YEREL BASINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ

ÖĞR. GÖR. EDA KAMIŞ
PROF. DR. MUSTAFA KOÇER

EĞİTİM
yayınevi

YEREL BASINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ

Öğr. Gör. Eda Kamış, Prof. Dr. Mustafa Koçer

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)
Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)
Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam
Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-5059-88-8
1. Baskı, Ekim 2026

Kütüphane Kimlik Kartı

YEREL BASINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ
Öğr. Gör. Eda Kamış, Prof. Dr. Mustafa Koçer
E-ISBN: 978-625-5059-88-8
XI+94 s., 135x215 mm
Kaynakça var, dizin yok.

Bu kitap tezden üretilmiştir.

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis:
Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
İstanbul: Salon Yayınları, Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye
Santral: +90 332 351 92 85
Editör hatları: +90 533 151 50 42, +90 507 151 50 43
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
Whatsapp hattı: +90 553 950 50 37
bilgi@kitapmatik.com.tr

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
Whatsapp hattı: +90 501 651 92 85
bilgi@egitimkitabevi.com

EĞİTİM YAYINEVİ GRUBU

ÖN SÖZ

Yerel ve ulusal basının geleneksel ve internet gazeteciliğini uygulama biçimlerinin içerik analizi yöntemiyle incelendiği bu çalışmanın amacı, yerel gazetelerin ve ulusal gazetelerin geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini bir arada icra ederken içeriklerinde sayısal farklılıklar olup olmadığını belirlemektir. Ulusal basından ve Yozgat yerel basınından seçilen gazetelerin basılı mecraları ve internet siteleri belirlenen unsurlar çerçevesinde karşılaştırmalı olarak incelenmiş olup hem basılı gazeteler hem de bu gazetelerin internet siteleri her gazetenin kendi özelinde ele alınmış ayrıca çalışmaya dahil edilen tüm gazeteler birbirleriyle karşılaştırılarak bir sonuca varılmıştır.

Bu çalışmanın başından sonuna kadar emeği geçen, akademik desteğini esirgemeyen Prof. Dr. Mustafa KOÇER hocama teşekkürü bir borç bilirim.

Bu eserin ortaya çıkması adına gösterdikleri katkılardan dolayı Yozgat yerel basın temsilcilerine teşekkür ederim.

.

Eda KAMIŞ
eda.tugrul@bozok.edu.tr
Orcid no: 0000-0002-7049-6537
Yozgat, Ekim 2026

İÇİNDEKİLER

Ön Söz ..... **III**
İçindekiler ..... **IV**
Fotoğraflar Listesi ..... **VI**
Tablolar Listesi ..... **VII**
Kısaltmalar ..... **XI**
Giriş **1**
BİRİNCİ BÖLÜM: GELENEKSEL GAZETECİLİK VE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ **5**
1.1. Dünya'da Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi 5
1.2. Türkiye'de Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi 7
1.2.1. Osmanlı'dan Günümüze Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi 7
1.2.2. Türkiye'de Ulusal Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi 11
1.2.3. Türkiye'de Yerel Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi 14
1.3. Yozgat'ta Gazetecilik 17
1.4. Yozgat'ta Yayımlanan Gazeteler 21
1.4.1. Yozgat Çamlık Gazetesi 21
1.4.2. Yeni Ufuk Gazetesi 22
1.4.3. Merhaba Yozgat Gazetesi 23
1.4.4. İleri Gazetesi 25
1.4.5. Yozgat Haber Gazetesi 26
1.4.6. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 26
İKİNCİ BÖLÜM: YEREL VE ULUSAL BASINDA GELENEKSELDEN İNTERNET GAZETECİLİĞİNE GEÇİŞ SÜRECİ **28**
2.1. İnternet ve İnternetin Gelişimi 28
2.2. İnternet Gazeteciliği 31
2.3. İnternet Gazeteciliğine Geçiş Sürecinde Etkili Olan Unsurlar 34
2.4. İnternet Gazeteciliğini Geleneksel Gazetecilikten Ayıran Temel Özellikler 38
2.5. Türkiye'de İnternet Gazeteciliği 41
2.6. Yerel Basında İnternet Gazeteciliği 43
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR **46**
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 46
3.2. Evren ve Örneklem 47
3.3. Yöntem 48
3.4. Kapsam ve Sınırlılıklar 51
3.5. Araştırma Soruları 51
3.6. Bulgular ve Yorum 52

3.6.1. Ulusal Gazeteler 53
3.6.1.1. Sabah Gazetesi Verileri 53
3.6.1.2. Sözcü Gazetesi Verileri 55
3.6.1.3. Hürriyet Gazetesi Verileri 58
3.6.1.4. Posta Gazetesi Verileri 60
3.6.1.5. Milliyet Gazetesi Verileri 62
3.6.1.6. Türkiye Gazetesi Verileri 65
3.6.2. Yozgat Gazeteleri 67
3.6.2.1. Yozgat Çamlık Gazetesi 67
3.6.2.2. Yeni Ufuk Gazetesi 70
3.6.2.3. İleri Gazetesi 72
3.6.2.4. Merhaba Yozgat Gazetesi 74
3.6.2.5. Yozgat Haber Gazetesi 77
3.6.2.6. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 79
Sonuç **82**
Kaynakça **90**

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1. “Yozgat” gazetesinin Osmanlıca nüshası 18
Fotoğraf 2. “Yozgat” gazetesinin Latin harfleriyle yayımlanmış 1933 Cumhuriyet Bayramı özel sayısı 19
Fotoğraf 3. “Bozok” gazetesinin 27 Mayıs 1954 tarihli nüshası 20
Fotoğraf 4. Yozgat Çamlık Gazetesi internet sitesi genel görünümü 22
Fotoğraf 5. Yeni Ufuk Gazetesi internet sitesinin genel görünümü..... 23
Fotoğraf 6. Merhaba Yozgat Gazetesi internet sitesinin genel görünümü.. 24
Fotoğraf 7. İleri Gazetesi internet sitesinin genel görünümü 25
Fotoğraf 8. Yozgat Haber Gazetesi internet sitesinin genel görünümü 26
Fotoğraf 9. Yozgat Hakimiyet Gazetesinin internet sitesi genel görünümü 26

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Geleneksel Gazetecilik ile İnternet Gazeteciliğinin Arasındaki Farklar 39
Tablo 2. Türkiye'de Basılı Gazetelerin İnternette Yayına Başlama Tarihleri 41
Tablo 3. Çalışmaya dâhil edilen ulusal gazetelerin haftalık tiraj sayıları ... 46
Tablo 4. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 52
Tablo 5. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 52
Tablo 6. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 53
Tablo 7. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 53
Tablo 8. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 54
Tablo 9. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 54
Tablo 10. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 55
Tablo 11. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 55
Tablo 12. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 56
Tablo 13. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 56
Tablo 14. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 57
Tablo 15. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 57
Tablo 16. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 58
Tablo 17. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 58
Tablo 18. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 59
Tablo 19. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 59
Tablo 20. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 60
Tablo 21. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 60

Tablo 22. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 61
Tablo 23. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 61
Tablo 24. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 61
Tablo 25. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 62
Tablo 26. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 62
Tablo 27. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 63
Tablo 28. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 63
Tablo 29. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları 64
Tablo 30. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları 64
Tablo 31. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 65
Tablo 32. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 65
Tablo 33. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 65
Tablo 34. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 66
Tablo 35. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 67
Tablo 36. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler 67
Tablo 37. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 68
Tablo 38. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 68
Tablo 39. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 69
Tablo 40. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 69

Tablo 41. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler 70
Tablo 42. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 70
Tablo 43. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 71
Tablo 44. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 71
Tablo 45. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 72
Tablo 46. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler..... 72
Tablo 47. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 73
Tablo 48. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 73
Tablo 49. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 74
Tablo 50. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 74
Tablo 51. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler 75
Tablo 52. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 75
Tablo 53. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler..... 75
Tablo 54. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 76
Tablo 55. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 76
Tablo 56. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler 77
Tablo 57. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler 77
Tablo 58. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler 78

Tablo 59. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları 78
Tablo 60. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları 79
Tablo 61. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler 79
Tablo 62. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler..... 80
Tablo 63. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler..... 80

KISALTMALAR

TRT	**:** Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
Eds.	**:** Editör
TV	**:** Televizyon
DARPA	**:** Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu (The Defense Advanced Research Projects Agency)
ARPANET	**:** Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı (Advanced Research Projects Agency Network)
TCP	**:** İletim Kontrol Protokolü
NSF	**:** Amerika Milli Bilim Kurumu
ODTÜ	**:** Orta Doğu Teknik Üniversitesi
METUNET	**:** Orta Doğu Teknik Üniversitesi İlk İnternet Ağı
TÜVEKA	**:** Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları
CERN	**:** Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
TÜBİTAK	**:** Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
ULAKBİM	**:** Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
TURNET	**:** Türkiye Sanayi Kuruluşları İnternet Sağlayıcısı
ULAKNET	**:** Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi İnternet Sağlayıcısı

GİRİŞ

Basın halkın sesini duyuran, sorunlara kulak veren bir mecradır. Geçmişten günümüze kadar önemini yitirmeyen habercilik ülkemizde de Osmanlı'dan bu yana haber alma konusunda öncülüğünü sürdürmektedir. Basın haber verme, bilgilendirme, eğlendirme gibi işlevleri üstlenmiş halkla devlet arasında bir köprü niteliği taşımıştır. Basının zaman içerisindeki değişimi internetin hayatımıza girmesiyle olmuştur. 1990'lı yıllarda gazeteler haberlerini internet sitelerinden yayınlamaya başlamış, bir nevi çağa ayak uydurmuşlardır. İnternet ortamında gazete yayımlamanın maliyeti ekonomik anlamda geleneksel gazeteye göre daha düşüktür. Bu durum hem gazeteler için hem de okuyucu için geçerlidir. Okuyucu basılı gazeteye sahip olmak için ücret ödemekte, zaman ayırıp bayilerden gazeteyi satın almaktadır. İnternet gazeteleri ise internet sağlayıcısına sahip olan okuyucular için daha ulaşılabilirdir. Oturduğu yerden internete giren okuyucu bir aktivite gibi haberleri okuyabilmekte ve bunun için gazeteye para ödememektedir. Yaşanan olaylar gazetelerde ertesi gün yer alırken internet gazeteciliği okuyuculara anında haber edinebilme kolaylığı sağlamıştır. Okuyucunun meydana gelen her olaydan anında haberdar olabilmesi için o gazetenin veya medya kuruluşunun internet sitesinde bulunan bildirim alma özelliğini açık tutması yeterli hale gelmiştir. Bu gelişme ile bireyler gündelik işlerine yoğunlaşırken bir yandan da ülke ve dünya gündeminden haberdar olabilmektedir. Bu durum ulusal basından sonra yerel basının da gündemine gelmiştir. Yerel basın yayın yaptığı coğrafyanın sorunlarını, etkinliklerini halkla paylaşmaktadır. Okuyucu kitlesi ulusal basındaki kadar geniş değildir. Gazetenin yayımlandığı bölgede yaşayan yerel halk yerel gazetelerin okuyucu kitlesini oluşturmaktadır. Bölgede yaşanan olaylara dair bilgilerin ve görsellerin, okuyucu ile anında paylaşılabilmesi fikri yerel basın için de önem taşımaktadır.

Yerel basının internet ortamında aktif hale gelmesi ulusal basınla aynı ölçülerde internet gazeteciliği yürütüp yürütmediği,

okuyucu kitlesinin genişleyip genişlemediği gibi sorular akla getirmektedir. Günümüz internet çağında gün içerisinde internette birçok içerikle karşılaşılmaktadır. Gördüğümüz haberler, olaylara ilişkin görüntü ve sesler bakış açımızı etkilemekle birlikte kaynaklara duyduğumuz güveni de sorgulamaya mecbur bırakmaktadır. Ulusal basında isim yapmış ve halkın güvenini kazanmış gazetelerin internet haber sitelerine girildiğinde, paylaşılan görsellere ve haberin kaynağına bakıp güven duyabilmekte böylece haber alınacak gazeteyi kişi kendisi seçmektedir. Yerel basında okuyucu kitlesi haber kaynağını görebiliyor mu? Habere konu olan olaya ilişkin yeteri kadar görselle karşılaşıyor mu? Bir il veya bölge özelinde yayın yapan yerel gazeteler o bölgenin sıkıntılarını yeterince duyurabiliyor mu? Gazetenin internet sitesi aktif olarak kullanılıyor mu? Son dakika haberleri okuyucu ile paylaşılıyor mu? Bu gibi sorulardan yola çıkılarak bu çalışmada, yerel ve ulusal basın geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini uygulama bakımından içerik analizi yöntemiyle karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Yozgat il merkezinde yayımlanan altı gazete, ulusal basından en yüksek tiraja sahip ilk altı gazete ile karşılaştırılmak üzere içerikleri incelenmiştir. İçerik analizi yönteminin uygulandığı bu çalışmada; haber türleri (global, ulusal, yerel) ve sayıları, haberlerde kullanılan görsel sayıları ve türleri, haber kaynakları, ilan türleri ve sayıları ile reklam sayıları 17 Mart 2020 – 23 Mart 2020 tarihleri arasında 7 gün süreyle karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Yapılan içerik karşılaştırması ile yerel gazetelerin ve ulusal gazetelerin internet siteleri ile basılı gazeteleri ele alınmış, gazeteler öncelikle basılı mecraları ile internet sitesinde yayımlanan haber, görsel, kaynak, ilan ve reklamlar özelinde kendi içlerinde karşılaştırılmış daha sonra da diğer gazeteler ile aynı unsurlar çerçevesinde karşı karşıya getirilmiştir. Çalışmada ek olarak mülakat tekniği de kullanılmış, ele alınan yerel gazetelerin temsilcileri ile görüşme sağlanarak bu gazetelerin internet gazeteciliğini uygulama biçimleri, basılı gazeteleri ile internet sitelerinde yukarıda belirtilen kategorilerde ne gibi sayısal değişiklikler olduğu ve bu değişikliğin neden kaynaklandığı ile ilgili bilgiler alınarak çalışmada sunulmuştur.

Ulusal gazetelerin kuruluş süreçleri ile içerikleri ise literatür taraması sonucu faklı kaynaklardan elde edilen bilgiler dahilinde çalışmaya eklenmiştir. Bu çalışmada Yozgat Çamlık, Merhaba Yozgat, İleri, Yozgat Hakimiyet, Yozgat Haber ve Yeni Ufuk gazeteleri ile ulusal basında en yüksek tiraja sahip ilk altı gazete olan Sabah, Sözcü, Hürriyet, Milliyet, Posta ve Türkiye gazeteleri örneklem olarak seçilmiştir.

Geleneksel medyanın dışında internet mecrasının hayatımıza girmesiyle gazetecilik alanında yaşanılan içerik değişiklikleri ile yapılan yayınların değişim sürecini anlayabilmek , yerel ve ulusal basında geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini bir arada icra eden gazetelerin kendi mecralarındaki yayın içeriklerinde farklılıklar ya da benzerlikler olup olmadığını belirlemek, ulusal basın ile Yozgat basınının gazetecilik pratiğini nasıl uyguladıklarını görünür hale getirmek ve internet gazeteciliği alanında ulusal basın karşısındaki konumu ile internet gazeteciliğinde hangi aşamada olduğunu ortaya koymak adına bu çalışma yapılmıştır. Yerel basına örnek olarak Yozgat basınının seçilmesi, Yozgat ilinde yayımlanan gazetelerin ve bu ildeki gazetecilik faaliyetlerinin daha önce iletişim çalışmalarında yer almamış olması, Yozgat basınının bu anlamda bakir olması nedeniyle gerçekleşmiştir. Yerel basın ile ulusal basının geleneksel gazetecilik ve internet gazeteciliğini gerçekleştirirken ortaya çıkan içerik farklılıkları ve benzerlikleri okuyucunun her iki alanı da analiz edebilmesine imkân sunabilmek için sayısal veriler ve yorumlar ile çalışmanın sonucunda sunulmuştur.

Çalışmanın birinci bölümünde; gazeteciliğin dünyada ve Türkiye'de ortaya çıkma ve gelişme süreçleri, Osmanlı Devleti'nden günümüze kadar gazeteciliğin Türkiye'deki süreci, yerel gazeteciliğin doğuşu ve gelişimi Türkiye'deki örnekleri ile ifade edilmiştir. Bununla birlikte Yozgat'ta gazeteciliğin tarihsel süreci hakkında bilgi verilmiş ve çalışmaya dahil edilen Yozgat gazetelerinin geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini uygulama biçimleri yapılan görüşmeler sonucunda bu bölümde yer almıştır.

Çalışmanın ikinci kısmında; İnternetin doğuşu ve gelişimi, İnternet gazeteciliği, geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçişteki belirleyici unsurlar, Türkiye'de internet gazeteciliği, internet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik arasındaki farklılıklar ile yerel basında internet gazeteciliğine dair akademik bilgiler sunulmuştur. İnternet gazeteciliğinin dönemsel özelliklerine değinilmiştir.

Üçüncü bölüm çalışmanın uygulama kısmı olarak belirlenmiş, burada Yozgat basını ile ulusal basından seçilen gazeteler ve bunların internet siteleri haber, görsel, kaynak, ilan ve reklam sayıları açısından karşılaştırılarak incelenmiştir. Gazetelerin basılı mecraları ile internet siteleri arasında belirtilen kategorilerdeki sayısal farklılık ve benzerlikleri belirlenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM
GELENEKSEL GAZETECİLİK VE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

1.1. Dünya'da Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

Kitle iletişim araçlarından biri olan Gazete, ilk defa 17. Yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkmıştır. 14. yüzyılda yayımlanmaya başlayan haber kağıtları ve mektupları gazetenin ilk örneklerini oluşturmuştur. Burjuva sınıfının ticari konularda haberleşmesini sağlayan haber mektupları ve bilgilendirme görevi üstlenen haber kağıtları toplum açısından önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Matbaanın yayılması orta Avrupa'nın birçok yerinde haber kağıtlarının da yaygınlaşmasını sağlamıştır. Haber kağıtları toplumda merak uyandıran ve önemli olaylar için basılmıştır (Tokgöz, 2012, 63).

Matbaanın icadı ile basılı kaynaklar çoğaltılabilir hale gelmiş ve büyük kitlelere ulaştırılabilmiştir. Çoğu insanın kaynaklara erişiminin yaygınlaşması ile bilgi sahibi olmak da kolaylaşmıştır. Bilgi kaynaklarının basılıp çoğaltılabilmesinin önünü açan matbaa, aynı zamanda insanların olaylardan haberdar olabilmesinin ve olaylara taraf olarak yönlendirilmesinin de önünü açmıştır. Bununla birlikte, matbaanın yaygınlaşması gazetecilik mesleğinin ilerleyişini de sağlamış gazeteler toplumda kendilerine büyük yer edinmiştir. [1]

Haber kağıtlarının yaygınlaşmasıyla Avrupa'da mutlak monarşiyi benimseyen hükümetlerin gazeteciler üzerindeki denetleme ve baskı politikası gazeteciliğin gelişimini olumsuz yönde etkinmişse de 18. Yüzyılda gazetecilik adına önemli gelişmeler yaşanmıştır. Fransız İhtilali ve Amerikan Bağımsızlık Savaşı ile gazeteciliğin özgür bir biçimde yapılması düşünülmüş, bu düşünce yazılı olarak da İnsan Hakları Evrensel Bildirgesine 'basın özgürlüğü' anlayışıyla dahil edilmiştir (Tokgöz, 2012, 66-67).

---

[1] E. Özgür **Gönenç**, "İletişimin Tarihsel Süreci", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 28, s.95.

19. yüzyıla gelindiğinde sanayi devrimi toplumda ve teknolojide önemli değişikliklere sebep olmuştur. Fabrikaların yapılması ve zamanla yayılması topluma iş imkânı sunmuştur. Fabrikalarda üretilen ürünlerin satışı için farklı pazarlara ihtiyaç duyulmuş ve Avrupa'da birçok ülke pazar arayışına girmiştir. Üretimin artmasını takiben ham maddeye duyulan ihtiyaç da çoğalmış ve sömürgeciliğin tohumlarını atacak arayışlar bu dönemde gerçekleşmiştir. Avrupa'nın maddi açıdan kalkınmasıyla nüfus da artışa geçmiş, ekonomik güce sahip Avrupa ülkeleri daha çok eğitim almaya başlamıştır. Eğitim ve ekonomik gelişmeler gazete okunma sayısını da artırmıştır. Bir sanayi haline gelen basın, teknolojik gelişmeleri de arkasına alarak daha hızlı ulaşım ve daha fazla kişiye erişim sağlayan bir sektör haline gelmiştir (İnuğur, 1993, 134).

Sanayi devrimiyle birlikte gelen enformasyon devrimi hem ortaya çıktığı İngiltere'de hem de diğer batı ülkelerinde gazeteciliğin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Bu dönemde gazetecilik ilkelerinden olan 'yakınlık' ve 'anilik' kavramları gündeme gelmiştir. Daha fazla kişiye erişmek önemli hale gelmiş üstelik okurlar yalnızca burjuvazi değil sıradan halk olarak karşımıza çıkmıştır. Haber ajansları kurulmaya başlanmış, haber yazımı ve sayfa düzeni daha da dikkate alınır olmuştur. 19. Yüzyılda yaşanan sanayi ve enformasyon devrimleri gelişen bir gazetecilik anlayışı orta çıkarmıştır (Bülbül, 2000, 9-10).

19. yüzyılda birçok buluş gerçekleştirilmiştir. Telefon, telgraf, fotoğraf gibi icatlar 19. yüzyılın en önemli icatları olarak karşımıza çıkmakta ve gazeteciliğin ilerlemesini sağlayan buluşlar olarak görülmektedir. Teknolojik gelişmeler gazetelerin görüntü ve içeriklerini de değiştirmiş daha fazla görsel kullanılmaya başlanmıştır. Gazeteler eskiye nazaran daha çabuk basılabildiği gibi daha fazla kişiye ulaşarak halkın iletişim aracı haline gelmiştir.[2]

[2] Mehmet **Özçağlayan,** "Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme)", *Marmara İletişim Dergisi*, Cilt 13, Sayı 13, 2008, s135.

Gelişen ve değişen gazetecilik anlayışı 20. yüzyılda 'ilgi çekicilik' ilkesini benimsemiştir. Bu ilke beraberinde sansasyonel ve önemli haberler yapma isteği doğurmuş ve topluma 'ilginç' haberler sunulmaya başlanmıştır. Habere konu olan olaylara yorumlar getirilmiş ve duygular ön plana çıkarılarak ilgi çekicilik artırılmıştır. Bu anlayış 21. yüzyılda gelişecek olan magazin haberciliği ve düşünce gazeteciliğinin ilk adımları olmuştur (Tokgöz, 2012, 68-69).

1.2. Türkiye'de Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

1.2.1. Osmanlı'dan Günümüze Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

Osmanlı Devleti 1490 ve sonrasında Yahudiler, Ermeniler ve Rumların kurduğu tesislerde matbaayı görmüştür. Marunilerin ve İspanya'dan gelen Yahudilerin hızla matbaa kurmalarıyla Osmanlı'da matbaa sayısı artmaya başlamıştır. Hükümet matbaa ve gazeteye duyduğu merakla Avrupa'ya birçok araştırmacı göndermiştir. 1490'lar matbaayı tanıma ve ülkeye getirme girişimlerinin olduğu yılları takip etmiştir (Koloğlu, 2010, 2).

