

**T.C.**  
**KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI**



**YEREL BASININ DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE YAŞADIĞI**  
**DÖNÜŞÜM VE SORUNLARI: DÜZCE İLİ ÖRNEĞİ**

**NUR ALAS**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DR. ÖĞR. ÜYESİ İLKNUR KILINÇ**

**EYLÜL - 2023**

**KASTAMONU**

## TAAHHÜTNAME

*Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.*

**Nur ALAS**

## ÖZET

### YÜKSEK LİSANS TEZİ

#### YEREL BASININ DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE YAŞADIĞI DÖNÜŞÜM VE SORUNLARI: DÜZCE İLİ ÖRNEĞİ

NUR ALAS

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI  
DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ İLKNUR KILINÇ

Bu tezde, Düzce'nin yerel basınının dijital dönüşüm süreçleri ve bu süreçlerden nasıl etkilendiği üzerine bir analiz sunulmaktadır. İlk olarak basın, yerel basın ve Türkiye'de yerel basın kavramları işlenmiştir. İkinci aşamada dijitalleşme kavramı ve yayılma süreci aktarılmıştır. Diğer bir aşamada ise Düzce'nin yerel basınının tarihçesi, gelişimi ele alınmaktadır. Son olarak Düzce yerel basınında dijital dönüşüm süreçlerinin nasıl yaşandığı, hangi stratejilerin izlendiği ve karşılaşılan zorluklar analiz edilmektedir. Bu çalışma için yüz yüze görüşmeler yapılarak, yerel basın kuruluşlarının dijital dönüşüm sürecine uyum sağlama çabaları ve bu süreçte karşılaştıkları zorluklar incelenmiştir. Teknolojik altyapının güçlendirilmesi, dijital okur kitlesi analizi ve hedefleme, iş birlikleri ve ortaklıklar, eğitim ve farkındalık, yenilikçi içerik ve deneyimler gibi öneriler sunulmaktadır. Bu çalışmada sunulan öneriler, yerel basının dijital alanda daha güçlü bir konuma gelmesini sağlayabilir. Ancak, her bir yerel basın kuruluşunun kendi ihtiyaçları ve kaynakları doğrultusunda stratejiler belirlemesi önemlidir. Bu araştırma, Düzce'nin yerel basınının dijital dönüşüm süreciyle ilgilenen araştırmacılara, medya çalışanlarına ve yerel basın kuruluşlarına katkı sağlama amacı taşımaktadır. Düzce'nin yerel basını, dijital çağın gerekliliklerine uyum sağlamak için sürekli olarak kendini güncellemeli ve yeniliklere açık olmalıdır. Gelecekteki çalışmaların, bu sürecin daha derinlemesine incelenmesi ve farklı stratejilerin etkinliğinin değerlendirilmesi üzerine odaklanması önerilmektedir.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Basın, Yerel basın, Düzce, Dijitalleşme, Dönüşüm

Eylül 2023, 87 Sayfa

**ABSTRACT****MSC THESIS****THE TRANSFORMATION AND CHALLENGES OF LOCAL PRESS IN THE  
PROCESS OF DIGITALIZATION: A CASE STUDY OF DÜZCE PROVINCE****NUR ALAS****KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES****DEPARTMENT OF JOURNALISM****SUPERVISOR:ASST. PROF. DR. İLKNUR KILINÇ**

This thesis analyzes the digital transformation processes of Düzce's local press and their impact on these processes. First, the concepts of press, local press, and Turkish local press are discussed. Second, the concept of digitalization and its dissemination process are outlined. Another section deals with the history and development of Düzce's local press. Finally, the study analyzes how the digital transformation process is experienced in Düzce's local press, what strategies are pursued, and what challenges are encountered. This study conducted face-to-face interviews to explore local press organizations' efforts to adapt to digital transformation and the challenges they face. Strategic steps were recommended, including strengthening technological infrastructure, conducting digital audience analysis and targeting, fostering collaborations and partnerships, improving education and awareness, and innovating content and experiences to help local presses succeed more in the digital transformation process. In conclusion, Düzce's local press is facing difficult times in the face of technological advances in print media and is striving to adapt to the digital environment to maintain its presence. Although various strategies have been developed to adapt to the digital transformation process, more advanced steps are needed. The recommendations presented in this study can help the local press strengthen its position in the digital world. However, each local press organization must determine its strategies according to its needs and resources. This study aims to contribute to researchers, media professionals, and local press organizations interested in the digital transformation process of Düzce's local press. The local press of Düzce should constantly update itself and be open to innovation to meet the demands of the digital age. It is recommended that future studies focus on investigating this process in more detail and evaluating the effectiveness of different strategies.

**KEYWORDS:** Press, Local Press, Düzce, Digitalization, Transformation

September 2023, 87 Page

## TEŞEKKÜR

Tez alışmamın her aşamasında bana yardımcı olan, her daim yol gösteren ve desteklerini esirgemeyen danışman hocam sayın Dr. gr. Üyesi İlknur Kılınç'a tüm emekleri ve desteği için teşekkür ederim. Ayrıca tez izleme komitemde yer alarak kıymetli görüşleri ile yol gösteren sayın Prof. Dr. Erdem Güven ve sayın Doç. Dr. Meltem şahin Hassan hocalarıma teşekkür ederim.

Bugünlere gelmemi sağlayan, aldığım her kararda beni destekleyen, benimle birlikte yürüyen ve tez çalışmam süresince her daim motive olmamı sağlayan sevgili annem ve babam başta olmak üzere canım abim, eşi ve yeğenim Mustafa Kemale;

Düzce Postası Gazetesi, Düzce Damla Gazetesi, Manşet Gazetesi, Düzce'nin Sesi Gazetesi, Parantez Gazetesi, Günaydın Düzce Gazetesi, Önce Düzce Haber Sitesi ve Akçakoca Havadis Gazetesi çalışanlarına katkıları için teşekkür ederim.

NUR ALAS

Kastamonu, 2023

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
<b>TEZ ONAYI</b> .....	<b>ii</b>
<b>TAAHHÜTNAME</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vii</b>
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. BASIN VE YEREL BASIN</b> .....	<b>3</b>
2.1 Basın .....	3
2.2 Yerel Basın .....	6
2.2.1 Türkiye’de Yerel Basının Doğuşu ve Gelişimi.....	8
2.2.1.1 Vilayet gazeteleri .....	9
2.2.1.2 Millî mücadele döneminde yerel basın .....	11
2.2.1.3 Cumhuriyetin ilk döneminde yerel basın .....	14
2.2.1.4 Çok partili dönemden günümüze yerel basın.....	18
2.2.2 Türkiye’de Yerel Basın Sorunları .....	23
<b>3. DİJİTALLEŞME</b> .....	<b>28</b>
3.1 İnternet ve Gelişim Süreci .....	29
<b>4. BASINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM</b> .....	<b>36</b>
4.1 Dijitalleşmenin Yerel Basında Yarattığı Dönüşüm.....	41
4.1.1 Dijitalleşmenin Olumlu Etkileri.....	43
4.1.2 Dijitalleşmenin Olumsuz Etkileri .....	45
<b>5. DÜZCE YEREL BASINI ve DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜREÇLERİNE DAİR ANALİZ ÇALIŞMASI</b> .....	<b>48</b>
5.1 Düzce Yerel Basınının Tarihçesi.....	49
5.2 Düzce Yerel Basınının Dijital Dönüşümü Üzerine Analiz.....	52
5.2.1 Araştırma Konusu .....	52
5.2.2 Araştırmanın Amacı.....	52
5.2.3 Araştırmanın Önemi .....	53
5.2.4 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	54
5.2.5 Yöntem.....	55
5.2.5.1 Araştırmanın modeli.....	55
5.2.5.2 Araştırmanın evren ve örnekleme.....	56
5.2.5.3 Bulgular.....	57
<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	<b>78</b>
<b>KAYNAKLAR</b> .....	<b>81</b>

**TABLULAR DİZİNİ**

	<b><u>Sayfa</u></b>
Tablo 2.1 Vilayet Gazeteleri .....	10
Tablo 3.1 Web teknolojisinin tarihsel gelişimi .....	35
Tablo 5.1 Görüşmeci bilgileri .....	57



## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

### Kısaltmalar

<b>AA</b>	: Anadolu Ajansı
<b>AP</b>	: Associated Press
<b>ARPANET</b>	: Amerikan Askeri Araştırma Projesi
<b>BİK</b>	: Basın İlan Kurumu
<b>DHA</b>	: Demirören Haber Ajansı
<b>İHA</b>	: İhlas Haber Ajansı
<b>LA</b>	: Los Angeles
<b>ODTÜ</b>	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>TRT</b>	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
<b>TÜBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TV</b>	: Televizyon
<b>WWW</b>	: World Wide Web

## 1. GİRİŞ

İnsanlık tarihi süresince haber alma ve haber verme ihtiyaçları hep var olmuştur. Dönemin insanları, içinde buldukları zaman dilimine göre her daim bir haberleşme aracı bulmuşlardır. Tarihin ilk dönemlerinde bu ihtiyaç sadece duyuru, ferman, karşılıklı iletişim olarak icra edilirken sonrasında ortaya çıkan iletişim kavramının bir meslek olarak icra edilmesi ve gazetelerin doğuşu önemli dönüm noktalarındandır. Gazetelerin tarihsel önemi, bilginin toplumlar arasında yayılmasında ve düşüncelerin şekillenmesinde kritik bir rol oynamıştır. Haberler, fikirler ve analizler gazeteler aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmış, böylece toplumsal değişimin öncüsü olmuştur. Bununla birlikte, gazetelerin etkisi sadece genel haberlerle sınırlı değildir. Yerel basın da büyük bir öneme sahiptir. Yerel haberler, insanların çevrelerindeki olayları anlamalarına yardımcı olurken, toplulukları bir araya getirerek dayanışmayı güçlendirebilir. Ancak, tarihsel etkinin yanı sıra, basın dünyası teknolojinin hızlı evrimiyle de dönüşmüştür. Teknolojik gelişmeler, haberlerin hızla yayılmasını sağlamış, dijital platformlar aracılığıyla her köşeden habere erişim kolaylığı sağlamıştır. Bu sayede, basının rolü daha da genişlemiş, toplumları daha hızlı ve kapsamlı bir şekilde bilgilendirebilme imkânı doğmuştur. Sonuç olarak, gazetelerin tarihsel mirası ve yerel basının önemi, teknolojik yeniliklerle birleşerek basının sürekli değişen ve etkili bir iletişim aracı olma yolunda ilerlemesini sağlamıştır.

Teknolojik yeniliklerle basın sektörü köklü bir dijital dönüşüm sürecine girmiştir. Geleneksel gazeteler ve diğer medya kuruluşları, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital platformlara yönelmişlerdir. Bu dijitalleşme süreci, medya kuruluşlarının içerik üretiminden dağıtımına kadar birçok alanda köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimlerin yerel basın üzerindeki etkileri, özellikle küçük yerel gazetelerin dijitalleşme sürecini nasıl tamamladığı ve bu süreçte hangi değişimlerin yaşandığı konularında daha fazla araştırmayı gerektirmektedir. Bu çalışma, Düzce ili örneğinde, yerel basının dijitalleşmesi sürecinde yaşadığı sorunları ve bu sorunlara çözüm arayışlarını ortaya koymakla birlikte bu süreçteki teknik imkansızlıkları görünür kılmayı aynı zamanda dijitalleşme süreci sonrası olumlu etkilerini ortaya koymaktadır. Böylelikle hem yerel basındaki dijitalleşme etkisini sunması hem de

henüz dijitalleşme sürecinin başlarında olan diğer yerel basın kuruluşlarına kılavuz olması açısından önem taşımaktadır.

İkinci bölümde konu ile ilgili mevcut literatür incelenmiştir. Bu bölümde ilk olarak basın ve yerel basın tarihi ile ilgili bilgilendirilmeler yapılırken sonrasında yerel basının sorunlarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise dijitalleşmenin tarihçesinden bu bağlamda internet ve gelişim süresinden bahsedilmektedir. Dördüncü bölümde basındaki dijitalleşme süreci, dijitalleşmenin yerel basında yarattığı dönüşüm ve bu dönüşüm olumlu-olumsuz etkileri anlatılmaktadır. Beşinci bölümde ise ilk olarak Düzce yerel basının tarihçesinden bahsedilerek dijital dönüşüm sürecinin Düzce basını üzerindeki etkileri anlatılmaktadır. Devamını izleyen sıralamada yapılan çalışma ve analizler sonrası sonuçlardan bahsedilmektedir. Bu çalışmanın, dijitalleşme çağında yerel basının dönüşümüne ilişkin önemli bir kaynak olacağına inanıyoruz.

## 2. BASIN VE YEREL BASIN

İnsanlık var olduğu dönemden itibaren hayata ve yaşama dair her daim arayış içerisinde olmuştur. Bu arayışlar zaman ilerledikçe değişmiş ve dönemin şartları içerisinde yeniden şekillenmiştir. Yüzyıllar boyunca her daim ihtiyaç duyulan gereksinimler de bulunmaktadır. Gereksinimlerden olmazsa olmaz olan bir tanesi de “iletişim-haberleşme” kavramıdır. İnsanların küçük bir coğrafyadan bütün dünyaya yayılmasında şüphesiz ki en büyük etken ilk çağlarda “haber kağıtları”, günümüzde ise “basın-medya” kavramlarıdır. İnsanların haber alma ihtiyacını karşılayan ilk örnekler, kökleri 14. yüzyıla kadar dayanan haber kağıtları ve haber mektuplarıdır. Haber kağıtları ve haber mektupları gazetelerin öncüsü olarak sayılabilir fakat gazetenin haber kağıtlarından farklılığı sistemli bir yayın aralığına sahip olmasıdır. Bu bağlamda da devamlılığı ve sistemliliği sağlamada matbaanın icadı ve haber kağıtlarının belirli aralıklarla posta arabaları ile dağıtılması önemli etkenlerdir (Sağlam, 2018).

Ülkemizde basının gelişme süreci gecikmeli gerçekleşse de Avrupa ülkeleri ile aradaki fark kısa sürede kapanmıştır. Osmanlı Devleti ile başlayan Türk basın tarihi, iletişime verilen önemin artması ile vilayetlerde matbaalar kurulmuş ve bugün ki yerel basının temelleri atılmıştır. İnsanların yakın çevrelerinde olup bitenleri öğrenme istekleri yerel basının yaygınlaşmasında ve günümüze ulaşmasında önemli bir etken olmuştur. Teknolojinin gelişmesi ile etki alanını genişleten yerel basına aynı zamanda ulaşımda kolaylaşmıştır.

### 2.1 Basın

Haber kağıtları olarak başlayan ve içinde bulunulan zamana medya unsurlarından biri olarak evrilen basın kavramı, ilk çağlardan itibaren önemini gösteren bir araç olmuştur. Basın kavramının geliştirilerek ilerlemesinde ve toplumu etkileyecek güce sahip olmasında, şüphesiz ki matbaanın etkisi büyüktür. Gündüz (2018); matbaanın bulunmasını dünya tarihine yön veren tekniklerden biri olduğunu, artık elde edilen bilgilerin etki alanlarının çok daha geniş kesimlere yayılacağını ve bu şekilde bilgi akışının gerçekleşeceğini belirtmiştir.

Basın kavramı Türk Dil Kurumu'nca gazete, dergi gibi belirli zamanlarda çıkan yazılı yayınların bütünü, matbuat olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Yaygın bir kitle iletişim aracı olduğu için basın kavramına getirilmiş farklı tanımlamalar da mevcuttur. Bunlardan bazıları;

- Süreli bir şekilde yayınlanan, kitlelere bilginin ulaşmasını sağlayan, alenen ya da gizli bir şekilde propaganda yapabilen aynı zamanda eğlendirme işlevine sahip olan ve bütün bu işlevleri endüstriyel üretim yöntemlerinden destek alarak yapan yayınlardır (Arslan, 2019).
- Enformasyonu sağlamada en etkili yollardan biri olan ve kitleleri ilgilendiren her türlü bilginin, haber halini aldıktan sonra belirli periyotlarla yayınlanmasıdır (Özbay, 2014).
- İnsanların yaşanan olaylardan haberdar olma isteği, yakın veya uzak bölgelerde yaşananları öğrenmek veya elde edilen bilgileri yaymak amacıyla kurulan ve günümüzün dördüncü kuvveti olarak görülen basın kurumu oluşturulmuştur (Eraslan, 2018).
- Basın demek haber demektir. Yaşanan olayların sadece belirli bir grubun yetkinliğinden çıkıp, haberin etki alanının genişlemesini sağlayan bir araçtır. Günümüzde bu araçlar gazete, radyo, televizyon ve bilgisayar olarak çeşitlenerek basın kavramının anlamını genişletmiş ve medya kavramına dönüştürmüştür fakat değişmeyen tek şey bu iki kavramın amacıdır: haber vermek (Koloğlu, 2020).

Yapılan tanımlamaların hepsi, bugün basının etki gücünü göstermektedir. Bireylerin sabit oldukları konumdan sınırları aşmasını sağlayan ilk araç basın ve sonrasında güçlenen içerikleri ile medyadır. Basının etki gücü ile yarattığı canlılık ve değişim ilk zamanlardan itibaren anlaşılmıştır. Koloğlu (2020) bu değişim ve dinamizmleri şu şekilde açıklamıştır;

- Kendi düşünebilen insanın oluşması, akılcılığın yerleşmesi.
- Ansiklopedist (Her şeyi bilen yerine uzmanlığı pekiştirmesi).

- Bilgi hareketinde devamlılık ve netlik sağlanması.
- Enformasyonun basit, ucuz ve hızlı bir şekilde aktarılması.
- Soylu ve din sınıfı sultasını kırıp burjuva aracılığıyla kitleye açılma.
- Dilde sadeleşme ve bu bağlamda ulusçuluk kavramını pekiştirme.
- Uluslarüstü burjuva kültürünü genişletmek.
- Laiklik yönelimini güçlendirme.
- Kamuoyu oluşturmada taze bir alan.
- İktidar erklerinin gizeminin ortadan kalkması.
- Tüketim yönelimini kitleye yaymak ve yeni iş kollarını oluşturmak.
- Özgür bir şekilde fikirleri yazmak, uygulanan sansüre karşı özgürlük savaşı vermek.

Bu dinamizm ve değişiklikler içerisinde özellikle bilginin kolay, ucuz ve hızlı aktarımı, kamuoyu oluşturmada güçlülük ve özgürlük gibi oluşumlar, basının önemini anlama noktasında etkin bir rol oynamaktadır.

Basının önemi ile ilgili dünya tarihinde yer edinmiş farklı alanlardaki insanlar da basının önemi ile ilgili çeşitli tanımlamalarda bulunmuştur. Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk, basının önemini bilen bir lider olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda yaptığı yorumlamalardan birisi de “*Basın, milletin müşterek sesidir. Bir milleti aydınlatma ve irşatta, bir millete muhtaç olduğu fikri gıdayı vermekte, hulusa bir milletin hedefi saadet olan müşterek bir istikamette yürümesini teminde, basın başlı başına bir kuvvet, bir mektep, bir rehberdir.*” Fransız düşünür ve tarihçi olan Alexis de Tocqueville basın için; “*Basın, özgürlüğün en güzel demokratik yöntemidir.*” yorumlamasında bulunmuştur. Mendes France ise yaptığı yorumlamada, basının demokrasinin önemli öğelerinden biri olduğunu belirtmiştir (İnuğur, 2005).

Basının önemi ile birlikte Avrupa’da yayılması hızla olmasına karşı ülkemizdeki gelişim süreci daha geç ilerlemiştir. Mevcut topraklarımıza matbaa makinesinin kullanımı Avrupa’ya kıyasla iki buçuk asır sonra gelmiştir (Arslan, 2019). Basın olgusu ilk kez Osmanlı İmparatorluğu döneminde ortaya çıkmış ve bu olgu kendini kabul ettirdiği süreçten itibaren kontrol altında tutulmak istenen bir güç haline gelmiştir. Bunun temel nedeni ise basının etki alanının sınırsız olmasıdır. En küçük

yerleşim biriminden kıtaları aşan bir boyuta ulaşabilme özelliği, bu sınırsızlığı net bir şekilde göstermektedir.

## 2.2 Yerel Basın

Anadolu basını, taşra gazeteleri gibi farklı adlandırmalara da sahip olan yerel basın kavramını; ulusal basından daha küçük bir etki alanına sahip olan, yayımlandığı bölgenin veya ilin gelişmelerini, yine bölge sakinlerine aktaran bir haberleşme ağı olarak tanımlamak mümkündür. Uzun bir tarihe sahip olan yerel basın kavramı için birden fazla tanımlama mevcuttur. Bunlardan bazıları:

- Ülkenin tamamına dağıtılmayan, coğrafi sınırlılığa sahip, belirli bir kültürel ilişki çizgisinde olan ve haber içeriklerinin bölgesel anlamda geliştiği ve gündemi yine bölgesel anlamda olan basın (Yaşın, 2009).
- 5187 sayılı Basın Kanunu'nun ikinci maddesinde yerel basın; tek bir yerleşim biriminde yayınlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayınlanan yaygın ve bölgesel yayınlar (Birsen, 2011).

Gelinen çağda, yerel basın kavramı da genişlemiş ve sadece basılı olmaktan çıkarak görsel/işitsel bir olgu haline gelmiştir. Bu dönüşümden dolayı yerel basını, yerel medya olarak ele alan tanımlamalar da mevcuttur. Bu tanımlamalardan bazıları;

- Yerel medya küreselleşmeyle birlikte etki alanının dışına çıkan ve tüm dünyaya ulaşabilen bir noktaya gelmiştir. Bu bağlamda üstlendiği işlev daha önemli hale gelmiştir (Çelikbaş ve Özsoy, 2022).
- Yerel medya tek bir bölgede yayımlanan ya da basılan, gazete, dergi, televizyon yayınlarını kapsayan kuruluşlardır (Altun, 2005).

Dijital çağla birlikte televizyon, internet, bilgisayar, akıllı telefon, tablet gibi haberi anında aktaracak sistemlerin oluşması, basılı olarak hizmet veren yerel basın kavramını genişleterek yerel medya kavramına dönüştürmüştür.

Basın için toplulukların, kitlelerin, bölgelerin, grupların ya da bireylerin sesi olduğunu söylemek yanlış bir tanımlama olmayacaktır ancak bahsedilen oluşumların sesi olabilmek için haberleştirilecek olan enformasyonun doğru ve eksiksiz olması gerekmektedir. Bu bağlamda da basın çalışanları için bilginin teyit edilmesi ve mümkünse haberin merkezinde bulunması basının güvenilirliği ve inandırıcılığı konusunda önem taşımaktadır. Yerel gazete, dergi, radyo veya televizyonda çalışan basın mensupları buldukları bölgede, yaşanan gelişmeleri kitlelere eksiksiz ve doğru bir şekilde aktarmalıdır. Yerel basın bulunduğu bölgeye sadece bilgi aktarımı yapmaz. Bununla birlikte yerel idareler ve halk arasında bir köprü işlevi gerçekleştirmektedir (Ozan, 2003). Bu sayede yerel idarecilerin gerçekleştirdiği uygulamalar aslında yerel basın tarafından kontrol edilebilmektedir (Çelikbaş ve Özsoy, 2022).

