha uzun olduğu tespit edilmiştir. Sayfalarda kenar boşlukları bulunmaktadır. Kenar boşlukları ile görüntü karmaşasının önüne geçilmiştir. Haberlerde fotoğrafların kullanıldığı görülmüş ancak ana sayfada yer alan haber listesi üzerinde bulunan haber numaraları butonu aktif olmadığı ancak diğer butonların çalıştığı tespit edilmiştir. Haber metinlerin tam olarak yer aldığı sayfalarda okuyucuya açık yorum ve mesaj gönderme alanı bulunmaktadır. Sitede anket ve forum sayfaları bulunmamaktadır. Sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu bulunmamaktadır. Sayfayı ziyaret eden

ziyaretçi sayısı bulunmamaktadır ancak haber metinlerinin kaç kişi tarafından ziyaret edildiği bilgisi bulunmaktadır.

Üçüncü ana başlıkta kullanım kolaylığına yönelik ölçütler yer almaktadır. Haberlerde çentikli font kullanıldığı görülmüştür. Ana sayfadan haberlere ulaşım rahatlıkla sağlanabilmektedir. Sayfalar arası geçişlerde sorun yaşanmamaktadır. Sitede, site içi arama bölümü olduğu görülmüş ve anahtar kelime kullanılarak arşivde yer alan haberlerle ilgili aramalar yapılabildiği tespit edilmiştir. Sayfadan çıktı alınabilmektedir. Web sayfasının Türkçe dışında farklı bir dil seçeneği bulunmamaktadır.

Dördüncü ana başlıkta içeriğe yönelik ölçütler yer almaktadır. İçerik bölümü ise yetkinlik, doğruluk, yansızlık, kapsam, güncellik, haber yazım kuralları ve dil kullanımı alt başlıklar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Yetkinlik ölçütleri kapsamında elde edilen bulgular şu şekildedir; sayfanın hazırlanmasından sorumlu olan kişi belirtilmiştir ancak, yayın politikasının yer aldığı bir bölüm bulunmamaktadır. Haber sitesinin yasal ve geçerli olduğunu gösteren e-mail adresi ve gazeteye ait telefon numarası yer almaktadır. Haber sitesinin günlük yayın yapan gazete şekli bulunmaktadır. Sitenin yapımı taşeron uygulama olduğu tespit edilmiştir. Yerel gündem anlık takip edildiği tespit edilmiştir. Ancak haber girişlerinin günlük yapılmadığı görülmüştür. Haber yoğunluğu günlük 3 – 4 haber olduğu tespit edilmiştir.

Haber özetleri tek sayfada görülmemektedir ancak haber başlıkları tek sayfada görülmektedir. Haberler türlerine göre gruplandırılmış ancak yerel haber sitesi olduğu için haberler ilçe isimlerine göre gruplandırılmıştır. Sitede kişisel yazıların yazarları belirtildiği görülmüştür. Doğruluk alt başlığında ise haber kaynakları belirtilmiş, haberlerin tümü kendi yazdıkları haberler oldukları tespit edilmiştir. Haberlerin başka kaynaklardan doğrulanabilir oldukları görülmüştür. Haberlerde dilbilgisi, hece ve yazım hatalarından arındırıldığı izlenimi verilmektedir. Yansızlık alt başlığında belirtilen ölçütler incelendiğinde ana sayfada reklam bulunmamaktadır ancak Basın İlan Kurumu'ndan alınan ilanlar yer almaktadır. Haber metni reklam ve yorumlardan kolay bir şekilde ayırt etmek mümkün görünmektedir. Yorum yazıları açık olarak gösterilmiştir. Kapsam alt başlığı ölçütlerinde verilen cevapların hayır olduğu görülmektedir. Haber kaynaklarına ilişkin sayfalarda bağlantı bulunmamaktadır.

Web sayfasının basılı versiyonuyla benzeşik olduğu tespit edilmiştir. Ancak haber sayılarında farklılık bulunmaktadır. Web sitesinin basılı versiyonunda yer alan ve haber ajanslarından elde edilen haberlere web sitesinde yer verilmediği görülmüştür. Sitede özel araştırma dosyaları yer almamakta ve haber dışı konulara yer verilmemektedir. Okur katılımına yönelik anket, test vb. bulunmamaktadır. Farklı ilgi alanlarına yönelik bölümlere yer verilmemiştir. Güncellik alt başlığı incelendiğinde haberlere günlük yer verilmemiştir. Site, günlük olarak değil kendi yaptıkları haberlere göre güncellenmektedir. Sitede anlık (son dakika) haberlerin olduğu tespit edilmiştir.