1700'lü yıllarda Osmanlı Devleti matbaayı ve gazeteleri yakından incelemesi adına Fransa'ya elçiler göndermiştir. Dönemin padişahı III. Ahmet tarafından görevlendirilen Yirmi Sekiz Mehmet Çelebi, Fransa'daki izlenimlerini faaliyete dökmek adına raporlar yazmıştır. Padişah III. Ahmet'in emri ile Yirmi Sekiz Mehmet Çelebi, oğlu Sait Efendi ve Müteferrika İbrahim Efendi ilk matbaayı kurmuştur. Bu Osmanlı matbaasında basılan ilk eser, 'Vankulu Lügati' isimli Arapça sözlüğünün çevirisi olmuştur (Karataş, 2015: 10).

Matbaanın yayınlar çıkarması zamanla tesislerin artmasını da sağlamıştır. Islahatların gerçekleştiği dönemin padişahı Sultan II. Mahmut Osmanlı Devleti'nin bir gazeteye ihtiyacı olduğunu düşünerek, ismini de kendisin verdiği 'Takvim-i Vekay-i' gazetesinin yayımlanması adına önemli bir adım atmıştır. 1831'de atılan bu adımın devamında 'Ceride-i Havadis', 'Tercüman-ı Ahval'

ve ‘Tasvir-i Efkâr’ gazeteleri 1860’ların sonuna kadar geçen süreçte yayımlanmaya başlamıştır (İnuğur, 1999, 2).

Osmanlı Devleti’nin matbaaya ve gazeteye verdiği önemle Cumhuriyet Dönemi’ne kadar yüzlerce gazete yayın hayatına başlamış, bazıları ekonomik ve siyasi sebeplerden ötürü kısa ömürlü olsa da çok sayıda gazete yayınlarını sürdürmüştür. Bu gazeteler arasında hala önemini taşıyan ve akılda kalan gazeteler vardır. ‘Hürriyet’, ‘Trablusgarp’, ‘İstiklal’, ‘Saadet’, ‘Tercüman-ı Hakikat’ bu gazetelerden bir kaçıdır. Ek olarak Osmanlı Devleti’nde kadınlara ve çocuklara yönelik yayın yapan gazeteler de mevcuttur. İlk çocuk gazetesi olan ‘Mümeyyiz’ ve kadınlara yönelik yayın yapan ‘Mehasin’ gazetesi örnek teşkil etmektedir (Gürkan, 2002: 19-20).

II. Abdülhamit döneminde Anadolu’nun çeşitli illerine matbaalar kurulmuş ve Konya, Kastamonu gibi vilayetlerde gazeteler yayımlanmaya başlamıştır. Kurtuluş Savası Dönemine gelindiğinde basın iyice önem kazanmıştır. Mustafa Kemal Atatürk’ün Sivas Kongresi için Sivas’a gitmesiyle orada alınan kararlar basın yoluyla Anadolu halkı da dahil olmak üzere dünyaya ya duyurulmuştur. Kongre kararlarını duyuran ‘İrade-i Milliye’ gazetesidir ve Cumhuriyet’in ilan edilmesinden sonra ‘Ceride-i Resmiye’ adını almıştır. Cumhuriyet’in ilanından beri yayın hayatına günümüzde de devam eden gazete ‘Resmî Gazete’ ismiyle yayınlarını sürdürmektedir (Girgin, 2001, 72-78, 104-105).

1919’da İzmir’de Yunan askerlerine ilk kurşunu sıkan Hasan Tahsin İzmir’de yayımlanan ‘Hukuki Beşer’ gazetesinin başyazarıdır. O yıllarda Kurtuluş Savaşı’na destek veren gazeteler ve gazeteciler bulunmaktadır. Adana’da yayımlanan ‘Yeni Adana’ gazetesi, Konya’da yayımlanan ‘Babalık’, Balıkesir’de yayın hayatını sürdüren ‘İzmir’e Doğru’ ve Kastamonu’da yayımlanan ‘Açık Söz’ gazetesi milli mücadeleye destek olan önemli gazetelerden bir kaçıdır (Girgin, 2001, 110-111). Milli Mücadeleye destek vermek adına yapılan yayınlarla birlikte “Milli Mücadele Gazeteciliği” ortaya çıkmış ve Anadolu’nun her yerinde zamanın

imkansızlıkları içerisinde gazetecilik devam ettirilerek mücadeleye katkı sağlanmıştır.[3]

Cumhuriyet'in ilanından 1945 yılına kadar tek parti dönemi devam etmiş ve basına baskılar uygulanmıştır. Çok partili döneme gelindiğinde ise Demokrat Parti kurulmuş, kendi düşüncelerini benimseyen ve aktaran yayın organına ihtiyaç duymalarından dolayı gazete yayımlamaya başlamışlardır. 1948'e kadar belli bir siyasi çizgide yayın yapan ve sansüre uğrayan gazeteler yayın hayatına devam ederken sıkıntılı bir süreç geçirmiştir. Bu tarihte yayımlanmaya başlayan 'Hürriyet' gazetesi ve 1950'de kurulan 'Milliyet' gazetesi toplumun her kesimine hitap etmeyi hedeflemiş ve günümüze kadar yayın hayatını sürdürmüştür (Tılıç, 1998, 80).

1950 ile 1970 yılları arasında teknolojik gelişmeler şekil itibariyle yeni bir gazetecilik anlayışı getirmiştir. Siyah-beyaz baskıdan renkli baskıya geçilmiş, bu gelişme yayıncılığa yeni bir soluk getirmiştir. Bu dönemde baba mesleği olarak görülen gazetecilik, gazeteci ailelerin doğuşunu hızlandırmıştır. Holdingleşen bir yapıya dönüşen gazetecilik, 1980 öncesinin vizyonunu belirlemiştir. 1970 yılında başlayan TRT yayınları ülke genelinde yaygınlaşmaya başlamıştır. O dönem tek kanal yayını TRT olduğundan halkın ilgisi de televizyona kaymıştır. Bu etkiyi kırmak isteyen gazeteler daha ileri teknolojiler kullanarak farklı yayınlar çıkarma ve daha hızlı basım, daha hızlı ulaşım anlayışı benimsemiştir. 1980'ler gazetecilik alanında yeni holdingleşmeleri beraberinde getirmiş, gazeteci ailelerden çok ekonomik alanda gücü olan iş insanları medya patronluğu yapmaya başlamıştır (Tokgöz, 2012, 45-46).

12 Eylül 1980 askeri darbesi siyasi ve toplumsal açıdan önemli etkilere sahip olduğu gibi basının ilerleyişine de etkileri olmuştur. 1983 yılındaki siyasi seçimlerde Başbakan olan ve 1989 yılında da Cumhurbaşkanı seçilen Turgut Özal basını elinde bulundurmak istemiştir. Özal'ın gazetelere uyguladığı baskılar, TRT'nin

[3] Hakan Aydın, "Mustafa Kemal Tarafından Konya'da Finanse Edilen Bir Seçim Gazetesi: Halk (12 Haziran-3 Ağustos 1923), Selçuk Üniversitesi SBE, Konya 2004 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), s. 98.

yayınlarına denetimi 1980'li yılların basın açısından da zor yıllar olduğunun birer kanıtı niteliğindedir. Özal'ın basına mali destek sağlayarak, gazete sahipleriyle iyi ilişkiler kurarak elde ettiği baskıcı ve yandaş anlayış sonraki seçim dönemlerine de yansımış, basın saldırı aracı gibi kullanılmaya devam etmiştir (Topuz, 2003, 270).

1990'lı yıllara gelindiğinde özel televizyon ve radyo kanalları söz konusu olmuştur. 1993 yılında yapılan anayasa değişikliği ile Başbakan Tansu Çiller'in de isteği ile özel yayıncılık yasal hale gelmiştir. Bu gelişmelerin etkisi olarak özel yayıncılık anlayışı ile televizyon ve radyolar kurulmuş ve giderek sayıları artmıştır. TRT radyo ve televizyon yayıncılığını kamu hizmetine dönüştürmüş, yayıncılık tekeli TRT'den çıkmıştır (Tokgöz, 2012, 50).

Özel yayıncılığın yasal hale gelmesiyle artan yayınlar hukuki açıdan denetlenmeye başlanmıştır. Bu dönemde televizyonlar başta olmak üzere radyo ve gazetelere cezalar ve sansürler uygulanmaya başlamıştır. 1990'lı yıllar gazetecilere yönelik şiddetin arttığı yıllar olarak anılmaktadır (Topuz, 2003, 275).

1997 yılından 2000 yılına kadar geçen sürede basın ve medya sektöründe yabancı sermaye etkisi ortaya çıkmıştır. Medya patronları ortaklık için yabancı şirketlerle anlaşmış ya da elden çıkarmak istediği kitle iletişim aracını kazançlı olduğu düşüncesi ile yurt dışındaki şirketlere satmıştır. 2000-2001 yıllarında yaşanan ekonomik kriz basın ve medya sektörünü de etkilemiştir. Çoğu medya ve basın çalışanı işten çıkarılmış, ortaklık ve elden çıkarma ile sektörün düzeni değişmiştir (Topuz, 2003, 314).

2002 ve sonrasında basın ve medya sektöründe holdingleşmeler, tekelleşmeler, ortaklıklar ve devlet desteği ile ihale usulü satışlar gerçeklemeye devam etmiştir. Basında yeni patronlar boy göstermiş, yabancı sermaye sahipliği artmıştır. 2011 yılında yayınlanan Radyo Televizyon Kuruluşları ve Yayıncılık Hakkında Kanun ile medya sektöründe elde edilen gelirlere, kanal açma ve gazete çıkarma kurallarına düzenlemeler getirilmiştir. Ayrıca bu yasa ile müstehcen görüntüler yasaklanmış ve şiddet ile alkolün yayınlarda özendirici özellik taşımaması gerektiğine hüküm verilmiştir (Tokgöz, 2012, 56-60).

1.2.2. Türkiye'de Ulusal Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

Günümüz ulusal basınının geçmişine bakıldığında birçoğunun yerel olarak ortaya çıktığı 60'lı yılların başlarında ise İstanbul ötesine de dağıtım gerçekleştirmeye başladığı görülmektedir. (Girgin, 2009, 235). 1948 ve 1950 yıllarında yayımlanmaya başlayan "Hürriyet" ve "Milliyet" gazeteleri 1950-1970 yılları arasında teknolojik gelişmelere şahitlik etmiştir. Gelişen teknoloji ile daha hızlı basım ve dağıtım anlayışı benimsenmiş ve Anadolu'ya dağıtım yapılarak yayınlar İstanbul dışına da ulaştırılmaya başlanmıştır (Tokgöz, 2012, 46).

Hürriyet Gazetesi, Simavi ailesinin medyadaki üç kuşağının ilki olan Sedat Simavi tarafından 1 Mayıs 1948'te kurulmuştur.[4] 1953 yılında Sedat Simavi'nin ölümünün ardından Hürriyet Gazetesi'nin sahipliğini Sedat Simavi'nin oğulları Haldun Simavi ve Erol Simavi üstlenmiştir. 1966 senesine gelindiğinde Hürriyet Gazetesi tamamıyla Erol Simavi'ye devrolmuştur.[5] Hürriyet Gazetesi 1960'lı senelerde iddialı bir yayıncılık sürdürmüş ancak tirajlar istenildiği gibi olmamıştır. Tirajların yükseleceği düşüncesi ile Hürriyet'in Ankara sorumlusu olan Necati Zincirkıran gazetenin genel yayın müdürlüğüne getirilmiştir. Buna ek olarak ülkede 27 Mayıs darbesi gerçekleşmiş ve Hürriyet bu darbenin etkileri sürerken yüksek tirajlara ulaşmıştır. En yüksek tirajını ise darbe sonrası darbeyi düzenleyen Milli Birlik Komitesi'nden Menderes Hükümeti'nin Yassıada'da çekilen fotoğraflarını ücret ödeyerek alıp yayımlamasıyla gerçekleştirmiştir.[6] Seksenli yılların sonuna yaklaşılırken Erol Simavi İsviçre'ye yerleşmiş belirli aralıklarla gazete ile ilgilenmiştir. 1994 yılına gelindiğinde ise Hürriyet'i satmaya karar vermiştir. Tarihler 29 Haziran 1994'ü gösterdiğinde Hürriyet'in yarı hissesi Erol Simavi tarafından Aydın Doğan'a satılmıştır.[7] 2018 yılına kadar Doğan Medya Grubu bünyesinde

[4] Michael **Kuyucu**, *Türkiye'de Medya Ekonomisi,* Esen Yayın, İstanbul 2012, s.313.

[5] Ahmet **Kahraman**, *Cici Basının Sefalet ve Rezaleti,* Tüm Zaman Yayıncılık, İstanbul 1996, s.129.

[6] Arda **Uskan**, "Hürriyet'te Darbecinin Gölgesinde Geçen Yıllar", *Takvim Gazetesi*, 2010.

[7] İrem **Barutçu**, *Babıali'nin Tanrıları Simavi Ailesi*, Agora kitaplığı, İstanbul 2004, s.324-325-326.

yayın hayatına devam eden gazete 2018 yılında Demirören Holding'e satılmıştır. Hürriyet gazetesi günümüzde de yayımlanmaya devam etmektedir.[8] Gazetenin güncel tirajı 195 bin 807'dir.[9]

3 Mayıs 1950 tarihinde Ali Naci Karacan tarafından kurulun Milliyet Gazetesi, dönemin siyasi iktidarının maddi desteğini almıştır. Ali Naci Karacan Milliyet Gazetesi'ni yayımlamaya devam ederken 1950 yılının temmuz ayında hayatını kaybetmiştir. Baba Karacan'ın ölümünün ardından Milliyet'in sahipliği oğlu Ercüment Karacan'a geçmiştir.[10] Genel yayın yönetmenliğini Abdi İpekçi'nin yaptığı Milliyet Gazetesi kısa sürede başarı yakalamış bu durum Abdi İpekçi'nin öldürüldüğü 1979 yılına kadar devam etmiştir. İpekçi'nin öldürülmesinden sonra Ercüment Karacan gazetesini satmak istemiştir. Aynı yıl hisselerin yüzde 75'i Aydın Doğan tarafından alınmış, bir yıl sonra ise tüm hisseler Aydın Doğan'a satılarak Milliyet Gazetesi el değiştirmiştir.[11] 2011 yılına kadar Aydın Doğan'ın sahibi olduğu Doğan Yayın Holding bünyesinde yayın hayatına devam eden Milliyet Gazetesi, 2011 yılı itibariyle Demirören ve Karacan Grubu'nun ortak şirketi DK Gazetecilik'e yaklaşık 74 milyon dolara satılmıştır.[12] Milliyet Gazetesi'nin güncel tirajı 122 bin 862 olarak kayıtlara geçmektedir.[13]

Ulusal basına örnek teşkil eden ve en yüksek tiraja sahip[14] ilk altı gazete içerisinde bulunmasından dolayı bu çalışmada incelenecek olan diğer gazeteler şunlardır; Sabah, Sözcü, Posta ve Türkiye.

'Türkiye'nin en iyi gazetesi' sloganıyla yayımlanan ve haber sitesinde de "Türkiye'nin en iyi haber sitesi" sloganını kullanan Sabah Gazetesi[15] 1985 yılının Nisan ayında Dinç Bilgin tarafından

---

[8] **https://www.aa.com.tr/**
[9] **http://gazetetirajlari.com/**
[10] Kuyucu, s.326.
[11] Hıfzı **Topuz**, *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, Remzi Kitabevi, İstanbul 2018, s.334-335.
[12] **https://www.hurriyet.com.tr/**
[13] **http://gazetetirajlari.com/**
[14] **http://gazetetirajlari.com/**
[15] **https://www.sabah.com.tr/**

kurulmuştur. Dinç Bilgin aynı zamanda Sabah Grubu ve birçok farklı şirket kurmuş 1997 yılında ise Etibank'ı satın almıştır. Farklı alanlarda iş faaliyet gösterirken Etibank borçlarından dolayı Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu olan TMSF'ye verilmiş ve Dinç Bilgin bu durumun etkisiyle Sabah Grubu'nun haklarını Turgay Ciner'e bırakmıştır.[16] Günümüzde Turkuvaz Medya Grubu tarafından yayımlanan Sabah gazetesi gündem, siyaset, spor, yaşam ve seyahat gibi alanlarda okuyucularını bilgilendirmekte ve sabah.com.tr üzerinden son dakika haberlerini de yayınlamaktadır. İstanbul merkezli olmakla birlikte Ankara, İzmir, Adana ve Antalya illerinde haber büroları bulunmaktadır.[17] Türkiye'deki en yüksek tiraja sahip gazetelerden olan Sabah'ın güncel tirajı 191 bin 435'tir.[18]

Sözcü Gazetesi 27 Haziran 2007 tarihinde yayım hayatına başlamıştır. İstanbul merkezli olan Sözcü[19], geleneksel gazeteciliğin yanı sıra internet gazeteciliği ile de okurlarına ulaşmaktadır. Gündem, ekonomi, siyaset ile alışveriş, bilim-teknoloji, eğitim ve astroloji gibi konularda da bilgi verme görevini yerine getirmektedir. Günümüzde Sözcü Gazetesi'nin genel yayın yönetmenliğini Mustafa Çetin yürütmektedir.[20] Sözcü Gazetesi güncel tiraj rakamlarına bakıldığında en yüksek tiraja sahip olan gazete olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazetenin tirajı 200 bin 851'dir.[21]

1995'te ilk sayısı yayımlanan "Posta" gazetesi Doğan Grubu bünyesinde yayın hayatına başlamıştır.[22] Gazete günümüzde Demirören Medya Grubu'na mensuptur. Sağlık, evde yaşam, sosyal yaşam gibi günlük konularda haberler yapmakta ve okuyucusuna farklı içerikler sunmaktadır. Geleneksel gazeteciliğin yanı sıra internet haberciliği alanında da kendini gösteren Posta gazetesi

[16] Topuz, s.342.
[17] **https://www.sabah.com.tr/**
[18] **http://gazetetirajlari.com/**
[19] **https://www.gazeteler.org**
[20] **https://www.sozcu.com.tr/**
[21] **http://gazetetirajlari.com/**
[22] Kuyucu, s.592.

www.posta.com.tr adresi üzerinden de okurlarına hizmet vermektedir. [23] Gazetenin güncel tirajı 127 bin 427 olarak karşımıza çıkmaktadır.[24]

1970 yılının 22 Nisan'ında Enver Ören tarafından çıkarılmaya başlanan "Türkiye" gazetesi 1972 yılına kadar "Hakikat" ismiyle yayın hayatına devam etmiştir. 1972 yılında sonra "Türkiye" ismi ile okurla buluşan gazete İhlas Grubu'nun ilk kuruluşu niteliğindedir.[25] Günümüzde Yücel Koç'un koordinatörlüğünde yayın hayatını sürdüren gazete sağlık, politika, gündem, ekonomi gibi konuların yanı sıra internet sitesinden son dakika haberleri de okuyucu ile buluşturmaktadır.[26] Gazetenin güncel tirajı 120 bindir.[27]

1.2.3. Türkiye'de Yerel Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

Yüzyıllar boyu dünyaya hükmeden Osmanlı Devleti'nin devamı olan Türkiye Cumhuriyeti'nde yerel medya diye ifade edilen şey ülke sınırlarının içerisinde yer alan medyanın ele alınmasıdır. Osmanlı Devleti'ne uzun yıllar başkentlik yapmış olan İstanbul, Türkiye Cumhuriyeti'nin de en önemli ve gözde şehirlerinden birisi olmuştur. Zira Türkiye'deki ilk gazeteler bu şehirde okuyucuların karşısında çıkmıştır. Bunun nedeni ise o dönem içerisindeki şartlarda yeterli satışın sadece bu şehirde daha olanaklı olmasındandır (Erinç, 2007, 107).

Osmanlı Dönemi'nde ilk gazeteler Fransızlar tarafından Fransızca olarak yayınlanmıştır. Fransızlar kendi ülkelerinde olup bitenleri elçilik aracılığıyla Osmanlı'da yaşayan Fransızlara bildirmişlerdir. Bugünkü yerel basının ortaya çıkışı 18.yüzyıl'da İbrahim Müteferrika'nın matbaayı kurmasıyla olmuştur. 1831'de ilk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekay-i yayın hayatına başlamış ve 19.yüzyıl'dan itibaren "Vilayet Gazeteleri" yani yerel gazeteler çoğalmıştır. Zamanla Anadolu'nun basın kültürünü benimsemesi

[23] **https://www.posta.com.tr/**
[24] **http://gazetetirajlari.com/**
[25] **https://www.gazeteler.org**
[26] **https://www.turkiyegazetesi.com.tr/**
[27] **http://gazetetirajlari.com/**

Türkiye'deki basın yayın mecrasının ilerlemesini sağlamıştır (Varlık, 1999, 105).

Osmanlı'da vilayetlerin başında olan valiler basının gelişmesi noktasında çok önemli hizmetlerde bulunmuşlardır. Her vali kendi yönetiminde olan vilayetlere matbaa kurulmasını sağlamıştır. Kurulan bu matbaalar sayesinde vilayetler içerisindeki günlük gelişmeleri gazetelerde yer alan haberler aracılığıyla vatandaşların bilgi edinmelerini sağlamışlardır. Bu açıdan bakıldığında ilk yerel gazete olarak nitelendirilen vilayet gazeteleri Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan Erzurum ve Diyarbakır'da 1869 yılında yayına verilmiştir. Ancak Türkiye'de yerel medya olarak kabul edilen gazetelerin hangi tarihte yaygın bir basın haline geldiği konusunda net bilgilere ulaşılamamaktadır. Bu vilayet gazeteleri uzun bir zaman dilimi boyunca yerel basın olarak işlev görmüşlerdir. Vilayet gazetelerinin popüler olduğu dönem ise Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı süreçtir. Bu süreç içerisinde vilayet gazeteleri savaşa olumlu yönde katkı vererek savaşın seyrini değiştiren önemli etmenler arasında yer almıştır. Bu savaş döneminde vilayet gazeteleri bölgesel bir basın haline gelmiştir. 1923 yılında Bilal Akba'nın İstanbul'da yayınlanan gazetelerinin Ankara'da yayınlaması için bayiliklerini alması yaygın basının ilk örneği olarak kabul edilir (Erinç, 2007, 108).

Basın, batıda ekonomik ve toplumsal etkiler çerçevesinde ilerlese de Türkiye'de basının gelişmesi devlet eliyle gerçekleşmiştir. Türkiye'de basının ilk amacı batıdaki gelişmeleri yakından izlemek olmuştur ve bu yönüyle Türk basını farklı bir çıkış sergilemiştir (Demir, 2008, 65-74).

Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı yıllarda yerel gazeteler siyasi bir görev üstlenmiş ve savaşın sebeplerini, yaşanılan gelişmeleri halka duyurmuştur. Yerel basının Kurtuluş Savaşı'nda gösterdiği ilerleme ulusal basını geride bırakmıştır (Bozdağ, 1992, 151). Siyasette çok partili dönem yerel basının özgürleşmesinin önünü açmıştır. İlerleyen zamanlarda yaşanan askeri darbeler basın özgürlüğünün kısıtlanmasıyla sonuçlanmış ve ekonomik nedenlerde ortaya çıkan tekelleşmeler yerel basını olumsuz etkilemiştir (Erdoğan, 2007, 64).