Yerel idare ile halk arasında köprü vazifesi gören basın, kamuoyu oluşturmada da daha etkili olabilmektedir. Yerel basının bölgedeki sorunları gündeme taşıması, yerel idarelerin dikkatini daha kolay çekebilmektedir. Bu bağlamda yerel basın için etki alanı sınırlı ama etki hızında başarılı demek yanlış olmayacaktır. Ayrıca ulusal basında yer bulmakta zorlanan yerel talep ve sorunların kendi bölgelerine ait yerel unsurlarda yer bulabilmeleri, seslerini ulusal basına duyurmada daha başarılı olabilmektedir. Bu durumdan dolayı yerel basını ulusal basının alternatifi olarak değil tamamlayıcısı olarak görmek gerekir (Yaşın, 2009).

Gulyas ve Baines (2020) yerel basının; Coğrafi Sosyopolitik Bağlam, Toplulukla İlişki ve Makro Medyadaki konumu olmak üzere üç temel özelliği olduğundan bahsetmişlerdir. Bu bağlamda coğrafi sosyopolitik bağlam için; yerel medya gazetecinin boyut paylaşırken kültür, tarih veya teknolojik unsurlardan ulusal basına göre daha farklı etkilendiklerini belirtmişlerdir. Diğer bir özellik olan toplulukla ilişkisi için ise yerel basının sadece haber vermekle yükümlü olmadığını, aslında toplumu bir araya getirmede ve kamuoyu oluşturmada da yükümlü olduğundan literatürde bahsedilmektedir. Makro medyadaki konumuna bakıldığında ise yerel basının da makro medya düzeninde yer aldığı ve ulusal/uluslararası medya uzantıları ile karşılıklı bir alışveriş içinde olduğu üzerinde durulmaktadır.

Yerel basın bulunduğu bölge için farklı işlevlerinden dolayı önem arz eden bir olgudur. Gezgin (2007) bu işlevleri 3 ana başlık altında toplamıştır.

- 1- İdari yönetimler tarafından gerçekleştirilen kamu görevlerinin o coğrafyada yaşayan topluluklara duyurulması, aynı zamanda kamuoyu oluşturulması basının işlevlerinden biridir.
- 2- Yerel idare ve halk arasında bir köprü kurarak, halk ve yerel yönetimi ilişkisini sağlamak.
- 3- Doğru aktarımlar ile milli iradenin yaygınlaşmasında etkili olan demokrasinin topluma yerleştirilmesi.

Yerel basın kavramı Osmanlı İmparatorluğu zamanında itibaren ülkemizde varlığını sürdürmektedir. Özellikle Millî Mücadele döneminde gösterdiği tutumla önemini ve varlığını ispatlamıştır. Teknolojinin gelişmesi ve her sektöre yönelik girişimlerin gerçekleşmesi, yerel basını da etkilemiştir. Kitle iletişim araçlarının kullanımı sayesinde yerel basın mevcut etki sınırını genişletme imkanına erişmiştir.

### **2.2.1 Türkiye’de Yerel Basının Doğuşu ve Gelişimi**

Türkiye’de basın olgusunun oluşması Avrupa’ya göre gecikmeli olmuştur. Türk basın tarihi, Osmanlı Devleti ile başlamaktadır (Aydeniz, 2007). Bugünkü yerel basının temelleri vilayet gazeteleri ile atılmıştır. İlk girişimlerden sonra yaygınlaşmaya başlayan gazeteler, özellikle Millî Mücadele Dönemi ve İkinci Meşrutiyet sonrası daha da hızlı bir şekilde yayılmıştır. Bununla beraber vilayet gazetelerinin İstanbul’un kontrolünden çıkarak Anadolu’ya yayılması hakiki yerel basının doğmasını sağlamıştır (Şeker, 2007).

Günümüze gelene kadar pek çok aşamadan geçen yerel basın, dönemlere göre değişikliklere veya dönüşümlere tabi tutulmuştur. Bulunduğu zamanın koşulları içerisinde var olmaya çalışan yerel basın kavramı tez çalışmasında; Vilayet Gazeteleri, Millî Mücadele Döneminde Yerel Basın, Cumhuriyetin İlk Döneminde Yerel Basın ve

Çok Partili Dönemden Günümüze Yerel Basın olmak üzere dört başlıkta incelenmektedir.

### 2.2.1.1 Vilayet gazeteleri

1839 tarihinde ilan edilen Tanzimat'tan önce resmi tebliğler veya duyurular yerel idarelere “*Ulak*” ya da “*Tatar*” adı verilen vazifeli kişiler tarafından iletilmekteydi. Bununla beraber bu bildirimlerin halka ulaşması da tellallar veya imamlar aracılığıyla yapılmaktaydı. Bu sürecin son aşaması ise aslında resmi olmayan yollardan gerçekleşmekteydi. Bilginin akışını sağlayan bu yollar, dönemin kahveleri, hanları, köy odaları veya gezginler aracılığıyla gerçekleştirilen sohbetlerdi (Kapaklı, 1999).

Osmanlı topraklarında ilk gazete Fransız Büyükelçiliği tarafından 1795 tarihinde haber bülteni olarak yayımlanan “*Bulletin des Nouvelles*” isimli bültendir. Gazete kavramının devamlılığını yine Fransız Büyükelçiliği sağlamış ve 1796 tarihinde “*Gazette Française de Constantinople*” gazetesi yayımlanmıştır (Özgen, 2004). Osmanlı topraklarında ilk Türkçe gazete ise 1831 tarihinde yayımlanan “*Takvim-i Vakayi*” gazetesi olarak bilinmekteydi fakat yapılan araştırmalar sonucunda ilk Türkçe gazetenin, 1828 tarihinde Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın Bulak'ta, Türkçe-Arapça olarak çıkardığı “*Vakayı-i Mısriyye*” gazetesi olduğunu gösterdi (Duman, 1995). Bu döneme ışık tutan diğer bir gazete ise Mehmet Ali Paşa tarafından 1830 tarihinde yarı Yunanca yarı Türkçe olarak yayımlanan “*Vakayı-i Giridiye*” gazetesi olmuştur (Uçak ve Erkal, 2019). 1860 tarihinde Fuat Paşa tarafından Beyrut'ta çıkarılan “*Hadikat al-Ahbar*” gazetesi de döneminin önemli gazetelerinden biri olmuş ve yerel idarenin resmi sözcülüğünü gerçekleştirmiştir (Altın, 2017).

1861 yılında Osmanlı Devleti'nin bir toprağı olan Lübnan'da çıkan karışıklıklardan dolayı Osmanlı vilayet sistemine geçiş yapmaya başlamış ve 1864 yılında yayınlanan Vilayet Nizamnamesi ile bu geçişi resmen başlatmıştır (Yazıcı, 2014). Basının etkisi bilindiğinden dolayı bu sistem ile oluşturulan vilayetlere kendi ihtiyaçlarını karşılaması için basımevi kurulması kararlaştırılmış ve yapılan bu uygulama ile resmi vilayet gazetelerinin de önü açılmıştır (Koloğlu, 2020).

Hıfzı Topuz (2003), dönemin önemli vilayet gazetelerini aşağıdaki gibi belirtmiştir;

- 1865 yılında Mithat Paşa tarafından Rusçuk'ta yayımlanan Tuna Gazetesi.
- Yine Mithatpaşa tarafından 1869 tarihinde, Türkçe-Arapça olarak yayımlanan Zevra Gazetesi.
- 1866 tarihinde Trablusgarp'ta çıkarılan, Trablusgarp Gazetesi. Gazete kendisine yönelik yaptığı tanımlamada; “*Bilindiği gibi gazete denilen şey, yararlanılacak haberleri gerek çıktığı yere gerekse taşraya duyurmak ve herkesi iyi bilgiye sahip kılarak, eğitim hizmetini üstlenmektir.*”
- Diğer önemli gazeteler ise 1866 tarihinde Erzurum'da yayımlanan Envar-ı Şarkiyye (Doğunun Nurları) ve 1869 tarihinde Bursa'da, Türkçe-Ermenice olarak yayımlanan Hüdavendigâr gazeteleridir.

Vilayet gazeteleri günümüz yerel basınını oluşturmada öncü konumundadır. Buldukları bölgeye hizmet eden ve yaşanan gelişmeleri aktararak diğer vilayetlerin gelişmeleri takip etmesine olanak sağlamaktadır. Osmanlı'nın son zamanlarına kadar farklı merkezi noktalarda yayım yapan vilayet gazeteleri, bölgeye kültürel katkı sağlamış ve bölgelerinin ilk süreli yayını olmuşlardır (Uçak ve Erkal, 2019). Tablo 2.1'de Osmanlı dönemindeki vilayet gazeteleri ile ilgili detaylı bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2.1 Vilayet Gazeteleri (Koloğlu, 2020)

Yıl	Vilayet	Gazete İsmi	Dili
1860	Beyrut	Hadikat al-Ahbar	Türkçe-Arapça
1865	Rusçuk	Tuna	Türkçe-Bulgarca
1865	Şam	Suriye	Türkçe-Arapça
1866	Trablusgarp	Trablusgarp	Türkçe-Arapça
1867	Halep	Gadir el Fırat	Türkçe-Arapça
1867	Cebeli Lübnan	Lübnan	Arapça-Fransızca
1867	Erzurum	Envar-ı Şarkiye	Türkçe-Ermenice
1867	Girit	Girit	Türkçe-Rumca
1868	Edirne	Edirne	Türkçe-Rumca
1868	İşkodra	İşkodra	Türkçe
1868	Yanya	Yanya	Türkçe-Rumca

Tablo 2.1'in devamı

Yıl	Vilayet	Gazete İsmi	Dili
1869	Diyarbakir	Diyarbakir	Türkçe-Ermenice
1869	Bursa	Hüdavendigâr	Türkçe-Ermenice
1869	Halep	Fırat	Türkçe-Arapça
1869	Konya	Konya	Türkçe-Rumca
1869	Selanik	Selanik	Türkçe-Rumca
1869	Trabzon	Trabzon	Türkçe-Rumca
1869	Bağdat	Zevra	Türkçe-Arapça
1871	Prizren	Prizren	Türkçe-Sırpça
1872	Kastamonu	Kastamonu	Türkçe
1872	Adana	Seyhan	Türkçe-Rumca
1872	Yemen	Yemen	Türkçe-Arapça
1873	Manastır	Rumeli	Türkçe
1874	Ankara	Ankara	Türkçe
1874	İzmir	Aydın	Türkçe
1876	Hersek	Neretva	Türkçe-Sırpça
1877	Priştine/Üsküp	Kosova	Türkçe-Sırpça
1877	San'a	San'a	Türkçe-Arapça
1878	Sivas	Sivas	Türkçe
1882	Rodos	Cezair-i Bahri Sefid	Türkçe-Rumca
1883	Mamuretü'l Aziz	Mamuretü'l Aziz	Türkçe
1884	Manastır	Manastır	Türkçe
1884	Musul	Musul	Türkçe-?
1888	Beyrut	Beyrut	Türkçe-Arapça
1903	Kudüs	Kudüs	Türkçe-Arapça
1908	Hicaz	Hicaz	Türkçe-Arapça

### 2.2.1.2 Millî mücadele döneminde yerel basın

Millî Mücadele dönemi yerel basını, günümüz yerel basını bugünlere ulaştıran sağlam bir temel olarak görmek mümkündür. Çünkü, basın bu dönemde ne kadar etkili bir güç olabileceğini göstermiştir. Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk bu durumla ilgili değerlendirmesinde yerel basını “*Fazilet Adaları*” olarak isimlendirmiş ve Anadolu basını için “*Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunda harcı olan basındır. Bir noktada yerel basın, Ulusal Kurtuluş Savaşı'nın gazi basınıdır.*” değerlendirmesinde bulunmuştur (Özcan, 2019). I. Dünya Savaşı sonrası başlayan mütareke yılları Türk

basın tarihi için bir dönüm noktası olmuştur. Anadolu'nun farklı noktalarında Millî Mücadele basını oluşmuş ve bu süreçte basın, devletin tekrar bir araya gelmesinde, toplumsal bütünlük sağlamada, yaptıkları yayınlar ile büyük destekler vermiştir (Kösedag vd., 2021). Bu süre zarfında birçok süreli yayın çıkmış ve Türkiye coğrafyasında 110 adet Türkçe süreli yayın faaliyete geçmiştir. Genel çerçeveden bakıldığında ise süreli yayınların büyük bir kısmını gazeteler oluştururken, %50'si taşrada faaliyet gösteren yayınlar olmuştur (Kocabaşoğlu ve Akan, 2019). Millî Mücadele döneminde Türk basın tarihi Anadolu basını ve İstanbul basını olacak şekilde iki gruba ayrılmaktadır. Dönemin şartları ve işgal kuvvetlerinin bulunduğu bölgede yayın hayatına devam etmeye çalışan İstanbul basını bu süreci birtakım baskı, sansür ve susturulmalar ile tamamlamaya çalışmıştır (Gündüz, 2007).

Millî Mücadele döneminde yaşanan gelişmelerin, günümüzdeki gibi hızlı bir şekilde aktarılması mümkün değildi fakat basının uzun veya kısa vadede kamuoyu oluşturma gücü mevcuttu. Basın unsurlarının da bu etkisini bilen İtilaf devletleri, İstanbul basını üzerinde sergiledikleri zoraki tutuma devam ederek dönemin gazetelerinin bağımsızlıklarını sansüre tabi tutmuşlardır (Özkaya, 1985). İstanbul basınının bir kısmı Millî Mücadele ve Kurtuluş Savaşı'na destek vermek istemekteydi fakat yoğun sansür altında olmaları, bu duruma imkân tanımamaktaydı. Sansürün ağırlığı o kadar netti ki bazı günlerde yazı ile dolması gereken gazete sayfaları boş sütunlar olarak çıkmaktaydı (Baykal, 1988). İstanbul basını genel olarak değerlendirildiğinde yaklaşık %74'lük bir kesim mevcut şartlar altında Millî Mücadeleyi desteklemeye çalışırken kalan %26'lık kesim karşı çıkmaktaydı. Millî Mücadele karşıtı tutum sergileyenlerin süreç sonuna kadar bu tutum içerisinde oldukları gözlemlenirken, destekleyen kesimin zaman içerisinde cephedeki ve Ankara'daki yaşanan gelişmelere göre artmış olduğu gözlemlenmekteydi. Taşrada faaliyet gösterilen yayınlara bakıldığında ise süreli yayınların %77'si Millî Mücadeleye destek verirken kalan %23'ü mücadele karşıtı tutum sergilemişlerdir (Kocabaşoğlu ve Akan, 2019).

Millî Mücadele ve Kurtuluş Savaşı'na destek vermek isteyen başlıca gazeteler; İleri, Yeni Gün, Akşam ve Vakit gazeteleriydi. Özellikle İleri Gazetesi yoğun sansüre rağmen milli mücadelenin, İstanbul sözcüsü konumundaydı. Mustafa Kemal, halkın bilmesi gereken bilgileri gazeteye ulaştırmakta ve haberler farklı isimler ile gazetede

yayınlanmaktaydı. Diğer yandan, İstanbul'da bulunan bütün basın grupları Millî Mücadele'yi desteklememekteydi. Peyam-ı Sabah, İstanbul ve Alemdar gazeteleri milli mücadeleye saldıran başlıca gazetelerdi (Topuz, 2003).

1.ve 2. İnönü Zaferleri ve devamında gelişen olumlu gelişmeler sonrası İstanbul basını üzerindeki ağır sansür biraz da olsa hafiflemiştir. Bu dönemden sonra İstanbul basınının Mustafa Kemal Paşa'dan ve Millî Mücadeleden daha rahat bahsettiğini görmek mümkündür (Baykal, 1988).

Mücadele karşıtı basın için Lozan Barış Antlaşması sonucunda Millî Mücadele'ye karşı bir tutum sergileyen ve bu yönde algı yapan gazetecilerin ülkeden çıkarılması istenmiştir. Bu gazeteciler, Türkçe İstanbul gazetesinden; Sait Molla, Alemdar gazetesinden; Refi Cevat, Pehlivan Kadri, Serbesti gazetesinden; Mevlanzade Rıfat, Bandırma Adalet gazetesinden; Bahriyeli Miralay Ali Sami, Aydede gazetesinden; Refik Halid, Balıkesir İrşad gazetesinden; Trabzonlu Ömer Fevzi, Köylü gazetesinden; İzmirli Refet, İzmir Musavvat gazetesinden; İzmirli Hafız İsmail, Adana Ferda gazetesinden; Fanizade Ali ilmi, Edirne'de Teemin ve Elyevm, Halep Doğru Yol gazetesinden; Hasan Sadık, Eski Köylü gazetesinden; Ferit ve Selanik Hakikat gazetesinden; Neyir Mustafa'dır (Ayhan, 2008). Millî Mücadele yanlısı ve Millî Mücadele karşıtı olarak kendi içinde zıt düşen İstanbul basını bu dönemde etkisini yitirmiştir. Çünkü Millî Mücadele yanlısı olan İstanbul basını bu süreci yazıları ile destekleyememiş ve bu durum merkezi İstanbul olan basının dengesini değiştirerek Anadolu basınına diğer bir isimle yerel basını güçlendirmiştir. Millî Mücadele döneminde basın birleştirici güç olmuştur. Toplumda yaşanan karmaşalar basın yolu ile milletin İstiklal mücadelesini etkin kılmak ve halkın belirli bir düşünce etrafında toplanması için kamuoyu oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu süreçte Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde Anadolu basını oluşturulmuştur (Aydeniz, 2007). İstiklal mücadelesinin başladığı topraklarda yaşanan gelişmeleri halka aktarmak, kamuoyu oluşturmak ve yabancı medya unsurlarının propagandalarına karşılık verebilmek için Anadolu basını etkin kılınmıştır (Kösedağ vd., 2021). Mustafa Kemal Atatürk, basının etki gücünü bu süre zarfında yaymak istemiştir. Bu bağlamda onun desteği ile yayınlanan Hakimiyet-i Milliye ve İrade-i Milliye gazeteleri Anadolu yani yerel basının öncülüğünü yapmıştır (Kınsün, 2019). Böylelikle, gazetelerin yayımlanması

artmış ve Anadolu Bölgesinde bulunan; Elâzığ, İzmir, Balıkesir, Sivas, Kastamonu, Ankara, Konya, Bursa ve Adana gibi şehirlerde faaliyet gösteren yerel gazeteler Kuvayi Milliye duygusunu topluma aktarmak için büyük emekler vermişlerdir (Arslan, 2019).

Özkaya (1985) Milli Bağımsızlık Savaşı'nı destekleyen bazı gazeteleri şu şekilde belirtmiştir; Kastamonu'dan Açıksöz Gazetesi, Trabzon'dan İstikbal Gazetesi, Bolu'dan Dertli gazetesi, Balıkesir'den Doğru Söz gazetesi, Konya'dan Öğüt gazetesi, Sivas'tan İrade-i Milliye Gazetesi, Amasya'dan Emel gazetesi, Erzurum'dan Albayrak gazetesi, Elazığ'dan Satvet-i Milliye Gazetesi, Artvin'den Yeşilyuva gazetesi, Samsun'dan Ahali gazetesi, Diyarbakır'dan Küçük Mecmua gazetesi, Maraş'tan Amal-ı Milliye Gazetesi, Ankara'dan Hakimiyet-i Milliye Gazetesi, Edirne'den Ahali gazetesi, Antalya'dan Anadolu Gazetesi, Giresun'dan Işık gazetesi, İzmir'e Doğru gazetesi, Türkoğlu gazetesi, Babalık Gazetesi ve Yeni Adana gazetesi.

Dönemin genel bir basın haritası çıkarıldığında ise değerlendirme şu şekilde özetlenebilmektedir; 1919 ve 1938 yılları arasında 582 tane gazete çıkmıştır. Gazetelerden 176 tanesi İstanbul merkezli olup kalan 406 tanesi de Anadolu'da faaliyet göstermiştir. Anadolu'da faaliyet gösteren gazetelerin dağılımları; İzmir'de 54, Trabzon'da 28, Adana'da 27, Ankara'da 25, Bursa'da 24, Samsun'da 16, Eskişehir'de 13, Kastamonu'da 12 ve Gaziantep'te 11 tane olacak şekilde yayınlanmıştır (Gevgilili, 1983).

### **2.2.1.3 Cumhuriyetin ilk döneminde yerel basın**

Cumhuriyet'in ilanı ile yeni bir rejimin geldiği Türk topraklarında, savaş sonrası iyileşmeler ve halkın maddi-manevi toparlanma süreci devam etmekteydi. Bu süreç basın unsurları için de geçerli olmakla birlikte hemen bir toparlanma ve tamamen özgürleşme durumu beklemek çok doğru bir tutum olmayacaktı. Millî Mücadele döneminde basın kendi gücünü kanıtlamakla birlikte çok zorlu bir süreçten geçmiştir. Bu durum hem İstanbul hem de Anadolu basını için geçerli olmuştur. Mustafa Kemal Atatürk, basının önemini bilen bir lider olmuş ve bu bağlamda 29 Ekim 1923 tarihinde Cumhuriyet'in ilanından sonra hükümet, basın ile arasını iyi tutmaya çalışmıştır fakat

İstanbul basınının Cumhuriyet sistemine yaptığı toplumu tahrik etmeye yönelik eleştiriler sonucu hükümet, basın özgürlüğünü sınırlamaya yönelik tedbirler almak durumunda kalmıştır. Toplumun tekrar bir araya gelmesi ve bir bütün olması isteniyordu fakat rejim değişikliğinin basın yolu ile insanlara olumsuz aktarılması, toplum içerisinde tekrar bir karmaşa halini oluşturmaktaydı. Sürecin devamında halifelüğün müdafaa edilmesine yönelik İsmailiye mezhebi lideri Ağa Han ve Hintli Emir Ali tarafından dönemin Başbakanı İsmet Paşa'ya mektup gönderilmiştir. Halifelik ile ilgili gönderilen mektubun, İkdam, Tanin ve Tevhid-i Efkar gazetelerinde yayınlanması dönemin ilk İstiklal Mahkemesinin kurulması ile sonuçlanmıştır (Oğuzhan, 2009).

Cumhuriyet'in ilanından sonra İstanbul ve Ankara'da hükümete yönelik aykırı hareketler devam etmekteydi ve bu hareketleri gazeteler aracılığı ile aktaran hatta aykırı hareketlerin içinde olan basın grupları da mevcuttu. Dönemin İstanbul basını yeni düzene daha adapte olamamıştı ve basın kaynaklarında olumlu veya olumsuz, bir sınır belirlenmeksizin eleştiri yazıları kaleme alınıyordu. Ülkenin doğusundaki Şeyh Sait Ayaklanması gibi çeşitli karışıklıklardan dolayı halkın yeni düzeni benimsemesi güçleşmekteydi. Hükümete göre ise basın içerisinde bulunan aykırı sesler bu ayaklanmaya hizmet etmekteydi ve durum Ankara'da hoş karşılanmamaktaydı. Yaşanan olumsuz koşulların kontrol altına alınması için "*Huzur ve barışı sağlama yasası olarak Takrir-i Sükûn Kanunu*" tasarısı oluşturuldu ve kanun 4 Mart 1925 tarihinde kabul edildi. Kanunun getirdiği yetkilerden basın unsurları da etkilenmiştir. Yönetim bu kanun ile basın özgürlüğünü kendi isteğine göre sınırlayabilmekte, gazeteleri kapatmak gibi yaptırımlar uygulayabilmekte ve İstiklal Mahkemeleri hukuk normlarına tabii olmayanlar için hükümler verilebilmekteydi. Kanun, basın alanında uygulanmaya hemen başlamış ve bir gün sonra Bakanlar Kurulu kararı ile İstanbul'da 6 gazete kapatılmış ve devamı izleyen süreçte 5 gazete daha susturulmuştur (Topuz, 2003).