Haber yazım kuralları ve dil kullanımı alt başlığı ölçütleri incelendiğinde evet cevabı verildiği görülmektedir. Sitede haber yazım kurallarına ve imla kurallarına uyulduğu, dilbilgisi kurallarına uygun cümleler kurulduğu, uzun ve eksik paragrafların olmadığı görülmüştür. Haber yapısı açık ve anlamaya uygun olarak yazılmaktadır. Haber, bütün detaylarıyla birlikte verilmektedir. Haberler başlığı, haberin spotu ve haberin metni bir bütünlük olacak şekilde verilmektedir.

Beşinci başlıkta teknik özellikler yer almaktadır. Sitede bütün linkler çalışmaktadır. Ana sayfaya dönüş kolaylığı olduğu görülmüştür. Bağlantılar yeni bir sayfada değil aynı sayfada açılmaktadır. Kullanıcılar haberleri Facebook, Twitter, LinkedIn'de bulunan sosyal medya hesaplarından paylaşabilmektedirler. Geribildirim butonu bulunmaktadır. Haberleri yazıcıdan çıktı olarak alma imkânı bulunmaktadır. Sıkça sorulan sorular bölümü, kendi bilgisayarına indirme ve

giriş sayfası yapma özelliği bulunmadığı görülmüştür. Sitede yararlı site linklerine yer verilmemiştir. Haberi sitene ekle özelliği bulunmamaktadır.

Altıncı ana başlıkta kurumsal bilgiler yer almaktadır. Sitede künyeye yer verilmiştir. Sitenin telif bilgilerinin ve site ziyaretçileri için iletişim sağlamalarına yönelik e-mail ve telefon bilgilerinin yer aldığı sayfa bulunmaktadır.

Yedinci ana başlıkta etkileşimlilik ile ilgili ölçütler yer almaktadır. Okuyucular editöre ve yazarlara doğrudan e-posta gönderebilmektedir. Sitede sohbet (chat) odaları bulunmamaktadır. Site ziyaretçilerinin özelliklerine göre hazırlanmış istatistiki bilgi havuzuna ve okuyucular için forum sayfasına yer verilmemiştir.

4.2. GAZETENİN BASILI NÜSHA VE SOSYAL MEDYA HESAPLARININ İNCELENMESİ

Haber sayılarının karşılaştırılmasına baktığımızda basılı yayın haber sayısı, web sayfası ve sosyal medya hesaplarında yayınlanan haber sayılarından daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Tatvan Sesi Gazetesi basılı yayın, haber sitesi ve sosyal medya hesapları haber sayısı tablosu

	Basılı Yayın	Web Sayfası	Instagram	Facebook	Twitter
01.11.2022	13	4	3	4	4
02.11.2022	11	3	3	3	3
03.11.2022	12	4	4	4	4
04.11.2022	12	3	3	3	3
05.11.2022	9	0	0	0	0
06.11.2022	0	0	0	0	0
07.11.2022	11	3	3	3	3
08.11.2022	13	0	0	0	0
09.11.2022	11	0	0	0	0
10.11.2022	13	3	3	3	0

Gazetenin basılı versiyonunun 10 günlük haber sayıları incelendiğinde günlük olarak en fazla 13 en az dokuz haber yayınlandığı görülmüştür. Haftanın bir günü Pazar gününe denk geldiği için gazetenin basımı yapılmamıştır. Gazetenin web sayfasına bakıldığında 10 günlük zaman aralığında dört gün hiç haber yayınlanmamış, yalnızca altı gün haber yayını yapılmıştır. Yayın yapılan günlerde en fazla dört, en az üç haber yayınlandığı görülmektedir.

Gazetenin sosyal medya hesapları incelendiğinde web sayfası ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Web sayfasında yayınlanan haberlerin aynı gün sosyal medya hesaplarından da yayınlandığı görülmektedir. Gazetenin basımı yapılmayan pazar gününde web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında da haber yayınlanmadığı görülmektedir.

Web sayfası ile sosyal medya hesaplarında kullanılan haberlerin bir sonraki günün basılı versiyonunda yayınlandığı görülmektedir. Basılı gazetede yayınlanan haber sayısı web sayfası ve sosyal medya hesaplarında yayınlanan haber sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Basılı

gazetede yer alan ve haber ajanslarından alınan haberlere web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında yer verilmediği görülmektedir.