17. yüzyılın başlarında ortaya çıkan kuruşluk gazeteler, günümüz gazeteciliği açısından büyük önem taşımaktadır. Bu gazeteler okuyucularını sıradan halk arasından seçmektedir. Halkın isteklerine kulak verip gazeteyi ona göre şekillendirerek kitle desteği almayı başarmıştır. Bu destekle ayakta kalabilmek için siyasi bir menfaat veya ticari çıkara gerek olmadığını göstermiştir. Günümüz gazeteciliğini şekillendiren "Penny-Press" kuruşluk gazeteler ile ücret karşılığı çalışan muhabirler doğmuştur. Telgrafın gelişmesi ile gazetecilik yerel düzeyden ulusal düzeye taşınmıştır (Geray, 2003, 44-45).

Telgraf ortaya çıkmadan önce gazeteler yaşanan olayların haber olup olmadığına mekânsal yakınlık uzaklık çerçevesinde karar vermişlerdir. Telgrafın icadı bir nevi uzakları yakın etmiş, enformasyon daha ulaşılır olmuştur. Bu durum gazetelerin olaylara yoğunlaşmasını sağlamıştır (Stewenson, 2008, 222-223). Bilgi toplama ve yayma işlevinin kolaylaşmasını sağlayan telgraf sayesinde haber ajansları kurulmuş, haberin yazılması ve dağıtılması teknolojik açıdan gazetelerin gelişimini sağlamıştır. Olaylara bakış açısı değişmiş ve okuyucunun ilgisini çekme ve duygularına hitap etme anlayışı ön plana çıkmıştır (Tokgöz, 2008, 55-58).

Yerel gazetecilik, bulunduğu kentten ya da bölgeden olayları yine o bölge halkına ulaştırmak olarak tanımlanabilir. Kısaca "içeriklerin yerel olduğu habercilik" de denebilir. Yerel gazeteler demokrasinin gelişmesinde önemli rol oynamışlardır. Yayımlandıkları yörede halka karşı bilgilendirme, eğlendirme, eğitme gibi görevlerini yerine getirirken kamuoyunun kendiliğinden oluşmasını sağlamıştır. Yerel yönetimler gazeteler tarafından denetlenmiş ve eleştirilmiştir, bu yönüyle yerel basın kamu görevini de yerine getirmiştir (Girgin, 2001, 160-161).

Yerel medyanın her kesimin sesini duyurması onu çok sesli bir demokratik hareket içine sokmuştur. Yöre halkının birbirlerinden farklı düşünmesi ve yerel medyada bunu duyurması, tartışması kişinin kendini önemli görmesini sağlamaktadır. Tek bir düşünce ile bezenmiş bir basın değil de her görüşten kişinin özgürce kendini

ifade edebildiği bir basın halkın kendini topluma entegre etmesini sağlamaktadır. Bu durum beraberinde sosyal ve siyasi katılım bilincini yani demokrasiyi getirmektedir (Demirkent, 1998, 26-27). Yerel basın ülke gündeminden çok bölge gündemine yoğunlaşması gereken bir olgudur. Ulusal yani yaygın basında yer alan haberlerin aynısı yerel basında yer almamalıdır. Genel anlamda birbirini tamamlayan özele inildiğinde ise farklılıklar sunan iki unsur olmalıdır yerel ve ulusal basın (Alankuş, 2005, 17-19).

Avrupa'nın büyük şehirlerinde olduğu gibi dünyanın tümünde yerel basın gelişmeli ve önemsenmelidir. Fransa'da en önemli gazeteler yerel gazeteler ve ajanslardır. Ulusal ve uluslararası yayın yapan basın kuruluşlarında yerel haberlere önemli ölçüde yer verilmektedir. Almanya'da yayımlanan "Heimatszeitung" isimli yerel gazeteler en önemli basın organı olarak kabul görmektedir. Bu gazetelerde ulusal ve uluslararası haberlere rastlanmaz çünkü yaygın basında yeterince yer verildiğini düşünen gazeteciler yerel halkın sorunlarına yoğunlaşmaktadırlar. Bölgenin ulaşım, sosyal, ekonomik alandaki değişimleri Heimatszeitung adlı yerel gazetelere konu olmaktadır. Halkın istekleri, sorunları, karşılaşacağı yenilikler, iş imkanları gibi konular öncelikli olaylar arasındadır. Almanya'da en küçük şehirde bile yerel gazeteler yayımlanmakta ve şehrin sesi olmaktadır (Demirkent, 1998, 211).

1.3. Yozgat'ta Gazetecilik

Yozgat'ta basın hareketleri 1910 yılında millî mücadeleye destek vermek adına başlamıştır. Yozgat Türk Ocağı tarafından, Dulkadir beylerinden Sadık Bey'in girişimleri ile çıkarılan ilk gazete haftanın iki günü yayımlanmıştır. 4 yıla yakın yayım hayatını sürdürmüş daha sonra yayımlanmamıştır. Yozgat'ın en önemli gazetelerinden olan "Yozgat" gazetesi 1921 yılında Yozgat Valiliği tarafından Vilayet Matbaası'nın kurulması ile çıkarılmıştır. Yalnızca çarşamba günleri yayımlanan gazete ilk yıllarında bedava olarak esnafa, bürokratlara ve okullara dağıtılırken daha sonra tanesi "100 para" ya satışa sunulmuştur. "Yozgat" gazetesi harf devrimine kadar Osmanlı Türkçesi ile yayımlanmıştır (Kiracı, O. Hakan, Görüşme, 05.02.2020)

Fotoğraf 1. "Yozgat" gazetesinin Osmanlıca nüshası



Harf devriminden sonra Latin harfleriyle yayım hayatına devam eden "Yozgat" gazetesi 1933 yılında Cumhuriyet'in 10. Yılına özel bir sayı çıkarmıştır. Bu sayıda Cumhuriyet'in ilk 10 yıllık hizmetleri yer almıştır (Kiracı, O. Hakan, Görüşme, 05.02.2020).

Fotoğraf 2. "Yozgat" gazetesinin Latin harfleriyle yayımlanmış 1933 Cumhuriyet Bayramı özel sayısı


Yozgat
Teşkil: 1921
Sayı : 614
Cumhuriyet Türk Milletinin Bahtında Bir Güneştir
Ulu Millet, Ulu Bayramın Kutlu Olsun
UYANAN MİLLETİN BAYRAMI
Gazi Mustafa Kemal,
ÖZ TARİHİNİZİ, ÖZ ÖLÜMÜZÜ CUMHURİYET ÖĞRETTİ.
TÜRK KADINI SANA HAKKINI VEREN CUMHURİYETTİR.
CUMHURİYET GÜNEŞTİR. GÜNEŞ HAYAT VERİR.
HAKKIN BAĞRINDAN MÜDAFAA EDİNİLİR. MÜDAFAAYI HUKUKUN BAŞINDAN G. M. FIRAKSIZ DÖĞDÜ.
GÖRÜŞTE BİLGİYE, GÖRÜŞTE ÜLKÜYE İNANIRIZ.
TÜRK İNKILÂBI ÖNLENEMİYEN BİR İRADE. ZAPTEDİLMİYEN BİR HEYECAN, YETİŞİLMİYEN BİR SÜRAT.
DEVLETİN YAPICILIK KUVVETİNE İNAN.

1940 yılına kadar haftalık olarak yayımlanan "Yozgat" gazetesi, dönemin Yozgat valisi İhsan Sabri Çağlayangil 'in girişimleri ile günlük olarak 1975 yılına kadar yayım hayatını sürdürmüştür. 1974 yılında yayımlanmaya başlanan "Hür Yozgat" isimli gazete 1980'li yıllarda "Yozgat" gazetesinin isim hakkını almış ve Osman Hakan Kiracı tarafından çıkarılmaya devam etmiştir. "Yozgat" ismiyle yayımlanan gazete 2006 yılına kadar basılı olarak yayımlanırken o tarihte internet üzerinden de haber yayımlamaya başlamıştır. Günümüzde Yozgat Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Osman Hakan Kiracı'nın sahipliğinde, özel günlerde çıkarılan basılı nüshaların dışında internet gazetesi olarak okurlarına ulaşmaktadır (Kiracı, O. Hakan, Görüşme, 05.02.2020).

1940'lı ve 50'li yıllar Yozgat için basın hareketlerinin yoğun olduğu yıllardır. 1947 yılında Abbas Sayar İstanbul'da bir matbaada 15 günde bir yayımlamak şartıyla "Bozlak" adıyla gazete çıkarmıştır. Bu gazete İstanbul'da çıkarılıp Yozgat'ta dağıtılmış ancak 13. sayının sonunda maddi zorluklar nedeniyle kapanmıştır. 1948 yılında "Bozok" adıyla yeniden yayımlanmaya başlanan

gazete yine 15 günlük periyotlarla okurlara ulaştırılmıştır. Abbas Sayar 1952'de Yozgat'a gelerek burada bir matbaa kurmuş ve 1953 yılından 1993 yılına kadar "Bozok" gazetesini günlük olarak yayımlamıştır. 1993 yılından sonra yine maddi sıkıntılardan dolayı gazete yayım hayatını sonlandırmıştır (Kiracı, O. Hakan, Görüşme, 05.02.2020).

Fotoğraf 3. "Bozok" gazetesinin 27 Mayıs 1954 tarihli nüshası



BOZOK

GÜNLÜK SİYASİ MÜSTAKİL GAZETE

Ankara Notları

Abbas Sayar Istanbula Gitti

Gayretimiz sahibi ve Baş yazarı Abbas Sayar dün gazetemizi ilgilendiren bir takım işler için İstanbula gitmiştir.

Güreş Takımımız Dünya Şampiyonu Oldu.

GÜLÜSTAN'DAN

Hikaye

Sözüm Ona

Bir Şakacık

Y. B

Adalet Parti'si Yozgat eski Milletvekili Mustafa Neşet Tanrıdağ Yozgat'ta bir matbaa kurmuş ve 1955 yılında "Hakikat" gazetesini yayımlamaya başlamıştır. 1977 yılına kadar Yozgat'ta "Hakikat" gazetesini yayımlamaya devam eden Tanrıdağ, 1950'li yıllarda yazılı basının çoğalması ve gelişmesi adına "Çağlayan", "Püsküllü Bela" ve "Vurun Abalıya" isimli mizah gazeteleri ile "Şafak" isimli bir de dergi yayımlamıştır (Kiracı, O. Hakan, Görüşme, 05.02.2020).

1910 yılından bu yana basın-yayın hareketlerinin sürdüğü Yozgat'ta günümüzde Merkez ilçede yayımlanan Basın İlan Kurumu'na kayıtlı altı gazete bulunmaktadır. Bu çalışmada içerik analizi yöntemiyle incelemeye tabii tutulacak gazeteler "Yozgat

Çamlık", "İleri", "Yeni Ufuk", "Merhaba Yozgat", "Yozgat Hakimiyet" ve "Yozgat Haber"dir.

1.4. Yozgat'ta Yayımlanan Gazeteler

1.4.1. Yozgat Çamlık Gazetesi

5 Şubat 2020 tarihinde "Yozgat Çamlık" gazetesinden sorumlu yazı işleri müdürü Tarık Yılmaz ile gerçekleştirilen görüşmede, gazetenin 3 Mayıs 2012'de Yozgatlı iş insanı Zafer Özışık tarafından, kapanan "Yeni Gün" gazetesinin alınmasıyla ve isminin değiştirilmesiyle yayım hayatına başladığı belirtilmiştir. Tarık Yılmaz gazetenin yayımlandığı günden itibaren aynı zamanda internet sitesinin de faaliyete geçtiğini ve Yozgat dışında yaşayan Yozgatlılara haber ulaştırabilmek adına internet gazeteciliğini önemsediklerini ifade etmiştir.

Yozgat'taki nüfusun daha çok orta yaş üzeri olduğunu belirten Yılmaz, orta yaş üstü nüfusun eski gazete alışkanlıklarını devam ettirdiklerini ve basılı olan yayımlanan haberlere daha çok itibar ettiklerini söylemiştir. Bu nedenle geleneksel gazeteciliği sürdürmeye devam ettiklerini ancak gazetenin internet sitesinde aylık 200 bin ziyaretçi kaydettiklerine de mutlu olduklarını dile getirmiştir.

Basılı gazete ve internet gazetesi arasında haber, kaynakları, görseller ve ilanlar açısından sayısal farklılıklar olduğunu ve bu durumun nedeni sorulduğunda Yılmaz, yakın zamana kadar haber kaynaklarını çok fazla belirtmediklerini, bu durumdan haberdar olmadıklarını ve gazetenin bir kişiyle öne çıkmasını istemediklerini ancak bu vaziyet basın ilan kurumu tarafından eleştirildiği için haberlerde kaynak belirtmeye başladıklarını ifade etmiştir.

"Gazetemizin her iki mecrasında yerel haberler sayısal olarak ulusal haberlerden daha fazla çünkü biz ulusal haber sitesi değiliz insanlar bizden Yozgat ile ilgili haber istiyor" diyerek haber türleri hakkındaki durumu açıklayan Tarık Yılmaz, haber sayıları ve görsel sayılarının basılı gazete ve internet sitesinde neredeyse eşit olması durumunu ise şu sözlerle açıklamıştır; "Önceliğimiz, temelimiz geleneksel gazetemizdir, elbette internet gazeteciliğine önem

veriyoruz imkanlar dahilinde internet gazeteciliğini ifa edebiliyoruz. 24 saat son dakika haberlerini anında paylaşarak ve sitede kendi yaptığımız video haberleri de paylaşarak siteyi interaktif hale getirmeye çalışıyoruz. Aslında basılı gazetedeki haber ve görsellerin sayısal olarak neredeyse aynı olması bizim bir eksikliğimizdir, bu eksikliğimizi zamanla tamamlayacağımızı düşünüyorum".

Fotoğraf 4. Yozgat Çamlık Gazetesi internet sitesi genel görünümü



1.4.2. Yeni Ufuk Gazetesi

"Yeni Ufuk" gazetesi imtiyaz sahibi Bekir Çaylak ile yapılan 05.02.2020 tarihli görüşmede, gazetenin 1995 yılında kurulduğu ve 1996 yılına kadar haftalık olarak yayımlandığı belirtilmiştir. Geleneksel gazeteciliği yürütmeye başladıklarında matbaa masrafları dolayısıyla gazetenin uzun bir zaman haftalık olarak ve özel günlerde 15 günlük periyotlarla yayımlandığını belirten Çaylak, 2010 yılında geleneksel gazeteciliğin yanı sıra internet gazeteciliğini de yürütmeye başladıklarını söylemiştir. İnternet gazeteciliğinin geleneksel gazeteye oranla daha az maliyetli olduğunu söyleyen Bekir Çaylak, yazılı basın geleneğinin sürmesi adına geleneksel gazeteciliğe devam ettiklerini ifade etmiştir. Gazetenin iki mecrasını da incelendiğinde basılı gazetenin internet sitesine aktarıldığı görülmektedir. Bu konu için Çaylak, personel yetersizliği nedeniyle internet sitesine ayrı içerikler üretilmediğini basılı gazetenin sanal ortama aktarıldığı belirterek internette yayınlanan haberlerin basılı gazetedeki haberlere oranla daha az

güvenilir olduğunu düşündüklerinden geleneksel gazeteye daha fazla önem verdiklerini söylemiştir.

Gazetede ve internet sitesinde yer alan reklam ve ilanlar için, gazetenin masraflarını karşılamak adına önemli bir gelir kaynağı olduğunu belirterek yerel bir gazete olması nedeniyle reklam ve ilanların az sayıda olduğunu söylemiştir.

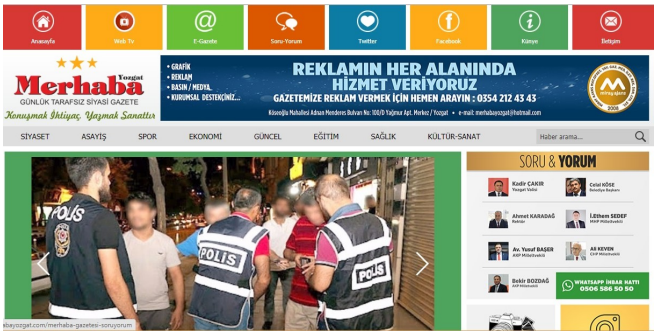
Fotoğraf 5. Yeni Ufuk Gazetesi internet sitesinin genel görünümü



1.4.3. Merhaba Yozgat Gazetesi

"Merhaba Yozgat" gazetesi imtiyaz sahibi Ahmet Büyüksoy ile 03.03.2020 tarihinde yapılan görüşmede gazetenin 4 Temmuz 2008 tarihinde yayım hayatına başladığı ve aynı tarihte internet gazeteciliğine de başladıkları ifade edilmiştir. Büyüksoy, gazetenin internet sitesinin sosyal medya uzmanı bir muhabir tarafından koordine edildiğini, geleneksel gazete için muhabir çalıştırdıklarını belirmiştir. Haberlerin çoğunlukla kendi muhabirleri tarafından yapıldığını bazen de ajanslar yoluyla haberlere ulaştıklarını ancak kaynak belirtmek istemediklerini söylemiştir. Büyüksoy ayrıca basılı gazetenin internet sitesine aktarıldığını, gerektiği gibi internet gazeteciliği yapamadıklarını bu durumun da personel yetersizliğinden doğduğunu belirtmiştir. Büyüksoy, "Çok önemli bir olay yaşanmadıkça internet sitesine ekstra haber girişi yapmıyoruz, genelde basılı gazetemizle internet gazetemizin içeriği aynı oluyor" ifadelerini kullanarak içinde bulundukları durumu açıklamıştır.

Fotoğraf 6. Merhaba Yozgat Gazetesi internet sitesinin genel görünümü

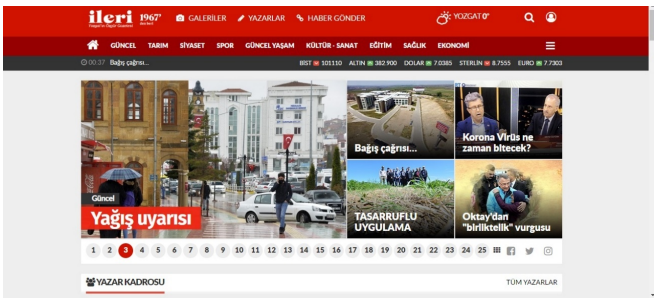


1.4.4. İleri Gazetesi

03.03. 2020 tarihinde İleri gazetesi Sorumlu yazı işleri müdürü Seyfi Çelikkaya ile yapılan görüşmede, gazetenin "İleri" adıyla Aydın'ın Çine ilçesinde 1967 yılında yayımlanmaya başladığı o dönem Aydın'da çalışan Yozgatlı iş insanı Aslan Karadeli'nin İleri gazetesini devralarak 1975-76 yılında gazeteyi Yozgat'a taşıdığı belirtilmiştir. Gazetenin 1984 yılında Mükremin Kayhan'a devredildiğini söyleyen Çelikkaya, gazetenin 1994 yılında vasıflı hale gelerek "Yozgat'ın ilk vasıflı gazetesi" unvanı aldığı ifade etmiştir. Gazetenin geleneksel gazeteciliğin yanı sıra internet sitesinin de bulunduğunu belirten Çelikkaya, internet gazeteciliğini tam anlamıyla yürütmediklerini ve basılı gazete içeriğini internet sitesine aktardıklarını kaydetti. Seyfi Çelikkaya, internet gazeteciliğini icra ederken tek amaçlarının basılı gazeteye ulaşamayan okuyucuların internet ortamında basılı gazeteyi okumalarını sağlamak olduğunu ifade ederek flaş bir haber olmadıkça internet sitesine basılı gazeten farklı hiçbir haber yüklenmediğini bu nedenle iki mecradaki haber ve görsel sayılarının eşit olduğunu da belirtmiştir. ayrıca haber kaynaklarının belirtilmediğini bunun

nedeninin de az sayıda personel bulunması ve haberlerin tek elden çıktığı imajını yansıtmamak olduğunu sözlerine eklemiştir

Fotoğraf 7. İleri Gazetesi internet sitesinin genel görünümü



1.4.5. Yozgat Haber Gazetesi

"Yozgat Haber" gazetesi haber editörü Mehmet Erol ile yapılan 03.03.2020 tarihli görüşmede, gazetenin 18 Mart 2002 tarihinde Avukat Ruhi Bacanlı tarafından Yozgat Merkez'de kurulduğu, "Yozgat Haber "in yayın koordinatörünün aynı zamanda "Yozgat Hakimiyet" gazetesinin de yayın koordinatörlüğünü yürüttüğü belirtilmiştir. Erol, Yozgat Haber gazetesinin 2012 yılında internet sitesini aktif hale getirdiğini belirtirken geleneksel gazetenin internet sitesine aktarılmış halini okuyucu ile buluşturduklarını söylemiştir. Yozgat Haber ve Yozgat Hakimiyet gazetesinin personellerinin ortak olduğunu da sözlerine ekleyen Erol, personel sayısının internet sitesiyle ilgilenmeye yetmediğini bu nedenle geleneksel gazeteye daha çok önem verdiklerini ifade etmiştir.

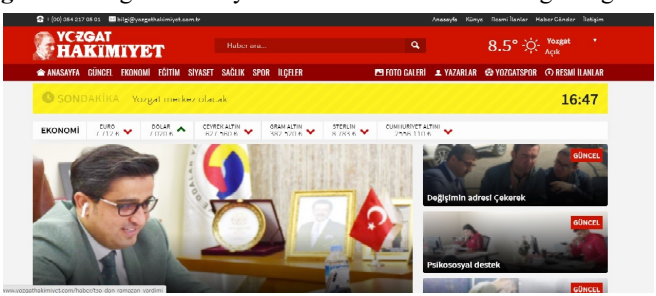
Fotoğraf 8. Yozgat Haber Gazetesi internet sitesinin genel görünümü



1.4.6. Yozgat Hakimiyet Gazetesi

"Yozgat Hakimiyet" gazetesi haber editörü Mehmet Erol ile 03.03.2020 tarihinde yapılan görüşmede Erol, gazetenin 10 Mayıs 2010 tarihinde yayımlanmaya başladığını, günümüzde internet sitesinden de haber yayınladıklarını belirtmiştir. Ayrıca gazetenin internet sitesinde basılı gazetede yer alan haberleri yayınladıklarını ve internet sitesinde ek olarak son dakika haberlerini paylaştıklarını söylemiştir. Gazetenin yerel özelliğinden dolayı ulusal ve global haberlerden daha çok yerel haber yayımladıklarını söyleyen Mehmet Erol, ilan ve reklamların az olduğunu ancak bu gelirlerin gazete masrafı için önemli bir paya sahip olduğunu da belirtmiştir.

Fotoğraf 9. Yozgat Hakimiyet Gazetesinin İnternet sitesi genel görünümü



İKİNCİ BÖLÜM

YEREL VE ULUSAL BASINDA GELENEKSELDEN İNTERNET GAZETECİLİĞİNE GEÇİŞ SÜRECİ

2.1. İnternet ve İnternetin Gelişimi

İçinde bulunduğumuz zaman diliminin en önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelen "internet" kavramı "international" ve "network" kelimelerinin bir araya gelmelerinden oluşmaktadır (Karaduman, 2003, 138). Kitlelerin iletişim sağlamasında en önemli rollerden birine sahip olan internet, dünya üzerinde hemen hemen herkesin sahip olduğu bilgisayar ağları ve bunları kullanan kişilere dayanmaktadır. İnternet sayesinde bilgisayar ağları aracılığıyla dünyanın her bir köşesindeki insanlar birbirleri ile bilgi ve haber paylaşımı yapabilmektedir (Gürcan, 1999, 38).