İstiklal Mahkemeleri genel olarak; vatana ihanet, asker kaçakları, bozguncu, düşman ile iş birliği yapan, Cumhuriyet yönetimine karşı yapılan ayaklanmalar, ülke bütünlüğüne karşı yapılan tepkiler, suikast ve yayın yolu ile Türk Devrimine karşı halkı kışkırtmak gibi suçları kapsamaktadır (Aybars, 2022).

İstiklal mahkemeleri sürecinde dönemin aşına olunan gazetecileri de yargılanma süreci geçirmiştir. Bu isimlerden ve süreçten genel olarak bahsetmek gerekirse: Ankara ve İsyân Bölgesi (Elâzığ) İstiklal Mahkemeleri tarafından gazeteci Hüseyin Cahit Yalçın yargılanmıştır. 27 Nisan 1925 tarihinde duruşması başlayan Yalçın için 7 Mayıs 1925'te kararını veren mahkeme, Hüseyin Cahit'i hayat boyu Çorum'da sürgün cezasına mahkûm etmiştir. Ankara İstiklal mahkemesinde görülen bir diğer basın davası da Resimli Hafta mecmuası yazarlarının davası olmuştur. Derginin sahibi ve aynı zamanda yazı işleri müdürü olan Zekeriya Sertel ve suç mevzusu yazıyı Hüseyin Kenan takma ismiyle kaleme alan Cevat Şakir (Halikarnas Balıkcısı) isimleridir. Suç mevzusu olan yazı, 13 Nisan 1925 tarihinde çıkan “*İdama Mahkûm Olan İnsanlar, Bile Bile Ölüme Nasıl Giderler?*” başlıklı yazı ve içeriği olmuştur. Duruşma sonu açıklanan cezada Cevat Şakir, Bodruma sürülmüş, Zekeriya Sertel ise 3 yıl Sinop'ta sürgüne mahkûm edilmiştir.

Elâzığ İstiklal Mahkemesi tarafından ise 19 Haziran 1925 tarihinde, Son Telgraf gazetesinden; İlhami Safa, Sadri Ertem ve Fevzi Lütfi Karaosmanoğlu, Adana'da çıkan Toksöz gazetesinden; Abdülkadir Kemali, Tevhid-i Efkâr gazetesinden; Velid Ebüzziya ve Sebilürreşad dergisinden Eşref Edip hemen tutuklanarak Elazığ'a gönderilmiş ve adı geçen isimlerin sorgulamaları başlamıştır. Mahkeme, yaklaşık iki ay sonra Vatan gazetesinin kapatılmasına karar vermiş ve Ahmet Şükrü Esmer, Suphi Nuri İleri, Ahmet Emin Yalman ve İsmail Müştak Mayokan isimli gazeteciler tutuklanarak Elazığ'a gönderilmiştir. Mahkemenin bitmesine yakın tarihlerde gazeteciler, cumhurbaşkanına telgraf çekerek bağışlanmalarını istemişlerdir ve bu talepleri yönetim tarafından olumlu tepki ile karşılanarak bütün gazetecilerin beraatine karar verilmiştir (Topuz, 2003).

Aynı dönemdeki yerel basın incelendiğinde pek olumlu gelişmelerin yaşandığı söylenememektedir. Yeni düzen hakkında olumsuz yayın yapan yerel gazeteler ya kapatılmış ya da gazete mensupları tutuklanmıştır. Adana'da faaliyet gösteren Toksöz Gazetesi yazarlarından Abdülkadir Kemal Öğütücü, hilafetin kaldırılmasına tepki göstermesi gerekçesiyle tutuklanmıştır. Şeyh Sait ayaklanmasından sonra çıkartılan Takrir-i Sükûn Kanunu sonrası dönemin bazı yerel gazeteleri ve çalışanları hakkında, ayaklanmada etken oldukları gerekçesi ile yaptırımlar uygulanmıştır. Adana'dan

Sayha Gazetesi, İzmir'den Sada-yı Hak Gazetesi, Mersin'den Doğru Söz Gazetesi, Bursa'dan Yoldaş Gazetesi, Trabzon'dan Kahkaha ve İstikbal Gazeteleri kapatılmıştır. Sürecin devamında; Doğru Söz Gazetesinden Ata Çelebi ve Toksöz Gazetesinden Şükrü Oğuz, birer sene hapis cezası alırlarken, Yoldaş Gazetesinin sahibi İbrahim Hilmi, 1 Mayıs 1925 tarihinde toplum nizamını bozmaya yönelik propaganda yapması suçundan 10 sene kürek cezasına mahkûm edilmiş, 1926 tarihinde çıkarılan genel af ile serbest bırakılmıştır (Erdem, 2007).

Basın için bu dönem düşünüldüğü gibi özgürlükler içerisinde geçmemiştir. Alınan kararlar, kurulan mahkemeler ve hükümetin sıkı kontrolünde olan basın bu bağlamda tam anlamıyla gazetecilik işlevlerini yerine getirememiştir. Her meslek grubunda sınırlamalar olduğu gibi gazetecilik için de olmalıdır ama sansür boyutu, gazetecilik mesleği var olduğundan beri süregelmiştir. Bu anlamda basın her daim kontrol altında tutulmaya çalışılan bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Koloğlu (2020), dönemin basın dünyasıyla ilgili önemli gelişmelerini şöyle aktarmıştır;

- 1928 tarihinde yapılan harf devrimi ile Arap alfabesinden Latin alfabesine geçilmiştir. Alışılan düzenin değişmesi ve halk tarafından hemen benimsenmesi kolay olmamıştır. Basın ise dört ay gibi kısa bir sürede değişimi benimsemiştir. Mevcut alfabe de yani Arap alfabesinde gazetelerin okunma oranları bir hayli azdı ve yeni alfabenin ilk zamanlarında gazetelerin mevcut tirajları daha da düşmüştür ancak %10'a bile zor ulaşan okuma oranı gün geçtikçe hızla artmıştır.
- 1930'lu yıllara gelindiğinde ise fikir ve edebiyat alanındaki dergi sayılarında ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Yaşar Nabi Nayır'ın Varlık Dergisi, Hüseyin Cahit Yalçın'dan Fikir Hareketleri Dergisi, İsmail Hakkı Baltacıoğlu'ndan Yeni Adam Dergisi, Yakup Kadri ve Şevket Süreyya'nın yönetiminde olduğu Kadro Dergisi dönemin sektör içerisindeki etkileşimini artırmış ve insanlara farklı noktalardan ulaşılmasını sağlamıştır.
- Yine 1930'lu yıllara bakıldığında, Selim Ragıp Emeç, Zekeriya Sertel ve Ekrem Uşaklıgil'den; Son Posta Gazetesi, yayın hayatına İzmir'de başlayan Hizmet

Gazetesi ve Arif Oruç'un; Yarın isimli Gazetesi o dönem ilgi ile karşılanan gazeteler olarak bilinmektedir.

- 1931 tarihine gelindiğinde Cumhuriyet döneminin ilk basın kanunu yayınlanmıştır. Kanun, dönemin şartlarına ve fikirlerine uymayan ve olumsuz hava yaratabilecek yayınların, Matbuat Umum Müdürlüğü'nün bir telefon talimatı ile kapatılabileceğini belirtmekteydi.
- 1935 tarihinde Ankara'da Birinci Basın Kongresi, basın ve basın genel direktörlüğü arasındaki iş birliğini ilerletmek basının, vazifelerini daha iyi anlamasını ve yapmasını sağlamak amacı ile bir araya gelmiştir. Toplantı, Basın Birliği'nin kurulması ile sonlandı.
- Atatürk, son iki yılında basınla ilgili hem ılımlı hem de sert bir tutum sergilemekteydi. İlimli olduğunu, yasaklı gazetecilerden Ahmet Emin Yalman'ın Tan Gazetesinde, Hüseyin Cahit Yalçın'ın Yeni Sabah Gazetesinde yazmaya dönmeleri gösterilmektedir. Aynı zamanda Türkiye'den sürgün edilen Ref'i Cevat, Refik Halid ve Rıza Tevfik gibi yazarlar ülkeye dönmüş ve tekrar kalemlerini oynatmaya başlamışlardır. Diğer yandan sert tutum olarak gazete çıkarmak için hükümetten izin alma ve 1000-5000 liralık teminat şartı ile gerçekleşebileceği gösterilmektedir.

Cumhuriyet'in ilk yılları basın için çoğunluğu olumsuz tutumlar ile geçmiştir. Yeni bir rejim ve bu rejimi halka benimsetmek, yeni inkılaplar ile ilerlemek isteyen bir hükümet mevcuttu. Üstelik hükümet, basının etki alanını ve gücünü net bir şekilde görmektedir. Belki de bu etki gücünden dolayı basın, dünyanın her yerinde ve her zaman diliminde olduğu gibi Cumhuriyet'in ilk yıllarında da kontrol altında tutulmak isteniyordu.

#### **2.2.1.4 Çok partili dönemden günümüze yerel basın**

Türkiye'nin geçmiş siyasi hayatına bakıldığında, farklı ve zaman zaman değişen yönetim şekilleri görülmektedir. 1839 tarihinde ilan edilen Tanzimat Fermanı ile padişahın sahip olduğu yönetimi kısıtlaması ve gelişen meşruti yönetim düzeninin kabul edilmesinin sonrasında 1908 yılında parlamenter düzen ile çok partili sisteme

geçilmiştir. Cumhuriyet'in ilanından sonra ise tek partili rejimine geçilmiş olup bu süreç 1946 yılına kadar devam etmiştir. Tek partili dönemin ardından kurulmasına icazet verilen ilk parti, Milli Kalkınma Partisi olmuştur (Yeşil, 1988). Sürecin devamında 1946 yılında Demokrat Parti'nin kurulması, çok partili döneme geçişte önemli bir adım olarak görülmektedir (Özsoy, 2019). Demokrat Parti'nin oluşum safhası; 1945 tarihinde, Adnan Menderes, Fuat Köprülü, Celal Bayar ve Refik Koraltan isimleri çok partili rejim istemiş, “*dörtlü takrir*” şeklinde hatırlanan önergeyi meclise sunmuşlardır. Sunulan önerge meclis tarafından geri çevrilmiştir. Daha sonrasında Celal Bayar tarafından kurulan Demokrat Parti'ye yönelik ilgiler çoğalmıştır. Bu süreçte ise basına yönelik yaptırımların hafifletilmesinden bahsedilmiş ve yönetim erklerine verilen gazete kapatma yetkisi 1946 tarihinde kaldırılmıştır (İnuğur, 1992). Sürecin devamında Ankara ve İstanbul'da yeni gazeteler çıkmıştır. Çıkan gazetelerden Milliyet ve Hürriyet Gazeteleri en mühimleri olmuştur (Topuz, 1996).

Basın ve bu olgunun ilişkisinde olan gazeteciler için süreç; olumlu veya olumsuz değişkenlikler, yasaklar veya gazetecilere yönelik cezalandırmalar ile ilerlemiştir. Siyaset ve seçimlerin olduğu bir alanda olmazsa olmaz olan unsur, toplumun her sınıfı, meslek grupları, yaş aralıkları gibi unsurların dikkate alınarak, parti liderlerinin vaatler hazırlamasıdır. Basının kamuoyu oluşturma gücünü siyasilerde bilmektedirler ve basın yolu ile propagandanın daha hızlı ve etki alanının daha geniş olacağını da farkındadırlar. Bu bağlamda Demokrat Parti en başından itibaren, basına karşı yakın tutumlar sergilemekle birlikte basın özgürlüğüne yönelik propaganda yürütmüştür. Hatta gördükleri basın mensuplarına “*Siz çalıştınız, siz elde ettiniz, sizin eserinizdir bu bayram.*” gibi söylemlerde bulunmuşlardır (Yıldız, 1996). Demokrat Parti'nin basına yönelik ilk tutumları, söz verdiği gibi, basın alanına özgürlük getirmek olmuştur. Partinin ilk adımlarından birisi Basın Kanunu'nu hayata geçirmek olmuştur. Bu bağlamda oluşan yenilikler; ilk defa basın alanında sendikalaşma gerçekleşmesi, gazetecilere verilen sosyal destekler, sosyal güvence sağlama, geç saatlere kadar çalışan gazeteciler için özel tramvay hakkı, işten ayrılan basın mensubuna tazminat verilmesi gibi güçlü adımlar atılmıştır (Bulunmaz, 2012). Bu adımların gerçekleşmesi, basın mensupları tarafından zaten ılımlı karşılanan partinin daha çok benimsenmesini

sağlamıştır. Bu süreçte hükümet ve basın mensupları arasında sağlam ilişkiler kurulmuştur.

1952 tarihine kadar; Yeni Sabah Gazetesi, kısmen Vatan Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Gece Postası Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Tasvir Gazetesi, Yeni İstanbul Gazetesi, Milliyet Gazetesi ve Akşam Gazetesi, Demokrat partiyi destekleyen başlıca gazeteler olmuşlardır fakat bahsi geçen gazeteler, 1952 tarihinden sonra destek vermeyi sonlandırmıştır (Yıldız, 1996). Basın ile sağlam ilişkilere sahip olan parti, yaşanan ekonomik sorunlar ve halka vaatle bulunduğu sözler konusunda başarılı olamayınca, basın tarafından bu olumsuzluklar halka aktarılmıştır. Yaşanan olumsuz süreç, basın gruplarında da muhalif seslerin artması ile sonuçlanmıştır. Bu durum partinin hoşuna gitmemiş ve geçmiş dönemlerde de olduğu gibi, mevcut parti basına yönelik; sansür, kısıtlama gibi olumsuz yaptırımlara başlamıştır (Yıldız, 1996). Bu zaman diliminden sonra basın ve Demokrat Parti ilişkisi tam anlamıyla düzelmemiştir. Basına yönelik yaptırımlar daha da artmıştır. Gazetelere ve basın mensuplarına yönelik olumsuz yaptırımlar çoğalmış, ağır yasalar çıkarılmış ve basında özgür bir ortamdan bahsetmek mümkün olmamıştır. Yerel gazetelere yönelik tutumlarda sertleşmiştir. Demokrat Parti aleyhinde yayın yapan yerel unsurlar, maddi olarak baskıya uğramış ve ilan gelirleri kısmen ya da tamamen kesilmiştir. İzmir'den Demokrat İzmir ve Sabah Postası Gazeteleri ve Ankara'dan Medeniyet Gazetesi kapatılan gazetelerdendir (Erdem, 2007). Demokrat Parti ve basın ilişkisi, ilk zamanlarda dönemin şartlarına ve basının geçmiş tarihine göre çok iyi başlamış fakat yaşanan olumlu hava çok sürmemiştir. Yönetim olarak olumsuz bir süreç geçiren Demokrat Parti'nin, bu durumunun basın tarafından kaleme alınması, basın-iktidar ilişkisini zedeleyen önemli bir etken olmuştur.

Anadolu basını için 1970'li yıllar farklı sıkıntıların doğduğu dönem olmuştur. Ulusal basın bu sürede basın-yayın olanakları bakımından güçlenmiştir. Fotoğraflı ve renkli yayınlar ulusal basında var olmaya başlamış, bir yandan dağıtım ağını da genişleten ulusal basın, yeni ve renkli basımlarını Anadolu'ya ulaştırmaya başlamıştır (Erdoğan, 2007). Bu durum yerel basını zorlamaya başlayan önemli bir etken olmuştur. Çünkü yerel basın bu imkanlara ulaşma konusunda ulusal basına göre maddi anlamda daha sıkıntılı bir noktadadır. Hedef kitesinin belirli bir bölge olması, dolaylı yoldan reklam

gelirlerini de etkileyen bir durumdur. Gelir kaynağı yeterli olmayan basın grubu için yeni sistemleri hemen temin edebilmek mümkün değildir. 1980’li yıllar basın için yeni kararların, ekonomik gücün basın üzerinde etkili olduğu ve olumsuz yaptırımların uygulandığı dönem olarak tarihte yerini almıştır. 12 Eylül Muhtırası basın alanına da yönelik sert tutumların olduğu bir dönem olmakla birlikte teknolojinin ilerlemesiyle basın sektörü pahalı bir iş kolu olmuş, basın unsurları sektörde kalmaya devam edebilmek için lotarya yani kuponlar aracılığıyla okur sayısını arttırmaya çalışmıştır (Ilgaz, 2003).

12 Eylül İhtilali yerel basını da derinden etkilemiştir. Bu dönemde pek çok yerel gazete kapatılmış veya cezai işleme tabi tutulmuştur. Dönemin yerel basın tablosunu aktarmak gerekirse;

- 25 Eylül 1980 tarihinde Bursa’nın Sesi gazetesinden; Şevki Şevket ve Hasan Çapçı hakkında cezai işlem uygulanmış ve gazete on gün süreyle kapatılmıştır.
- Zonguldak Uyanış Gazetesi’nin Genel Yayın Yönetmeni olan Ali Bahadır, dört sene sekiz ay hapis cezası ve sekiz ay boyunca Samsun’da gözetim altında tutulmasına karar verilmiştir.
- Demokrat İzmir Gazetesinden, Yazı İşleri Müdürü olan Necdet Onur on sene, Kemaliye’nin Sesi Gazetesinden, Yazı İşleri Müdürü Murat Cano on bir sene sekiz aylık hapis cezasına mahkûm edilmiştir.
- “Vietnam” şiirini yayımladığı sebebiyle Sakarya Gazetesine dava açılmıştır.
- Muğla’da faaliyet gösteren İlk Adımlar gazetesi, “Şimdi Turşu Zamanı” ve “Hanlar Eriyor” başlıklı yazılardan dolayı 15 Eylül 1983 tarihinde süresiz kapatılmasına karar vermiştir fakat gazete 2 Aralıktan itibaren tekrar yayın hayatına başlamıştır.
- Gemlik Körfez gazetesi yayın hayatına ise 5 Ağustos 1982 tarihinde süresiz olarak son vermiştir (Erdem, 2007).

Topuz (2003), 1981, 1982 ve 1983 tarihlerini, Türk basın tarihinin birçok farklı baskıya maruz kaldığı dönemler olarak değerlendirmektedir. Bu aralıklar içerisinde, gazeteci, çevirmen, sanatçı ve çevirmenlere verilen mahkûmiyet kararlarının toplamı; 316 yıl, 4 ay ve 20 gün hapis cezalarına karşılık gelmektedir.

Basının varlığı bazı dönemlerde ulus için önemli ve birleştirici bir unsur olmuştur fakat etki gücünün sınırsızlığından dolayı özellikle iktidar erkleri tarafından kendi taraflarına çekilmek istenmiş, bunun olumsuz olduğu dönemlerde de baskı uygulanan bir unsur olmuştur. Yerel basın içinde aynı durumlar söz konusudur. Millî Mücadele döneminin kahramanlarından biri olan yerel basın, birbirini izleyen ve günümüze ulaştığı bu süreçte aynı etkiye sahip kalamamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren basın dünyası için yeni bir sürece girilmiştir. Tekelleşmenin basın dünyasına hâkim olması ve teknolojinin ilerlemesi bu yeni sürecin ilk adımlarıdır. Bu süreçte yerel gazetelerin yanına, yerel televizyon ve radyo istasyonlarının kurulması yerel basın kavramını çok yönlü bir boyuta ulaştırmıştır.

2000'li yılların gelmesi ile teknolojinin varlığı sektörlerde daha da hissedilmeye başlamıştır. Bu süre zarfında reklamcılığın potansiyeli keşfedilmiş ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren bireyler, basın-medya gruplarına reklam için ücretler ödemeye başlamışlardır. Ekonomik açıdan zor dönemler yaşayan yerel basın için reklam gelirleri olumlu bir getiri olmuştur. 2000'li yıllarda yaşanan ekonomik kriz, tüm ülkede ve sektörlerde etkisini hissettirmiştir. Basın sektörünün tekelleşmesi yani farklı sektörlerde faaliyet gösteren iş adamlarının basın-medya alanında yatırım yapmaları tekelleşmenin ana unsurudur. 2000 yılı ekonomik krizinde alan dışından olan medya patronları da etkilenmiş ve bu durum sahipleri oldukları ulusal gazetelere yansımıştır. Bir yanda da ekonomik kriz yüzünden en büyük gelir kaynakları olan reklam gelirini kaybeden yerel basın bulunmaktadır. Krizin, reklam verebilen işletmeleri de etkilemesi, zaten ekonomik anlamda iyi bir seviyede olmayan yerel gazetelerin durumunu daha da dibe çekmiştir (Uçak ve Erkal, 2019).

Sonuç olarak günümüze kadar uzanan bu süreçte yerel basın özgürlük, teknolojiye ayak uydurma ve ekonomik zorluklar gibi birçok sorunla karşılaşmıştır. Bir sonraki bölümde bu sorunlar detaylıca irdelenmiştir.

### 2.2.2 Türkiye’de Yerel Basın Sorunları

Temeli Osmanlı döneminin vilayet gazeteleri ile başlayan yerel basın, toplumda yer edinmiş önemli bir olgudur. Zaman içerisinde varlığını kabul ettirmiş, ülkemizde özellikle Millî Mücadele döneminde gösterdiği tutum ile yayılcılığının önü açılmıştır. Günümüze evrilen süreçte, ulusal basın gibi yerel basında farklı aşamalardan geçmiştir fakat var olduğu dönemden itibaren yerel basın için değişmeyen belli başlı problemler mevcuttur. Özellikle ekonomi temelli gelişen problemlerden dolayı önceki dönemlerde İstanbul basını geride bırakabilen yerel basın, günümüzde olumsuz bir duruma sürüklemiştir. Mevcut zaman diliminde yerel basın var olabilme savaşı vermektedir (Nalcıoğlu, 2007). Ulusal basının güçlenmesi ve ülkenin her alanına rahat bir şekilde ulaştırılan dağıtım ağına sahip olması, yerel basının tirajlarını etkilemektedir. Zaten sınırlı reklam geliri ile var olmaya çalışan yerel basın, günümüzde sıkıntılı günler geçirmektedir.

Yerel basının problemlerini genel olarak; Ekonomik yetersizlik, kalifiye eleman eksikliği, yetersiz tirajlar ve naylon gazetecilik başlıkları ile derlemek mümkündür.