5. SONUÇ

Yerel gazeteler, buldukları bölgelerin haberlerini yapmaya ve yerel halkı bu konuda bilgilendirmeye, yaşanan olaylar doğrultusunda halkı haberdar etmeye yönelik yayın yapan küçük işletmelerdir. Baskı maliyetlerinin yüksek olması birçok yerel gazetenin yaşam savaşı vermesine neden olmaktadır. Yayın hayatına devam edebilen birçok yerel gazete, Basın İlan Kurumu'ndan almış olduğu ilan ücretleri ile bunu başarabilmektedir. Ancak dijital teknolojilerin yaygınlık kazanması, basın sektörü için maliyetlerin önemli ölçüde aşağı çekilmesine olanak verdiği söylenebilir. İnternet ve akıllı telefonların insanoğlunun hayatına girmesiyle birlikte yerel gazeteler de sanal dünyada yerini alarak daha ucuz maliyetle yayın hayatına devam edebilme imkânı yakalamıştır. Pahalı baskı makineleri ve fotoğraf makinelerine ihtiyaç duymadan internete bağlanabilen akıllı telefonlar aracılığıyla yayın yapma imkânı yakalayan yerel gazeteler daha aktif gazetecilik yaptıkları söylenebilir.

Devrim niteliğinde olan internetin sağlamış olduğu olanaklardan yararlanan basın kuruluşları gibi Tatvan Sesi Gazetesi de kurmuş olduğu web sayfası ve sosyal medya hesapları üzerinden haberlerini okurlarına ulaştırmaya başlamıştır. Ancak basılı gazetede yer alan haberlerin çoğu web sayfasında yer almadığı ve bazı günler, internet ortamında hiç haber yayınlanmadığı görülmüştür. Bu durum gazetenin internet ortamında takip edilmesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Yapılan çalışmada gazetenin okurlarına ulaşmak için web sayfası kurduğunu ve bu web sayfasından yayın yaptığı görülmüştür. Yine aynı gazetenin sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullandığı görülmüştür. Tatvan Sesi Gazetesi, sadece Basın İlan Kurumu'ndan ilan almaya çalışan bir gazete olmadığı internet ortamında da yayın yaparak gazetecilik yapmaya çalışan bir yayın kuruluşu olduğu söylenebilir. Anket ve test gibi okuyucudan geri bildirim alacak şekilde web sayfasının yeniden düzenlenmesi gazetenin etkileşimliliğini arttıracaktır.

Gazetenin web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında bazı günler haber yayınlanmaması takip edilirlilik oranını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Gazetenin düzenli olarak her gün web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında yerel haberlere yer vermesi gerekmektedir. İnternet ortamında haber yayınlamanın en büyük avantajlarından biri de haberlerde video kullanabilme imkânı olduğu söylenebilir.

Tatvan Sesi Gazetesi, web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında yayınladığı haberlerde, haberlerle ilgi video kullanmadığı görülmüştür. Gazetenin basılı nüshasında yer alan fotoğrafların aynısını internet ortamında yayınladığı haberler için de kullandığı görülmüştür. Ancak basılı nüshaya oranla internet ortamında yayınlanan haberler için çok sayıda ve farklı fotoğraflar kullanma imkânı bulunmaktadır. Gazetenin basılı nüshası için tasarım aşamasında seçilen fotoğraflar dışında farklı fotoğraf kullanılmaması habere olan ilgiyi azaltacağı düşünülmektedir.

Haberlerin internet ortamında yayınlamaya yönelik ikinci bir düzenlemeye tabi tutulmadığı görülmüştür. Haberler, basılı nüshada nasıl yer almışsa aynı şekilde internet ortamında da yayınlandığı görülmüştür. Gazete için hazırlanan haberlerin internet ortamında yayınlanacak şekilde yeniden yazılmadığı görülmektedir. Gazetenin web sayfasında ve sosyal medya hesaplarında canlı yayınlar yapılmadığı ve bu yöntemle anlık haber paylaşımı olmadığı görülmüştür.