İnternet, büyük bir iletişim ağı olmakla birlikte dünyadaki tüm bilgisayarları birbirine bağlayan bir sisteme sahiptir. Gelişen ve büyüyen dünyada kişiler bilgiye ulaşma ve onu saklama çabasındadır. Bu durum bilgiye erişimin sağlanması adına internetin icadını beraberinde getirmiştir. İnternetin insan hayatına avantajı istenilen bilgiye, ürüne kolayca ulaşabilmek ve bunu büyük ücretler ödemeden gerçekleştirebilmek olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet, enformasyon arayışı açısından büyük ve ulaşılabilir bir kitaplık olarak tanımlanabilmektedir ancak interneti tek bir olgu üzerinden tanımlamak mümkün değildir bu yüzden internetin ne olduğuna dair birçok tanım ve düşünce bulunmaktadır (Kazaz, 2007, 223).

İnternet, kelime anlamı olarak ağlar arası çalışmayı ifade eden "İnternetwoking" kavramının ilk heceleri kullanılarak tanımlanmıştır (Gürültü, 2006: 9). Ana bilgisayar ve ona bağlanan birçok bilgisayar mevcuttur, "İnternetworking" kelimesi de bu birlikteliğin ifade edilmesi için kullanılmaktadır (Acar, 2018: 10).

21. Yüzyılda iletişim amaçlı olarak kullanılan internet, ilk ortaya çıktığında askeri sebeplerle kullanıma sunulmuştur. İletişim

amacıyla bilginin bir yerden bir yere kolayca ulaşması, "Bilgi Çağı" kavramının 21. Yüzyıl için kullanılmasına neden olmuştur (Kalender, 2016, 16).

Ana bilgisayar ağı üzerinden bir bilgi yaymak zamanla yerini interaktif bir duruma bırakmıştır. Farklı yerlerden bilgisayar ağı kullanarak bilgiyi pek çok yere gönderip, geri dönüt alabilme teknolojisi karşılıklı iletişim kurma imkânı doğurmuştur (Acar, 2018: 11).

Leiner ve arkadaşları internet üzerine yaptıkları çalışmada, interneti dünya üzerindeki Her coğrafyada bilgiyi işleme ve yayma aracı olarak tanımlamışlardır (1997, 102). Bilgisayar kullanmak ile interneti kullanmanın farklı durumlar olduğunu ifade eden Johnson, internetin yeni bir medya aracı olduğunu söylemiştir (2006, 567).

İnternetin kelime anlamı ve işlevi üzerine birçok tanım ve yorum bulunmakla birlikte, internet birden fazla iletişim ağında karşılıklı iletişimi ve enformasyon paylaşımını sağlayan iletişim mecrasıdır.

İlk olarak 1969 yılında Amerika'da kullanılmaya başlanan internet, Savunma Bakanlığı'na bağlı "Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu" (DARPA) tarafından kurulmuştur. DARPA'nın (Defense Advanced Research Project Agency), askeri araştırma faaliyetlerine destek olması amacıyla icat ettiği anahtarlama sistemli bir ağ olan "ARPANET" ortaya çıkmıştır. Bu ağ Amerika'daki üniversitelerin ve araştırma kurumlarının bilgisayarlarını da birbirine bağlamıştır. 1973 yılında Stanford Üniversitesi'nde başlatılan bir çalışma kapsamında "İletim Kontrol Protokolü" (TCP- Transmission Control Protocol) geliştirilmiştir. 1980 yılına gelindiğinde bu protokol sabitlenmiş ve ARPANET'e bağlı olan tüm bilgisayarların birbirleriyle olan iletişimi iyileştirilerek kolaylaştırılmıştır. İnternet kullanımı için standartlaşan ARPANET 1990 senesinde kaldırılarak yerine Amerika, Japonya, Avrupa ve Pasifik ülkelerinin hükümet ve ticari işletime sahip sistemleri getirildi (https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi).

1995'e kadar özel ve kamusal kurumların elinde bulundurduğu internet ağları, Amerika'nın Milli Bilim Kurumu NSF'nin çekilmesiyle tamamen özel şirketlerin işletmesine bırakılmıştır. Halen Amerika dahil olmak üzere tüm ülkeler internete özel şirketler ile ulaşabilmektedir (Topçu ve Çakır, 2005, 75).

Türkiye'nin internet ile buluşması 1980'li yıllarda olmuştur ancak, 1964 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin (ODTÜ) girişimleri başlamıştır. 1983 yılına kadar ODTÜ dünyadaki internet alt yapısını takip etmiş ve geliştirdiği alt yapı sistemini dünyayla uyumlu hale getirmiştir. Bu yıllarda ODTÜ ilk internet denemesi olan METUNET'i de hayata geçirmiş ve 1990 yılı itibariyle internet sunumuna başlamıştır (İğrek, 2009, 25).

1986 yılında TÜVEKA (Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları) faaliyete geçmiş, Ege Üniversitesi internet alt yapısı sağlamak adına çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Bu çalışmalar devam ederken Türkiye'deki teknolojinin yetersiz kalması internet kullanımı çalışmalarına zaman zaman ara verilmesine neden olmuştur (Denizci ve Çetinkaya, 2015, 176).

1991'de Türkiye internet kullanımı için alt yapısının ve teknolojisinin eksik olduğunu belirterek Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nden (CERN) yardım istemiştir. Bir yıl sonra Hollanda'nın yardımı ile Türkiye'de ilk internet bağlantısı hayata geçirilmiştir (İğrek, 2009, 26). ODTÜ ve Bilkent Üniversite'sinin birlikte yürüttüğü çalışmalar 1994 yılında sonuç vermiş ve ilk web sayfası kurularak kurumlara da internet adresleri verilmiştir. Devam eden iki yıl boyunca Boğaziçi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin çalışmaları ile internet araştırmaları devam etmiştir (Gönenç, 2003, 96). 1996 senesinde Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi'ni (ULAKBİM) üniversitelerin yapı ve geliştirme çalışmalarına destek olabilesi amacıyla kurmuştur. ULAKBİM'in kuruluşu internet araştırma ve kullanım alanını genişletmiştir. 1999 yılına gelindiğinde Türk Telekom ihale yöntemiyle "TURNET"in kurulmasını sağlamıştır (Güner, 2016, 599).

10 Haziran 1994'te Türkiye'deki internet sahiplik hakkı ve yetkileri Telgraf ve Telefon Kanunu ile Türk Telekom'a verilmiştir. Bu kanun gereğince Türkiye'de Üniversitelerin internet ağlarını ULAKNET, sanayi kuruluşlarının internetini ise TURNET sağlamaktadır (Parlak, 2005, 30).

2.2. İnternet Gazeteciliği

İçinde bulunduğumuz zaman diliminin en önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelen 'internet' kavramı "international" ve "network" kelimelerinin bir araya gelmelerinden oluşmaktadır (Karaduman, 2003,138). Kitlelerin iletişim sağlamasında en önemli rollerden birine sahip olan internet, dünya üzerinde hemen hemen herkesin sahip olduğu bilgisayar ağları ve bunları kullanan kişilere dayanmaktadır. İnternet sayesinde bilgisayar ağları aracılığıyla dünyanın her bir köşesindeki insanlar birbirleri ile bilgi ve haber paylaşımı yapabilmektedir (Gürcan, 1999, 38).

İnternetin önemli bir kitle iletişim aracı olarak tüm dünyada varlığını sürdürmesi ve insanların yaşamlarının her alanına dahil olması noktasına kadar yaygınlaşması göz ardı edilemeyecek bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kadar iç içe olduğumuz internet ile sadece bilgiye ulaşmakta ve bilgiyi yaymakta kolaylık sağlanırken habercilik alanına da büyük kolaylıklar sağlamıştır. Habercilik alanında yer alanların vazgeçilmez bir öğesi haline gelen internet, yazılı ve görsel basının zaman ve maliyet olarak da tasarruf sağlamasına neden olmuştur. Bu durum da internet gazeteciliği kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Atabek, 2001, 31).

İnternet gazetelerinin ilk örnekleri Amerika Birleşik Devletleri'nde görülmektedir. Dünyanın ve ABD'nin önde gelen gazetelerinden olan The Washington Post, New York Times, Daily Mirror gibi gazeteler 1995 yılında basılı olarak yayınladıkları gazeteleri internet ortamına aktarabilmek için harekete geçmişler. Dünyadaki habercilik alanına yön veren bu gazeteler internetin getirmiş olduğu daha fazla okuyucuya ulaşabilme yönünden faydalanabilmek için "Yeni Yüzyıl Yayım Ağı" adında bir şirket kurmuşlardır. Bu kurulan şirket sayesinde ası geçen gazeteler sadece

ABD'deki insanlara değil internetin var olduğu her yere ulaşma imkânı elde etmişlerdir. (Karaduman, 2005, 145).

Geleneksel gazete olarak nitelendirilen kâğıtlara basılan gazetelerin internet ortamına aktarılması için büyük bir çaba gösterilmekteydi. Bunun nedeni ise haberlerin bir arada tutulması, haberlerin arşivlenmesi, haberlerin daha kolay bir şekilde toplanıp ulaştırılabilmesi, baskıya gönderilecek gazetenin son dakika gelişmelerinden mahrum kalmadan okuyucuların bu gelişmelerden de haberdar olmalarını sağlamak gibi nedenler bulunmaktadır. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğu zaman internet gazeteciliği bir gazete çalışanlarının haberleri kolayca toplamasına ve işlemesine, bir gazetenin daha kolay bir şekilde dağıtılmasına kadar birçok alanda kolaylıklar sağlamakla birlikte gazete bünyesinde çalışanlardan da tasarruf edilmesinin önünü açmıştır (Törenli, 2005, 206).

Geleneksel olarak çıkarılan gazete ile internet üzerinden yayınlanan gazetenin bazı avantajları bulunmaktadır. İnternet gazeteciliği daha hızlı, geri dönütün daha kolay ve anında sağlanabilmesi, detaylara daha da fazla inilebilmesi ve yayınlayan kurum ile okuyucu kitlesi açısından daha özgür bir durumda olmasıdır. Tüm bunların yanı sıra okuyucu kitle internet gazetesine daha kolay ve hızlı ulaşabilmesinin yanı sıra herhangi bir ücret ödenemeden ücretsiz bir şekilde ulaşabilmektedir. Etkileşimli bir yayıncılığın da ortaya çıkmasını sağlayan internet gazeteciliği sayesinde okuyucular okudukları habere ilişkin görüşlerini zaman kaybı olmadan yorumlayarak ya da mesaj yollayarak yetkili kişilere aktarabilmektedir. Bu durum da okuyucuların pasif konumdan çıkıp aktif konuma getirilmesinin sağlamıştır. İnternet gazeteciliğinin sağlamış olduğu bir diğer fayda ise düzenlenen anketler ile sosyal yapının belirli konular hakkındaki görüşlerine ulaşabilmeleridir. (Korkmaz, 2009, 9).

Geleneksel gazetecilikte okuyucudan bir geri dönüt alabilmek için gazeteye bağlı editörlere yazılan eleştiri, öneri, istek veya beğeni mektupları devreye girmektedir. İnternet gazeteciliği bu süreci de değiştirmiş ve okurların internet sitesinde haberi okuyup

haber altında açılan kutucuklara yorumlarını yazmaları sağlanmıştır. Bu durum gazeteci ile okuyucu arasındaki etkileşimi de artırmıştır.[28]

İnternet gazeteciliğinin sağlamış olduğu bu avantajların yanı sıra bazı dezavantajları da bulunur. Bu dezavantajları internet sitelerinin sık sık güncellenmesi, veri depolama yerlerinin arttırılması, sesli ve görüntülü dosyalara sağlıklı bir şekilde erişim ve birden fazla kaynaktan ulaşımda yaşanan aksamalar olarak sıralamak mümkündür. (Özgen, 2011, 90).

İnternet gazeteciliğinin hem yayıncıya hem de okuyucuya sağladığı en büyük avantaj zaman kavramını doğru bir şekilde kullanabilmesidir. Zira son dakika meydana gelen bir gelişme dakikalar içerisinde internet gazetesinde yer alırken basılı olarak yayınlanacak gazetede saatler sonra ya da günler sonra yer alabilmektedir. İnternet gazetesinde yayınlanan bir habere, köşe yazısına veya bir makaleye okuyucular istedikleri her an ulaşabilmektedir. Burada internet gazeteciliğinin arşiv imkânı ortaya çıkmaktadır. Arşiv sistemi sayesinde yayınlanan içeriklerin konuları, tarihleri ve kaynaklarına göre detaylı bir tarama gerçekleştirilebilmekte ve istenen içeriğe kolay bir şekilde ulaşılabilmektedir (Sütçü, 2006, 15).

Teknolojide yaşanan gelişmeler ve internetin her geçen gün daha da yaygınlaşması geleneksel gazeteciliği olumsuz yönde etkilemektedir. Bunların başında da gazetenin satış sayısı olan tirajının aşağı yönlü bir seyir izlemesine neden olmasıdır. Bu durum karşısında ekonomik olarak kendini koruyamayan geleneksel gazeteler internet gazeteciliğine yenik düşerek yayın hayatına son verilmektedir. Bu yenik düşme sonucunda da basılan gazetenin sağlamış olduğu satış gelirinin azalması personellerin de işten çıkarılmalarına neden olmaktadır. İnternet gazetelerinde yer alan içerikler hızlı bir şekilde okuyucuya iletildiklerinden dolayı çoğu zaman denetimden geçmemektedir. Bu denetimsizlik ise

[28] Tanjev **Schultz**, "Interactive Options in Online Journalism: a Content Analysis of 100 U.S. Newspapers", *Journal Of Computer – Mediated Communication*, 5, 1, September 1999.

okuyucuların içerikleri bir gazeteci gibi değerlendirmesi gerektiği sorumluluğu yüklemektedir (Gürcan, 1999, 102).

Gazetelerin görevi doğru bilginin halka en çabuk şekilde ulaşmasını sağlamaktır. İnternet, gazetelerin bu işlevini yerine getirmesinde kullanılacak en hızlı yoldur. Gazetelerin zamanla internetin nimetlerinden faydalanmaya başlamasıyla, gazetecilik alanında yeni bir dönem başlamış ve internet gazeteciliğinin önü açılmıştır. İnternet gazeteciliğinin doğuşu gazeteyi yalnızca matbaa ürünü olmaktan çıkarmış, her an ulaşılabilecek bir enformasyon mecrasına dönüştürmüştür. İnternet üzerinden bilgi akışı sağlayan gazeteler, ses ve görüntü gibi öğelerle de kamuoyunun gazeteye bakış açısını değiştirmiştir (Aydoğan, 2019: 107).

Medyadaki teknolojik gelişmeler sayesinde, gazetelerin hedef kitleye ulaşması daha çabuk hale gelmiştir. İnternet gazeteciliği ile bilgiye ulaşım hali kolaylaşmış ve kişilerin ilgi alanlarına yönelik özel içerikler de internet gazetelerinde yerini almıştır. Tüm bunlar teknik açıdan sağlanan alt yapı ile mümkün olmuştur. [29]

2.3. İnternet Gazeteciliğine Geçiş Sürecinde Etkili Olan Unsurlar

İnternet gazeteciliği yazılı basın ve görsel basına kıyasla daha az maliyet gerektirmektedir. Bu özelliğinin yanı sıra görsel, işitsel ve yazılı medyanın tüm özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır.[30] Bununla birlikte yerel basın internet gazeteciliğini yürüterek içeriklerini çok sayıda okuyucu ile düşük bir maliyetle buluşturabilmektedir. Ulusal gazetelerin internet gazeteciliği aracılığıyla ulaştığı kişi sayısı ve erişebildiği mesafelere bakıldığında, yerel basın ulusal basınla bu sayede yarış halinde olabilmektedir. Bu durum reklam verenleri de internet gazetelerine yönlendirebilmekte ve reklam verirken internet ortamının

[29] Joao **Canavilhas**, "Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid", *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, 2007, s.2.

[30] Hamza **Çakır**, "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği" *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 22, 1, 2007, s.123-149.

avantajlarından yararlanabilmektedirler.[31] Tokgöz (2012, 106-107) 'e göre internet gazeteciliği uygulanmaya başlamasından bu yana üç dönem geçirmiştir; 1990 ile 1996 yılları arasında internet gazeteciliği ilk dönemini yaşamakla birlikte haberler ve görseller yani gazeteye girecek olan içerikler geleneksel gazeteye göre hazırlanmakta daha sonra internet gazetesi için düzenlenmekte idi. 1996 yılından sonra internet gazetelerinin içerikleri özel olarak hazırlanmaya ve okurların ilgi alanlarına göre bölümler oluşturulmaya başlanmış bu dönem ikinci dönem olarak kabul edilmiştir. İnternet gazeteciliği için üçüncü dönem okurların web sitesinde gezinebildikleri dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Üç dönemin özellikleri bugün hala karşımıza çıkmakta ve her döneme örnek teşkil eden uygulamalar görülebilmektedir.

İnternet gazeteciliğinin uygulanmaya başlanması ve yaygın hale gelmesinde önem taşıyan unsurlar bulunmaktadır;

• Bilgi Teknoloji Sistemlerinin Gelişmesi

Global gelişmeler, ekonomik büyümeler teknolojik unsurların da gelişmesine neden olmuştur. Dünyayı saran iletişim ağı ile küçük şirketler uzak mesafelerdeki kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Yerel olmaktan çıkan şirketler az maliyetle teknolojik gelişmelerin bir getirisi olarak globalleşmektedir.[32] Basın sektöründe yerel basının gelişen internet teknolojisi ile az sayıda personel bulundurarak yayın yaptığı bölge dışında ve hatta tüm dünyada okuyuculara ulaşabildiği görülmektedir.[33]

• İnternet Kullanımının Artması

Radyo, televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçları hedef kitlenin bilgi sahibi olabilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin hayatımıza girmesiyle enformasyona ulaşmak daha hızlı ve kolay hale gelmiştir. Bu nedenle internet gün geçtikçe daha fazla

---

[31] Mustafa **Kacur** ve Mustafa **Bostancı** " Kayseri'deki Yerel Gazetelerin İnternetteki Görünümleri Üzerine Bir Analiz", Tarih İçinde Kayseri Basını, Ed. Hamza Çakır ve Hakan Aydın (Konya: Palet Yayınları, 2012) s.397

[32] Mehmet **Özçağlayan**, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, Alfa Yayınları, İstanbul 1998, s.67.

[33] Kacur ve Bostancı, 400.

kişi tarafından kullanılmakta ve tüm dünyada yaygınlaşmaktadır. [34] günlük hayatın içinde olan internet kişilerin haber alma alışkanlıklarını da değiştirmekte ve tercih edilen araçlar değişmektedir. Bunun bir getirisi olarak internetin yaygın kullanımı basın sektörünü de etkilemiş ve geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçiş sürecini etkileyen adımlardan biri olmuştur.[35]

• Sosyal Faktörler ve Okuyucunun Değişen Medya Takip Alışkanlıkları

Günümüzde internet aracılığıyla insanlar oturdukları yerden enformasyona ve dünyanın her yerine tek bir tıkla ulaşabilmekte, finansal işlerini yürütebilmektedir. Birçok ürünü internet üzerinden satın alabilmekte ve bu durum günlük hayatın bir parçası haline gelebilmektedir.[36] Hayatın pratiklerinin değişmesiyle kişiler haber alanında da internet aracılığıyla daha aktif olmak istemekte ve hızlı bir şekilde enformasyona ulaşmayı beklemektedir.. Kitle iletişim araçlarına bakış açısını ve alışkanlıklarını değiştiren vaziyet karşısında internet gazeteciliği de hem kaçınılmaz hale gelmiştir hem de okuyucuya habere dahil olma şansı vermiştir.[37]

• Değişen Teknolojinin Basın İşletmelerinin İş Süreçleri Üzerindeki Etkisinin Artması

Sahada haber yapan muhabirler haber merkezine gitmeden internet üzerinden haberleri editöre ulaştırabilmektedir. İnternet, zamandan tasarruf etmenin önünü açarak gazeteciye haberini anında yayınlama fırsatı da sunmaktadır. [38] Basın sektöründe iş yapma pratiklerinde meydana gelen değişiklikler işletmeler arasında yarışın oluşmasına da neden olmuştur. Bu yarışla gazetecilik

[34] Şükrü **Balcı** ve Bünyamin **Ayhan** "Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzeri Bir Saha Araştırması" *Selçuk İletişim Dergisi*, 5,1, 2007, s.175-176.

[35] Kacur ve Bostancı, 401.

[36] Balcı ve Ayhan, 175-176.

[37] OEDS, "News In The Internet Age: New Trends In News Publishing", 2010 akt. Kacur ve Bostancı, 401.

[38] Gürcan, 84.

alanında internet teknolojisine ve alt yapısına sahip olmak, haberi en çabuk yayınlayan olmak gibi unsurlar önemli hale gelmiştir.[39]

• Reklam Gelirleri

Herman ve Chomsky'e göre medya kuruluşlarının önemli gelir kaynaklarından biri reklam gelirleridir. Medyanın ekonomik ve siyasal yapısını incelemek adına Herman ve Chomsky tarafından geliştirilen "Propaganda Modeli"ne göre medya kuruluşları maddi gelir elde etmek ve yayın hayatını devam ettirebilmek için reklam veren kuruluşlar tarafından seçilmek ister, bu durum rekabet ortamı da doğurmaktadır. Reklam verecek olan şirketler hedef kitleyi etkileyebilmek adına buna uygun ortamları seçmektedir.[40] Geleneksel gazetecilikte yaşanan bu durum internet gazeteciliği için de önem arz etmektedir. Reklam verenlerin uygun ortam arayışı internet ile daha görünür ve mümkün hale gelmektedir. İnternetin sunduğu sanal ortam gerçeklik algısını değiştirmekle birlikte hem reklam veren şirketler için hem de reklama maruz kalan okurlar için ürüne daha çabuk ulaşabilmeyi, ürünün özellikleri hakkında bilgi alabilmeyi sağlamaktadır. [41] Geleneksel gazeteler ile internet gazeteleri karşılaştırıldığında reklam verenlerin seçimlerini daha çok internet gazetelerinden yana kullandıkları görülmektedir. İnternetten yayımlanan gazetelere verilen reklamlar okuyucuyu ürüne daha ilgili hale getirebilmekte ve bu nedenle reklam veren şirketler internetin bu avantajını kullanmaktadır. İnternet gazeteciliği yapan medya kuruluşları reklam verenlerin tercihi haline gelmektedir.[42]

• Halka Dayalı Muhabirlik Anlayışının Ortaya Çıkması

Gelişen teknoloji ve yaygınlaşan internet kullanımı vatandaşların yaşanan olaylara gösterdiği reaksiyonları da

---

[39] Kacur ve Bostancı, 402.

[40] Levent **Yaylagül**, *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, Ankara 2016, s178-179-180.

[41] Göksel **Ataman**, *İşletme Yönetimi*, Türkmen Kitabevi Yayınları, İstanbul 2001, s.397.