- **Ekonomik yetersizlik:** Ekonomi, yerel basının uzun yıllardır değişmeyen ve aslında çoğu sorununun kaynağı olan etmendir. Yerel basının ulaşamadığı ekonomik güç beraberinde pek çok sorun getirmektedir. Yeterli sermaye gücü birkaç büyük il dışında çoğu ildeki yerel basın unsurlarında bulunmamaktadır. Bu durumdan dolayı teknik yeterlilik noktasında günümüz imkanlarına göre yerel basının eksiklikleri mevcuttur. Bu eksiklikler yerel basının var olma savaşını daha da zorlaştırmaktadır. Ekonomik anlamda yetersizlik basın mensuplarını da zorlayan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ücretlerin yetersiz oluşu, gazetede çalışan medya mensuplarının geçimlerini sağlayabilmeleri için ikinci bir işte daha çalışmasına sebep olmaktadır. Bu işler kamu kurum ve kuruluşları ile de bağlantılı olabilmektedir. Bu durumda gazeteciliğin ilkesi olan tarafsızlık kavramı ile gelişmesine neden olabilmektedir (Gürel, 2007).
- **Kalifiye eleman eksikliği:** Terzilik, berberlik, kaynak ustalığı, çiftçilik, açılılık vb. gibi ustadan veya aileden gelme yöntemi ile öğrenilen çok fazla meslek kolu vardır.

Bu ve benzeri mesleklerde, o mesleğe dair eğitim almamış kişilere “*alaylı*” tabiri kullanılmaktadır. Basın sektörü de bu alanda eğitim almamış fakat sektörün içerisinde yetişmiş “*alaylı*” diye tabir edilen çalışanların bulunduğu bir iş koludur. Kalemî çok başarılı olan alaylı gazeteciler de mevcuttur ancak sektörde çok fazla alaylı gazetecinin olması, günümüz İletişim Fakültelerinden mezun olan ve bu alanla ilgili akademik bilgiye ulaşmış kişilerin, sektöre girmesinde sorun yaratabilmektedir. Bunun nedeni, zaten sınırlı eleman alabilen yerel gazetelerin kadrosunun alaylı gazeteciler ile dolmuş olmasıdır. Yerel basın, faaliyet gösterdiği bölgenin sesini duyurmasında önemli bir unsurdur. Bu yüzden iyi bir kadro doğrudan başarılı bir yerel basının da temelini oluşturur. Mısırlı (2020) bu durumu; gazetede çalışan kişinin eğitim durumu, gazetenin kalitesini ve özelliğinin belirlenmesinde önemli olduğu belirtmektedir. Kalifiye eleman eksikliğinin diğer bir nedeni ise ücretlerin çok az olmasıdır. Eğitim anlamında kendine emek veren bireyler iş hayatına atıldıkları zaman bunun karşılığını almak istemektedir fakat yerel gazeteler zaten ekonomik anlamda zor süreçler geçirdiği için, kalifiye elemanın talep ettiği ücreti verememektedir. Bu gibi etkenlerin var olmasından dolayı yerel gazeteler günümüzde de kalifiye eleman sıkıntısı çekmeye devam etmektedirler.

- **Yetersiz tirajlar:** Geçmiş zamanlarda bilgiye ulaşmak oldukça zor ve sınırlı olmasından dolayı en kolay ulaşılabilen bilgi aracı gazeteydi. Yine aynı şekilde bulunduğumuz şehirde neler olduğuna gazeteler aracılığı ile ulaşılabilmekteydi ancak teknolojinin gelişmesi, bilgiye ulaşmanın da bin bir türlü yolunu açmıştır. Günümüzde tek bir tuş ile dünyanın diğer bir ucunda yaşanan olaylara saniyeler içerisinde ulaşılabilmektedir. Bilgiye ulaşmanın kolaylığı ve basılı medya da dahil olmak üzere tüm basının dijitalle dönmesi, haberlere internet üzerinden ulaşılabilmesi, gazetelere olan rağbeti azaltmıştır. Zaten çok yüksek olmayan gazete tirajları yaşanan gelişmeler ile daha da düşmüştür. Erdoğan (2007), yaşanan tiraj kaybının telafi edilmesi için, haber içeriklerinin daha verimli hale getirilmesi yerine magazin haberlerinin artırılmasının, yerel basının büyümesini engellediğini belirtmektedir.

- **Naylon gazeteler:** “*Vur kaç gazetesi*” veya “*Balon gazetesi*” olarak da anılan naylon gazeteler yerel basındaki problemlerden bir diğeridir. Naylon kelimesi düzmece veya sahte anlamına gelmektedir. Bu gazeteler genellikle seçim zamanları ortaya çıkmaktadır. Bunun nedeni ise genel seçimlerde veya yerel seçimlerde gazeteleri reklam için kullanan adaylardan veya yönetimlerden gelir elde etmektir. Bu gazeteler, normal gazete görünümüne sahip içi reklam veya broşürler ile dolu olan sayfalar yığındır. Bu durum ise bu gazete türlerinin normal gazeteler gibi halka bilgi ulaştırma amacıyla olmadığını göstermektedir (Arvas, 2007).

Yerel basının etik bağlamında yaşadığı problemler de mevcuttur. Yılmaz (2009) bu etik problemlerin içinde naylon gazetelerinde olduğu belirtmiştir ve şunları eklemiştir; yerel basın kaynaklarının özellikle seçim zamanlarında, siyaset ve propaganda amacı ile kullanılması, ulusal basının yerel basına karşı sergilediği olumsuz tutum, yerel basın mensuplarının büyük uğraşlar ile hazırladıkları haberlerinin, izinsiz veya kaynak gösterilmeden alınması yani haber hırsızlığı, yerel medya kaynaklarının reklam vesilesi olarak kullanılması, devletin ayırdığı resmi ilan parasından kontrolsüz bir şekilde fazladan pay almaya çalışması, yerel basın unsurlarının bazen tehdit veya şantaj faktörü olarak kullanılması ve yerel medya çalışanlarının, ulusal basında haber kaynağı olarak faydalanılması gibi durumlar yerel basının etik konusunda yaşadığı problemlerdir.

Yerel basın kavramı bu mesleğe yönelik olabilecek çoğu sıkıntıyı yaşamaktadır. Gerek etik bağlamında olsun gerekse normal mesleki sıkıntılar konusunda olsun, bu problemler ile ilgili çok fazla başlık oluşturulabilir. Köseoğlu (2022) bu sorunları genel olarak şu şekilde özetlemiştir;

- Yerel gazetelerin büyük bir bölümü yaşadığı sıkıntılardan dolayı kapanmamak için can çekişmektedir. Hatta bazı gazeteler sektördeki gönüllü veya alaylı kişilerin uğraşları ile yayımlanmaktadır.
- Naylon gazeteler gibi bazı gazeteler ilan alabilmek için sadece görünürde gazetedir ve bundan dolayı da gazetecilik görevini gerçekleştirmek gibi bir amaçları yoktur.

- Çoğu yerel gazete abone usulü ile çalışmakta ve bayilere dağıtılmamaktadır. Aboneler dışında ücretsiz dağıtımda söz konusu olabilmektedir.
- Yarıya yakın bir oranda çoğu yerel gazete, aile şirketi gibi yönetilmektedir. Bununla beraber çoğu yerel gazete sahibinin asıl işi gazetecilik değil, matbaacılıktır.
- Alaylı olarak tabir edilen gazeteci ve imtiyaz sahibi çok fazladır.
- Haber ağlarının genişliği sınırlıdır. Bu durumdan dolayı yapılan haberlerde sınırlanmaktadır.
- Kendi matbaası bulunmayan yerel gazeteler için süreç daha zorlayıcı olabilmektedir. Kendi matbaası bulunanlarının bir kısmı da teknoloji ve teknik donanımda yeterli değildir. İçlerinde el yöntemi ile dizilip pedallı makine ile basılan gazeteler bulunmaktadır.
- Dijitalleşme sonucu yerel televizyon ve radyoların artması, zaten reklam gelirleri çok iyi seviyelerde olmayan yerel gazeteleri daha zor duruma düşürmüştür. Ayrıca resmi ilan gelirlerinin yeterli olmamasından dolayı gazeteler, bülten, davetiye, kartvizit baskıları ile ekstra gelir elde etmeye çalışmaktadır.
- Gazetelerin künyelerinde, yazı işleri müdürü, editör veya genel yayın yönetmeni bulunmaktadır fakat gerçekte bu kişiler bulunmamaktadır.
- Siyasi propaganda amacı ile yayımlanan gazeteler mevcuttur.
- Bazı gazetelerde mizanpaj anlamında ciddi sıkıntılar mevcuttur.
- Bazı gazeteler yayımlandıkları bölgeye dair gelişmeleri çok iyi bir şekilde aktaramamaktadır.
- Bazılarının belirli bir yayım periyodu bulunmamaktadır. Gazete sayfaları ne zaman dolarsa o zaman yayımlanmaktadır.

- Bazı bölgelerde imtiyaz sahipleri veya temsilciler arasında birlik yoktur. Aynı şekilde yaygın basın ve yerel basının arasında da birlik kavramından bahsetmek pek mümkün değildir.

Yerel basın gerek sektörün kendi içinden gerekse dış etkenlerden olmak üzere pek çok sorun ile var olmaya çalışmaktadır. Günümüzde gelinen nokta da teknolojinin sınırsızlığı ve gücü, her gazeteye eşit dağılmamaktadır. Teknolojinin olumlu getirileri olsa da basılı gazeteciliğin ömrünü daha da kısaltmaktadır. Yaşanan ekonomik sıkıntılar ve bu temelli sorunlardan dolayı basın var olma savaşı vermeye devam etmektedir. Yerel yönetimlerin ve halkın rahatlıkla ulaşabildiği bu sistemden bazıları gelişen sorunlardan dolayı çok güçlü kalamamış, siyasi propagandaların aracı olmuştur. Yine ücret yetersizliğinden dolayı ikinci iş olarak kullanılan yerel basının tarafsızlığı ve bağımsızlığı konusunda olumsuz bir sonuç doğmuştur. Tarihe hem tanıklık hem de eşlik eden üstelik bu eşlik etmeyi çok zor şartlar altında gerçekleştiren yerel basın günümüzde pek çok zorlukla mücadele etmektedir.

### 3. DİJİTALLEŞME

İnsanlık tarihi her daim değişim ve dönüşüm içerisinde olmuştur. Bu hareketlilik mevcut zaman diliminin şartlarına göre şekillenmiştir. İkinci Dünya savaşı sonrasında ivme kazanmaya başlayan dijitalleşme kavramı zamanla toplumun ve iş kollarının her alanına yayılım göstermiştir. Etkileşiminin güçlü olması, çalışma sektöründe faaliyet gösteren hemen hemen bütün iş kollarının dikkatini çekmiş ve zamanla sektör sahipleri işlerini dijital dünya ile birleştirmiştir. Dijital dünya, sadece iş kollarında kendini göstermemiş, günümüz toplumunda sosyalleşme ortamı olarak da kendini göstermiştir. Sektörler ve toplumlar üzerinde olan hakimiyeti, dijitalleşme kavramına yönelik tanımlamaları arttırmıştır. Bazı tanımlamalardan bazıları;

- Fransızcadan dilimize geçmiş olan dijital kelimesi Türk Dil Kurumu'na "*sayısal*" ve verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022).
- Dijitalleşme kavramını en yalın haliyle bilgisayar dili olarak tanımlamak mümkündür. Alman Matematikçi ve Filozof Gottfried Wilhelm Leibniz tarafından 0 ve 1 değerlerinden oluşan aritmetik sistemin bulunmasıyla, dijitalleşme kavramının önü açılmıştır (Maral ve Gezgin, 2022).
- Dijitalleşme kavramı, sanayi devriminin ötesine geçen sadece insana bağımlı makinelerinin yerini, insanlardan bağımsız olarak hareket edebilen akıllı makinelerin sektörlerde yer aldığı önemli bir dönüşüm sürecidir (Yılmaz, 2021).
- Dijitalleşme kavramını, sayısal dönüşüm veya sayısallaştırma olarak da tanımlamak mümkündür fakat bu tanımlamalar dijital dönüşüm kavramı için yeterli olmayabilir. Çünkü sayısallaştırma kavramı dijital dönüşüm için sınırlı kalmaktadır. Genel bir yorumlamayla dijital dönüşümü, odak noktasının bireylerin yaşantısını kolaylaştırması ve bireyler tarafından kabul görmesi, aynı şekilde iş kollarının gayelerine hizmet edecek biçimde kullanılmasını sağlayan teknolojik atılım süreci olarak değerlendirmek mümkündür (Karagöz, 2016).

Dijital dönüşümün etkili olduğu ve pek çok değişim yaşattığı sektörlerden birisi de medya sektörüdür. Medya kavramının yapı taşı olan haber verme amacı, dijital dönüşümle yeni bir boyut kazanmış ve enformasyon aktarımının sınırsızlığını oluşturmuştur. Dijitalleşme kavramı için medya bağlamında da yapılan tanımlamalar bulunmaktadır. Bu tanımlamalar;

- Dijitalleşme, haberleşmenin bilgi akışının çeşitli yollar ile gerçekleştirilmesini sağlamış ve geleneksel gazetecilik pratiklerinin evrimine öncülük etmiştir. Bu anlamda sayısallaşma veya dijitalleşme kavramı, dijitalleşmenin bir ürünü olan teknolojinin medya sektörüne dahil olmasıyla yeni medya döneminin tamamlayıcılarından biri olmuştur (Değirmencioğlu, 2016).
- Dijitalleşme ile medya kavramını yeni medya olarak değerlendirmek mümkündür. Dijitalleşmenin, yeni medyayı oluşturma sürecinde ortaya çıkan tamamlayıcı unsurları; yöndeşme, multimedya biçimine sahip olma, yakınsama, hipermetinsellik ve etkileşim gücü günümüz yeni medyasını oluşturan önemli unsurlardır. Bilgi, ikili kod yapısı sayesinde dijital ortamda farklı formattaki içerikler ve iletişim araçlarıyla basit şekilde dolaşıma girmektedir. Bu durum da mobil iletişimi mümkün hale getirmektedir. Bilginin dijitalleşmeye dahil olması ile geleneksel haber oluşturma ve aktarma pratiklerinde önemli değişimler yaşanmıştır (Değirmencioğlu, 2016).

Dijitalleşme kavramı içinde birçok dinamiği barındırmaktadır. Yapılan tanımlamalar her ne kadar sayısallaşma temelli olsa da yayılma hızı, her alana olan adaptasyonu ve işlenebilir özelliğe sahip olması, sınırlarının ötesine geçmesini sağlamıştır. Genel haliyle hizmet, kamu, tarım, eğlence, sağlık, güvenlik, medya, özel sektör ve daha birçok sektörde dijital dönüşüm gerçekleşmiş ve gerçekleşmeye devam etmektedir. Günümüzün gerisinde kalmamak adına sektör sahipleri dijitalleşme konusunda, insansız makine güçlerine, yapay zekaya veya robotik bilime yatırım yapmaktadır.

### **3.1 İnternet ve Gelişim Süreci**

İnternetin ana sağlayıcısı olan bilgisayarların ortaya çıkması ve zamanla yayılması, bugün dünya tarihini etkileyen önemli gelişmelerden birisidir. Kullanıcı aracılığı ile

mantıksal ve aritmetiksel işlemler gerçekleştiren bilgisayar zamanla önem kazanmış ve yayılmıştır. Bu yayılmacılığa çalışma hayatı da dahil olmuştur. Günümüzde olduğu gibi bilgisayarın ortaya çıktığı ilk zamanlara bakıldığında da bilgisayarın olumlu ve olumsuz yanları konusunda fikir ayrılıkları mevcuttur. 1986-1989 tarihleri arasında yapılan bir araştırma, bilgisayarın iş hayatına dahil olmasını olumlu ve olumsuz yorumlayan kişilerin olduğunu göstermektedir.

- Olumlu yorumlamada bulunan kişiler genel olarak; bilgisayarın iş güvencesinin tehlikeye atmadığını, iş üretkenliğinin çok daha verimli olmasını sağladığını, bilgisayar sayesinde iş becerilerinin geliştiğini, yetenekleri arttırdığını ve kendi işleri üzerinde öz denetimlerin arttığını belirtmişlerdir.
- Bunlara karşı farklı bir grup ise; bilgisayarlarda sistem dışı kalındığında işyerinde gerginlik ortamı yarattığını, çalışanlar arasında iletişim azaldığını ve gizlilik kavramının yok olduğu, iş yapılan bilgisayar ekranının boyutundan dolayı birden fazla kişi tarafından görüldüğünü belirtmişlerdir (İnceoğlu, 1993).

Bilgisayarın işlevini arttıran en önemli etken ise şüphesiz ki internetle buluşması olmuştur. Dijitalleşme kavramının temeli olan internet bugün ulaştığı geniş ağ ile sınırları ortadan kaldırmıştır. Farklı pek çok iş kolu interneti ortamlarına entegre etmiş durumdadır. Sadece meslekler değil, diğer yandan bireyler de artık sosyalleşme ihtiyaçlarını internet aracılığı ile gidermektedir. Bilimin araştırma konularından biri olan internetin, araştırma sınırlarını aşarak çok fazla kişiye ulaştığını belirten Lyon ve Hafner (2000), bireyler için 20.yüzyılda telefonun önemi neyse günümüz yüzyılında internetin o öneme sahip olduğunu, sektör veya normal hayat fark etmeksizin, yaşamın ayrılmaz bir unsuru olduğunu eklemiştir.

Toplumun her kesimine yayılan internet kavramının miladı 1960'lı senelerde Amerikan Savunma Bakanlığının, yürütülen bilimsel faaliyetlerin kurumlar arası aktarımında iletişimin doğru gerçekleşmesi için hazırlanan Amerikan Askeri Araştırma Projesi (ARPANET) sayılmaktadır (Çelik, 2016). İnternet, 1962 senesinde 'galaktik ağ' kavramı ile anılmış ve 1969 senesinde ARPANET aracılığıyla; University of California at Santa Barbara, University of California at Los Angeles,

University of Utah ve Stanford Research Institute, arasında ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu bağlantı ile internetin ilk biçimi oluşmuştur (Çakır ve Topçu, 2005).

Türk Dil Kurumu'nca (TDK, 2022) genel ağ olarak tanımlanan internet kavramına yönelik farklı tanımlamalar da mevcuttur. Bazıları;

- Literatüre 1985 senesinde dahil olan internet kavramının İngilizcesi 'Interconnected Networks' olup 'birbirine bağlantılı ağlar' ifadesinin kısaltılmış şeklidir. Bu doğrultuda internet kavramını; ağları ve bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayabilen iletişim ağı şeklinde tanımlamak mümkündür (Değirmencioglu, 2016).
- Kara (2013) interneti, standart internet protokol takımları (TCP/IP) ile dünya üzerinde milyarlarca kullanıcıya ulaştıran, birbiri ile bağlantılı küresel bilgisayar ağları sistemi olarak tanımlamaktadır.

Türkiye'nin global internete bağlanması ise 1993 senesinin Nisan ayında gerçekleştirilen Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) iş birliği ile gerçekleşmiştir. 64 kbit/san hızında olan hat, ODTÜ'den uzun bir vakit ülkenin tek çıkış noktası olmuştur. Daha sonra sırasıyla; 1994 yılında Ege Üniversitesi, 1995 yılında Bilkent ve Boğaziçi Üniversiteleri ve 1996 tarihinde İstanbul Teknik Üniversitesi bağlantıları gerçekleştirilmiştir (Çakır ve Topçu, 2005).

İlk zamanlarda kurumlar arası haberleşme aracı olarak kullanılmaya başlayan internet, zamanla evrilmiş, kurum veya kuruluş fark etmeksizin herkesin ulaşabildiği bir platform olmuştur. 1990'lı yılların başında World Wide Web (WWW) ortaya çıkmasıyla bilgisayar-internet ikilisinin ticari kullanımına zemin hazırlamıştır. Bu durum internetin çoklu ortam pratiklerine elverişli bir platform olmasını sağlamış ve dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır (Tunca ve Çağlar, 2022). Teknolojinin ilerlemesi ve akıllı telefonların insan hayatına dahil olması, interneti çok daha farklı bir boyuta sürüklemiştir. Akıllı telefonlara yönelik pek çok uygulamanın bireyler tarafından kabul edilmesi ve kullanılması ile internet tam anlamıyla küresel bir sistem haline

dönüşmüştür. Özellikle 20.yüzyıl'ın ikinci yarısından itibaren, gelişen iletişim teknolojileri birçok mesleğin tek bir cihaz ile yapılabilmesini, eğlence olarak nitelendirilen ortamlara yine tek bir cihaz ile ulaşılmasını mümkün kılmıştır. İnternetin yayılcı özelliği radyo, sinema, basın ve televizyon gibi daha pek çok ortamı birleştirerek tek bir noktadan ulaşılmasını sağlamıştır. Böylece sadece internet ve bilgisayara sahip olarak aynı ortamdan birden fazla içerik türüne ulaşmak mümkün kılınmıştır (Sütçü, 2004).

1990'lı senelerin başında ortaya çıkan web teknolojileri internetin işlevli hale gelerek daha etkili kullanılmasında büyük öneme sahiptir.

### **Web 1.0.**

World Wide Web (www ya da web) teknolojisi ilk olarak 1980 yılında, İsviçre'de faaliyet gösteren fizik laboratuvarında çalışan Tim Berners-Lee tarafından geliştirilmiştir (Sever, 2000).

Gelişen web teknolojisi 1990'lı yılların başına gelindiğinde Web 1.0 dönemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yıllar internetin ilk defa toplu olarak kullanıldığı yıllardır. Web 1.0 teknolojisi diğer web teknolojilerine göre daha sınırlı bir etki alanına sahiptir. Sadece birkaç sunucu ile veriler elde edilip okunmaktadır. Dönemin web sitelerinin tasarımı ise günümüze oranla çok daha özensiz ve estetik kaygının pek fazla bulunmadığı broşür şeklinde görünümüdür (Kapan ve Üncel, 2020). Bu dönemde etkileşimden bahsetmek mümkün değildir. Kullanıcı sadece ona aktarılan bilgiyi veya veriyi okumaktadır. Herhangi bir geri bildirimde bulunamaz, farklı kullanıcılar ile iletişim halinde olamaz ya da internet üzerinden alışveriş yapılamazdı (Gözübüyüköglü, 2019).

Bilim her daim arayış içerisindedir. Web 1.0 bulunduğu dönem önemli bir unsur olmuştur fakat gelişen teknoloji çağında, Web 1.0'ın sunduğu olanaklar yeterli gelmemeye başlamıştır. Bireylerin bu platformlar üzerinde karşılıklı etkileşimde olabilmeleri düşüncesi oluşmuş ve bu düşünce Web 2.0'ın temellerinin atılmasını sağlamıştır.