Son yıllarda akıllı cihazların insan hayatında daha fazla yer almasıyla beraber haber edinme pratikleri de bu doğrultuda değişmiştir. Bu nedenle, internet ortamında haber yayınlamak ve geniş kitlelere ulaşmak için klasik gazetecilik pratiklerinin yerine zamana ve internet ortamına uygun

gazetecilik pratikleri ile haber toplamak ve yayınlamak gerekmektedir. Bu bağlamda internet haberciliği ve sosyal medya hesabı yönetimi konularında söz konusu yayın organının görece yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Arvas, İ. S. (2007). Naylon gazeteler ve besleme basının yerel basına etkileri. S. Gezgin, (Editör), *Türkiye'de yerel basın* (ss. 357-364). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Arvas, İ. S. (2019). Dijital haberleşme çağında yerel basının karşılaştığı sorunlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 97-110.
- Atçeken, K. (2018). Resmi ilan desteği ve yerel basın ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 25-32.
- Basın İlan Kurumu. (t.y.). *Basın resmi ilan ve resmi reklam alan süreli yayınlar listesi*. Erişim tarihi: 30 Eylül 2022, <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe>
- Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun - 5953 Sayılı Kanun-. (1952). *T.C. Resmi Gazete* (8140, 20 Haziran 1952) Erişim tarihi: 27 Eylül 2022, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.5953.pdf>
- Bekiroğlu, O., & Bal, E. (2006). Sanal alemin yerel aktörleri: Konya yeler basını üzerine bir analiz. *Selçuk İletişim*, 4(2), 71-85.
- Coşkun, A. (2021). Bitlis yerel gazetelerinin yenileşme pratikleri. *Anemon Muş Alparlısan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(3), 735-748.
- Crowley, D., & Heyer, P., (2014). *İletişim tarihi*. Siyasal Kitapevi.
- Çağlayan, M. (2008). Gazetelerin gelişimi ve gazeteciliğin geleceği. (Yeni teknolojiler ve medya ekonomisi açısından genel bir değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 131-159.
- Demir, C. (2018). *Yerel basının internet ve sosyal medya kullanımı: Zonguldak yerel basını* (Tez No. 510860) [Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Dönmez, İ.H., (2010). İnternet haberciliğinde tıklanma kaygısı ve "kapan" manşetler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (14), 105-127.
- Girgin, A. (2001). *Türk basın tarihi'nde yerel gazetecilik*. İnkılap Kitapevi.
- Gürcan, H. İ. (2014). Haber sitelerinde içerik ve tasarıma yönelik değerlendirme ölçütlerine yönelik bir yaklaşım. *Selçuk İletişim*, 2(4), 90-99.
- Gürcan, H. İ., & Bayram, F. (2005). Yerel haberlerin internet ortamında görünüşleri - Denizli, Eskişehir ve Erzurum örnekleminde bir değerlendirme-. *Selçuk İletişim*, 3(4), 53-62.
- Kızılkaya, C. (1992, Eylül 7). Gazetemiz cumagünü sade bir törenle hizmete açıldı. *Tatvan Sesi Gazetesi*
- Kösedağ, M. S. (2019, Eylül). Türkiye'de yazılı basının sonu mu geliyor? Gazete tirajları üzerinden genel bir değerlendirme. *1.Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimleri Kongresi*, Malatya.
- Mısırlı, G. (2020). İletişim fakültesi mezunları-yerel basın ilişkisi: Erzurum ili örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (19), 59-77.
- Narin, B. (2017). *Gazetecilik 2.0 internet gazeteciliğinde hipermetinsellik*. Gece Kitaplığı.
- Şeker, M. (2005). Yerel gazeteler ve resmi ilan. *Selçuk İletişim*, 4(1), 101-115.
- Tarhan, A. (2007). Halkla ilişkilerde tanıma ve tanıtma aracı olarak internet: Belediyelerin web sayfaları üzerine bir analiz. *Selçuk İletişim*, 4(4), 75-95.
- Türkmen B., & Yavuz Ç. (2017). Türkiye'de sinema alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının web sitelerinin analizi: Türkiye Sinema ve Audiovisuel Kültür Vakfı (Türsak), İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSV), Ankara Sinema Derneği (ASD) örneği. *Gümüşane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 801-825.
- Yağız A., Demirel A. S., Karabay D., Yalçın G., Egemen M. S., & Utku Y. (2022). Yerel medyanın dijital teknolojilere uyumu: Türkiye'deki yerel gazetelerin dijital medyayı kullanımı üzerine bir inceleme. <https://www.academia.edu/9728266/>