[42] C. James **Foust.** *Online Journalism: Principlesand Practices Of News ForTheWeb.Arizona:* HolcombHathawayPublishers, 2009, akt. Kacur ve Bostancı, s.403.

değiştirmektedir. Günümüzde neredeyse her birey kamerası bulunan cep telefonları kullanmakta ve bir olay ile karşılaşıldığında cep telefonları ile olayı kayıt altına almaktadır. Kayıt altına alınan görüntüler veya sesler kişilerin sosyal medya hesaplarından paylaşılmakla beraber gazetelerin ihbar hatlarına da gönderilmektedir. Vatandaşlar bir muhabir edasıyla haberi kaydetmekte ve internet aracılığıyla kitlelere ulaştırabilmektedir. Böylece vatandaşlar yalnızca okuyucu değil haberi üreten kişilere de dönüşmektedir.[43]

2.4. İnternet Gazeteciliğini Geleneksel Gazetecilikten Ayıran Temel Özellikler

Geleneksel gazetecilik 17. yüzyılda hayatımıza girmiş ve o günden bu yana değişen ve gelişen teknoloji ile orantılı olarak değişmiştir. Gerek içerik gerekse de şekil bakımından zamanla birçok değişim yaşayan gazete 20. yüzyılın sonlarında internet ile tanışmıştır. Dünyada ve Türkiye'de internet üzerinden haber yayını yapmaya başlayan gazeteler ile yeni bir gazetecilik alanı doğmuş ve internet gazeteciliği ortaya çıkmıştır. Gazetecilik ilkeleri açısından geleneksel gazetecilik ile benzer yönleri olan internet gazeteciliğinin, farklı yönleri de mevcuttur.

Geleneksel gazetecilikte haber yazıldıktan sonra gazetenin basım ve dağıtım yapması gerekmektedir. Bu gereklilik haberin kamuoyuna ulaşmasında gecikmelere neden olabilmekte ve haber güncelliğini yitirebilmektedir. İnternet gazeteciliği açısından düşünüldüğünde haberler daha hızlı yayınlanmakta ve halka ulaşmaktadır. Haberlerin hızlı ulaşımının yanı sıra her an güncellenebilir olması ve habere dair ses ile görüntülerin haber ile sunulması okunurluğu artırabilmektedir. İnternet gazeteciliğinde geleneksel gazeteciliğin aksine her an ulaşılabilirlik özelliği vardır. Okuyucu istediği an bir tıkla habere ulaşım sağlamaktadır. Haberlerin internette arşivlenmesi geleneksel arşiv yöntemine göre daha kolay olmakla birlikte arşivlenmiş haberlere erişim sağlamak

[43] Yusuf **Devran** ve Ö. Faruk **Özcan**, "Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği: Fırsat mı Tehdit mi?", *Global Media Journal TR Edition*, 7, 14, Bahar 2017, s.151.

da bir o kadar kolaydır. İnternet gazeteciliği geleneksel gazetecilik karşısında hipermetinsel özellik göstermektedir. Hipermetinselliğin bir getirisi olarak okuyucu, internet üzerinden ulaştığı haber ile ilgili olan sayfaların linklerinden anında o konuya dair farklı bilgiler edinmektedir (Etkeser, 2015: 15-16).

İnternet gazeteciliği okura haberlere getirdikleri yorumları paylaşabilme olanağı sunmaktadır. Geleneksek gazete okurlarının habere ilişkin yorum yapabilmeleri olanaksızken internet gazetelerinin okuru sürecin bir parçası haline getirmesi kamuoyunu internet gazetelerine çekebilmektedir. Okurun haberi değerlendirmesi, paylaşması, beğenip beğenmemesi haber sitelerinin geri beslemeye yönelik ölçütlerinden olmaktadır (Sütçü, 2006, 315).

Geleneksel gazetelerin sayfa sınırı bulunmaktadır, bu durum bazı haberlerin gazete yer alamamasına neden olmaktadır. İnternet gazetelerinde ise okuyucunun yazılı basında göremediği haberleri bulabilme imkânı vardır. Ek olarak gazetelerin çoğu zaman ayrıntılı olarak vermediği ulaşım, hava durumu, konser ve buna benzer konulara ilişkin ayrıntılı açıklamalar internet gazetelerinde okurlarla buluşturulmaktadır (Sütçü, 2006, 315-316).

İnternet gazeteleri ile geleneksel gazetelerin içerik kaynaklı farklılıklarının yanı sıra mali olarak da birbirlerinden ayrıldığı görülmektedir. Birkaç farklı gazeteden haber okumak isteyen okurlar belirli ücretler ödemek zorundadır. Fakat internet gazetelerine erişim için, internet bağlantısına ödenen aylık ücret hariç hiçbir ücret talep edilmemektedir. Bu durum okuyucu için hem daha ucuz bir şekilde habere ulaşma imkânı sağlamaktadır hem de bayiye gitmeden kolaylıkla gazete okuyabilme rahatlığı sunmaktadır (Gürcan, 1999, 97).

Geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğinin okur açısından farkları olduğu gibi gazeteci açısından da farkları bulunmaktadır. Gazeteci yaptığı haberi internet üzerinden daha hızlı bir biçimde editöre ulaştırabilmektedir. Zaman ve mekân açısından iyileştirme sağlayan internet teknolojisi, gazetecinin işini

kolaylaştırmakta ve daha çabuk sesini duyurmasına olanak sağlamaktadır (Özdemir, 2009: 35-36).

Gazetecilerin geleneksel gazete için hazırladıkları haberler boyut bakımından sayfa sınırı kapsamında revizelere mahkûm olabilmektedir. İnternet ortamı gazetecilere haberlerini istedikleri uzunlukta sunma ve ses, görüntü gibi eklemeler yapabilme şansı sunmaktadır (Kara, 2002, 37).

Gazeteci yaptığı haberleri ya da o gün yayımlanmış tüm haberleri arşivlemek istediğinde internet gazeteciliği oldukça etkin bir mecradır. Ayrıca yazacağı habere kaynak oluşturabilmesi bakımından yıllar önceki bir haberi arşivden bulabilmesi internet gazeteciliğinin olumlu yanlarından biridir. O habere ilişkin anahtar kelimeler, yayın tarihi gibi yardımcı unsurlar da internet arşivinin gazetecilere sunduğu kolaylıklardandır (Özdemir, 2009: 37).

Geleneksel gazetelerin okurlara ulaşabilmesi internet gazetelerine oranla daha zordur. Dağıtım yönteminin kullanıldığı geleneksel gazetecilik alanında gazeteci haberini kısıtlı sayıdaki okuyucu ile buluşturabilmektedir ancak internet gazetecileri dünyanın her yerinden ulaşılabilme kolaylığından ötürü büyük kitlelere haberlerini ulaştırmaktadır. Ayrıca geleneksel gazetecilikte ulaşılan kişi sayısı mevcut basılmış gazetelerin satış rakamları ile yani tirajlar ile bilinirken; internet gazeteciliğinde haberin kaç kez okunduğu, kaç kişi tarafından paylaşıldığı gibi veriler anlık olarak sunulmaktadır (Gezmen, 2002, 76-77).

Tablo 1. Geleneksel Gazetecilik ile İnternet Gazeteciliğinin Arasındaki Farklar

Geleneksel Gazetecilik	İnternet Gazeteciliği
Genel ilgiye yönelik haber	Özelleştirilmiş haber ve kişiselleştirme
Fiziksel olarak sınırlı	Fiziksel olarak sınırsız
Mekân sınırlı	Mekân sınırsız

Geleneksel Gazetecilik	İnternet Gazeteciliği
Zamansal olarak sınırlı Belirli bir süreye bağlı olma Sabit üretim döngüsü	Zamansal olarak sınırsız Belirli bir süreye bağımlı olmama (arşiv) Çeşitli üretim döngüleri (güncelleme)
Format sınırlı	Format Sınırsız (çok ortamlılık)
Profesyonel	Kullanıcının ürettiği içerik
Genellikle durağan	Genellikle dinamik

Kaynak: *Aydoğan, 2012: 24.*

İnternet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilikten bir diğer farkı ise kâğıt ve matbaa maliyetlerinin olmamasıdır. İnternet gazeteciliğinde web sayfası üzerinden düzenleme ve yayın yapılmaktadır. Değişen baskı ve kâğıt fiyatları gazete işletmecileri için maddi yük oluşturmaktadır. Bu nedenle internet gazeteciliği işletmeci açısından da maliyet kolaylığı sağlamaktadır (Sütçü, 2006, 317).

2.5. Türkiye'de İnternet Gazeteciliği

İnternet gazeteciliği ilk olarak Amerika'da başlamıştır Wired Magazin isimli dergi 1993 yılında internet ortamından yayın yapmaya başlamıştır. Washington Post, The New York Times, Daily Mirror gibi gazeteler 1995'te Yeni Yüzyıl Yayım ismiyle bir şirket kurup gazetelerini internet ortamına taşımışlardır (Gürcan, 1999: 32). Medya alanında değişimler yaşandığı sırada Türkiye interneti kullanmaya başlamıştır. Türkiye'de medya alanındaki değişimler holdingleşme ve tekelleşmeyi işaret etmektedir. Bunların sonucu olarak o dönemde haberlerin tarafsızlığı ve basın özgürlüğü gibi konular gündeme gelmiştir. Medya holdingleri internet gazeteciliğine geçiş için girişimlerde bulunmuş ve gazete içeriklerini internet ortamına taşımışlardır. Medya gruplarının internet ortamında etkin olma istekleri ticari kayıp yaşamaktan korkmalarıdır. Çünkü internetin geleneksel medya alanlarından daha etkin olacağını düşünmüşler ve internet mecrasını gazetecilik anlamında ellerinde tutmak istemişlerdir (Çevikel, 2004: 147–165).

Türkiye'de ilk olarak Çukurova medya grubu 1995 senesinde internet mecrasına yatırım yaparak diğer grupların da önünü açmıştır. Çukurova grubunu Uzan Medya Grubu, Doğuş Medya Grubu, Doğan Medya Grubu, İhlas Medya Grubu ve Medya Holding takip etmiştir. Bu grupların internet ortamındaki girişimleri servis sağlayıcı niteliğindedir. Anadolu Ajansı ve Cumhuriyet Gazetesi ise internet yatırımlarını içerik üzerine yapmışlardır (Aydoğan, 2005: 269).

Milliyet gazetesi 26 Kasım 1996 yılında milliyet.com.tr adresiyle yayına başlamıştır (Yolcu, 2009, 137). 1997 yılında gazete içeriğini tümüyle internet mecrasında sunmasıyla bu alanda ilk gazete olmuştur. Milliyet Gazetesi'nin internet ortamında yayına başlamasından 1 yıl sonra Hürriyet ve Sabah Gazetesi de basılı gazetelerinin içeriklerini internet üzerinden yayınlamaya başlamıştır (Çakır, 2007, 138). Sadece İnternet üzerinden yayın yapan ilk gazete XN gazetesi olmuştur. Bu gazete içeriklerini diğer gazetelerden alarak kaynak göstermiş ve 1996 yılı itibariyle büyük ilgi görmüştür. Zamanla tüm büyük gazetelerin internet ortamında etkin olmasıyla "XN" yayın hayatına veda etmiştir (Karaman, 2010: 36).

Tablo 2. Türkiye'de Basılı Gazetelerin İnternette Yayına Başlama Tarihleri

Gazete	İnternette Yayına Başlama Tarihi
Turkish Daily News	19 Mayıs 1996
Türkiye	9 Kasım 1996
Milliyet	26 Kasım 1996
Fanatik	25 Aralık 1996
Hürriyet	1 Ocak 1997
Sabah	1 Ocak 1997
Akşam	15 Eylül 1997
Yeni Yüzyıl	4 Mart 1998
Güneş	2 Nisan 1998
Radikal	1 Mayıs 1998
Cumhuriyet	7 Mayıs 1998

Gazete	İnternette Yayına Başlama Tarihi
Millî Gazete	3 Ekim 1998

Kaynak: *Kuyucu, 2013: 64.*

Çakır (2007,139)'a göre, Türkiye için internet gazeteciliğinin gelişimini iki döneme ayırmak mümkündür. İlk dönem 1995-2000 yılları arası dönemdir. Bu dönemde internet mecrası yeni tanınmış ve gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde gazeteler basılı sayılarını internete aktarmış, basılı ve internet ortamındaki gazete arasında farklılıklar olmamıştır. İnternet gazeteciliği olarak tanımlanacak dönem 2000 sonrası yanı ikinci dönemdir. 2000'li yılların başında yaşanan ekonomik kriz nedeniyle işsiz kalan gazeteciler internet mecrasına yönelmiş ve sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri ortaya çıkmıştır. Günümüzde internet üzerinden yayın yapan haber siteleri oldukça fazladır.

Bu ekonomik krizlerin medya sektörüne etkisi ile yaklaşık dört bin gazeteci işsiz kalmıştır. İşsiz kalan gazetecilerin internet gazeteciliğine yönelmesinin sebebi internet mecrasının yatırım gerektirmeyen ve mesleklerini rahatça icra edebilmelerini sağlayan bir mekanizma olmasıdır. İnternet gazeteciliğinin gelişmesindeki en büyük etkenlerden biridir (Erdoğan, 2007, 28).

2.6. Yerel Basında İnternet Gazeteciliği

Çıktıkları ilk zamandan bu yana yerel gazeteler sosyal yapı içerisinde oldukça önemli olan görevler üstlenmişlerdir. Bu yerel gazeteler toplumun bilgilenmesi dışında yayınlandığı şehrin problemlerine eğilmekte ve bu konularla ilgili içerikler hazırlamaktadır. Bundan dolayı yerel gazeteler ile toplum arsında çok yakın bir ilişki kurulur (Girgin, 2001, 169).

Yerel basın, kişilerin doğup büyüdükleri coğrafyayla olan bağını sürdürebilmek için de önemli bir etkendir. İnsanların yaşadıkları coğrafyadan ayrılıp başka bir coğrafyaya gittikleri zaman uzun yıllar yaşam sürdükleri şehirlerden de haberdar olmak, oraya ait kültürel değerlerin ve toplumsal yaşamın takibinde kalmayı devam ettirmelerini yerel basın sağlamaktadır (Nacaroğlu, 2009, 520).

İletişim teknolojileri alanında her geçen gün yeni bir gelişmenin yaşanması ve tüm dünyayı saran internet yerel basın tarafından da yakından izlenmektedir. Özellikle yerel gazetelerin yakından takip ettiği bu gelişmeler kendi bünyelerinde köklü değişimler sağlamıştır. İnternet sayesinde anlık haberler iletebilen yerel gazeteler kendi bulundukları şehirlerdeki gelişmeleri de anında okuyuculara iletebilir duruma gelmiştir (Değirmencioğlu, 2011, 20).

Daha hızlı bir şekilde haber iletimi sağlayan internet gazeteciliği yerel gazetelerin de dâhil olmasını sağlamıştır. Yerel gazetelerin de internet gazetesi haline gelmesi ile bu gazeteler okuyucuların pasif durumdan çıkıp aktif bir duruma gelmesini sağlamıştır. Bu sayede okuyucular okudukları içerikler hakkındaki düşüncelerini yayıncıya ulaştırabilme imkânı elde etmiştir. Yerel internet gazeteleri daha fazla kişiye ulaşabilme çoklu ortamların sayısında yaşanan artış nedeniyle birden farklı platformda yerini almak için çabalamaktadır (Karaman, 2010: 42)

İnternet gazeteciliğinin yerel basına sunmuş olduğu bir diğer önemli etken ise yerel olanın sınırını genişletmesidir. Zira küçük bir kasabada, çok az bir nüfusa sahip olan ilçede çıkarılan bir gazetenin internet ortamında yerini alması durumunda bu sınırlar ortadan kalkacak ve tüm dünya tarafından ulaşılabilecektir. Sınırların ortadan kalkması da haberin değeri olan yakınlık ve zamanlılık kavramları değişime uğramıştır. Bu anlamda internet gazeteciliğine geçiş yapan yerel gazeteler daha etkili bir kitle iletişim aracı haline gelmektedir (Gürcan ve Bekiroğlu, 2007, 24).

İnternet ortamında bulunan yerel gazeteler, kendi yörelerinde yaşanan gelişmeleri, sorunları ve kendi yerel kültürleri ile değerlerini dünyanın her yanındaki insanlara ulaştırabilme imkânı bulabilmektedir. Bu olanak, basılı bir yerel gazete için mevcut sınırların ortadan kalkarak insanlara erişimin kapsamını genişletmektedir. Ayrıca internet ortamında da yayın yapan yerel gazeteler gerek yurt içinde gerekse yurt dışında yaşayan ve kendi kentleri, ilçeleri, yöreleri ile ilgili gelişmelere duyarlı ve buralardan haber alma gereksinimi içinde olan hemşerilerine de ulaşabilmektedir. Dolayısıyla internet gazeteciliği vasıtasıyla yerel

gazeteler, kendi memleketlerinden çok uzaklarda yaşayan insanlara erişerek, onlara kendi yörelerinden haber ulaştırırken, bir aidiyet duygusu yaşatma işlevi de göstermektedirler **(www.golbasiajans.com).**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İçinde bulunduğumuz zaman dilimi içerisinde internet gazeteciliğinin yaygın hale gelmesi gazetecilik alanına birçok değişim getirmiştir. Geleneksel gazeteler iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerle birlikte internetin de insanlar tarafından yaygın olarak kullanılması gazetelerin internet ortamında var olmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu zorunluluk sadece ulusal gazetelerin değil yerel olarak yayınlanan gazetelerin de uyması gereken bir durum haline gelmiştir.

Bu araştırmanın amacı yerel ve ulusal basında geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini bir arada icra eden gazetelerin içeriklerinde farklılıklar ya da benzerlikler olup olmadığını belirlemek ve Yozgat basınının internet gazeteciliği açısından ulusal basın karşısındaki konumu ile internet gazeteciliğinde hangi aşamada olduğunu görünür kılmaktır. Bu amaç doğrultusunda Tokgöz (2012, 106-107) 'ün belirttiği internet gazeteciliğinin yaşadığı üç aşama incelenmiş olup, gazetelerin basılı mecraları ile internet sitelerinde haber türü, sayısı, görsel sayısı, haber kaynağı, ilan ve reklam sayılarındaki farklılıklar ve benzerlikler ortaya çıkarılmıştır. Ulusal basın ile Yozgat basınının gazetecilik pratiğini nasıl uyguladıklarını görünür hale getirilmiştir.

Daha önce Yozgat basını üzerine akademik bir çalışmanın yapılmamış olması, Yozgat basınının gazetecilik açısından hangi aşamada olduğunu gösterebilmek adına önem taşımaktadır. Bununla birlikte akademik literatürde Yozgat basını ile ilgili az sayıda kaynak ve bilgi bulunmaktadır. Bu çalışma ile akademik mecrada Yozgat basınına dair kaynak da oluşturulmuştur.

Bu çalışmanın çerçevesi oluşturulurken dikkate alınan çalışmalardan biri Aslı Köseoğlu tarafından 2017 yılında yapılan "Dijital Ortamda Yerel Basın: Tekirdağ Örneği Üzerinden Bir İnceleme" isimli çalışmadır. Çalışmada, Tekirdağ'da yayın yapan

gazetelerin internet sitelerinde yaptıkları yayınları haber sayıları, haber türü, görsel sayıları gibi kategoriler oluşturarak birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Ayrıca bu gazetelerin dijital ortama geçmeleriyle birlikte geçirdikleri değişimler de çalışmada yer almıştır.

Köseoğlu'nun kullandığı ölçek dikkate alınmıştır ancak bu çalışmanın farkı Yozgat basınının yalnızca dijital ortamdaki yayınlarının değil basılı gazetelerinin de incelenerek birbiri ile karşılaştırılmasının yanı sıra ulusal basınla da karşılaştırılmış olmasıdır. Burada amaç Yozgat basınının ulusal basın karşısındaki konumunu ortaya çıkarmaktır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında Yozgat il merkezinde günlük olarak yayımlanan altı (6) yerel gazete bulunmaktadır. Bunlar Yozgat Çamlık, İleri, Yeni Ufuk, Merhaba Yozgat, Yozgat Hakimiyet ve Yozgat Haber gazeteleridir. Yozgat Merkez'de altı (6) yerel gazete bulunmasından ötürü ulusal basından yüksek tiraja sahip ilk altı gazete olan Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü, Posta ve Türkiye örneklem olarak seçilmiştir. Bu gazetelerin tiraj rakamları şu şekildedir; Hürriyet Gazetesi 195 bin, Milliyet Gazetesi 122 bin, Sabah Gazetesi 191 bin, Sözcü Gazetesi 200 bin, Posta Gazetesi 127 bin ve Türkiye Gazetesi 120 bin tiraja sahiptir. Örneklemler hem internet üzerinden yayınlanan hem de basılı olarak yayımlanan gazetelerdir.

Tablo 3. Çalışmaya dâhil edilen ulusal gazetelerin haftalık tiraj sayıları

Gazete Adı	Haftalık Tiraj Sayıları
Hürriyet	195 bin
Milliyet	122 bin
Sabah	191 bin
Sözcü	200 bin
Posta	127 bin
Türkiye	120 bin

Kaynak: *http://gazetetirajlari.com/*

3.3. Yöntem

Araştırmada literatür taraması, gazete içeriklerini ortaya koyabilmek için içerik analizi ve Yozgat basın temsilcilerinin internet gazeteciliğini nasıl uyguladıklarını anlamlandırmak amacıyla görüşme tekniği kullanılmıştır.

İçerik analizi yöntemi, nicel sonuçlar alınabilmesi için 20. yüzyıl 'da Columbia Gazetecilik Okulu üyelerinin gazete metinlerini çözümleme uğraşları sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu okulun gazeteler üzerinde yaptığı çalışmalar o dönemdeki gazetelerin zamanla nasıl değiştiğini gözlemek, şehirdeki ve kasabalardaki yayın organlarını karşılaştırmak ve nicel sonuçlara erişmek amacı taşımaktadır. İlk kez içerik analizi yöntemini kullanarak çalışma yapan Laswell olmuştur. Laswell birinci Dünya Savaşı'nın getirdiği propaganda sürecini daha iyi okuyabilmek için ve nicel sonuçlar almayı amaçlayarak birçok çalışmaya imza atmıştır. Propaganda çalışmalarını ve basın yayın faaliyetleri üzerine çalışmalar yapan Laswell, deneyimlerini "Dünya Savaşında Propaganda Tekniği" isimli kitabında sunmuştur. 1950 yılına gelindiğinde Berelson ve Lazarsfeld içerik analizine yönelik kaideler belirlemiştir. Bu yöntemin göz önünde bulunanın tarafsız ve nicel tasviri olarak tanınmasını sağlamışlardır.[44] (Geray, 2017)'e göre içerik analizi şu şekilde tanımlanabilmektedir;

İçerik çözümlemesi, iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir.