## Web 2.0.

İnternet ortamının etkileşimli bir araca dönüşmesi fikri 2004 senesinde gerçekleştirilen konferansta atılmıştır. O'Reilly Media ve MediaLive International isimli iki medya şirketinin, internet kavramının geleceğini konuşmak ve tartışmak için düzenlediği konferansta O'Reilly Media'nın kurucusu olan Tim O'Reilly, internetin zamana ayak uydurması ve zamanın yeniliklerini kendi uygulama alanına dahil etmesi üzerine yaptığı konuşmada Web 2.0 kavramını ortaya atmıştır. Kavram hemen kabul görmüş, yeni nesil internet, yeni bir çağ veya teknoloji olarak değerlendirilmiştir. Kavramın ismini veren Tim O'Reilly; ağın çok daha fazla insana ulaşması ve kullanabilmesi için yeniden şekillendiği bir işletme devrimi olduğunu ve en büyük avantajının ise verilerin, içeriklerin mikro boyuta indirgenmesi olduğunu belirtmiştir. Web 2.0 teknolojisini, internete yeni boyut kazandıran ve birçok farklı tekniği bir arada bulunduran bir reform olarak değerlendirmek mümkündür (Kara, 2013).

Sosyal web olarak adlandırılan Web 2.0 teknolojisi, Web 1.0 teknolojisinin oldukça sınırlı olmasından dolayı ortaya çıkan bir kavram daha doğrusu yeni bir arayış olmuştur. Bu arayışlar, geliştirilen Web 2.0 sayesinde giderilmeye başlanmıştır. Web 2.0 ile birlikte internet yeni bir evreye geçmiş, monolog bir yapıya sahip olan Web 1.0 teknolojisinin kullanım şeklini tamamıyla değiştirmiştir. En büyük getirisi ise etkileşim olanağının gerçekleşmesidir. Web 2.0 teknolojisinin getirdiği etkileşim sayesinde bilgi sadece sunucu tarafından aktarılan bir öge olarak kalmaktan çıkmış, kullanıcı tarafından yorumlanabilen, paylaşılabilen bir öge haline dönüşmüştür. Sadece sunucular tarafından veri aktarmada da roller değişmiş ve kullanıcı kendine ait olan bir fikri paylaşabilir hale gelmiştir. Bunlarla beraber enformasyonun serbest dolaşımı sağlanmış, tüketici konumunda olan kullanıcı üretici konumuna da erişmiştir. Bu etkileşim hali küresel bir diyalog ağının oluşmasını da sağlamıştır (Tunca ve Çağlar, 2022). Özellikle dijital ortamların oluşması, sosyal uygulamaların bireyler tarafından kullanılmaya başlaması küresel diyalogu güçlendiren önemli etkenler olmuştur.

Web 2.0 teknolojisini genel hatlarını; karşılıklı etkileşime imkân tanıyan, kullanıcı tarafından okuma-yazmayı sağlayan, iş birlikleri yapılmasını sağlayan, dinamik ve

kolektif hafızanın gelişmesinde etkili olan bir teknoloji olarak değerlendirmek, iş birlikleri ve geliştirilen sosyal ağlar ile internet dünyasında yeni bir çağ açan teknoloji olarak görmek mümkündür (Yılmaz, 2021).

### **Web 3.0.**

2010 tarihinde aktifleşen ve semantik web olarak anılan Web 3.0 teknolojisi ilk defa 2006 tarihinde web tasarımcısı olan Jeffrey Zeldman'ın makalesinde görülmüştür. Web 2.0 bireylerin kullanımı için oluşturulmuştur fakat Web 3.0 teknolojisi, internet temelli bilişim hizmeti olan bulut teknolojisini kullanmaktadır. Ağ kullanıcıları için önemli bir girişim olan Web 3.0, kullanıcıların ağ deneyimini iyileştirmek, kalitesini arttırmak için inşa edilen uygulamalardır. Web 3.0 teknolojisi bilgilere semantik içerikler dahil edebilen yeni bir ağ inşa eder. Bu bağlamda da ağda yer alan kişisel profillerimizi bizim için tekrar keşfeder ve mevcut makinada devamlılık sağlar. Kişiselleştirme kavramı ile bağlantılı olan Web 3.0 aslında kişilerin, ağda bıraktıkları; arama geçmişleri, fotoğraflar, internet sitesi ziyaretleri gibi pek çok izden yola çıkarak, bireylerin şahsi zevklerine veya tercihlerine yönelik içerikler ve bilgi akışları sunmaktadır. Bu etkinliği gerçekleştirirken bilgiyi kullanıcıya aktarmada minimum zamanı yakalamaya çalışmakta ve kullanıcıya sunduğu önerileri doğal bir akışta gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Yılmaz, 2021). Web 3.0 teknolojisi kullanıcının tercihlerine yönelik sunduğu içeriklerle yine kullanıcıya yönelik, faydalı reklam sağlayarak öneride bulunmakta, içeriğe ulaşma noktasında verimli süre yaratmada etkili olmakta ve belirli bir tekelleşmenin içinde olmaması da Web 3.0 kavramını daha güven duyulan bir teknoloji haline gelmesini sağlamıştır.

### **Web 4.0.**

Web 3.0 teknolojisi gün geçtikçe toplumda daha fazla yer edinmeye hatta bireylerin yaşamsal döngüsünün ayrılmaz bir parçası haline gelmeye başlamıştı. Web 3.0 ile Google ve benzeri olan tarayıcılar ile bilgiye ulaşana kadar istenilen noktaya gidilebilmektedir. Bu ulaşımın daha verimli ve kaliteli olabilmesi için Web 4.0 teknolojisi geliştirilmiştir. Web 4.0, bir noktada merkezileşmeyi tasarlayan, sadece talep ve onay ile çalışan, sunucu ile kurulan iletişimin bireylerin istekleri

doğrultusunda gerçekleşmesini sağlayan bir teknoloji olarak ortaya çıkmıştır. Web 3.0 ile kişiselleştirilen teknoloji, Web 4.0 ile daha da kişiselleştirilmiştir. Bu durum kullanıcıların sorunlarına yönelik çözüm önerilerinde daha verimli olmasını sağlamaktadır. Bu durumda bilgiye ulaşılabilen web teknolojisinden, çözüm üretebilen web teknolojisine geçilmiştir. Örnekler ile aktarmak gerekirse;

- Bilgisayar, tablet veya akıllı telefon ve benzeri olan dijital materyallerden, sesli bir şekilde yardım alınabilmektedir. Kullanıcı istenilen bir konuma gitmek için kriterlere uygun bilet bulmasını mevcut teknolojiden rahatlıkla isteyebilir, geç kalınan bir yere ulaşmada alternatif rota oluşturabilir veya cep telefonunuzla ilintili bir akıllı saatiniz varsa, olası bir sağlık sorununu tespit ederek, akıllı cihazınız ambulans aramayı önerebilmektedir.

Web 4.0'ı; kalp ritmini sayan özelliğe sahip akıllı cihazlar veya rota oluşturmada kolaylık sağlayan konum bilgisi aracılığı ile; bağlamın bilgisini kullanabilme, cihaz üzerinde sesten metin oluşturma veya metni sese çevirme konusunda; yazı, konuşma veya teknoloji dilinin algılanması, kullanıcının yeni etkileşim modeli ile tanışması, onu benimsemesi ve yeni makinadan makineye iletişim gerçekleşmesi bağlamında dört başlıkta ele almak mümkündür (Yılmaz, 2021). Web teknolojilerinin kronolojik sıralamasıyla birlikte hangi yıllar arasında aktif oldukları ve odak noktaları Tablo 3.1'de gösterilmektedir.

Tablo 3.1 Web teknolojisinin tarihsel gelişimi (Gözübüyüköğlü, 2019)

Teknoloji	Aktif yıllar	Odak
Web 1.0	1995-2000	Doküman
Web 2.0	2000-2010	İnsan
Web 3.0	2010-2020	Bilgi
Web 4.0	2020-2030	Sanal gerçeklik

#### 4. BASINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Tarih farklı alanlarda pek çok dönüşüme uğramış bir süreçtir. İletişim tarihi de aynı şekilde içinde dönüm noktaları barındırmaktadır. Yazınının, matbaanın ve telgrafın bulunması iletişim tarihine yön veren dönüm noktalarıdır. Bu gelişmeler bağlamında; yalnızca konuşma yolu ile gerçekleşen sözlü kültür, yazı ile oluşan ve tarihin aktarımını sağlayan; yazılı kültür, basılı kitaplar ile bilgilerin günümüze aktarılmasına yardımcı olan; tipografi kültürü ve gelişen teknolojiler sayesinde oluşan televizyon veya radyo gibi araçlar ile bilginin daha hızlı aktarımını sağlayan; elektrik ve elektronik medya kültürü gelişmiştir (Baldini, 2000). Özellikle yazım dünyasının, ucuz, hızlı ve doğru basım gibi birçok kolaylığa ulaşmasını sağlayan matbaanın icat edilmesi modern yayıncılığın çıkış noktasını oluşturmada önemli bir gelişme olmuştur (Eraslan, 1994).

İlk olarak optik ve sonrasında elektrikli telgrafın kullanılması, bilginin aktarılmasında zaman ve mekâna bağlı kalınmadan aktarımın gerçekleşmesini sağlamıştır. Okyanus altına döşenen telgraf kabloları ile kıtalararası iletişim gerçekleştirmeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği arasında yaşanan uzay ve uydu gelişmeleri, uzun mesafeli iletişimin temelini oluşturmuştur. 1970’li senelerde kişisel bilgisayarların çıkmaya başlaması, bilgi akışını hızlandırmış ve etki alanını genişletmiştir. Dijitalleşmenin ve bu bağlamda yeni medyanın temellerinin atıldığını söylemek mümkündür. Dijitalleşme, yeni medya döneminin oluşmasındaki temel bileşenlerden birisidir (Değirmencioğlu, 2016). Dijital teknolojilerin medya ile birleşmesi, geleneksel gazetecilik pratiklerinde birçok değişimi beraberinde getirmiştir. Dijital dönüşüm hareketini; teknolojinin alan veya sektör fark etmeden, amaca uygun bir şekilde tüketilmesi, bu durum gerçekleştirilirken, teknolojinin temel amacı olan bireylerin yaşantısını kolaylaştırma amacından sapılmadan yapılması ve dönüşümün toplum nezdinde benimsenmesinin sağlandığı bir hareket olarak tanımlamak mümkündür (Karagöz, 2016). Akıllı iletişim cihazlarının, yaş, cinsiyet, sektör, statü fark etmeksizin toplumun çoğunluğuna yayılması dijital dönüşümün etkisini göstermektedir. Haber niteliği olabilecek olaylara ya da veriye ulaşmada ki hız, geçmişe oranla büyük ilerleme kaydetmiştir. Teknolojinin getirdiği hızın ne kadar

fark ettiğini anlamada geçmiş dönemlere bakmakta fayda vardır. Örneğin; Londra'dan Glasgow'a gönderilen bir iletinin ulaşması, 18.yüzyılda posta arabasıyla on gün, 19.yüzyılda trenle on saat, 20.yüzyılın ilk zamanlarında telgraf aracılığı ile dört dakika, teleks ile iki dakika, telefonla otuz saniye ve elektronik iletişimle bir saniye sürmektedir (Eraslan, 1994). Yaşanan gelişmeler geleneksel medyanın yeni düzene uyması gerektiğini göstermiştir. Aksi durumda zaten yüksek gelirlere sahip olmayan basın sektörü çok daha zor durumlarda kalabilecektir. Sosyal uygulamaların geliştirilmesi ile çevrimiçi ortamlar da artış göstermiştir. Etkileşimin karşılıklı ve anlık olarak haber akışının gerçekleştiği bu platformlar, zamanla gazete alımını azaltmış ve çoğu gazete ağır tiraj kayıpları yaşamıştır. Bu durum yazılı basının, internet hayatına yönelmesiyle sonuçlanmıştır.

Castells (2005) yeni iletişim teknolojileriyle ilgili; Walkman gibi kaset çalarların zaman veya mekana bağlı olmadan birey tarafından özgürce kullanılmasını, fotoğraf makinelerinin günlük yaşama dahil olmasını, The New York Times, Le Figaro gibi gazetelerin farklı coğrafyalarda basılabilmesini, televizyon akışındaki içeriklerin kaydedilip sonradan izlenebilmesini, video teknolojisinin gelişmesiyle filmlerin yayılması ve bu bağlamda yerel yayıncılığı gelişmesini veya özellikle günümüzde yaygın olan, bireysel olarak insanların görüntüleriyle içerikler üretmesini, 1980'lerde oluşmaya başlayan yeni teknolojilerin, kitle iletişim dünyasını dönüştüren örnekler olduğu yorumlamasında bulunmuştur. Chomsky ve Herman'a (2012) göre de geliştirilen yeni teknolojiler, iş alanlarını, insan hayatını kolaylaştırma ve ihtiyaçları giderme temelli olmaktadır. Medya sektörünün dijital dünya ile birleşmesiyle, haberleşme ağları genişlemiş, küresel dağıtım sistemleri olanaklı kılınmıştır. Medya şirketlerinin oluşmasıyla, topluma sunulan içeriklerde daha kişiye yönelik olmaya başlamıştır. Özellikle reklam dünyasında gerçekleştirilen kişiselleştirme ile tek bir tuşla alışveriş yapma imkânı sunulmuştur. Bu durumla aslında ticarileşme arttırılmış fakat mahremiyet azaltılmıştır.

Basılı gazetelerin dijital ortama geçmesi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak birkaç aşamada gerçekleşmiştir. Gazeteler ilk etapta, aynı oldukları şekil ile aktarılmıştır. İkinci etapta ise okuyucu ve haber arasında etkileşimin başladığı, okuyucuların haberlere yorum yaptığı dönemdir. Üçüncü aşamada gazeteler artık internetin yapısını

benimsemiş, farklı ve özgün haberler oluşturulmaya başlanmıştır. Dördüncü aşamada ise, teknolojinin gelişmişliği sektörde tamamen hâkim olmuştur. Çoklu ortam pratikleri ile internet sitesinde yer alan haber metinleri, aynı sayfa üzerinde ses, video, grafik veya müzik gibi unsurlar ile desteklenmeye başlamıştır (Dönmez, 2010). İnternetin kendi sistemine ayak uydurmaya başlayan gazetelerin okuyucuya haber aktarım tarzı da değişmiştir. Haberler internet sitelerinde tam hali ile değil özeti ile yer almaktadır. Haberin detayları ise, “*haber devami için tıklayınız veya sonraki sayfa*” gibi ibarelerin bulunduğu linklere tıklayınca gelmektedir. Haber için açılan ilk sayfada detaylara ulaşılabilmesi, okuyucuyu haberin içine çekmeyi, bir yandan da merak hissini arttırılmasını sağlamaktadır (Tunca ve Çağlar, 2022).

Basının dijitale geçiş tarihçesine bakıldığında ilk örneklerin ABD’de gerçekleştiği görülmektedir. 1995 tarihinde New York Times ve The Washington gazeteleri içeriklerini internete aktarmıştır. Devamı izleyen süreçte Daily Mirror ve International Herald Tribune gazeteleri, internet gazeteciliğine yönelmiştir (Tunca ve Çağlar, 2022). The Guardian gazetesinin Avrupa Futbol Şampiyonasında yaşanan gelişmeleri aktarmak için, The Guardian Unlimited adlı internet sitesi açması, gazeteden bağımsız olan içeriğin internet ortamına aktarılması noktasında ilk örneği oluşturmaktadır (Baysal ve Karakulak, 2020).

Türk basını ise dijital dönüşüm sürecinde, dünya basınının gerisinde kalmamıştır. 1995 yılının Ekim ayında Lemana Dergisi internetle içeriğini buluşturan ilk dergi olmuştur. İnternet ortamına özgü ilk gazetecilik pratiği ise 1996 yılında internette yayın hayatına başlayan Xn isimli sanal gazete kabul edilmektedir (Arvas, 2019). 27 Kasım 1996 tarihinde Milliyet Gazetesi, içeriğinin tamamını dijitale açan ilk gazete olmuştur. Sabah ve Hürriyet gazeteleri de 1997 senesinin ilk zamanlarında içeriklerini tamamen internetle buluşturmuştur. Devamını izleyen süreçte; 28 Mart 1998 tarihinde Radikal Gazetesi ve 7 Mayıs 1998 tarihinde ise Cumhuriyet Gazetesi internetle buluşmuştur. Superonline’ın internet sitesine bağlı olarak kurulan NetHaber ise internet ortamından bağımsız yayın yapan ilk sitedir. Gazeteci Ahmet Tezcan tarafından kurulan, özgün içeriğe sahip olmakla birlikte bağımsız yayıncılık gerçekleştiren diğer bir sitesi ise Dördüncü Kuvvet Medya’dır ([www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com)) (Arvas, 2019).

Dijital dönüşüm sadece gazetelerin içeriklerini ve yapısını değiştirmemiştir. Gazetecilerin çalışma koşulları, şekli ve haberlerin oluşturulma sürecini de değiştirmiştir. Yapısal olarak geleneksel gazetecilik anlayışında tiraj yüksekliği önemliyken, dijital gazetecilik anlayışında tıklanma sayısı ile elde edilen reklam kazançlarını arttırmak önemlidir (Çavuş ve Ede, 2021). Tıklanma sayısının günümüz dijital gazetecilik kavramıyla birleşmiş olması, bazı dijital gazetelerin olumsuz gözükmeye sebep olabilmektedir. Örneğin bir haberi okumak için linke tıklanıldığında içeriğe hemen ulaşılmamaktadır. Habere ulaşmak için birden fazla reklama maruz kalınmakta ve bu reklamları aşmak için yine birden fazla tıklama yapılması gerekmektedir. Üç dakikada okunabilecek habere, okuyucunun neredeyse iki dakikada ulaşması hoş karşılanmamaktadır. Okuyucu yaşadığı tık ve reklam sorunu yüzünden o siteyi tercih etmeyi bırakmaktadır. Reklam ile gelir arttırılmaya çalışılırken yine reklamlardan dolayı okuyucu kaybedilmektedir.

Geleneksel gazeteciliğin anlayışları ile dijital gazeteciliğin anlayışları ve ortaya çıkardıkları pratikler birbirlerinden farklıdır. Çağlar ve Tunca (2022) dijital dönüşüm ile oluşan yeni gazetecilik özelliklerini beş başlık altında toplamıştır.

- 1. Az maliyet ve yüksek verim:** Geleneksel gazetecilikte kâğıt, matbaa, birden fazla teknolojik alet ve gazete fiyatlarının maliyeti karşılamaması gibi unsurlar, dijital ortamda bulunmamaktadır. Sadece bir telefonla dahi internet sitesi yönetilebilir, haber yazılabilir veya görüntü alınabilir. Tek bir cihazla gerçekleştirilebilen bu işlemler az maliyet-yüksek verim özelliğini kanıtlamaktadır.
- 2. Anlık etkileşim:** Gazeteci haberini ofise gitmeden bulunduğu yerden hemen aktarabilir. Aynı zamanda etkileşimle, okuyucu ona sunulan haberi sadece okumakla kalmayıp yorumlama imkanına da sahip olmaktadır. Karşılıklı bu etkileşimle okuyucu haberi daha çok benimseyebilmektedir.
- 3. Güncelleme:** Geleneksel gazetecilikte, haber akışı eldeki doneler ile günlük olarak sağlanmaktadır ve haberle ilgili bir gelişme olması durumunda, bu düzeltme veya güncelleme ertesi günü beklemek zorundadır. Fakat dijital ortamda servis edilen

habere istenilen zaman diliminde ekleme veya çıkarma yapılarak güncelleme sağlanabilmektedir.

**4. Çoklu ortam ve hipermetinsellik:** Çoklu ortam pratikleri ile tek bir sayfada, video, haber metni, fotoğraf, grafik, ses kaydı, animasyon ve benzeri pek çok öğeye ulaşmak mümkün olurken, hipermetinsellik ile de bahsi geçen öğelerin sayfada yer kaplamadan aktarılması sağlanmaktadır. Haber metninin yanına eklenen linkler veya arayüzler ile çoklu ortam pratikleri sayfada görüntü karmaşası oluşmadan aktarılmaktadır.

**5. Kişiselleştirilmiş içerik:** Okuyucu kendi tercihlerine uygun içeriklere sitede ulaşabilmekte, istediği zaman, istediği yerde ve istediği yerde okuyabilmektedir. Bu eylemi gerçekleştirmek içinse yanında sadece cep telefonun bulunması yeterli olacaktır.

Bu süreçte değişen gazetecilik pratiklerini Yurdigül ve Yüksel (2012) şu şekilde özetlemişlerdir:

- Abonelik sisteminde olan gazeteler hariç, gazetelere ücretsiz ulaşılabilmesi.
- Okuyucunun etkileşim ile hem kullanıcıya hem de üreticiye dönüşebilmesi.
- Geçmiş dönemlerde oluşturulan haberlere daha kolay ulaşılabilmesi.
- Haber aktarımının oldukça hızlı gerçekleşmesi.
- Çoklu ortam sayesinde birden fazla ögenin tek bir sayfada bulunmasıyla haberin daha etkin kılınması.
- Okuyucunun habere, zaman veya mekâna bağlı olmadan ulaşabilmesi. Aynı zamanda gazetecinin de haber merkezinde bulunmasına gerek kalmadan mesleğini yapabilmesi.
- Aktarılan haberin içeriğinde sonradan değişiklik yapılarak, istenilen vakitte güncellenebilmesi.
- Dağıtımın herkes tarafından yapılabilmesi.
- Okuyucunun farklı haber kaynaklarına rahatlıkla ulaşabilmesi.
- İnternetin olduğu her yerde gazete kavramının olabilmesi.
- Haber içeriklerinin çoğalması ve daha kapsamlı olması.

- Vatandaş-yurttaş gazeteciliğinin oluşması.
- Gazetecinin zamanın gerisinde kalmaması için teknolojik gelişmeleri, alanında ihtiyaç duyabileceği dijital materyallerin kullanımını öğrenmesi gerekliliği ve bu bağlamda sorumluluğunun da artması.

Basında yaşanan dijital dönüşüm geleneksel gazetecilik anlayışını oldukça değiştirmiştir. Bu dönüşümü, etkileşim ve çoklu ortam pratikleri bağlamında; gazeteciliğin gelişimi, devrim veya net çağı olarak olumlu değerlendirenler bulunurken bir taraftan da bu denli büyük bir devrimin olmadığını ifade eden kesimde bulunmaktadır (Narin, 2016).

Dijital dünyanın oluşturduğu gazetecilik pratikleri bugün geleneksel basın anlayışını dönüştürmüştür. Bireyler günümüz dünyasında temel ihtiyaçlarını karşılamakta olduğu gibi bilgiye ve habere ulaşmada da akıllı cihazları tercih etmektedir. Bu durum bilgiye ulaşmada kolaylık, çeşit, etkileşim sağlayarak kullanıcının dijital gazeteciliği daha da benimsemesini ve kullanmasını sağlamıştır. Fakat internet kavramının yayılmacılığı ve erişilebilirlik noktasında herkese eşit olması, bazı durumlarda gazetecilik mesleğini olumsuz etkileyebilmektedir. Basit bir internet sitesi açarak, başka sitelerden alınan bilgilerle sözde gazetecilik yapılması, mesleğe hâkim olmayan kişilerin teyit etme kavramını önemsemeden bilgi aktarmaya çalışması veya haber sitesi gibi gözükp aslında tıklanma üzerinden para kazanılan, içinde sadece bir iki cümle barındıran siteler bugün gazetecilik mesleğine gölge düşürmektedir.

#### **4.1 Dijitalleşmenin Yerel Basında Yarattığı Dönüşüm**

İnternet teknolojileri toplum alışkanlıklarında ciddi değişimler yaşanmasına neden olmuştur. İnternetin sağladığı olanaklar, her alanda kendini hissettirmiş, zamanla medya sektörü içinde vazgeçilmez olan internet, yeni medyanın ve internet gazeteciliğinin oluşmasında esas rolü oynamıştır. Bireylerin internetle birlikte haber alma şekilleri değişmiştir, bu pratikliği benimsemeleri de yeni medyanın yayılım göstermesinde önemli bir unsur olmuştur. 2000’li yıllarla birlikte Türkiye basın sektörü internet haberciliğine yönelmeye başlamıştır. Bu yönelmelerin ana nedeni ise yine gelişen internet teknolojileridir. Sitelerin çoğalması, normalde de tirajı az olan

gazetelerin tirajlarının daha da düşmesine sebep olurken ana geçim kaynağı olan reklam gelirlerinin de azalmasına neden olmuştur. Reklam gelirlerinin ve tirajların azalması üretici için internet haberciliğini daha da cazip kılmıştır. Fakat dijital geçiş süreci, büyük sermaye gruplarına sahip olan yaygın basın için daha kolay gerçekleşmiş ve dijital düzene kısa süre içerisinde ayak uydurmayı başarırken, yerel basın için aynı durum söz konusu olmamıştır. Yerel basının finansal eksikliği ve kadrosundaki kalifiye eleman eksikliğinden dolayı, dijital geçiş süreci ve geçtikten sonraki alışma süreci çok hızlı gerçekleşmemiştir (Uçak ve Erkal, 2019).

Yaşanan ekonomik kriz her sektörde olduğu gibi basın sektöründe de etkili olmuştur. Ekonomik anlamda zorlanma ilk olarak yerel gazetelerde baş göstermiş ve birçok yerel gazete kapatma yoluna gitmiştir. Haber Türk gazetesinin basılı yayın hayatına son vermesiyle dijital geçiş süreci diğer gazeteler tarafından hızlanmıştır. 98 yılının ardından Türkiye Cumhuriyeti Devletinin resmi yayın organı olan Resmî Gazete de basılı yayın hayatına son vererek içeriğini dijital ortama taşımıştır (Maral ve Gezinci, 2022).

Gazetelerin toplam tirajının sadece %16,9'luk kısmını karşılayan yerel basın dijital dönüşüm sürecine yaygın basın kadar hızlı adapte olamamıştır (TÜİK, 2022) ancak adapte olmaktan başka çaresi yoktur. Dijital dünyaya adapte olup, tekrar reklamlardan gelir elde etmeleri gerekmektedir. Aksi halde kaybolup gitmeye mahkûm olmaları muhtemeldir.

Yaşanan dönüşüm kolay bir süreç olmasa da yerel medya için avantajlı olduğu durumlarda söz konusudur. İnternet teknolojilerinin geldiği nokta ile sadece kendi yöresinde yayın yapabilen yerel basın artık dünyanın birçok noktasından takip edilebilir hale gelmiştir. Coğrafi sınırlılıkların ortadan kalkması, yerel gazetelerin okuyucu ağını da genişletmiş ve o bölgeyi bilmeyen insanlara tanıtım yapma açısından da bir avantaj sağlamıştır. Faaliyet gösterilen bölgenin dışına çıkılması yerel basının mevcut sorumluluklarını ve görevlerini arttırırken bu durum daha düzenli bir yapı içerisine girmesini de sağlamıştır (Gürcan ve Bayram, 2005).

#### 4.1.1 Dijitalleşmenin Olumlu Etkileri

Yeni medyanın oluşmasıyla birçok geleneksel gazetecilik pratiği de dönüşüme uğramıştır. Yaşanan dönüşüm ya da değişim sonrası basın dijitalleşmesi bazı çevrelerce olumlu veya olumsuz karşılanmaktadır. Bu durumu olumlu değerlendirenler genellikle basının, etki alanının genişlemesini, ekonomik anlamda daha rahatladığını ve çoklu ortam gibi özelliklerin, kullanıcıya da tüketiciye de büyük avantajlar sağladığını belirtmektedir. Yapılan çalışmalar ve çıkarımlar neticesinde olumlu gelişmeleri belirli cümleler altında toplamak mümkündür.

- Dijitalleşme ile birlikte basın sektöründe ekonomik anlamda dengeler değişmiştir. Gazetecilik var olduğundan beri ekonomik anlamda sıkıntıları da hep olmuştur. Dijital dönüşümle bu durum biraz daha hafiflemiştir. Dijitale geçişle geleneksel gazetecilikte olan matbaa giderleri, kâğıt giderleri ve kullanılan araç gereçlerde masraflar oldukça azalmıştır. Basın sektörü için gerekli malzemelerin bazı durumlarda ithal edilmesi, temin edilecek ürünün daha maliyetli olmasına sebep olabiliyordu. Döviz kurlarının da değişkenlik göstermesi özellikle yerel gazetecilik yapan işletmeleri oldukça zorlamaktaydı (Baysal ve Karakulak, 2020). Geleneksel gazetecilikte birden fazla ürün temin eden basın sektörü, dijitalleşme ile sadece bilgisayar ve telefonla habercilik sağlayabilir hale gelmiştir.
- Yine ekonomi ile ilişkili olan bu durum sektördeki istihdamla ilgilidir. Gazeteler büyük gelirlere sahip olan bir organ olamamıştır. Bu durumdan dolayı gazetecilik tarihinde her zaman, işten çıkarmalar söz konusu olmuştur. Dijitalleşme ile bu durumun daha da yaygınlaştığı söylenebilir. Çünkü teknolojik araçların kolaylığı, üç kişinin yapması gereken işi, bir kişi yapabilir hale gelmiştir. Tek bir gazeteciye her alanda çalıştırarak kar ettiklerini düşünen işletme sahipleri, dijitalleşmeye bu durumdan tasarruf ettiklerini düşünmektedir (Baysal ve Karakulak, 2020).
- Dijitalleşmeyle birlikte yeni medya kavramının oluşması, basının kamuoyu oluşturma konusunda daha etkili kılmıştır. İnternetin yayılcılığı ile dünya üzerindeki mesafeler kısalmış, düşünce özgürlüğü yeni medya ile farklı bir boyut kazanmıştır (Sucu, 2020). Yeni medya ile oluşan gazetecilik pratikleri ifade

özgürlüğünde önemli rol oynamaktadır. Sosyal medya, internet sitesi ya da bloglar aracılığıyla haber üreten bireylerin, kurumsal bir etkene bağlı olmaması, ifade özgürlüğünün daha net ve açık aktarılmasında büyük rol oynamakta, sadece tek bir birey yeni medya aracılığıyla gündem yaratabilmekte ve bunu coğrafi sınırlarının çok ötesine taşıyabilmektedir.

- Dijitalleşmeyle coğrafi sınırlılığı aşma imkânı yerel gazeteler içinde büyük bir avantaj olmaktadır. Belirli bir bölgeye ait gelişmeleri aktaran yerel gazetelerin dağıtımları da yine aynı bölge üzerinde gerçekleşmekteydi. İnternetle birlikte bu sınırlılık ortadan kalkmış, başka şehirlerde veya ülkede yaşayan o bölgenin vatandaşları, şehirlerine ait gelişmeleri takip edebilme fırsatına erişmiştir. Aynı zamanda bölgeye dair yazıların, tanıtımların yapılması ticari hareketliliğinde önünü açmıştır (Tunca ve Çağlar, 2022).
- Haber sitelerinde aynı anda metin, görsel, grafik, video kaydı, çeşitli arayüzler ve konuyla alakalı linklerin bulunması gibi çoklu ortam pratikleri ve hipermetinsellik özellikleri, okuyucuların internet medyasını daha cazip bulmasında önemli bir etken olmuştur. Bu gibi etkenler yerel ve ulusal basını dijitalleşmeye yönelik daha detaylı düşünmeye sevk etmiştir (Tunca ve Çağlar, 2022).
- İnternet teknolojisi ile oluşan etkileşim unsuru dijitalleşmenin önemli getirilerindedir. Haber sitelerinde yayınlanan içeriklere okurların tepki verebilmesi, farklı mecralar aracılığıyla haber ile ilgili görüş bildirmeleri, sitede yer alan içeriklerin ne kadar beğenildiğini anlama konusunda site kurucularına yardımcı olurken okurların da internet medyasını daha çok tercih etmesini sağlamaktadır.
- Geleneksel medya, birden bir çoğa modeli (one-to-many), internet ile gelişen iletişim süreci ise birçoktan- birçoğa modelidir (many to many). Birden bir çoğa modelinde, matbaa, gazete, televizyon veya radyoya iletişim aracı sahibi yatırım yapmaktadır. Sonrasında gerçekleşen süreçte, yatırım alanların kuruluşların süzgecinden geçtikten sonra ortaya çıkan enformasyon çok sayıda bireye ulaştırılmakta fakat geri dönüş ya çok sınırlı gerçekleşmekte ya da hiç

gerçekleşmemektedir. Birçoktan-birçoğa modelinde ise, üretilen enformasyonu denetleyecek bir organ yoktur. Sıradan insanların da yazabildiği enformasyon herhangi bir süzgeçten geçmeden direkt kullanıcılara aktararak, iletişim döngüsünde sadece belirli kişilerin değil herkesin katılabilesinin önü açılmaktadır (Çakır ve Topçu 2005).

- İnternet medyasının sahip olduğu hız ve kolaylık, basılı sisteme göre çok daha fazladır. Bununla beraber, yayınlanan habere güncelleme yapılması veya hatalı bir bilginin düzeltilmesi gerekiyorsa bu duruma hemen müdahale edilebilmekte, fakat geleneksel gazetecilikte bu düzenleme için ertesi günü beklemek gerekmektedir (Akyazı, 2018).

#### 4.1.2 Dijitalleşmenin Olumsuz Etkileri

Dijitalleşmenin olumlu etkileri olduğu kadar olumsuz birçok etkende söz konusudur. Birçok araştırmacı olumlu olarak değerlendirilen unsurların, olumsuz sonuçlar doğurduğunu düşünmektedir.

İnternetin sınırsızlığı ve hızlılığının, enformasyonun önemini kavramının ve etkinin tam olarak algılanmasını azalttığını düşünülmektedir. Haberlere ulaşmanın çok kolay olması ve aynı haberi, haber sitelerinden sosyal medyaya kadar her yerde görmek, içeriğin hem dikkat çekiciliğini azaltmakta hem de önem seviyesinin algılanmasında sorun oluşturmaktadır. İçerik her ne kadar hüznü, şiddet, acı ve benzeri his barındırır da yayılım gösterdiği alanın çokluğu bu etkiyi azaltmaktadır. Haber sitelerinde ya da sosyal medyadan aktarılan enformasyon hızlı olmasıyla birlikte güvenilirlik konusunda soru işaretleri yaratmaktadır. Haberin hızlı aktarılması için girilen yarışta, haber kaynağı veya içeriğinde problemler olabilmektedir. Son zamanlarda gündem belirlemede etken pozisyona geçmiş Twitter gibi sosyal medya platformlarından elde edilen enformasyon, kullanıcının beklediğinin aksine magazinsel, spekülasyon olabilmekte ve manipülasyon yaratabilmektedir (Sucu, 2020). Bu durum haberin olduğundan çok daha yanlış anlaşılmasına sebep olabilir ve toplum içinde kargaşada yaratabilmektedir.

Aktarılabilecek yanlış enformasyonlarla birlikte yeni medya dijital dünyayla, bireylerin dünyasını karşılaştırmaktadır. Zihinsel direnmesi güçsüzleştiren insanlara aktarılan enformasyon bombardımanında, birey yanlış içeriğe maruz bırakılmakta ve ona ulaştırılan bilgiyi sorgulama ihtiyacı hissetmeden benimseyip, kabul etmektedir (Habermas, 2021). Birey sorgulamama düşüncesini farkında olmadan benimseyebilir ve bu durum bireylerin günlük yaşamına dahi yansiyabilir. Yanlış bilgiyi, doğru bilgi olarak edinme her anlamda karmaşa oluşturabilmektedir.

Dijitalleşme, basılı olarak faaliyet gösteren yayınları ekonomik anlamda olumsuz etkilemektedir. Dünya bazında değerlendirildiğinde günlük gazete sirkülasyonu büyümesi olumsuz seyretmektedir. Bu durum pazar hacmini de etkilemekte, sadece tiraj düşüklüğü ve pazarlama alanında daralma değil, gazetelerin toplam ciroları da ciddi bir düşüş yaşamaktadır. Bunlarla birlikte kullanım yoğunluğunun çok fazla olduğu internet siteleri, yazılı basının en önemli gelir kaynağı olan reklam payını da elinden almaya başlamıştır. Tüm bunlarla beraber dijital habercilik, gazetecilik mesleğinin temel dinamiklerini de sarsmıştır. Geleneksel gazetecilikte süreç; içerik, haber üretimi, basım, dağıtım ve tüketim şeklinde ilerlerken, yeni düzenin döngüsü sadece üretim ve tüketim ikilisi arasında gerçekleşmektedir. Meslek etiği olarak ta sıkıntılarının yaşanmasına sebep olan dijitalleşme süreci, gazetecilik mesleğini zor durumda bırakmaktadır (Özbek ve Azizoglu, 2022).

Basın sektörü dijital dönüşümün oluşturduğu olumsuz süreçte sadece içerik ve yapısal anlamda olumsuz etkilenmemiştir. Gazetecinin uyması gereken etik kodlarda bu süreçte zarar görmüştür. Binark ve Bayraktutan (2013), yeni medya sürecinde yaşanan etik kodları şu şekilde başlıklandırmaktadır:

- İçerikleri sadece hızlı aktarmak için doğruluğu teyit edilmeyen bilgilerin yayınlanması.
- Bilgi yanlışlığı.
- Özel yaşamın gizliliği konusunda hassas sürecin gerçekleştirilmemesi.
- Sitelerin haber içeriğinden çok reklama olması dolayısıyla haber sitesi mi yoksa reklam sitesi mi ayırt edilemeyecek hale gelmesi.

- Başka kaynaklardan alınan bilginin izinsiz, kaynak gösterilmeden ya da yanlış kaynak gösterilerek kullanılması ve telif/patent haklarının ihlali konusunda özensiz olmak.
- Tıklanma uğruna atılan yanıltıcı başlıklar ve orijinal görüntüyle oynayarak manipülasyon yaratmak.
- Yeni medyanın istemeden de olsa zararlı içerik ve nefret söylemlerine ortam yaratması veya aracı olması.
- Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanması noktasında yetersiz olması.
- Haber ve ticari enformasyon arasındaki sınırların belirsizleşmesi.

Dijital dünyanın sunduğu olanaklar günümüz yaşantısını oldukça kolaylaştırmaktadır. İnternetin her sektöre ve sosyal yaşantıya dahil olması yeni iş kollarının oluşumuna, interneti doğru kullanarak elde edilecek pek çok avantaj elde etmeye yaramaktadır. Ancak internet dünyası içinde kusursuzluk mümkün değildir. Sektörlere bir anlamda faydası dokunurken bir yandan zarar verebilmektedir. Bugün erişilen noktada internet haberciliği günümüz için ne kadar pratik olsa da yanlış enformasyon aktarma, tık alma uğruna atılan başlıklara tıkladıktan sonra tonlarca reklam ile karşılaşılması, haber dilinden bir haber olan insanların gazetecilik kimliğine çok kolay bürünebilmesi ve daha birçok benzer sorun bugün basın ve gazetecilik kavramına zarar vermektedir.

## 5. DÜZCE YEREL BASINI ve DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜREÇLERİNE DAİR ANALİZ ÇALIŞMASI

Bu çalışmanın amacı, “*Düzce Yerel Basını ve Dijital Dönüşüm Süreçleri*” konusunda bir analiz yapmaktır. Analiz, Düzce'nin yerel basın tarihini ve dijital dönüşümün bu sektör üzerindeki etkilerini ele alacaktır. İlk olarak, Düzce'nin basın tarihine genel bir bakış sunulacak ve yerel basının nasıl geliştiği anlatılacaktır. Daha sonra, dijital dönüşüm sürecinin yerel basına olan etkileri analiz edilecektir.

Düzce, 1869 yılına kadar Kastamonu Vilayeti Bolu Mutasarrıflığı Göynük Kasabası'na bağlı bir yerken, 1870 yılında Bolu Sancağına bağlı bir ilçe haline gelmiştir. Bu durum dolayısıyla Düzce'nin basın tarihini anlamak için Bolu'nun basın geçmişine bakmak da önem taşımaktadır. Mutasarrıf Ali Osman Bey tarafından 1913 senesinde Bolu sancağında kurulan matbaa, Bolu'nun basın hayatını şekillendiren önemli bir etken olmuştur. 10 Ekim 1923 tarihinde Kastamonu'dan ayrılarak vilayet merkezi olan Bolu da birçok gazete ve dergi yayınlamıştır (Özsoy, 2019). Gazete ve dergilerin dışında da haber bültenleri, edebiyat ve sanat, salname içerikli yazılı ürünlerin de basıldığını görmek mümkündür. Millî Mücadele ve erken Cumhuriyet dönemlerinde, Kürsü-i Millet, Altın Yaprak, Dertli, Yeni Yol, Yeşil Yaprak, Türkoğlu, Milli Gaye, Duygu Yurdu ve Gamlı birçok önemli dergi ve gazetelere ev sahipliği yapan Bolu, basın hayatında bu yayınlardan sonra süreli yayın geleneğine geçmiştir (Kılıç, 2019). Bu geçişle birlikte Bolu basını sadece merkezi noktalarda faaliyet göstermemiş ayrıca ilçelerinde de faaliyetlerde bulunmuştur. Düzce ilçesi özelinde bakıldığında 16 Ekim 1953 tarihinde Bedrettin Maradit tarafından Düzce'de yayınlanmaya başlayan Bolu Ekspres gazetesi ve 1961 senesinde haftalık olarak yayınlanan Hakikat gazetesi önemli oluşumlardır (Özsoy, 2019).

17 Ağustos ve 12 Kasım 1999 depremleri sonrasında ise Düzce, 1999 yılında Türkiye'nin 81. ili olmuştur. Düzce'nin basın-yayın hayatı ise 1944 yılında Avukat Mustafa Tunç ve arkadaşları tarafından çıkarılan “*Filiz*” adlı dergiyle başlamıştır. Bu dönemde matbaacılığın temelleri atılmış ve ardından farklı gazeteler ve dergiler yayımlanmaya başlamıştır. Düzce'nin basın tarihi boyunca birçok yerel yayın organı

faaliyet göstermiştir ve günümüzde de birçok gazete, televizyon, radyo, haber portalı ve dergi bulunmaktadır.

Ancak, dijital dönüşümün etkisiyle birlikte yerel basının da değişim ve dönüşümler yaşadığı görülmektedir. Bu nedenle, Düzce yerel basının dijital dönüşümden nasıl etkilendiği ve dijitalleşme sürecine nasıl adapte olduğu araştırma konusu olmuştur. Araştırmanın amacı, yerel yazılı basının dijital formatı nasıl karşıladığını, bu süreçte hangi değişim ve dönüşümleri yaşadığını, dijitalle evrilme sürecine ne kadar uyum sağladığını ve geleneksel gazetecilikle dijital basın arasındaki farklılıkları belirlemektir. Ayrıca, yazılı yerel basının geleceğinin nasıl şekilleneceği konusunda bilgi edinmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın önemi, Düzce ili yerel basın örneğinden hareketle yerel basının dijitalleşme ile birlikte yaşadığı sorunları ortaya koymak, bu sorunların temel kaynaklarını bulmak ve tüm bunların da gazetecilik pratiklerine olan etkisini yerel bazda gazetecilik kültürünü nasıl etkilediği konusunda okuyucuya kılavuz olmasıdır. Daha önce bir tez çalışmasına konu olmayan Düzce basınının incelenmesi ile birlikte Türkiye'nin çeşitli illeri özeline yapılan çalışmalara bir katkı sunularak genel anlamda Türkiye yerel basını çalışmalarına katkıda bulunulacaktır. Böylece Türkiye yerel basını profilinin çıkarılmasına ve yerel gazetecilik kültürüne fayda sağlayacaktır. Ayrıca, yerel basının dijitalleşmeyle birlikte geleneksel gazetecilikten ne ölçüde etkilendiğini ve gelecekte nasıl bir konumda olabileceğini değerlendirmemize katkı sağlayacaktır.

## 5.1 Düzce Yerel Basınının Tarihçesi

1869 senesine kadar Kastamonu Vilayeti Bolu Mutasarrıflığı Göynük Kasabası'na bağlı olan Düzce, 1870 senesinde Bolu Sancağına bağlı bir ilçe olmuştur. 17 Ağustos ve 12 Kasım 1999 depremlerinden sonra Düzce, 23091 Sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla Resmî Gazetede yayınlanan "*Bir il ve iki ilçe kurulması ve 190 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin eki Cetvellerde Değişiklik Yapılması Hakkında 584 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname*" ile 09 Aralık 1999 tarihinde Türkiye'nin 81. İli olmuştur (Düzce Belediyesi, 2023).

Düzce'nin basın-yayın hayatı 1944 senesinde Avukat Mustafa Tunç ve arkadaşları; Eyüp Muslu, Eşref Özcan, Nazım Arda, Zekeriya Alpay, Cevdet Canbolat, Necati Üresin, Alaattin Demir ve Basri Gocul'un çıkarttıkları Filiz isimli dergi ile başlamıştır. 26 sayfa olarak çıkarılan 'Filiz' isimli dergi Düzce'nin ilk yayını olmuştur. Aynı yıllarda 'Düzce' isimli haftalık dergiyi çıkarmaya başlayan Avukat Şevki Baysal'ın oğlu Naci Baysal, sonrasında el pedalı getirerek davetiye ve kartvizit gibi ürünler basmaya başlamıştır. Bu durum, Düzce ilinde matbaacılığın temelini atmıştır. Devamını izleyen süreçte Zekeriya Alpay tarafından 1948 senesinde 'Zincirlikuyu' isimli dergi yayımlanmış, 1950 yılında 'Kuvvet' ve 1951 yılında 'Düzce' isimli haftalık gazeteler Orhan Bayraktar tarafından yayımlanmıştır. Yine 1951 senesinde, günümüzde de varlığını sürdüren ve Düzce'nin ilk günlük gazetesi olan 'Düzce Postası' gazetesi Bedrettin Maradit tarafından yayımlanmaya başlamıştır. 1959 senesine gelindiğinde Düzce'nin 2.günlük gazetesi olan 'Yeni Düzce Gazetesi', Şakir Karataş tarafından yayımlanırken yine 1959 senesinde 'Doğuş' isimli gazete Hilmi Baysal tarafından yayımlanmıştır. 1963 senesine gelindiğinde ise üç gazete patronu olan Şakir Karataş, Bedrettin Maradit ve Hilmi Baysal bir araya gelerek 'İstiklal' isimli bir gazete yayımlamış ancak gazetenin yayın hayatını uzun ömürlü olamamış ve 11 ay sonra kapanmıştır (Düzce Valiliği, 2022).