Yukarıdaki tanımlar ve esasları nedeniyle bu çalışmada temel alınan yöntem içerik analizi yöntemi olmuştur. İçerik analizi yöntemiyle bu çalışmada, belirlenen yerel ve ulusal gazetelerin hem geleneksel gazetede yayımlanan hem de internet sitelerinde yayınladıkları içerikler birbirleriyle karşılaştırılmıştır. Oluşturulan tablolar ile içerikler haber sayısı ve türü, görsel sayısı ve türü, haber kaynakları, ilan sayısı ve türü ile reklam sayıları temek başlıklar olarak belirlenmiştir. Bu başlıklar altında gazetelerin geleneksel

[44] Bilgin, s.3-4.

gazetelerinde ve internet sitelerinde yayımladıkları içerikler sayısal olarak belirlenmiştir. Her gazete bu yöntemle analiz edilmiş ve karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Her bir gazetenin geleneksel basılı mecrası ve internet mecrası içerik bakımından önce kendi içlerinde karşılaştırılmış daha sonra diğer gazeteler ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

İçerik analizinin kullanıldığı karşılaştırmalı çalışmalar bu çalışma gerçekleştirilirken dikkate alınmıştır. 2013 yılında Betül Akbulutgiller tarafından yapılan bir çalışmada, Erzurum ve İzmir'de yayın yapan yerel basının internet ortamındaki görünürlüğü içerik analizi yöntemiyle belirlenmiştir.[45] Bir diğer benzer çalışma ise 2010 yılında Emre Vadi Balcı tarafından hazırlanan "Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırması" isimli yüksek lisans tezidir. Bu tezde bir haberi oluştururken dikkate alınması gereken haber değer etmenleri sunulmuş ve geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğinde yer alış biçimleri karşılaştırılmıştır. Verilerin incelenmesi içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.[46] Örnek teşkil eden diğer bir çalışma Aslı Köseoğlu tarafından 2017 yılında yapılan "Dijital Ortamda Yerel Basın: Tekirdağ Örneği Üzerinden Bir İnceleme" isimli çalışmadır. Köseoğlu, Tekirdağ'da yayın yapan gazetelerin internet sitelerinde yaptıkları yayınları haber sayıları, haber türü, görsel sayıları gibi kategoriler oluşturarak birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Ayrıca bu gazetelerin dijital ortama geçmeleriyle birlikte geçirdikleri değişimler de çalışmada yer almıştır.[47] Köseoğlu'nun bu çalışmasında yer alan haber türleri, haber kaynakları, görsel sayıları gibi belirleyici unsurların yer aldığı ölçek bu çalışma oluşturulurken örnek alınmıştır.

---

[45] Betül Akbulutgiller, "Yerel Gazetelerin İnternet Ortamında Görünümleri: Erzurum ve İzmir Örneği", Erciyes Üniversitesi SBE, Kayseri 2013, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), s.90.

[46] Emre Vadi Balcı, " Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırması", Selçuk Üniversitesi SBE, Konya 2010, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), s.104.

[47] Aslı Köseoğlu, "Dijital Ortamda Yerel Basın: Tekirdağ Örneği Üzerinden Bir İnceleme", *Egemia*, 1, 2017, s.33-56.

Bu çalışmanın dikkate alınan çalışmalardan farkı, gazetelerin dijital ortamdaki görünümüne değil basılı gazeteleri ile arasındaki içerik farklarına eğilmiş olmasıdır. Bir diğer farkı Yozgat basınının ulusal basınla da karşılaştırılmış olmasıdır. Burada amaç Yozgat basınının ulusal basın karşısındaki konumunu ortaya çıkarmaktır.

Bu araştırmada ayrıca Yozgat'taki durumun daha iyi anlaşılabilmesi için veri toplama yöntemlerinden olan görüşme (mülakat) tekniği de kullanılmıştır. Görüşme, çoğunlukla yüz yüze yapılan veri toplamaya yarayan bir teknik olmakla birlikte görüşme yapılan kişilerin tutumlarını soru yöneltilen konulardaki bilgi birikimini açığa çıkarmayı sağlamaktadır.[48] Görüşmenin birçok çeşidi vardır ve belirli başlıklarla birbirinden ayrılmaktadır. Amacına göre, görüşmecilerin sayısına göre, kuralların katılığına göre ve görüşmeye katılan kişiye göre farklı teknikler içermektedir. Kuralların katılığına göre ayrılan görüşme tekniği üç balıktan oluşmaktadır; tam yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmamış görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme. Yapılandırılmış görüşmede, görüşmeci tarafından sorular önceden hazırlanmış vaziyettedir ancak görüşülen kişiye soru sorulduğunda belirlenmiş iki şıktan birini seçmesi istenmektedir. Burada hangi cevapların toplanacağı önceden belirlenmiştir. Yapılandırılmamış görüşmede, sorular önceden hazırlanmış olsa da görüşme esnasında gidişata göre değiştirilebilir veya derinleştirebilir. Bu teknikte toplanan verilen analiz edilmesi zorlu bir süreçtir. Yarı yapılandırılmış görüşmede ise, sorular görüşmeci tarafından önceden hazırlanmıştır ve görüşülen kişiye görüşme sırasında tam bir serbestlik sağlanmaz. Sorulan sorular ışığında katılımcının yarı serbest bir şekilde cevap vermesini gerektirir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine, yapılandırılmamış görüşme tekniği ile yapılandırılmış görüşme tekniğinin ortasında demek mümkündür.[49]

Görüşme tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği bu çalışmada kullanılmıştır. Yozgat yerel basını hakkında bilgi

[48] Ali Yıldırım ve Hasan Şimşek, " Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", Seçkin Yayıncılık, Ankara 2018, s.129.

[49] Niyazi **Karasar**, "Bilimsel Araştırma Yöntemi", Nobel Yayınları, Ankara 2013, s.166-168.

edinmek için önceden hazırlanmış açık uçlu sorular yerel basın temsilcilerine yöneltilmiştir. Gazetelerin ne zaman internet gazeteciliğine geçtikleri, internet gazeteciliğini ve geleneksel gazeteciliği nasıl yürüttükleri, niçin basılı gazeteyi olduğu gibi internet ortamına aktardıkları, haberlerin kaynaklarının neden belirtilmediği, internette basılı gazeteye göre sayfa sınırı yokken neden basılı gazetedeki haber sayısı ile internet sitesindeki haber sayılarının birbirine yakın olduğu, niçin az görsel kullanıldığı, internet sitesini anlık güncelleyip güncellemedikleri, son dakika haberlerine internet sitelerinde yer verip vermedikleri, ilan ve reklam kaynaklı maddi imkanları ilgili gazetelerin imtiyaz sahipleri ya da yazı işleri müdürleri ile yapılan görüşmede sorulmuştur. Yapılan görüşmeler katılımcıların izinleri alınarak telefon ile ses kaydı yapılmak üzere kayıt altına alınmıştır.

3.4. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın kapsamını Yozgat'ta günlük olarak yayımlanan yerel gazeteler ile en yüksek tiraja sahip ilk altı (6) ulusal gazete oluşturmaktadır. Bu gazeteler geleneksel gazetecilik ve internet gazeteciliği özelinde karşılaştırılarak, basılı gazeteleri ve internet siteleri ele alınmıştır. Örneklem olarak seçilen Yozgat Çamlık, İleri, Yeni Ufuk, Merhaba Yozgat, Yozgat Hakimiyet, Yozgat Haber ve Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü, Posta, Türkiye gazetelerinin 17 Mart 2020 ile 23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan basılı gazeteleri ve internet siteleri araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

3.5. Araştırma Soruları

Geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğinin yerel ve ulusal basında uygulanma farklarını ele alan bu araştırma kapsamında bazı sorulara cevap aranmıştır. Bu sorular;

- İnternet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğe göre daha mı avantajlıdır?
- Gazetelerin internet sitesinde yayınladıkları haberler, görseller, reklamlar ve ilanlar ile basılı gazetelerinde

yayınladıkları haberler, görseller, reklamlar ve ilanlar arasında sayısal farklılıklar bulunmakta mıdır?

- Yerel basın ve ulusal basın internet gazeteciliğini uygulama açısından benzerlik göstermekte midir?
- Geleneksel gazetecilikte sayfa sınırı düşünüldüğünde, internet mecrası haber görsellerini paylaşma açısından avantajlı mıdır?
- Haberin kaynağının belirtilmesi açısından yerel basın ile ulusal basın benzerlik göstermekte midir?
- Yerel basın internet gazeteciliğini tam anlamıyla yerine getirmekte midir?
- Gazetelere verilen ilan ve reklam sayıları basılı gazete ile gazetelerin internet sitelerinde farklılık göstermekte midir?
- Yerel basın görevi gereği yerel haberlere ağırlık vermekte midir?
- Yerel basında, ulusal ve global haberler yer almakta mıdır?
- Yozgat basını internet gazeteciliği açısından ulusal basın karşısında nasıl bir konumdadır?
- Yozgat basını internet gazeteciliğini uygulama açısından hangi aşamadadır?

3.6. Bulgular ve Yorum

Çalışma kapsamında ele alınan Yozgat Çamlık, İleri, Yeni Ufuk, Merhaba Yozgat, Yozgat Hakimiyet, Yozgat Haber ve Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü, Posta, Türkiye gazetelerinin internet siteleri ve basılı gazeteleri yedi gün süreyle incelenmiştir. Gazetelerin ulusal, yerel ve global haber sayıları, görsel sayıları, haber kaynakları ile yayınlanan ilan ve reklamlar ele alınmıştır. Veriler içerik analizi yönteminin kategorisel analiz tekniği ile çözümlenerek, yerel basın ve ulusal basın çerçevesinde gazeteler arasındaki içerik farklılıkları ortaya konmuştur. Yerel ve ulusal gazetelerin internet üzerinden haberlerini yayınladıkları siteler ve basılı gazeteleri incelenerek verilere ulaşılmıştır.

3.6.1. Ulusal Gazeteler

3.6.1.1. Sabah Gazetesi Verileri

Sabah Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 4. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	403	1139
Global Haberler	85	218
Toplam	**488**	**1357**

Tablo 4'e bakıldığında Sabah Gazetesi'nin yayımladığı basılı gazetede ulusal ve global haberler internet sitesine oranla daha azdır. İnternet gazeteciliğinin avantajları düşünüldüğünde son dakika haberlerin anında okuyucu ile buluşturulabilmesi gazetenin internet sitesinde daha fazla haber almasını sağlamıştır. Günlük haberler sabah saatlerine kadar derlenip basıma gitmekte ve geleneksel gazete ortaya çıkmaktadır. Basılı gazeteye gün içerisindeki gelişmeler eklenememekle birlikte yapılan incelemede görülmüştür ki Sabah Gazetesi'nin internet sitesinden günün her saati haber paylaşımı yapılmaktadır, bu durum internet sitesinde yer alan haber sayılarının basılı gazeten daha fazla olmasını açıklar niteliktedir.

Tablo 5. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	1209	7973
Global Görsel	255	1526
Toplam	**1464**	**9499**

Tablo 5'te görülüyor ki Sabah Gazetesi'nin internet sitesinde yayınladığı haberlere ilişkin görseller basılı gazeteye göre daha fazladır. Tablo 3'te yer verilen haber sayılarına bakıldığında internet sitesinde her haberde ortalama 7 görsel kullanıldığı söylenebilmektedir. Basılı gazetede sayfa sınırının olması yayımlanan görsel sayısını etkileyebilmektedir.

Tablo 6. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	258	0
İsimsiz Haberler	148	1042
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	82	315

Tablo 6'da ifade edilen verilere göre Sabah'ın basılı gazetesinde yer alan haberler çoğunlukla gazetenin kendi muhabirleri tarafından yapılmakta, isimsiz yayımlanan haberlerin sayısı da gazetenin muhabirlerinin imzası olan haber sayısına yakındır. Ajanlardan haberlere de az sayıda yer verilmiş. Tabloda en dikkat çeken unsur, gazetenin internet sitesinde incelemenin yapıldığı tarihlerde yayımlanan haberlerde kendi muhabirlerinin imzasının yer almamasıdır. Gazete internet sitesinde basılı gazeteye göre daha fazla isimsiz haber kullanmış ve kaynak belirtmemiştir.

Tablo 7. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	49	0
Özel İlan Sayısı	507	602
Toplam	**556**	**602**

Sabah Gazetesi'nin internet sitesinde inceleme yapılan tarihlerde resmi ilana rastlanılmamıştır. Bu karşın özel ilan sayısı

basılı gazeteye oranla çok daha fazladır. Basılı gazetede de resmi ilanlar yer almakta ancak özel ilanlara daha fazla yer verilmektedir.

Tablo 8. Sabah Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	13	48	61

Sabah'ın basılı gazetesi ve internet sitesinde yayımlanan reklamlara ilişkin verilerin yer aldığı 8. tabloya bakıldığında, 7 günlük süreçte gazetenin internet sitesinde yer verdiği reklamlar basılı gazeteye oranla sayıca daha fazladır. Bunun nedeni basılı gazetede sayfa sınırının olması veya internet sitesinde yer alan reklamlardan ekonomik anlamda daha fazla pay alınması gibi durumlar olabilmektedir. Ancak bu durumun sebebi hakkında yorum yapmak reklam ücretlerinin bilinmemesinden dolayı neredeyse imkansızdır.

3.6.1.2. Sözcü Gazetesi Verileri

Sözcü Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 9. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	546	668
Global Haberler	140	157
Toplam	**686**	**815**

Sözcü Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesi 7 gün süreyle incelenmiş ve haber türlerinin arasında sayıca farklılıklar olduğu görülmüştür. Gazetenin internet sitesinde 7 günlük süre

içerisinde toplamda 815 habere rastlanmış olup bu haberlerin 157'sinin global haberlerden oluştuğu belirlenmiştir. Ulusal düzeydeki haberler gazetenin iki mecrasında da global haberlere göre fazlalık göstermektedir. Her iki mecradaki toplam haber sayılarına bakıldığında basılı gazetede yer alan haberlerin gazetenin internet sitesindeki haberlere oranla sayıca az olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 10. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	1630	2672
Global Görsel	413	622
Toplam	**2043**	**3294**

Sözcü Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesine bakıldığında incelen süre içinde yer alan haberlere ilişkin görsel sayılarında farklılık olduğu görülmektedir. Basılı gazetede her haberde ortalama 2 görsel kullanılırken gazetenin internet sitesinde haber başına ortalama 4 görsel düşmektedir. Geleneksel gazetede sayfa sınırı ve sayfa düzeni olguları dikkate alındığında daha fazla habere yer verebilmek için kullanılan görseller sınırlandırılabilmektedir.

Tablo 11. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	196	0
İsimsiz Haberler	356	652
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	134	163

Sözcü Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesi incelendiğinde, her iki mecrada da yayımlanan haberlerin çoğunda kaynak belirtilmediği yani isimsiz haberlerin sayıca daha fazla

olduğu görülmektedir. Tablo 11'de de görüldüğü üzere isimsiz haberleri gazetenin kendi muhabirlerinin yaptığı haberler takip etmektedir. Ancak internet sitesinde yayımlanan haberlerde inceleme yapılan süre boyunca gazetenin kendi muhabirlerinin isimlerinin yer almadığı tespit edilmiştir. Sözcü Gazetesi aynı zamanda ajanslar aracılığıyla ulaştığı haberleri de internet sitesi ve geleneksel gazetesinde yayımlamaktadır.

Tablo 12. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	9	0
Özel İlan Sayısı	32	4
Toplam	**41**	**4**

Tablo 12'ye bakıldığında incelemenin yapıldığı 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında Sözcü Gazetesi'nin internet sitesinde hiç resmi ilanın yer almadığı görülmektedir. Buna karşın geleneksel gazetede 9 resmi ilana rastlanılmış, özel ilanlar ise internet sitesinden daha çok basılı gazetede görülmüştür. Gazetenin internet sitesinde özel ilan sayısı az olmakla birlikte, sitenin ana sayfasında ilan.gov.tr adresi eklenti olarak karşımıza çıkmakta ve ilanlara bu adres üzerinden erişilmektedir ancak ilan.gov.tr adresinde yer alan ilanlar Sözcü Gazetesi'nin kendi sitesinde yer verdiği ilanlar değildir.

Tablo 13. Sözcü Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	9	17	26

Çalışma kapsamında incelen Sözcü Gazetesi'nin internet sitesi ve geleneksel gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arsında yer alan reklam sayılarının verildiği 13. Tabloda, gazetenin internet sitesinde

basılı gazetesinde oranla daha fazla reklamın yer aldığı görülmektedir.

3.6.1.3. Hürriyet Gazetesi Verileri

Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 14. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	439	1255
Global Haberler	122	109
Toplam	**561**	**1364**

Tablo 14'te Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde belirtilen tarihler içinde yayımlanan haber türleri ve sayıları görülmektedir. Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesinde ve geleneksel gazetesinde yayımlanan haberler çoğunlukla ulusal düzeyde olup global haberlere de yer verilmektedir. İki mecra karşılaştırıldığında toplam haber sayısı basılı gazeteye göre internet sitesinde neredeyse iki katıdır.

Tablo 15. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	869	6265
Global Görsel	235	534
Toplam	**1104**	**6799**

Hürriyet Gazetesi, internet sitesinde yayınladığı haberlerde ortalama 5 görsel kullanırken basılı gazetede ortalama her haberde 2 görsel kullanmıştır. Toplam görsel sayılarına bakıldığında en çok

görselin gazetenin internet sitesinde yer aldığını ifade etmek mümkündür.

Tablo 16. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	248	73
İsimsiz Haberler	226	543
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	87	639

Tablo 16'da gösterilen verilere bakıldığında, Hürriyet Gazetesi geleneksel gazetede daha çok kendi muhabirlerinin yaptığı haberlere yer vermiştir. Basılı gazetede ajanslardan alınan haberlere sayıca daha az yer verilmiş, isimsiz haberler ise kendilerine daha fazla yer bulmuştur. Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesinde bu durum tam tersi bir hal almıştır. İncelenen tarihler arasında yayınlanan haberlerin çoğu ajanslardan gelen haberler olmuş, ajans haberlerinden sonra ikinci sırada isimsiz haberler gelmektedir. Basılı gazetenin aksine internet sitesinde az sayıda gazetenin muhabirleri tarafından yapılan haberlere rastlanmıştır. Bu veriler 7 günlük süreci ifade etmekle birlikte, inceleme dışında kalan tarihlerde sayısal verilerde değişiklik olabileceğini ifade etmek gerekmektedir.

Tablo 17. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	28	0
Özel İlan Sayısı	269	86
Toplam	**297**	**86**

Tablo 17'ye bakıldığında Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesinde, incelemeye dahil olan günlerde resmi ilana

rastlanılmamıştır. Özel ilanlara bakıldığında geleneksel gazetede internet sitesine göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 18. Hürriyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	16	78	94

Toplamda 94 reklamın olduğunu gösteren 18. tabloda, Hürriyet Gazetesi'nin internet sitesinde çok sayıda reklama yer verdiği söylenirken geleneksel gazetede daha az reklam yer almıştır.

3.6.1.4. Posta Gazetesi Verileri

Posta Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 19. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	395	762
Global Haberler	121	133
Toplam	**516**	**895**

Tablo 19'da Posta Gazetesi'nin internet sitesi ve geleneksel gazetesinde yayımlanan haberlerin türleri sayısal veriler şeklinde ifade edilmiştir. Veriler gösteriyor ki her iki mecrada da ulusal haberler çoğunlukta ancak toplam haber sayıları dikkate alındığında, internet sitesinde basılı gazeteye oranla daha fazla haberin yer aldığını söylemek mümkündür.

Tablo 20. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	1181	5434
Global Görsel	299	922
Toplam	**1480**	**6356**

20. tablo incelenecek olursa, Posta Gazetesi internet sitesinde her haberde ortalama 7 görsel kullanırken geleneksel gazetede ortalama 3 görsel kullanmıştır. 7 günlük süreçte toplamda, gazetenin internet sitesinde yer alan haber görselleri basılı gazetede kullanılan görsel sayısının neredeyse 6 katıdır.

Tablo 21. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	38	0
İsimsiz Haberler	394	738
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	84	160

Araştırmanın yapıldığı 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında Posta Gazetesi'nin internet sitesi ve geleneksel gazetesinde yer alan haberler dikkate alınarak bu haberlerin kaynağının belirtildiği 21. tabloda, her iki mecrada da haberlerin çoğunun isimsiz olarak yayınlandığını görebilmekteyiz. Gazetenin kendi muhabirlerinin yaptığı haberler, az sayıda da olsa geleneksel gazetede yer almış ancak incelmenin yapıldığı süreçte internet sitesinde hiç rastlanılmamıştır. Ajanslardan gelen haberler ise her iki mecrada yer almıştır.

Tablo 22. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	9	0
Özel İlan Sayısı	1107	2050
Toplam	**1116**	**2050**

Tablo 22'ye göre, Posta Gazetesi'nin internet sitesinde incelemenin yapıldığı tarihlerde hiç resmi ilan görülmemiş buna karşılık çok sayıda özel ilan yayınlanmıştır. Geleneksel gazetede ise özel ilanlar sayıca fazla olsa da resmi ilanlara da yer verilmiştir.

Tablo 23. Posta Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	13	87	100

23. tabloda incelemeye dahil olan tarihlerde Posta'nın internet sitesi ve basılı gazetesinde yer alan reklamların sayısı gösterilmektedir. Buna göre, gazetenin internet sitesinde günlük ortalama 10'un üzerinde reklam yer almıştır.

3.6.1.5. Milliyet Gazetesi Verileri

Milliyet Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 24. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	497	1407
Global Haberler	224	462

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Toplam	**721**	**1869**

24. tabloya göre, Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde ve geleneksel gazetesinde ulusal haberler çoğunluktadır. İnternet sitesinde yayınlanan haber sayısı, basılı gazeteye göre daha fazladır.

Tablo 25. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	994	12.663
Global Görsel	598	2772
Toplam	**1592**	**15.435**

Yayımlanan haberlerde kullanılan görsellere ilişkin sayısal verilen gösterildiği tablo 25'te Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde ulusal görsellerin sayısı dikkat çekmektedir. Gazetenin internet sitesindeki ulusal görsel sayısı, basılı gazetede yayımlanan ulusal görsel sayısının neredeyse 12 katı fazladır. Global haberler için de kullanılan görseller internet sitesinde sayıca üstünlük göstermektedir.

Tablo 26. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	241	0
İsimsiz Haberler	352	1052
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	128	817

Milliyet Gazetesi'nin yayımladığı haberlerin kaynaklarını sunan 26. tabloda, basılı gazetede kullanılan haberlerin çoğunun isimsiz olduğu görülmektedir. Ajans haberlerinden faydalanılsa da

gazetenin kendi muhabirlerinin yaptığı haberler sayıca ağır basmaktadır. Gazetenin internet sitesinde yayınlanan haberlerin de çoğu isimsizdir yani haberde herhangi bir kaynak belirtilmemiştir. Ajans haberleri gazetenin internet sitesinde kendilerine yer bulsa da gazetenin muhabirlerinin imzasını taşıyan haberlere inceleme yapılan tarihlerde hiç rastlanılmamıştır.

Tablo 27. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	18	0
Özel İlan Sayısı	4	0
Toplam	**22**	**0**

Tablo 27'de en dikkat çeken veri, gazetenin internet sitesinde incelemenin yapıldığı tarihlerde resmi ve özel ilan görülmemiştir. Buna karşın site içerisinde ilan.gov.tr eklentisi bulunduğunu söylemek gerekmektedir. Milliyet'in geleneksel basılı gazetesinde diğer gazetelerde rastlanılanın tersine resmi ilanların daha fazla yer aldığı belirlenmiştir.

Tablo 28. Milliyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	27	196	223

Yukarıdaki tabloda, Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde oldukça fazla reklamın yer aldığı görülmektedir. Basılı gazetede de reklamlara yer verilmiş ancak internet sitesinde bu sayı artmıştır.

3.6.1.6. Türkiye Gazetesi Verileri

Türkiye Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 29. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haberler	483	735
Global Haberler	210	91
Toplam	**693**	**826**

Türkiye Gazetesi'nin internet sitesi ve geleneksel gazetesinde incelenen 7 günlük süreçte yayınlanan haberler karşılaştırıldığında, gazetenin internet sitesinde yayınlanan haberlerin basılı gazeteye göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ulusal ve global haberlerin her iki mecra için toplamına bakıldığında sayıca internet sitesinde üstünlük olsa da aradaki sayı farkı uçuk değildir.