Düzce basın tarihi 5 ile 10 yıl arasında değerlendirildiğinde 3 haftalık gazete faaliyet göstermiştir. Bu gazeteler; Gürbüz Kamburoğlu tarafından 1961 senesinde yayımlanan 'Doğuş' ve 'İleri' gazeteleri, Ziya Bedir tarafından 1968 senesinde yayımlanan 'Haber' gazetesi ve Turan Şahin tarafından 1969 senesinde yayımlanan 'Ferman' gazetesidir. Devamını izleyen süreçte, Ticaret ve Sanayi Odasının yayın organı olan 'Ticaret Gazetesi' ve 'Öğretmenlerin Sesi' gibi meslek kuruluşlarının gazeteleri faaliyet göstermeye başlamıştır. 1980 senesine gelindiğinde günümüzde de varlığını sürdürmeye devam eden 'Damla Gazetesi' Ali Beşer tarafından yayımlanmaya başlamıştır. Gazete, 1984 senesine kadar haftalık olarak yayımlanmış, bu tarihten sonra günlük olarak okuyucu ile buluşmaya başlamıştır.

Farklı zaman dilimlerinde ise Söz Gazetesi, Vilayet Gazetesi, Flaş Dergisi, Yeni Ses Gazetesi, Düzder Dergisi ve Objektif Gazetesi Düzce'de faaliyet gösteren yayın organları olmuştur. 1994 senesine gelindiğinde ise Düzce, Önder Tonyalı'nın

kuruculuğunu üstlendiği ilk yerel görsel medya aracı olan ‘Öncü Televizyonu’ ile haber ulaştırma ağını genişletmiştir. Yine 1994 senesinde Düzce Televizyonu faaliyet göstermeye başlamış ve Düzce medyası genişlemiştir (Düzce Valiliği, 2022).

Düzce Gazeteciler Cemiyeti güncel verilerine göre bölgede;18 Gazete, 4 Televizyon, 3 Radyo, 8 Haber Portalı, 5 Dergi, 3 Haber Ajansı faaliyet göstermektedir.

- **Gazeteler;** Akçakoca Havadis Gazetesi, Akçakoca Postası, Burası Düzce Gazetesi, Çağdaş Gümüşova, Detay Gazetesi, Düzce Analiz Gazetesi, Düzce Damla Gazetesi, Düzce Havadis, Düzce Hür Haber, Düzce Life Gazetesi, Düzce Objektif Gazetesi, Düzce Parantez Gazetesi, Düzce Postası, Düzce Pusula Gazetesi, Düzce’nin Sesi Gazetesi, Günaydın Düzce Gazetesi, Yeni Akçakoca Haber, Yığılca’nın Sesi Gazetesi.
- **Televizyonlar;** Düzce TV, Düzce Öncü Haber, 81 Oray TV, Oxijen TV.
- **Radyolar:** Öncü Radyo, Radyo 81, Radyo Öğüt.
- **Haber Portalları:** Akçakoca TV, Düzce Rota, Düzce Son Haber, Düzce Takip Haber Merkezi, Düzce Yerel Haber, Haber Gerçek, Haber Olduk, Malumat Haber.
- **Dergiler:** Düzce Artı, Düzce Kent Dergisi, Düzce Life, Mavi Düzce, Tayyare Limanı Dergisi.
- **Haber Ajansları:** Anadolu Haber Ajansı (AA), Demirören Haber Ajansı (DHA), İhlas Haber Ajansı (İHA) (Düzce Gazeteciler Cemiyeti, 2023).

Yeni ve gelişmekte bir il olan Düzce’nin basın tarihi pek çok medya oluşumuna ev sahipliği yapmaktadır. Yerel haber unsurları sadece tek bir merkezde toplanmayıp, bazı ilçelerinde kendilerine ait gazeteleri bulunmaktadır. Yerel bölgeye hizmet veren bu unsurlar, dijital dünyaya adapte olmayla ulusal basın içeriklerini de sitelerinde bulundurmakta, yaşanan gelişmeleri kendi bölgeleri bağlamında değerlendirerek geniş ve zengin haber içerikleri çıkarılmaktadır.

## 5.2 Düzce Yerel Basınının Dijital Dönüşümü Üzerine Analiz

### 5.2.1 Araştırma Konusu

İnsanlık tarihi var olduğu andan itibaren her daim haberleşme ve iletişim halinde olmuştur. Uygarlıkların, medeniyetlerin gelişmesi zamanla toplumlar arası iletişim ihtiyacını doğurmuştur. İlk zamanlar ulaklar ve tellallar aracılığı ile yapılan bu eylem zamanla bir meslek haline dönüşmeye başlamıştır. Bu doğrultuda oluşan gazetecilik mesleği habercilik anlamında toplumların ihtiyacını karşılamaktadır. Haberleşme ağı teknolojik gelişmeler doğrultusunda etki alanını oldukça genişletmiştir. Etki alanı genişledikçe, yerel, ulusal, uluslararası, dijital basın vb. gibi birden fazla gazetecilik pratikleri oluşmuştur. Çalışmanın da konusu olan yerel basın, sadece belirli bir bölgede habercilik faaliyeti gösteren, haber içeriklerinin sadece o bölgedeki gelişmelerden oluştuğu bir gazetecilik örneğidir.

Yerel basın varlığını sürdürmeye başladığı andan itibaren haberciliğin yapı taşlarından biri olmuştur. Tarihsel süreç içinde ekonomi-politik sorunların yanı sıra eleman sorunları, teknik olanaksızlar vs. yaşayan ve ayakta kalmaya çalışan yerel basın kuruluşları günümüzde dijitalleşmenin de etkisiyle birlikte yeni sorunlarla yüzleşmeye devam etmektedir. Neredeyse bütün toplumları etkisi altına alan dijitalleşme, iş kollarında da köklü değişim ve dönüşümlere sebep olmuştur. Basın sektörü de zamanla dijital teknolojileri benimsemiş ve mesleğin her koluna yayılmıştır. Yaşanan dönüşümde yerel basın, ulusal basına göre daha farklı etkilenmeler ve sonuçlarla karşılaşmıştır. Bu süreç kimileri tarafından olumlu değerlendirilirken kimileri tarafından da olumsuz değerlendirilmiştir. Bu bağlamda yerel basının dijitalleşme ile oluşan değişim ve dönüşümleri çalışma konusunun şekillenmesinde etkili olmuştur. Düzce ili özelinde yapılan bu çalışmada, Düzce yerel basınının dijital dönüşümden nasıl etkilendiği, dijital dönüşümün yerel yazılı basın üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerinin saptanması araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

### 5.2.2 Araştırmanın Amacı

Ulusal haber merkezlerini besleyen yerel yazılı basın, günümüz teknolojisinde yazılı hayatını sürdürmede ciddi sıkıntılar yaşamaktadır. Bu sıkıntılardan biri teknolojik

gelişmelerle ortaya çıkan yerel basında dijitalleşmeye uyum sağlamaktır. Yerel basındaki dijitalleşme aşamasında ortaya çıkan zorlukların tespit edilmesi ve çözüm önerilerini ortaya koymak böylelikle Türkiye’deki diğer yerel basın çalışmaları ile birlikte literatüre katkıda bulunmak birincil amaç olmaktadır. Çalışma için veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yönteminden mülakat tekniği uygulanmıştır. 20 Mart – 26 Nisan 2023 tarihleri aralığında, belirlenen gazetecilere yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiş ve mevcut durumun birincil kişilerden dinlenerek tespiti amaçlanmıştır. Düzce ili özelinde gerçekleştirilen çalışmanın amacını maddeler halinde şu şekilde belirtmek mümkündür:

- Teknolojik gelişmeler üzerine Düzce yerel yazılı basının karşılaştığı ekonomik sıkıntıları sunmak
- Düzce yerel basınının dijital dönüşüme adapte olma sürecinde yaşanan zorlukları ortaya çıkarmak,
- Düzce yerel basınının dijitalleşmeye adapte olup olmadığını ortaya koymak,
- Dijital basının geleneksel yazılı basına göre olumlu ve olumsuz yanlarını gözler önüne sermek,
- Geleneksel yazılı yerel basının, dijitalleşme karşısında yaşadığı olumsuz etkileri göstermek
- Yerel yazılı basının dijitalleşme ile birlikte geleceğinin nasıl şekilleneceğini öngörebilmeyi ve diğer yerel basın kuruluşlarına rehber olacak bir kaynak ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

### 5.2.3 Araştırmanın Önemi

Yerel basın kavramı ile ilgili literatür taraması yapıldığında, bugüne kadar bu alan ile ilgili, il, bölge, Türkiye geneli gibi saha araştırmaları dahilinde ve yerel basının birçok farklı konusuyla ele alındığı çalışmalar yapıldığı görülmektedir ancak Düzce yerel basını hakkında bugüne kadar yapılmış bir çalışma bulunmamaktadır.

Bu çalışma Düzce ili özelinde gerçekleştirilmiş olup, dijitalleşen basın dünyasında Düzce yerel basının bu süreci nasıl tamamladığı, hangi değişim ve dönüşümlere evrildiğini saptamak amacıyla. Yerel basın kuruluşlarının, dijital dönüşüm süreci sonucunda ortaya çıkan olumlu ve olumsuz etkilerinin analiz edileceği bu çalışma, aynı zamanda dijitalleşme ile oluşan sorunların çözümü için de bir kaynak olacaktır. Bu çalışma aracılığıyla daha önce bir akademik çalışmaya konu olmayan Düzce yerel yazılı basını ve dijitalleşmesi ile ilgili tespit edilen sorunlar, etkiler ve çözümlerle, Türkiye yerel basını profilinin çıkarılmasına katkıda bulunmak ve dijitalleşme sürecindeki diğer yerel basın kuruluşlarına yol göstererek yerel gazetecilik kültürüne fayda sağlamaktır.

#### **5.2.4 Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu araştırma mümkün olduğunca kapsamlı yapılmaya çalışılsa da bazı yönlerden sınırlılıklar mevcuttur. Araştırma yerel basının dijital dönüş sürecini irdeleme üzerine olmasına karşı tüm Türkiye'deki yerel basın kuruluşları ile görüşmelerin gerçekleştirilmesi hem zaman hem de kaynak kısıtlarından dolayı Düzce ili ile sınırlandırılmıştır. Düzce ili özelinde ise irili ufaklı 20'den fazla çeşitli yerel basın kuruluşları bulunmasına rağmen araştırmanın konusuna uygun (sadece dijital dönüşüm süreci içeresine girmiş veya dijital basın olarak ortaya çıkmış) 8 yerel basın kuruluşu ile araştırma sınırlandırılmıştır. Bu basın kuruluşları; günlük basılı olarak çıkan 6 gazete, dijitalleşmenin getirilerinden dolayı bir sene önce yazılı hayatına son verip internet gazetesine dönüşen, Akçakoca ilçesi gazetesi olan Havadis gazetesi ve Düzce merkezli bir internet haber sitesi olan Önce Düzce ile sınırlandırılmıştır. Basın kuruluşlarındaki çalışanların saha da görev almalarından dolayı tüm çalışanlarla mülakatların gerçekleştirilmesi mümkün görünmediğinden, tez çalışmasının konusu ile en ilintili personelle mülakatların gerçekleştirilmesi çalışmanın bir diğer sınırlılığıdır. Bu yüzden her basın kuruluşundan öncelikle editör pozisyonundaki personellerle ve daha sonra varsa muhabir pozisyonundaki personellerle 20 Mart – 26 Nisan 2023 tarihleri arasında mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

## 5.2.5 Yöntem

### 5.2.5.1 Araştırmanın modeli

Araştırmanın konusunu oluşturan Düzce yerel basınının dijitalleşme sürecinde yaşadığı değişim ve dönüşümlerin incelenmesinde nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda çalışma öncesi konu ile ilgili yarı- yapılandırılmış 10 tane soru oluşturularak, sektörde aktif bir şekilde faaliyet gösteren 11 gazeteciye araştırma soruları yöneltilmiştir. Katılımcılar ile gerçekleştirilen mülakat sonrası cevaplar betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilecek, nitel sonuçlarla araştırmanın amacında bahsedilen konu başlıklarına cevap bulunacaktır.

Nitel araştırma; Etnografi, yorumlayıcı araştırma, durumsal araştırma, doğal araştırma, teori geliştirme, antropoloji, tanımlayıcı araştırma, aksiyon araştırma ve içerik analizi gibi farklı birçok disiplinle yakın temasa sahiptir. Bundan dolayı birçok yazar nitel araştırma için herkes tarafından kabul edilebilir bir tanımlama yapmaktan kaçınmaktadır. Genel hali ile ele alınan nitel araştırmayı doküman analizi, görüşme ve gözlem gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, araştırma sürecinin doğal ortamda gerçekleştiği, algıları gerçekçi bir şekilde meydana çıkarılmasına yönelik nitel adımların izlendiği araştırma olarak tanımlamak mümkündür. Nitel araştırma farklı bir tanımlamayla, kuram oluşturmayı esas alan düşünce anlayışı ile toplumsal olguları dahil oldukları çevre içerisinde değerlendiren, irdeleyen ve anlamayı amaçlayan araştırma yöntemidir (Yıldırım, 1999). Temelini post-pozitivizmin oluşturduğu nitel araştırmada birden fazla doğru sonuca ulaşılabilirken aynı zamanda gerçek göreceli olabilmektedir (Şimşek, 2018).

Nitel araştırmada yaygın olarak kullanılan; Görüşme, yazılı belgelerin incelenmesi ve gözlem olmak üzere üç tür veri toplama tekniği vardır. Bu ana başlıklar kendi içlerinde farklı alt gruplara da ayrılmaktadır. Mevcut tez çalışmasında görüşme yöntemi kullanılmış olup, bu yöntem; yapılandırılmış, açık uçlu, katılımcı veya katılımcı olmayan gibi alt gruplara ayrılmaktadır (Yıldırım, 1999).

Yıldırım (1999) nitel araştırmanın özelliklerini; doğal alana duyarlılık, araştırmacının çalışma sürecinde katılımcı rolü, bütüncül yaklaşım, algıların meydana çıkarılması, araştırma deseninde esneklik ve tümevarıma dayalı çözümlene olarak altı başlıkta değerlendirmiştir.

Mevcut tez çalışmasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat, derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. Nitel araştırmalarda oldukça sık kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan mülakat ya da diğer bir adıyla görüşme tekniği, gözlem, doküman incelemesi ve görüşme gibi çeşitli nitel veri toplama teknikleriyle, belirlenen bir süjenin yapısının, ilişkiselliğinin ve örüntülerinin tümevarım yaklaşımıyla ayrıntılı incelenmesi ile gerçekleştirilen bir yöntemdir (Tüsside, 2023). Derinlemesine görüşmede, araştırma konusu bir bütün olarak alınır ve konuya dair açık uçlu sorular hazırlanır. Bu yöntem ile görüşmeciler ile bir araya gelinir ve detaylı cevap alma imkânı oluşur. Görüşmecinin tecrübe, duygu durumu ve bilgisine görüşme yolu ile ulaşılabilir. Bu doğrultuda derinlemesine görüşmede araştırmacı ve bilgisine başvurulmuş kişi yani görüşmeci olmak üzere iki temel aktör bulunmaktadır (Tekin, 2006).

Görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Bu yaklaşım türünde hedef, mülakat sırasında yapılan gözlem ve bilgilerin sistemli ve yorumlanmış hali ile okuyucuya aktarılmasıdır. Bilgiler önceden ayarlanmış temalara göre bölümlendirilir, özetlenir ve değerlendirilir. Elde edilen veriler arasında neden-sonuç ilişkisi kurulur, gerek görülürse olgular arasında mukayese yapılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

Yıldırım ve Şimşek (2021) betimsel analizi; Betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması olmak üzere dört aşamada değerlendirmiştir.

### **5.2.5.2 Araştırmanın evren ve örnekleme**

Çalışmanın evreni Düzce ilinde faaliyet gösteren yerel gazeteler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini Düzce merkezli günlük basılı olarak çıkan altı gazete, yine Düzce merkezli bir internet haber sitesi ve Akçakoca ilçesinde faaliyet gösteren

haftalık olarak çıkan bir gazetenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu kapsamda belirlenmiş sekiz gazeteden, editör ve muhabir olmak üzere 11 kişi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir.

### 5.2.5.3 Bulgular

Çalışma kapsamında yerel basının dijitalleşme sürecinde yaşadığı dönüşüm ve sorunlarını Düzce ili özelinde ortaya çıkarmak amacıyla 10 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında, benzer konulara sahip literatür çalışmaları incelenmiş ve bu doğrultuda sorular hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında 11 görüşmeci ile yüz yüze görüşme sağlanmış ve verilerin çözümlenmesi için yapılan görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Görüşmecilerin kişisel bilgilerinin güvenliği amacıyla isimleri yerine “*Görüşmeci*” şeklinde kodlanmıştır. 11 görüşmeci ile ilgili detaylı bilgiler Tablo 5.1’de verilmiştir.

Tablo 5.1 Görüşmeci bilgileri

Katılımcı	Yaş Aralığı	Eğitim Durumu	Çalıştığı Kurum	Çalışma Süresi	Pozisyonu
Görüşmeci 1	34-42	Ön lisans	Düzce Postası	15-20 yıl	Editör
Görüşmeci 2	26-33	Ön lisans	Düzce Postası	1-5 yıl	Muhabir
Görüşmeci 3	50 üstü	Lise	Damla Gazetesi	20 yıl üstü	Muhabir
Görüşmeci 4	34-42	Lisans	Damla Gazetesi	15-20 yıl	Editör
Görüşmeci 5	26-33	Ön lisans	Manşet Gazetesi	1-5 yıl	Muhabir
Görüşmeci 6	34-42	Lisans	Manşet Gazetesi	20 yıl üstü	Editör
Görüşmeci 7	43-50	Lise	Düzce'nin Sesi	20 yıl üstü	Editör
Görüşmeci 8	50 üstü	Lise	Parantez Gazetesi	20 yıl üstü	Editör
Görüşmeci 9	50 üstü	Lise	Günaydın Düzce Gazetesi	20 yıl üstü	Editör
Görüşmeci 10	50 üstü	Ortaokul	Önce Düzce Haber Sitesi	20 yıl üstü	Editör- Muhabir
Görüşmeci 11	50 üstü	Lisans	Akçakoca Havadis Gazetesi	11-15 yıl	Editör- Muhabir

Çalışma kapsamında görüşmecilere yöneltilen sorular şu şekildedir:

1. Düzce basınının tarihsel gelişim sürecinden kısaca bahseder misiniz?
2. Dijital dönüşüm, geleneksel gazetecilik pratiğinde ne gibi değişim ve dönüşümlere sebep olmuştur? Yerel gazeteler dijital dönüşümü nasıl karşılamıştır?
3. Düzce basını yaşanan dijital dönüşümü nasıl karşılamıştır? Bu noktada gazetenizin bu dönüşüme evrilme süreci nasıl ilerlemiştir?
4. Gazete olarak, aktif bir şekilde faaliyet gösterdiğiniz sosyal medya platformları var mı? Var ise hangi platformda daha etkinsiniz? Bu durumun sizlere sunduğu avantaj ve dezavantajlar nelerdir?
5. Teknolojik gelişmelerle birlikte yeni gazetecilik pratikleri oluşmuştur (yurttaş gazeteciliği, veri gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, mobil gazetecilik, WhatsApp ihbar hatları vs. gibi). Genel hali ile internet gazeteciliği olarak tanımlanan bu oluşumları, yerel basın açısından olumlu veya olumsuz olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Dijital dönüşümle oluşan gazetecilik uygulamaları ile ücretsiz (sosyal medya platformları vs. uygulamalar gibi) haberlere ulaşılması, yerel gazeteleri tiraj noktasında nasıl etkilemiştir? Bu durum için alınan bir önleminiz var mı?
7. Gazeteniz dijital teknolojilerden ne ölçüde yararlanmaktadır? Gazetenin sadece dijital ayağı ile ilgilenen çalışanlarınızın toplam çalışanlarınıza oranı nedir? Dijital uygulamalara geçtikten sonra bu alan için ekstra eleman aldınız mı?
8. Gazetenizin günlük net satışı ve internet gazetenizin sayfa gösterimi ne kadar? Bu durumu finansal anlamda değerlendirdiğinizde, geleneksel medya mı yoksa dijital medya mı avantajlı olmaktadır?
9. Dijitalleşme geleneksel gazetecilik anlayışını ve yerel gazeteciliği nasıl etkilemektedir?

10. Yerel basının dijitalleşme ile oluşan problemlerine çözüm önerileriniz nelerdir?  
Bu bağlamda, yerel basının geleceği ile ilgili ne gibi yorumlamalar yapabilirsiniz?

Çalışmada elde edilen veriler betimsel analiz tekniğine uygun olacak şekilde, Düzce basını ve dijitalleşmenin etkilerini inceleyen beş araştırma konusu derlenmiştir. Bu beş araştırma konusu ve konulara göre soruların dağılımları aşağıdaki gibidir. Katılımcıların cevapları araştırma konularına göre analiz edilip yorumlanmıştır.

### **Araştırma Konusu 1: Düzce Basınının Tarihsel Gelişim Süreci**

Soru 1: Düzce basınının tarihsel gelişim sürecinden kısaca bahseder misiniz?

### **Araştırma Konusu 2: Dijital Dönüşümün Gazetecilik Pratiğindeki Etkileri**

Soru 2: Dijital dönüşüm, geleneksel gazetecilik pratiğinde ne gibi değişim ve dönüşümlere sebep olmuştur? Yerel gazeteler dijital dönüşümü nasıl karşılamıştır?

Soru 5: Teknolojik gelişmelerle birlikte yeni gazetecilik pratikleri oluşmuştur (yurttaş gazeteciliği, veri gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, mobil gazetecilik, WhatsApp ihbar hatları vs. gibi). Genel hali ile internet gazeteciliği olarak tanımlanan bu oluşumları, yerel basın açısından olumlu veya olumsuz olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru 9: Dijitalleşme geleneksel gazetecilik anlayışını ve yerel gazeteciliği nasıl etkilemektedir?

### **Araştırma Konusu 3: Yerel Gazetenin Dijital Dönüşümü**

Soru 3: Düzce basını yaşanan dijital dönüşümü nasıl karşılamıştır? Bu noktada gazetenizin bu dönüşüme evrilme süreci nasıl ilerlemiştir?

Soru 7: Gazeteniz dijital teknolojilerden ne ölçüde yararlanmaktadır? Gazetenin sadece dijital ayağı ile ilgilenen çalışanlarınızın toplam çalışanlarınıza oranı nedir? Dijital uygulamalara geçtikten sonra bu alan için ekstra eleman aldınız mı?

Soru 4: Gazete olarak, aktif bir şekilde faaliyet gösterdiğiniz sosyal medya platformları var mı? Var ise hangi platformda daha etkinsiniz? Bu durumun sizlere sunduğu avantaj ve dezavantajlar nelerdir?

#### **Araştırma Konusu 4: Yerel Basının Finansal Durumu ve Dijital Medya**

Soru 6: Dijital dönüşümle oluşan gazetecilik uygulamaları ile ücretsiz (sosyal medya platformları vs. uygulamalar gibi) haberlere ulaşılması, yerel gazeteleri tiraj noktasında nasıl etkilemiştir? Bu durum için alınan bir önleminiz var mı?