Tablo 30. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel	966	2205
Global Görsel	417	273
Toplam	**1383**	**2478**

Tablo 30'a bakıldığında Türkiye'nin basılı gazetesinde haberlerde ortalama 2'şer görsel kullanıldığını söylemek mümkündür. Ancak yapılan incelemede görülmüştür ki bazı haberlerde hiç görsel kullanılmazken bazılarında 2 veya 3 görsel kullanılmıştır. Gazetenin internet sitesinde ise daha fazla görsele yer verilmiştir.

Tablo 31. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	52	0
İsimsiz Haberler	583	703
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	58	123

Yukarıdaki tabloya göre hem basılı gazetede hem de internet sitesinde, Türkiye Gazetesi yayımladığı haberlerin çoğunun kaynağını belirtmemiştir. İsimsiz haberlerden sonra ajans haberleri gelmektedir. İnternet sitesinde incelemenin yapıldığı tarihlerde haber altlarında gazete muhabirlerinin isimlerine rastlanılmamıştır.

Tablo 32. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	17	0
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**17**	**0**

Tablo 32'ye bakıldığında Türkiye Gazetesi'nin internet sitesinde resmi ya da özel ilana rastlanılmamış ancak basılı gazetede resmi ilanlar kendilerine yer bulmuştur. Basılı gazetede toplam 17 resmi ilan okuyucu ile buluşmuştur.

Tablo 33. Türkiye Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	24	68	92

33. tabloda gösterilen sayısal verilere göre Türkiye Gazetesi her iki mecrada da reklama yer vermiş ancak gazetenin internet

sitesinde sayıca daha fazla reklam yer almıştır. 7 günlük süreçte Türkiye Gazetesi'nin internet sitesinde 68, basılı gazetesinde 24 olmak üzere toplamda 92 reklam yayımlanmıştır.

3.6.2. Yozgat Gazeteleri

3.6.2.1. Yozgat Çamlık Gazetesi

Yozgat Çamlık Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 34. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	59	67
Yerel Haber	136	136
Global Haber	29	29
Toplam	**224**	**225**

34. tabloya bakıldığında Yozgat Çamlık Gazetesi'nin internet sitesinde yayınladığı haber sayısı ile basılı gazetede yayımladığı haber sayılarının neredeyse eşit olduğu görülmektedir. İncelemenin yapıldığı süre içerisinde, ulusal haberlerin de gazetenin internet sitesinde son dakika başlığıyla anlık olarak paylaşılmasının basılı gazeteye oranla internet sitesinde daha fazla ulusal haberin yer aldığı görülmektedir. Yerel ve global haberler de internet sitesinde son dakika başlığı ile sunulmaktadır ancak basılı gazetede ile gazetenin internet sitesinde yayınlanan haber sayıları arasında bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 35. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	59	59
Yerel Görsel Sayısı	541	544
Global Görsel Sayısı	22	29
Toplam	**622**	**632**

Tablo 35'te haber sayılarına oranla kullanılan görseller belirtilmektedir. Ulusal görsel verilerine bakıldığında haber sayısı ile görsel sayısının eşit olması dikkat çekmektedir. Yerel haberlerde kullanılan yerel görseller ise haber sayısının yaklaşık 4 katıdır. Yozgat Çamlık Gazetesi'nin internet sitesinde basılı gazeteye nispeten daha fazla görsel paylaşıldığını söylemek mümkündür.

Tablo 36. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	52	53
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	172	172
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

Yozgat Çamlık Gazetesi'nin 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayınlanan haberlerdeki kaynaklarına bakıldığı zaman basılı gazete ve internet sitesinde isimsiz haberlerin sayıca daha fazla olduğunu görmekteyiz. Yozgat Çamlık Gazetesi internet sitesinde ve basılı gazetede kendi muhabirlerinin yaptığı haberlere isimsiz haberlere oranla daha az yer vermiş ancak ajans haberlerine hiç yer vermemiştir.

Tablo 37. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	4	4
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**4**	**4**

37. tabloda Yozgat Çamlık Gazetesi'nin incelendiği 7 günlük süreçte özel ilana hiç rastlanılmamış ancak resmi ilanlara yer verildiği görülmüştür. 7 günlük süreçte Yozgat Çamlık Gazetesi'nde 4 adet resmi ilan kendine yer bulmuştur.

Tablo 38. Yozgat Çamlık Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	12	12	24

Yukarıdaki tablo gösteriyor ki Yozgat Çamlık Gazetesi incelemenin yapıldığı 7 gün içerisinde günlük ortalama 2 reklamı hem basılı gazetede hem de internet sitesinde yayınlamıştır.

3.6.2.2. Yeni Ufuk Gazetesi

Yeni Ufuk Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 39. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	20	20
Yerel Haber	105	105
Global Haber	0	0
Toplam	**125**	**125**

Tablo 39'da Yeni Ufuk Gazetesi'nin inceleme yapılan 7 günlük süre içinde internet sitesinde ve basılı gazetesinde yayımladığı haberlere ilişkin sayısal veriler yer almakta olup, bu süre içerisinde basılı gazete ve gazetenin internet sitesinde hiç global düzeyde habere yer verilmediği açıkça görülmektedir. Yeni Ufuk Gazetesi internet sitesinde ve basılı gazetesinde yerel haberlere çoğunlukla yer vermiş ancak ulusal çaptaki haberleri de yayımlamıştır. Bu tabloda dikkat çeken unsur, Yeni Ufuk Gazetesi'nin iki mecrada da eşit sayıda habere yer vermiş olmasıdır.

Tablo 40. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	20	20
Yerel Görsel Sayısı	110	110
Global Görsel Sayısı	0	0
Toplam	**130**	**130**

Yukarıdaki tabloda Yeni Ufuk Gazetesi'nin incelemenin yapıldığı 7 günlük süre içinde yayınladığı haberlere ilişkin kullandığı görsel sayıları yer almaktadır. Buna göre Yeni Ufuk Gazetesi internet sitesinde ve basılı gazetesinde eşit sayıda görsel kullanmıştır. Bunun yanı sıra toplam haber sayısına bakılırsa 125 haber için toplamda 130 görsel kullanılmış, haber başına ortalama 1 görsel düşmüştür.

Tablo 41. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	0	0
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	125	125
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

Tablo 41'de Yeni Ufuk Gazetesi'nin 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazetesi ve internet sitesinde yayınladığı haberlerin tümünün isimsiz olarak sunulduğu görülmektedir. Gazete iki mecrada da ajans haberlerine ve kendi muhabirlerinin yaptığı haberlere yer vermemiş ya da ajans haberi ve kendi muhabirlerinin imzasının olduğu haberlere yer vermiş ancak kaynak belirtmemiştir. Tüm haberler isimsiz olarak yayınlanmıştır.

Tablo 42. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	1	1
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**1**	**1**

42. tabloda Yeni Ufuk Gazetesi'nin internet sitesinde ve basılı gazetesinde incelemenin yapıldığı süre boyunca yalnızca 1 resmi ilana rastlanmıştır buna karşılık aynı süre içinde hiç özel ilan görülmemiştir.

Tablo 43. Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	1	1	2

Tablo 43'e göre Yeni Ufuk Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında her iki mecrada da yalnızca bir reklama yer vermiştir.

3.6.2.3. İleri Gazetesi

İleri Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 44. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	25	25
Yerel Haber	186	186
Global Haber	0	0
Toplam	**211**	**211**

İleri Gazetesi'nin incelemenin yapıldığı tarihlerde internet sitesi ve basılı gazetesinde yayımladığı haber türleri ve sayılarına ilişkin verilerin gösterildiği 44. tabloda, yerel haberlerin ulusal haberden sayıca daha fazla olduğu ancak global haberlere yer verilmediği açıkça görülmektedir. Ayrıca tablodaki sayısal verilere bakarak İleri Gazetesinin internet sitesinde yayınladığı haberler ile basılı gazetesinde yayımladığı haberlerin eşit sayıda olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 45. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	25	25
Yerel Görsel Sayısı	194	194
Global Görsel Sayısı	0	0
Toplam	**219**	**219**

Yukarıdaki tabloya bakıldığında İleri Gazetesinin her iki mecrada yayınladığı haberlerde, ulusal haberlere 1 görsel kullanırken yerel haberlere 1'den fazla görsel kullandığını ifade edebilmekteyiz. Basılı gazetedeki görsel sayıları ile internet sitesinde kullanılan görsel sayılarının ise eşit durumda olması dikkat çeken bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 46. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	0	0
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	211	211
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

Tablo 46 İleri Gazetesi'nin 7 günlük süreçte her iki mecrada yayımladığı toplam haber sayısına da gönderme yaparak bu haberlerin kaynaklarını göstermektedir. Buna bağlı olarak İleri Gazetesi'nin internet sitesinde ve basılı gazetesinde yayımladığı haberlerin tümünün kaynak gösterilmeksizin isimsiz olarak paylaşıldığını ifade etmek mümkündür.

Tablo 47. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	1	1
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**1**	**1**

47. tabloda İleri Gazetesi'nin incelemeye tabi tutulan süre içinde internet sitesinde ve basılı gazetesinde yer verdiği ilanlar gösterilmektedir. Buna göre İleri Gazetesi iki mecrada da 1 resmi ilan yayımlamış ancak özel ilana yer vermemiştir.

Tablo 48. İleri Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	4	4	8

Basılı gazete ve gazetenin internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin sayısal verilerin gösterildiği 48. tabloya göre İleri Gazetesi 7 günlük süreçte internet sitesinde ve basılı gazetesinde 4'er reklama yer vermiş ve toplamda 8 reklam yayınlamıştır.

3.6.2.4. Merhaba Yozgat Gazetesi

Merhaba Yozgat Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 49. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	9	9
Yerel Haber	45	45
Global Haber	0	0
Toplam	**54**	**54**

Yukarıdaki tabloya göre, Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında global haberlere yer vermemiş ancak yerel ve ulusal haberlere yer vermiştir. Gazetenin her iki mecrasında da haber sayıları eşit olmakla birlikte toplam 54 haber yayınlanmıştır.

Tablo 50. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	9	9
Yerel Görsel Sayısı	45	45
Global Görsel Sayısı	0	0
Toplam	**54**	**54**

Tablo 50'ye bakıldığında Merhaba Yozgat Gazetesi'nin yayınladığı haberlerde kullandığı görsel sayıları karşımıza çıkmaktadır. Merhaba Yozgat Gazetesi, basılı gazetesinde ve internet sitesinde haber başına 1 görsel kullanmış ve toplam haber sayısına eşit görsele yer vermiştir.

Tablo 51. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	0	0
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	54	54
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

51. tabloya göre Merhaba Yozgat Gazetesi, basılı mecrada ve internet mecrasında yayınladığı haberlerin kaynaklarını belirtmemiştir. Ajans haberi de kullanmayan gazete yayınladığı 54 haberi de isimsiz olarak sunmuştur.

Tablo 52. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	1	1
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**1**	**1**

Merhaba Yozgat Gazetesi'nin ilan sayılarının ve türlerinin belirtildiği tablo 52'de, gazetenin internet sitesinde ve basılı gazetesinde yalnızca 1 resmi ilan bulunmaktadır. Gazete 7 günlük sürede hiç özel ilan yayınlamamıştır.

Tablo 53. Merhaba Yozgat Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	0	0	0

17 Mart 2020 ile 23 Mart 2020 tarihleri arasında yayınlanan reklam sayılarının belirtildiği yukarıdaki tabloya göre, Merhaba

Yozgat Gazetesi internet sitesi ve basılı gazetesinde reklama hiç yer vermemiştir.

3.6.2.5. Yozgat Haber Gazetesi

Yozgat Haber Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 54. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	8	8
Yerel Haber	143	143
Global Haber	0	0
Toplam	**151**	**151**

Yozgat Haber Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde yayınlanan haberlerin türünün ve sayısın gösterildiği 54. Tabloya göre, Yozgat Haber Gazetesi global habere iki mecrada da yer vermemiştir. Buna karşılık iki mecrada da 143 yerel habere yer vermiş, ulusal haberler ise gazetenin internet sitesinde ve basılı mecrasında az sayıda kendine yer bulmuştur. Gazete her iki mecrada toplamda 151 haber yayınlamıştır.

Tablo 55. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	8	8
Yerel Görsel Sayısı	143	143
Global Görsel Sayısı	0	0
Toplam	**151**	**151**

Tablo 55'te incelemenin yapıldığı tarihlerde yayınlanan görsel türleri ve sayıları belirtilmiştir. Buradan yola çıkarak, Yozgat Haber Gazetesi'nin her iki mecrasında da eşit sayıda görsel kullandığı görülmektedir. 8 ulusal habere ve 143 yerel habere yer veren gazete yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere bu haberlerde 1'er görsel kullanmıştır. Gazete toplam haber sayısı ile aynı sayıda görsel kullanmış ve 151 görsel yayınlamıştır.

Tablo 56. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	0	0
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	151	151
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

56. tabloda belirtildiği gibi Yozgat Haber Gazetesi yayınladığı haberlerin kaynağını belirtmemiştir. Gazete kendi muhabirlerinin imzasının bulunduğu haberlere yer vermediği gibi ajans haberlerini de yayınlamamıştır.

Tablo 57. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	1	1
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**1**	**1**

Yozgat Haber Gazetesi tablo 57'ye göre 7 günlük sürçte 1 resmi ilan yayınlarken özel ilana yer vermemiştir.

Tablo 58. Yozgat Haber Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	0	0	0

Yozgat Haber Gazetesi'nin reklam sayılarını gösteren yukarıdaki tabloya göre, gazete basılı mecrasında da internet mecrasında da hiç reklam yayınlamamıştır.

3.6.2.6. Yozgat Hakimiyet Gazetesi

Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nin internet sitesi ve basılı gazetesinde 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımlanan haber türleri, haber kaynakları, haberlere ilişkin görseller, yayımlanan reklam ve ilanlar 7 gün süreyle incelenmiş olup elde edilen sayısal veriler tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 59. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global haber sayıları

Haber Türü	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Haber	9	9
Yerel Haber	141	141
Global Haber	2	2
Toplam	**152**	**152**

Tablo 59'da belirtilen sayısal verilere bakıldığında Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nin internet sitesinde ve basılı gazetesinde 2 global habere yer verildiği görülmektedir. Gazete aynı zamanda iki mecrasında da 141 yerel habere, 9 ulusal habere yer vermiş ve toplamda 152 haber yayınlamıştır.

Tablo 60. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan ulusal, yerel ve global görsel sayıları

Kullanılan Görseller	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Ulusal Görsel Sayısı	9	9
Yerel Görsel Sayısı	144	144
Global Görsel Sayısı	2	2
Toplam	**155**	**155**

Yukarıdaki tabloya göre Yozgat Hakimiyet Gazetesi, internet sitesinde ve basılı gazetesinde toplam 155 görsele yer vermiştir. Bu görsellerin 2'si global, 9'u ulusal, 144'ü ise yerel görsellerdir.

Tablo 61. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına ilişkin veriler

Haber Kaynakları	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Gazetenin Kendi Muhabiri	0	0
İsimsiz Haberler ya da Haber Merkezi İmzalı	152	152
Ajans Haberleri (AA, İHA, DHA vs.)	0	0

Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nin 7 gün içerisinde yayınladığı haberlerin kaynak bilgilerinin sunulduğu tablo 61'e bakıldığında, gazetenin iki mecrada da ajans haberlerini ve kendi muhabirlerinin yaptığı haberleri belirtmediği görülmektedir. Buna bağlı olarak toplamda 152 haber yayınlayan Yozgat Hakimiyet Gazetesi bu haberlerin tamamını kaynağını belirtmeden yayınlamıştır.

Tablo 62. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin veriler

İlan Türleri	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi
Resmi İlan Sayısı	1	1
Özel İlan Sayısı	0	0
Toplam	**1**	**1**

Resmi ve özel ilan sayılarının belirtildiği yukarıdaki tabloda, gazetenin 7 günlük sürede internet sitesinde ve basılı gazetede özel ilana hiç yer vermediği ancak 1 resmi ilanı okurlarına sunduğu görülmektedir.

Tablo 63. Yozgat Hakimiyet Gazetesi 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında basılı gazete ve internet sitesinde yer alan reklamlara ilişkin veriler

Reklam	Basılı Gazete	Gazetenin İnternet Sitesi	Toplam
Yer alan reklam sayısı	0	0	0

63. ve son tabloda Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nin belirtilen tarihler arasında yayınladığı reklam sayısı belirtilmiştir. Buna göre gazete hem internet sitesinde hem de basılı mecrasında hiçbir reklama yer vermemiştir.

SONUÇ

Basın, çevremizde yaşanan olayların bilgisine sahip olmada önemli bir unsurdur. Ülkemizde Osmanlı Devleti'nden bu yana basına önem verilmiş ve halkın sesini duyurmada basın ön planda olmuştur. Yerel basın da ulusal basında yer almayan bölge sorunlarını gündeme getirmiş ve yayınlandığı coğrafyanın sesi olmuştur. Uzun yıllar okuyucu kitlesi yayın yapılan bölge insanı olan yerel basın, internetin hayatımıza girmesiyle farklı mecraya taşınmıştır. Yerel gazetelerin de ulusal gazeteler gibi internet sitesinden haber yayınlaması okuyucuların haberlere ücret ödemeden ulaşmalarını sağlamıştır. Yaşadığımız çağ teknoloji çağı olarak adlandırılmakta ve çoğu işimizi internet aracılığıyla yapmaktayız. Gazetelerin internet üzerinden de yayınlanması ulaşılabilirlik açısından önemli bir adım olmuştur. Yerel gazetelerin internet mecrasından haber paylaşımı yapması, başka bir ilde veya başka bir ülkede yaşayan kişilerin bölge hakkında haber alabilmesinde önemli bir adım olmuştur.

Bu çalışmada, Türkiye'de yayımlanan ulusal gazeteler ile Yozgat ilinde yayımlanan yerel gazeteler internet gazeteciliği ve geleneksel gazeteciliğin uygulanması çerçevesinde 7 gün süreyle karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Mülakat ve içerik analizi yöntemlerinin kullanıldığı bu çalışmada gazetelerin internet siteleri ve basılı gazeteleri haber türü, haber sayısı, görsel sayısı, haber kaynakları, reklam sayısı, ilan sayısı ve türleri bakımından karşılaştırılmıştır. Mülakat yöntemi kullanılarak Yozgat basın temsilcileri ile görüşülmüş ve Yozgat basınının durumunu daha iyi anlayabilmek adına sorular yöneltilmiştir.

Internet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik ele alınarak haber üretim ve paylaşım süreci arasındaki farklar ve yerel basın ile ulusal basının geleneksel gazetecilik ile internet gazeteciliğini ne boyutta icra ettiği soruları çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. İnternet mecrasının geleneksel gazeteye göre daha güncellenebilir olması durumu ve haber ile görsel paylaşımı için sayfa sınırının bulunmaması gazetelerin internet sitelerinde daha fazla habere ve

diğer unsurlara rastlanılacağı düşüncesini oluşturmuştur. Buna dayanarak yapılan karşılaştırmalar sonucunda yerel basında internet gazeteciliğinin geleneksel basılı gazetenin internet ortamına aktarılması suretiyle yürütüldüğü sonucuna varılmıştır. Yozgat ili özelinde yapılan incelemeler göstermiştir ki geleneksel basılı gazete olduğu gibi internet ortamına aktarılmakta ve çok önemli bir olay yaşanmadıkça güncel haberler paylaşılmamaktadır. Geleneksel basılı gazetedeki haber sayıları, haber türleri, görsel sayıları, haber kaynakları, reklam sayıları, ilan sayıları ve türleri gazetelerin internet sitesi verileri ile neredeyse aynıdır. Çalışma adına yerel basın temsilcileri ile yapılan görüşmede bu durum temsilcilere sorulmuş, temsilciler basılı gazeteyi merkeze aldıklarını ve internet sitesinden basılı gazetede olmayan haberleri genellikle paylaşmadıklarını ek olarak yalnızca önemli son dakika haberlerini paylaştıklarını ifade etmişlerdir.

Yerel gazetelerin internet gazeteciliğini kullanış biçimi ile ulusal gazetelerin icra ettiği internet gazeteciğine bakıldığında, ulusal gazetelerde internet sitelerinden yayınlanan haberler, görseller ve diğer unsurlar basılı gazete ile farklılık göstermektedir. Çalışmada yer verilen ulusal basında en yüksek tiraja sahip ilk altı gazete incelendiğinde, basılı gazetede global haberlerin ve ulusal haberlerin sayısının yerel basına oranla daha fazla olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra haberlerde kullanılan görseller de yerel basına göre oldukça çoktur. Ulusal gazetelerin basılı mecrasında yer alan tüm haberler ve görseller gazetenin internet sitesinde de yer almaktadır ancak neredeyse iki dakikada bir güncel bir haber paylaşılmaktadır. Bu doğrultuda, ulusal basının internet gazeteciliğini amacına uygun olarak kullandığını söyleyebilmek mümkündür. Sürekli güncellenen ulusal basının internet sitelerinde basılı gazetelerine oranla daha fazla haberin ve görselin yer aldığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Haber kaynaklarının belirtilmesi açısından yerel ve ulusal basın karşılaştırıldığında, Yozgat ilinde yayımlanan gazetelerin neredeyse tamamında haber kaynağının belirtilmediği buna karşılık ulusal basında yayımlanan çoğu haberin kaynağının okurlarla paylaşıldığı görülmüştür. Yozgat gazetelerinin basılı ve internet mecrasında

paylaştığı çoğu haber isimsiz olarak yer almış, ajans haberlerine neredeyse hiç yer verilmemiş veya ajans haberi olduğu belirtilmemiştir. Yozgat Çamlık Gazetesi'nde haber kaynakları genellikle gazetenin kendi muhabirleri olarak belirtilmiştir. Merhaba Yozgat, Yozgat İleri, Yeni Ufuk, Yozgat Haber ve Yozgat Hakimiyet gazetelerinin basılı mecrası ile internet sitelerinde yayımlanan haberlerin neredeyse tamamı isimsiz olarak sunulmuş, imzalı haber paylaşılmamıştır. Yozgat basın temsilcileri ile yapılan görüşmede bu durumun nedeninin personelin az olmasına bağlı olarak haberlerin tek bir elden çıktığını okuyucuya hissettirmemek olduğu temsilciler tarafından ifade edilmiştir.

İlan türleri ve sayıları açısından bakıldığında, ulusal gazetelerde çok sayıda ilanın yer aldığı ve hem özel hem de resmi ilanların paylaşıldığı sonucuna varılmıştır. Öte yandan Yozgat yerel basınında ilan sayılarının ulusal basına göre daha az olduğu ve ilanların genellikle resmi ilanlardan oluştuğu görülmüştür. Yeni Ufuk, Yozgat Hakimiyet, İleri, Yozgat Haber ve Merhaba Yozgat Gazetesi 7 günlük süreçte toplamda 1'er resmi ilana yer ayırırken Yozgat Çamlık Gazetesi 2 resmi ilan yayımlamıştır. Yerel gazetelerde özel ilana hiç rastlanılmamıştır. Ulusal gazetelere bakılacak olursa Sabah Gazetesi internet sitesinde 602 özel ilana yer verirken basılı gazetede 507 özel ilan yayımlamıştır. İnternet sitesinde hiç resmi ilan yayımlamayan Sabah Gazetesi basılı mecrada 49 resmi ilanı okurlarıyla buluşturmuştur. Sözcü Gazetesi internet sitesinde hiç resmi ilana yer vermemiş ancak 4 özel ilan yayımlamıştır. Basılı gazetesinde 32 özel ilan yayımlayan Sözcü Gazetesi 9 resmi ilana da yer vermiştir. Hürriyet Gazetesi basılı mecrada 269 özel ilanı okurlarına sunarken 28 resmi ilana da yer ayırmıştır. İnternet sitesinde 86 özel ilan yayımlayan Hürriyet Gazetesi hiç resmi ilana yer vermemiştir. Milliyet Gazetesi'nin internet sitesinde resmi ve özel ilana rastlanılmamış ancak basılı gazetede 18 resmi, 4 özel ilana yer açtığı görülmüştür. Akşam Gazetesi ise her iki mecrada da özel ilana yer vermezken resmi ilana da yalnızca basılı gazetede yer vermiş toplamda 17 resmi ilanı sayfasına taşımıştır. İncelenen gazeteler içerisinde özel ilana en çok yer ayıran gazete Posta Gazetesi olmuştur. Basılı mecrada 1107,

internet sitesinde ise 2050 özel ilan okuyucu ile buluşturulmuştur. Resmi ilan ise yalnızca basılı gazetede yayımlanmış olup toplamda 9 resmi ilan kendisine yer bulmuştur.

Hem ulusal hem de yerel basın için reklam gelirleri oldukça önemlidir. Buna karşın incelenen yerel gazetelerin internet sitelerinde ve basılı mecralarında az sayıda reklama rastlanmıştır. Ulusal basında ise reklam sayıları oldukça fazladır. Ulusal gazetelerin geniş çaplı yayın yaptıklarını düşünecek olursak reklam sayılarının yerel basına oranla daha fazla olması doğal karşılanabilmektedir. Örneğin İleri Gazetesi'nin 17-23 Mart 2020 tarihlerini kapsayan günlerde basılı gazetesinde ve internet sitesinde 4'er reklam yer almış toplamda 8 reklam yayımlanmıştır. Ulusal gazetelerden örnek verilecek olursa Akşam gazetesinin 17-23 Mart 2020 tarihleri arasında yayımladığı toplam reklam sayısı 92 olmakla beraber basılı gazetesinde 24, internet sitesinde 68 reklam sunulmuştur. Milliyet gazetesi incelemeye tabii tutulan 7 günlük süreçte basılı gazete 27, internet sitesinde ise 196 reklama yer vererek toplamda 223 reklam yayımlamıştır. İncelenen Yozgat gazeteleri içerisinde 7 günlük süreçte en çok reklam Yozgat Çamlık Gazetesi'nde yayımlanmış olup sayısal verileri ise şu şekildedir; basılı gazetede ve internet sitesinde 12'şer reklam yer almıştır. En az reklam sayısının olduğu yerel gazeteyi de belirtmek gerekirse Merhaba Yozgat Gazetesi'nde incelemenin yapıldığı tarihlerde hiç reklam yayımlanmadığı görülmüştür.

Bu çalışmada, gazeteler haber türleri bakımından da incelenmiş olup ulusal gazetelerde global ve ulusal haber sayılarına odaklanılırken yerel gazetelerde global, ulusal ve yerel haberler sayılarına değinilmiştir. İncelemenin yapıldığı 17-23 Mart 2020 tarihleri Covid-19 salgının dünyada ve ülkemizde yayılmaya başladığı ve vaka sayılarının çoğaldığı günlere denk gelmiştir. Buna dayanarak ulusal ve yerel gazetelerde global haber sayılarının diğer günlere göre artmış olabileceği de unutulmamalıdır. Örneğin; Milliyet Gazetesi Covid-19 salgınını konu alarak basılı mecrada 9, 10 ve 11. sayfalarını "Kovid-19 Salgını" ismiyle Türkiye ve dünyadaki Corona Virüs haberlerine ayırmıştır. 7 günlük süreçte Milliyet Gazetesi'nin basılı mecrasında 224 global haber yer alırken

internet sitesinde ise 462 global habere yer verildiği görülmektedir. Milliyet gazetesi toplamda 686 global haber yayımlayarak incelenen tüm gazetelerin önüne geçmiştir. Sözcü Gazetesi bu süreçte toplam 297, Hürriyet Gazetesi 231, Sabah Gazetesi 303 ve Posta Gazetesi 254 global habere yer ayırmıştır. Yozgat gazetelerinde ise yalnızca Yozgat Çamlık Gazetesi ve Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nin global haberlere yer vermesi dikkat çekmektedir. Yozgat Çamlık Gazetesi'nde 7 günlük süreçte her iki mecrada da 29 global haber yayımlanmış böylece toplamda 58 global habere yer ayrılmıştır. Yozgat Hakimiyet Gazetesi'nde her iki mecrada 2'şer global haber yer almış toplamda 4 global düzeyde haber yayımlanmıştır. Ayrıca yerel gazeteler az sayıda da olsa ulusal haberlere yer vermiş hem internet sitelerinde hem de basılı mecralarında ulusal haberleri yayımlamıştır. Buna ek olarak, yerel basının en önemli sorumluluğunun yayımlandığı bölge insanının sesini duyurabilmesi olduğunu düşünürsek Yozgat gazeteleri, en çok yerel haberleri okurlarına sunmuştur.

Geleneksel basılı gazetede habere ilişkin tüm görsellerin paylaşılması beklenemez. Basılı gazetede sayfa sınırı bulunmakta ve hemen hemen her haberde görsel kullanılmaktadır. Ancak internet ortamının daha fazla veriyi yüklemeye izin veriyor olması geleneksel gazeteye göre daha fazla görselin yer alabileceği fikrini doğrulamaktadır. Ulusal gazeteler basılı mecralarına göre internet sitelerinde haberlerin içine daha fazla görsel eklemiştir. Sabah Gazetesi basılı mecrada yayımladığı 403 ulusal habere 1209 görsel kullanırken internet sitesinde yer verdiği 1139 habere 7973 görsel sığdırmıştır. Basılı gazetede toplamda 85 global habere 255 görsel kullanan Sabah Gazetesi, İnternet sitesinde yayımladığı 218 global habere 1526 görsel eklemiştir. Sözcü Gazetesi internet sitesinden yayımladığı 668 ulusal habere 2672 görsel kullanırken basılı gazete her habere ortalama 2 görsel ekleyerek toplamda 1630 görseli okurlarına sunmuştur. Basılı gazete ve internet sitesinde toplamda 297 global habere yer veren Sözcü Gazetesi bu haberleri her iki mecrada toplamda 1035 görselle desteklemiştir. Hürriyet Gazetesi internet sitesi ve basılı gazetede ulusal ve global olmak üzere toplamda 1925 haber paylaşmış bu haberleri toplamda 7903 görselle

zenginleştirmiştir. Posta Gazetesi basılı mecrada yer verdiği toplam 516 haber için 1480 görsel kullanırken, internet sitesinde yayımladığı 895 haberde 6356 görsel sunmuştur. Akşam Gazetesi de basılı mecrada ve internet sitesinde yayımladığı haberlere ortalama 2 görsel kullanırken en çok görsel kullanan gazete Milliyet Gazetesi olarak karşımıza çıkmıştır. Milliyet Gazetesinin internet sitesinde yayımlanan toplam 1869 haberde 15.435 görseli okurlarına sunduğu görülmektedir. Basılı gazetede ise toplamda 721 haber okuyucuyla buluşmuş buna karşılık olarak 1592 görsel kullanılmıştır.

Ulusal gazetelerin yayımladığı haberlerde sunduğu görsel sayıları basılı gazeteleri ile internet siteleri arasında farklılık göstererek internet sitesinin daha fazla görselle donatılmasının yanı sıra bu durumun yerel gazetelerde farklı olduğu sonucunu karşımıza çıkarmaktadır. Yerel gazetelerin, internet sitelerinde basılı gazetelerine oranla daha fazla görsel kullanmadığı sonucuna varılmasının sebebi sayısal verilerin gösterdikleridir. Örneğin; Yozgat Çamlık Gazetesi basılı mecrada yayımladığı toplam 224 habere 622 görsel kullanırken internet sitesinde yayımlanan 225 haber için 632 görsel kullanmıştır. Merhaba Yozgat ve Yozgat Haber gazeteleri her iki mecrada da haber ve görsel sayılarında değişiklik göstermemiş Yozgat Haber Gazetesi hem internet sitesinde hem de basılı gazete toplamda 151 habere ve 151 görsele yer vermiştir. Merhaba Yozgat Gazetesi de hem basılı gazetede hem de internet sitesinde 54 habere 54 görsel eklemiştir. Yeni Ufuk Gazetesi, Yozgat Hakimiyet Gazetesi ve İleri Gazetesi de hem basılı mecrada hem de internet sitesinde neredeyse eşit sayılarda haber ve görseli okuyucu ile buluşturmuştur.

Çalışmanın sonucunda, yerel ve ulusal gazetelerin internet gazeteciliği ile geleneksel gazeteciliği uygulama biçimleri sayısal veriler ile belirtilmiş olup, yerel ve ulusal basının her iki mecrayı da birbirlerinden farklı bir biçimde kullandıkları kanısına varılmıştır. Yapılan incelemeler ile Yozgat özelinde olmak üzere yerel gazetelerin internet gazeteciliğini tam anlamıyla yerine getirmedikleri, basılı gazetelerini tarayıcıdan geçirip internet ortamına aktarmakla yetindikleri görülebilmektedir. Yerel basında

çalışan personelin az olması, maddi imkansızlıklar bu durumu doğurmuş olabileceği gibi yerel basının geleneksel gazeteciliği daha fazla önemsediği fikri de önem kazanmaktadır. Ulusal basında çalışan nitelikli elemanların yerel basına oranla daha fazla olabildiği üzerinde durulursa, ulusal basının hem internet gazeteciliği alanında hem de geleneksel gazetecilik alanında yerel basından farklı bir konumda olduğunu söylemek mümkündür. Okuyucu kitlesi bakımından yerel gazeteler çoğunlukla yayımlandıkları bölgelerde ve/veya o bölge hakkında bilgi sahibi olmak isteyen diğer vatandaşlar tarafından takip edilmektedir. Bunun bir getirisi olarak ulusal basına nazaran daha az haber sayısı, daha az görsel, haber kaynaklarının belirtilmemesi, daha az reklam ve ilana yer verilmesi gibi durumlar ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın amaçların biri Yozgat basınının internet gazeteciliğinde nasıl bir konuma sahip olduğunu belirlemekti. Tokgöz (2012, 106-107)'ün belirttiği internet gazeteciliğinin yaşadığı üç aşama (1990 ile 1996 yılları arasında internet gazeteciliği ilk dönemini yaşamakla birlikte haberler ve görseller yani gazeteye girecek olan içerikler geleneksel gazeteye göre hazırlanmakta daha sonra internet gazetesi için düzenlenmekte idi. 1996 yılından sonra internet gazetelerinin içerikleri özel olarak hazırlanmaya ve okurların ilgi alanlarına göre bölümler oluşturulmaya başlanmış bu dönem ikinci dönem olarak kabul edilmiştir. İnternet gazeteciliği için üçüncü dönem okurların web sitesinde gezinebildikleri dönem olarak karşımıza çıkmaktadır) incelenerek elde edilen sonuç; Yozgat basınının internet gazeteciliği alanında ilk aşamada olduğunu, buna bağlı olarak haber ve içerikleri geleneksel gazeteye göre hazırladıkları bu içerikleri internet sayfasına aktardıkları, internet sitelerine özel olarak içerik hazırlamadıklarını göstermektedir.

Bütün bu verilerin ışığında ulusal basının internet gazeteciliği bakımından daha aktif olduğunu, geleneksel gazeteciliği de internet gazeteciliğiyle birlikte yürüttüğünü söylemek mümkündür. Yerel basının maddi sorunları ve nitelikli personel eksikliği zamanla çözülebilir hale getirilerek ulusal basın karşısında gazetecilik pratikleri açısından güçlenmesi sağlanmalıdır.

Geleneksel gazetecilik kendi kurallarını oluşturur. Buna göre gazetede haberin muhabiri bellidir, yapılan habere ilişkin fotoğraflar sayfalarda yerini alır ve okuyucuya ulaşır. Belli bir sayfa sınırı olması nedeniyle haberler önem sırasına göre sıralanıp hangi haberin gazeteye basılacağı hangisinin dışarıda kalacağı belirlenir. Gazeteye basılamayan haberler gazetenin internet sayfasından paylaşılır. Aslına bakılacak olursa internet gazeteciliği basılı gazeteye giremeyen haberi siteden paylaşmak değil, daha kategorize, daha erişilebilir ve güncellenebilir haberleri anında okuyucuya sunabilmektir. İnternet gazeteciliğinin, amacı doğrultusunda kullanılması hem okur sayılarının yükselmesini sağlayacaktır hem de internet gazeteciliğinin saygınlığını ve güvenirliğini artıracaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Alankuş, S. (2005). Gazetecilik ve Habercilik. İstanbul: BİA Kitaplığı.

Atabek, Ü. (2001). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Aydoğan, A. (2005), İnternette Geleneksel Medya. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Barutçu, İrem, Babıali'nin Tanrıları Simavi Ailesi, Agora kitaplığı, İstanbul 2004.

Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bozdağ, İ. (1992). Dünya'da ve Türkiye'de Basın İstibdadı. İstanbul: Emre Yayınları.

Bülbül, R. (2000). Genel Gazetecilik Bilgileri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Erdoğan, İ. (2007). Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi Yapısal Özellikler Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.

Erinç, O. (2007). Yerel Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Geleceği. Türkiye'de Yerel Basın. (Eds. S. Gezgin). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları

Geray, H. (2003) İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Geray, Haluk, Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş, Ütopya Yayınevi, Ankara 2017.

Girgin, A. (2001). Yerel Gazetecilik. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Girgin, A. (2009). Türkiye'de Yerel Basın. İstanbul: Der Yayınları.

Göksel Ataman, İşletme Yönetimi, Türkmen Kitabevi Yayınları, İstanbul 2001.

Gürcan, H. İ. (1999). Sanal Gazetecilik. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

İnuğur, N. (1993). Basın ve Yayın Tarihi. İstanbul: Der Yayınları.

İnuğur, N. (1999). Türk Basınında İz Bırakanlar. İstanbul: Der Yayınları.

Kacur, M. ve M. Bostancı (2012). Kayseri'deki Yerel Gazetelerin İnternetteki Görünümleri Üzerine Bir Analiz. Hamza Çakır ve Hakan

Aydın (Ed.), Tarih İçinde Kayseri Basını içinde (s. 397-427). Konya : Palet Yayınları 1. Baskı.

Kahraman, Ahmet. Cici Basının Sefalet ve Rezaleti, Tüm Zaman Yayıncılık, İstanbul 1996.

Karasar, Niyazi, Bilimsel araştırma Yöntemi, Nobel Yayınları, Ankara 2013.

Koloğlu, O. (2010). Osmanlı Dönemi Basınının İçeriği. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Kuyucu, Michael. Türkiye'de Medya Ekonomisi, Esen Yayın, İstanbul 2012.

Levent Yaylagül, Kitle İletişim Kuramları, Dipnot Yayınları, Ankara 2016

Mehmet Özçağlayan, Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, Alfa Yayınları, İstanbul 1998.

OEDS, (2010) , News In The Internet Age: New Trends In News Publishing akt. Kacur, M. ve M. Bostancı, "Kayseri'deki Yerel Gazetelerin İnternetteki Görünümleri Üzerine Bir Analiz" Konya 2012.

Stewenson, N. (2008) Medya Kültürleri. Ankara: Ütopya yayınları.

Sütçü, S. C. (2006). Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi. (Der: Can Bilgili). İstanbul: Beta Yayınları.

Tılıç, L. D. (1998). Utanıyorum Ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tokgöz, O. (2012). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi.

Topuz, H. (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Topuz, Hıfzı, II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul 2018.

Törenli, N. (2005). Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Varlık, B. (1999). Osmanlı Dönemi Türkçe Yerel Basını Üzerine Bazı Gözlemler. Osmanlı Basın Hayatı Sempozyumu. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2018.

TEZLER

Acar, N. (2018). Siyasi Eylemlerde Sosyal Medya Örgütlenmesi: 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Demokrasi Nöbetleri. Selçuk Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya.

Akbulutgiller, Betül, Yerel Gazetelerin İnternet Ortamında Görünümleri: Erzurum ve İzmir Örneği, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri 2013 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Aydın, H. (2004). "Mustafa Kemal Tarafından Konya'da Finanse Edilen Bir Seçim Gazetesi: Halk (12 Haziran-3 Ağustos 1923), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Aydoğan, T. (2019). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya: Hakkâri İli Örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum.

Balcı, E. Vadi, Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2010 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Etkeser, E. (2015). Türkiye'de İnternet Gazeteciliği ve Etik. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Gürkan, P. S. (2002). İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Medya Yapısı Üzerine Etkileri. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Gürültü, E. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

İğrek, Ş. A. (2009). Yeni Bir Sosyal Ağ Oluşumu: İnternet'in İnsan İlişkileri Üzerindeki Etkileri, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa.

Kalender, E. M. (2016). Fen Lisesi ve Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi (Kütahya İli Örneği). Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İnternet ve Bilişim Teknolojileri Yönetimi Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon.

Karaman, Emel. (2010). İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya: Muğla Örneği. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara

Karataş, E. O. (2015). Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Dönüşüm: Radikal Gazetesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya.

Löle, Aylin, Türk Basınında İş Tatmini ve Sendikalaşma İlintisi: Akşam Gazetesi Üzerine Bir İnceleme, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2012 (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

MAKALELER

Aslı Köseoğlu, "Dijital Ortamda Yerel Basın: Tekirdağ Örneği Üzerinden Bir İnceleme", Egemia, 1, 2017.

Aydoğan, A. (2012). 'İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği'. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 35, 24.

Çakır, H. (2007). "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği". Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, 123-149.

Çevikel, T. (2004). "Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler" Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 1, 147-165.

Değirmencioğlu, G. (2011) "Yerel Basında Yeni Medya ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli'de Yayımlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme" AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 5, 19-31.

Demir, V. (2008). "Türk Medyası ve Demokrasi". Köprü Dergisi, 104, 65-73.

Denizci, M. Ö. ve A. Çetinkaya, (2015). "İnternette İçerik Düzenleme Çalışmaları". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3 (15), 175-200.

Gönenç, E. Ö. "İletişimin Tarihsel Süreci". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 28, 2007, s.87-102

Gönenç, Ö. E. (2003). "İnternet ve Türkiye'deki Gelişimi". İletişim Fakültesi Dergisi, 87- 98

Güner, M. (2016). "İnternetin Gelişimi ve Özel Alışveriş Siteleri". Sosyal Bilimler Dergisi The Journal Of Social Science, 3 (6), 594- 606.

Joao Canavilhas, "Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid", Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2007, s.2.

Johnson, G. (2006). 'Internet Use and Cognitive Development: A Theoretical Framework'. E–Learning, 3 (4), 567.

Kazaz, M. (2007). 'Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Spor Basını'. Selçuk İletişim, 4 (4), 223.

Korkmaz, A. (2009). "İnternet Gazeteciliğinin Kamuoyu Oluşumuna Etkisi" Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1 (2), 6-19.

Kuyucu, M. (2013). 'Bab-ı Ali'den Tablet Gazetelere Basın İşletmeciliği'. İletişim ve Diplomasi, 1, 64.

Leiner, B. M. vd. (1997). 'The Past and Future History Of The İnternet'. Communıcatıons Of The Acm, 40 (2), 102- 108.

Özçağlayan, M. "Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme)". Marmara İletişim Dergisi, Sayı 13, Cilt 13, 2008, s.131-159

Özgen, E. (2011) "Halkla İlişkiler ve Yeni Medyanın İşaret Ettiği Sorunlar Üzerine Bir Tartışma", Global Media Journal, 90.

Şükrü Balcı ve Ayhan Bünyamin, "Üniversite Öğrencilerinin internet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması", Selçuk İletişim Dergisi, 5,1, 2017, s.174 197.

Tanjev Schultz, "Interactive Options in Online Journalism: a Content Analysis of 100 U.S. Newspapers", Journal Of Computer – Mediated Communication, 5, 1, September 1999.

Topçu, H. ve T. Çakır, (2005). 'Bir İletişim Dili Olarak İnternet'. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19 (2), 71-96.

Yolcu, Ö. I. (2009). 'Gazetelere Ait İnternet Sitelerinde Değişim Süreci: 'www.milliyet.com.tr' Örneği'. İletişim Fakültesi Dergisi, 0 (35), 137.

Yusuf Devran ve Ö. Faruk Özcan, "Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği: Fırsat mı Tehdit mi?", Global Media Journal TR Edition, 7, 14, Bahar 2017, s.151.

BİLDİRİLER

Kuyucu, Mihalis. (2017). 'İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetelerle Savaşı: İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliği Bitirdi Mi? Üniversite Öğrencilerinin İnternet Gazeteciliği ile İlgili Görüşleri Üzerine Bir Güncelleme' (1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı 4-5 Mayıs 2017). İstanbul 2017, s. 450-452.

İNTERNET KAYNAKLARI

WEB_1. (2020). Milliyet Gazetesi Künyesi. http://www.milliyet.com.tr/kunye/ (22.01.2020).

WEB_2 (2020). Hürriyet Gazetesi Yazı Dizisi. https://www.takvim.com.tr/yazi_dizisi/2010/12/10/hurriyette_darbecinin_golgesinde_gecen_yillar (18.08.2020).

WEB_3. (2020). Anadolu Ajansı Hürriyet Gazetesi'nin Devri https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/dogan-holdingten-medya-sirketlerinin-satisina-iliskin-aciklama/1110789 (18.08.2020).

WEB_4. (2019). Sabah Gazetesi Künyesi. https://www.sabah.com.tr/kunye (22.01.2020).

WEB_7. (2020). Sözcü Gazetesi. https://www.sozcu.com.tr/ (22.01.2020).

WEB_9. (2020). Posta Gazetesi. https://www.posta.com.tr/ (22.01.2020).

WEB_10. (2020). İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı – İnternetin Tarihçesi. https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi (27.01.2020).

WEB_11. (2020). Günlük ve Haftalık Gazete Tirajları. http://gazetetirajlari.com/ (19.08.2020).

WEB_12. (2020). Hürriyet Gazetesi, Milliyet'in Satılması Haberi. https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/milliyet-ve-vatan-satildi-17597653 (18.08.2020).

WEB_13. (2010). Sözcü Gazetesi'nin Tarihçesi. https://www.gazeteler.org/sozcu-gazetesi-hakkinda (19.08.2020).

GÖRÜŞMELER

Osman Hakan KİRACI (2020) - Yozgat Gazeteciler Cemiyeti Başkanı

Tarık YILMAZ (2020) – Yozgat Çamlık Gazetesi Sorumlu Yazı işleri Müdürü

Bekir ÇAYLAK (2020) – Yeni Ufuk Gazetesi İmtiyaz Sahibi

Ahmet BÜYÜKSOY (2020) – Merhaba Yozgat Gazetesi İmtiyaz Sahibi

Seyfi ÇELİKKAYA (2020) – İleri Gazetesi Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Mehmet EROL (2020) – Yozgat Haber ve Yozgat Hakimiyet Gazetesi Haber Editörü