Soru 8: Gazetenizin günlük net satışı ve internet gazetenizin sayfa gösterimi ne kadar? Bu durumu finansal anlamda değerlendirdiğinizde, geleneksel medya mı yoksa dijital medya mı avantajlı olmaktadır?

#### **Araştırma Konusu 5: Yerel Basının Geleceği ve Çözüm Önerileri**

Soru 10: Yerel basının dijitalleşme ile oluşan problemlerine çözüm önerileriniz nelerdir? Bu bağlamda, yerel basının geleceği ile ilgili ne gibi yorumlamalar yapabilirsiniz?

Araştırma konularına göre görüşmecilerin anlatımları ve yazar yorumlamaları her konu için detaylıca yazılmıştır.

#### **Araştırma Konusu 1: Düzce Basınının Tarihsel Gelişim Süreci**

Katılımcıların Düzce basın tarihi ile ilgili yüzeysel bilgilere sahip olduğu görülmüştür.

- Görüşmeci 1 “*Düzce Postası, 72 yıldır yayın hayatını sürdüren en eski gazetedir*” diyerek bilgisini aktarmış ve bunu takiben Görüşmeci 2, Görüşmeci 4, Görüşmeci 5, Görüşmeci 7, Görüşmeci 9 ve Görüşmeci 10 Düzce Postası gazetesinin yayın hayatını sürdüren en eski gazete olduğu konusunda hemfikir oldukları görülmüştür.

- Görüşmeci 3, Düzce basın hayatında önemli yazılı basın unsurları olduğunu dile getirmektedir; *“Yeni Düzce Gazetesi, Düzce Postası gibi gazeteler ve 1960’lı yıllarda Orman işletmesi memurlarının çıkarttığı Filiz Mecmuası gibi önemli dergiler bulunmaktadır. Düzce’nin il olmasının ardından da basın sektöründe faaliyetler artmış, gazete, dergi, radyo ve televizyonlar kurulmuştur. Yine 90’lı yıllarda FM radyoların çıkması ile birlikte Düzce’de 7-8 tane radyo birden kuruldu. Farklı oluşumlar Düzce yerel basınına yeni bir renk getirdi”*.
- Görüşmeci 5’te, Görüşmeci 3 ile ortak fikirde olmuş ve özellikle Öncü TV’nin 1994’te kurulmasıyla sektör renklenmeye başladığını ve Düzce’ye habercilik ve görsel yayın konusunda yeni bir soluk getirdiğini ifade etmiştir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Düzce basın tarihi ile ilgili yapılan literatür taraması sonuçları oldukça benzerlik içermektedir.

## **Araştırma Konusu 2: Dijital Dönüşümün Gazetecilik Pratiğindeki Etkileri**

Dijitalleşme basın sektöründe köklü değişiklikler yaratan bir etken olmuştur. Yerel basın unsurları da bu dönüşüm ve değişimleri gerçekleştirmek için adapte olmak, benimsemek, teknolojik yeterliliğe ulaşmak gibi birçok farklı aşamadan geçmiş ve geçmeye devam etmektedir.

- Görüşmeci 5 ve Görüşmeci 7 yerel basının küçük şehirlerde hala daha tam olarak benimsenmediğini ve dijitalleşmeyi tam olarak karşılayamadıkları düşüncesi içinde olduklarını belirtmişlerdir.
- Görüşmeci 9; *“Türkiye genelinde yerel gazeteler dijital dönüşümü aslında temkinli ve dolayısıyla yavaş karşıladılar. En yavaş adapte olanlar günlük yerel basılı gazeteler oldu benim gözlemlediğim kadarıyla”* ifadelerine yer vermiştir. Görüşmeci 4’te başlangıçta bu sürecin tecrübe ve bilgi eksikliğinden dolayı yavaş olduğunu ve adapte konusunda sorunlar yaşadığını ifade etmiştir.

- Görüşmeci 10 ise; *“Yerel gazeteler dijital döneme hızlıca adapte olmuştur. Çünkü dijital beklenmedik bir süreç değildi”* yorumlamasını yaparak yukarıda bahsi geçen görüşmecilerin aksine bir görüşte bulunmuştur.
- Görüşmeci 1, Görüşmeci 10 ve Görüşmeci 11 dijitalleşmenin getirdiği dönüşümü yorumlarken hem olumlu hem de olumsuz değerlendirmelerde bulunmuştur.
- Görüşmeci 1; *“Teknolojinin gelişmesi, işçilik maliyetlerini azaltmış ve zaman tasarrufu sağlamıştır ama gazetelerin abone sayısı ve okuyucu sayısı azalmıştır, çünkü insanlar haberleri internetten takip etmektedir.”*
- Görüşmeci 10 ise dijital dönüşümün gazeteciliği daha pratik hale getirdiğini ancak geleneksel gazetecilik heyecanını azalttığını, dil, üslup ve etik kodlarda değişimler olduğunu belirtmiştir.
- Görüşmeci 11 ise; *“Genel hali ile ele alacak olursak sunduğu imkanlar tabii ki var, haber alma alanının genişlemesi, yerel gazeteler içinde ulusal basın içinde etki alanını genişletmek gibi durumları olumlu olarak sayabiliriz. Fakat herkesin sektöre dahil olmaya çalışması, basılı kültürün kaybolması büyük dezavantajlar”* ifadelerine yer vermiştir.
- Görüşmeci 3; *“Teknolojinin gelişmesiyle haber yazma, mizanpaj yapma ve fotoğraf baskısı kolaylaşmıştır. Fotoğrafların baskı kalitesi artmıştır”* ifadelerine yer vererek, teknolojik yeniliklerin sektöre iş konforu anlamında kolaylıklar sağladığını ifade etmiştir.
- Görüşmeci 7 de yazılı medyanın internete geçiş sürecinde dil ve üslup farklılıkları olduğunu bu durumun doğru habercilik diline zarar verdiğini belirtirken, Görüşmeci 9 dijital dönemin araştırmacı gazetecilik ruhunu, rekabet ve haber takibi hareketlerini olumsuz etkilediği görüşünde olduğunu söylemiştir.
- Görüşmeci 5 ve Görüşmeci 8 dijital devirde gazeteci için hız kavramının çok daha fazla öne çıktığını bu durumdan dolayı içeriklerde kalite düşmesi ve tekrarın yaşandığını dile getirmişlerdir. Ek olarak Görüşmeci 8, *“haberlerin yazımı ve*

*üretimi kolaycılığa kaçılmaya başlandı, içeriklerle ilgili bilgiye arama motorlarından ulaşılmaya başlandığını” dile getirmiştir.*

Basın dünyasında yaşanan dijital gelişmeler, teknolojik cihazlar ile çok rahat veri girişi yapılabilmesi zamanla yurttaş gazeteciliği, mobil gazetecilik gibi alternatif gazetecilik türlerinin doğmasına sebep olmuştur.

- Görüşmeci 1 ve Görüşmeci 8 bu tarz oluşumların yerel basını etkileyemeyeceği konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Görüşmeci 1; *“Gazetede yer alan bir haberin doğruluğu, onların paylaştığı bilgiye göre çok çok daha kuvvetli ve bilgi içeriği çok daha fazla. Bu gibi etkenler doğru bilgiye ulaşmak isteyen kişiler için bizi seçmesini zaten sağlıyor. Bizi onlardan ayıran bu. Olumsuz anlamda ise ben, gazeteciliğe çok zarar verdiğini düşünmüyorum aynı kulvarda değiliz çünkü”* ifadelerine yer verirken benzer olarak Görüşmeci 8’de *“Bu gibi oluşumların yerel medyayı ya da ulusal medyayı çok etkileyeceğini çok düşünmüyorum. Çünkü insanlar doğru bilgiye ulaşmak için güvenilir medya kanallarını tercih ediyor”* yorumlamasında bulunmuştur.
- Görüşmeci 9 bu gibi oluşumların ister istemez olduğunu belirterek eklemiştir; *“Bu gibi değişimlerde alternatif gazetecilik ister istemez oluşuyor. Çünkü merkez-hâkim bir medya var. Orada her olan biten birbirinin tekrarı, kopyası ve aynı içerikler olduğu için vatandaş aradığı içeriği orada bulamıyor. Bundan dolayı farklı mecralarda bağımsız gazeteciler oluşuyor. Bu gibi oluşumları gelecek açısından da ben olumlu ve verimli buluyorum. Gerekli olan bir oluşum, bu yaşadığımız son depremlerde de önemini gösterdi ancak kullanım şekli açısından birtakım önlemler alınabilir.”* Görüşmeci 9 bu oluşumların olması gerektiğini fakat bu girişimlerin sadece bireye özel bırakılmaması bir denetleme sürecinin de olması gerektiğini belirtmiştir.

Görüşmeci 2, Görüşmeci 3 ve Görüşmeci 10 ise bu tarz oluşumların hem olumlu hem de olumsuz yanları bulunduğu belirtmişlerdir.

- Görüşmeci 2, haberlerin para karşılığında satılması ve haberlerin süzgeçten geçmeden yayınlanması gibi durumların dezavantaj olduğu ifade ederken diğer bir

taraftan ise dijital platformlarda halktan gelen bilgilerle eksik kalan haberlerin tamamlandığı ve bu durumun avantaj sağladığı belirtmektedir. Görüşmeci 10 özellikle yurttaş gazeteciliği kavramının olumlu ve olumsuz yanlara sahip olduğu belirterek; *“Bilgi kirliliği çok fazla olabiliyor ve gazetecilik değer olgularını bilmeyen kişilerin zarar verme potansiyeli vardır. Bununla beraber WhatsApp ihbar hattı gibi oluşumlar, habere ulaşma anlamında işimizi kolaylaştırabilmektedir.”* Yine aynı şekilde Görüşmeci 3 dijitalleşme sayesinde vatandaşların gazeteyle haber ve fotoğraf gönderebilmesini diğer iki görüşmeci gibi olumlu bulurken, çalıntı haber ve yanıltıcı bilgilerin kullanılmasının ciddi dezavantajlar olduğunu düşünmektedir.

- Dijitalleşme yerel basında tarz ve üslup olarak farklılıkların oluşmasını sağlamıştır. Görüşmeci 2 bu konuyla ilgili; *“Ben işin tasarım boyutunda daha çok aktifim. Tasarımlar anlamında değişimlerde oldu. Daha ilgi çekici tasarımlar yapmaya çalışıyoruz. Dijitalde kullandığımız tasarımla gazetede kullandığımız tasarım farklı oluyor”* ifadelerine yer vermiştir.
- Görüşmeci 7 ise üslup farklılıkları olduğunu dile getirirken bunun olumsuz bir durum olabileceğinden bahsetmiştir; *“Gazetede çalışanların değişimiyle birlikte haber yazım teknikleri ve üsluplarında farklılıklar olmuştur. Genç çalışanlar daha hızlı ve farklı bir dil kullanırken, daha yaşlı çalışanlar ise kendi üsluplarını korumaktadır.”* Bu düşünce ile aynı fikirde olan Görüşmeci 11 de üslupla ilgili; *“Sosyal medya gazeteciliğiyle dil/üslup değişiklikleri ortaya çıkmıştır. Ben şahsi olarak dil anlamında yaşanan değişikliği doğru bulmuyorum”* ifadelerine yer vermiştir.
- Görüşmeci 5 herkesin cep telefonu ile gazetecilik yapabilmesinin bilgi kirliliğini artırdığını, dijitalleşmenin gazetecilik etiklerine zarar verebileceğini ve teyit süreçlerini zorlaştırabileceğini, bu doğrultuda dijitalleşmenin geleneksel gazetecilik anlayışını ciddi anlamda etkilediğini belirtmiştir.

Görüşmeci 5 gibi, Görüşmeci 6 ve Görüşmeci 8 de bu sürecin gazeteciliğin etik kodlarına zarar verdiğini düşünmektedir.

- Bu bağlamda Görüşmeci 6 verdiği demeçte; *“Dijital medya, hız, etkileşim ve daha geniş kitlelere ulaşma gibi avantajlar sunmaktadır. Ancak dijitalleşmeyle birlikte etik sorunlar, gazetecilik ilkelerinin göz ardı edilmesi ve haber dilindeki sorunlar gibi olumsuz etkiler bulunmaktadır. Daha önceleri gazeteci toplum için güven unsularından birisiydi fakat günümüzde bu etkisini kaybettiğini düşünüyorum”* ifadelerini kullanmıştır.
- Dijitalleşme geleneksel gazeteciliği olumsuz etkilediğini tirajları düşürdüğünü belirten Görüşmeci 11 düşen tirajlardan en çok yerel basının etkilendiğini ve bu anlamda ciddi ekonomik sıkıntılar çektiğini de eklemiştir.

Verilen demeçler doğrultusunda, dijital dönüşüm geleneksel gazetecilik pratiğinde ve yerel basın üzerinde kimi görüşmecilere göre olumlu kimi görüşmecilere göre ise de olumsuz birtakım gelişmeler yaşanmasına sebep olmuştur. Genel olarak değerlendirilecek olursa; çağımızın getirisi olan bu kavram artık her yerdedir buna entegre olmak doğru olandır ve basının ekonomik, iş gücü, hız, etkileşim ve sınırları genişletmek gibi unsurlarında büyük avantajlar sağladı görülmektedir. Bu avantajların yanı sıra ciddi dezavantajlar yarattığı da değerlendirilmektedir. Gazeteciliğin etik kodlarına zarar verilmesi, gazeteci unvanının kontrolsüz bir şekilde yayılım göstermesi, yanlış ve eksik enformasyonun halk ile buluşması, yazım dilinde ciddi problemlerin olması ve tiraj kayıplarının yaşanması ciddi dezavantajlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **Araştırma Konusu 3: Yerel Gazetenin Dijital Dönüşümü**

Düzce basınının dijitalleşme süreci değerlendirilirken farklı yaklaşımlar olduğunu söylemek mümkündür.

- Görüşmeci 4, Görüşmeci 6 ve Görüşmeci 9 Düzce basınının dijitalleşme süreci daha yavaş ve temkinli karşıladıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeci 9 bu süreci; *“Düzce basını da ilk etapta dijitalleşme süreci temkinli yaklaştı ama zamanla dijitalleşmeye adapte oldu. Bu bağlamda kadrolarını geliştiriyorlar, teknik alt yapılarını teknolojiye uygun bir halde yeniden dizayn ediyorlar ve güçlendiriyorlar. Tabii maddi durumlarında bu*

*süreçte etkisi olabiliyor” ifadelerine yer vermiştir. Konuyla ilgili olarak Görüşmeci 6 da maddi yetersizliklerin sürecin yavaş ilerlemesine sebep olduğunu belirtmiştir.*

- Görüşmeci 4 ise dijitale geçmede ki yavaşlığın sebebini; *“Dijitali kabul etme sürecinde ulusal basına göre daha sorgulayıcı bir bakış açısı vardır. Düzce basını tecrübe ve kalite açısından yeni düzenlemeler yaparak dijitale geçmekte olduğu için bu süreç yavaş ilerlemektedir”* şeklinde ifade etmiştir.

Görüşmeciler gazetelerinin dijitale evrilme sürecini şu şekilde aktarmıştır:

- Görüşmeci 9; *“Günaydın Düzce gazetesi dijital alanda güçlendi ve büyüdü. Özellikle son bir yıldır internete daha fazla ağırlık vermeye ve dijital alanımızda eleman çalıştırmaya başladık. Sürekli yenilemeye ve güncellemeye özen göstermeye başladık.”*
- Görüşmeci 8; *“Parantez gazetesi ilk kurulduğunda zaten internet siteleri habercilik bağlamında kullanılmaya başlanmıştı. Bundan dolayı gazetenin sonradan öğreneceği bir durum yoktu aslında. Gazete kendini geliştirirken dijitalde uyum sağlayarak ilerledi.”*
- Görüşmeci 7; *“Düzce’nin Sesi gazetesi olarak imtiyaz sahibimizin vizyonu sayesinde bizim dijital entegrasyon sürecimiz başarıyla gerçekleştirilmiştir. Bundan seneler öncesinde bir gün dijitalde entegre olmamız gerekecek buna yönelik çalışmalarda yapmalıyız şeklinde çalışmamızı sağladığı için biz gazete olarak bu sürece hazırlıklı girdik.”*
- Görüşmeci 6; *“Manşet gazetesi dijital dönüşüme evrilen, Düzce’de ki ilk gazetelerden birisidir. Sosyal medya hesaplarını ve internet üzerinden de haber akışı yapabildiğimiz haber sitemizi hemen kurduk, aktif bir şekilde paylaşımları gerçekleştiriyoruz.”*
- Görüşmeci 2; *“Düzce Postası gazetesi olarak dijital dönüşüm sürecine kolaylıkla adapte olduk. Çağın getirisi olan dijital hareketler bizim sektörümüzle ister istemez iç içe bir halde. Siteler ve sosyal medya da faaliyet göstererek bu*

*dönüşüme evrildik. Gazetenin özel köşeleri var tarihte bugün, gezelim görelim, belirli şehirlerde olan tarihi yerler vs. gibi. Bu içerikler basılı gazetemizde yer alıyor, internet sitemizde bu içerikler yok.”*

- Dijitale evrilme sürecini tam anlamıyla gerçekleştirdiklerini belirten Görüşmeci 11; *“Akçakoca Havadis gazetesi olarak, reklam verenler de artık benimsemişti dijitali bundan dolayı internete de reklam alabiliyorduk ama basılı gazeteyi artık okuyan kalmadı gibi, bizde bu durumdan dolayı basılı anlamda hizmet vermeme kararı alarak bir sene önce tamamen dijitale döndük. Zaten basılı hizmet verirken de internet sitemiz vardı, onu daha da geliştirdik.”*

Elde edilen bulgular neticesinde yerel gazeteler dijitalden kaçmanın mümkün olmadığını anlamış ve dijitale adapte olma yolunda adımlar atmıştır. Bu süreç bazı görüşmeciler tarafından; ekonomik ve internete özgü içerikleri öğrenme anlamında yavaş ilerlediğini değerlendirilirken, bazı görüşmeciler tarafından da bu sürecin bir gün mutlaka geleceğini bildiklerini ve buna hazır oldukları şeklinde değerlendirilmiştir.

Dönüşüm sadece internet sitesi ve teknolojik aletler olarak değil, sürecin getirisi olan sosyal medya platformlarına adapte olarak da gerçekleşmiştir.

- Görüşmeci 11; *“Akçakoca Havadis gazetesi, Instagram, Facebook ve Twitter platformlarında varız. Yoğunluğumuz ise Facebook'ta daha fazla oluyor.”*
- Görüşmeci 10; *“Önce Düzce gazetesi olarak zaten internet sitesi üzerinden faaliyet göstermekteyiz. Bununla beraber, Instagram, Twitter, Facebook ve Youtube platformlarında varız. Instagram'ı daha aktif bir şekilde kullanıyoruz. Ulaştığınız kitle yaş olarak da konum olarak da genişliyor.”*
- Görüşmeci 9; *“Günaydın Düzce gazetesinin sosyal medya hesapları Facebook, Twitter, Instagram, Telegram ve Youtube'da bulunuyor. Facebook'ta en yoğun paylaşımlar yapılıyor çünkü Düzce'de Facebook kullanımı yaygın. Bunu Twitter ve Instagram takip ediyor.”*

- Görüşmeci 8; *“Parantez gazetesi olarak Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya platformlarında aktifiz. Düzce ’de ki kitlenin daha çok takip ettiği platform Facebook. Bundan dolayı haber paylaşımında oraya öncelik veriliyor.”*
- Görüşmeci 7; *“Düzce ’nin Sesi gazetesi olarak Instagram, Youtube, Twitter ve Facebook platformlarında varız. Instagram ve Youtube ’da aktifliğimiz daha fazla aynı zamanda bu iki uygulama üzerinden elde ettiğimiz gelirler de mevcut.”*
- Görüşmeci 6; *“Manşet Gazetesi olarak, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve Telegram gibi sosyal medya platformlarında bulunmaktayız, bütün platformlara eşit bir şekilde haber dağılımı yapmaya çalışıyoruz.”*
- Görüşmeci 4;” *Damla Gazetesi olarak Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi sosyal medya platformlarında yer almaktayız. Facebook ve Twitter’ın haber verme algısını daha fazla oluşturduğu için o platformlarda aktifliğimiz daha fazla.”*
- Görüşmeci 2; *“Düzce Postası gazetesi olarak Instagram, Twitter, Facebook, Telegram ve WhatsApp ihbar hatlarımız mevcut. Dijital platformlarda Facebook ve Instagram’ın daha fazla etkileşim alıyoruz bundan dolayı yoğunluğumuz orada daha fazla.”*

Sosyal medya platformlarında yer almanın avantaj ve dezavantajları bulunabilmektedir. Görüşmeciler diğer konu başlıklarında da olduğu gibi bu durumda da olumlu, olumsuz çıkarımlarında bulunmuşlardır.

- Görüşmeci 8 ve Görüşmeci 9 bu platformların doğru kullanıldığı takdirde bir dezavantajı bulunmadığını belirtmektedirler. Görüşmeci 8; *“Avantajı çok daha fazla kişiye ulaşmak. Çok fazla dezavantajı olduğunu düşünmüyorum. Yani yanlış veya eksik bilgi aktarımı gibi durumlar olabiliyor ama kurum olarak dikkat ediyorsanız bu da sorun olmayabilir.”*
- Görüşmeci 9; *“Avantajları, bölgede olup biten her şeyi anında, oturduğunuz yerden öğrenebiliyorsunuz ve başka yerlerde de neler olduğunu yine aynı şekilde*

*öğrenebiliyorsunuz. Bu tarz platformların sosyal medyanın doğru kullanımıyla dezavantajı olmadığını düşünüyorum.”*

Görüşmeci 4, Görüşmeci 7 ve Görüşmeci 10 ise sosyal medya platformlarının hem avantaj hem de dezavantaj sağladıkları düşünülmektedirler.

- Görüşmeci 4; *“Sosyal medyanın avantajlarının daha geniş kitlelere ulaşma, etkileşim sağlama ve okuyucuyla bağ kurma olduğunu düşünüyorum, bunlar verimli avantajlar. Dezavantajı ise gazetecilik kavramının profesyonellikten uzaklaşmasına yol açılabilir. Çünkü bu işin belirli kuralları var, o kurallara uyarak haber yapılması gerekiyor. Bu kuralların bilinmeden habercilik yapılması dezenformasyonu artırıyor.”*
- Görüşmeci 7; *“Gazeteler dijitalleşme sürecinde ciddi bir abone kaybı yaşamıştır. Olumsuz durumlardan biriside yorumlar bölümü gibi alanlara müdahale etmek zor olabilmektedir. Çünkü bazı kişiler yorumlarını yaparken kendilerini filtreleme ihtiyacı duymuyor bu durumdan dolayı bazen kapatıyoruz, kaldırıyoruz ama o zamanda tarafsız değil misiniz veya neden kaldırılıyorsunuz gibi yorumlarla karşılaşılıyor. Avantajı ise kesinlikle anında herkese ulaşmak. Hız zaten gazeteciler için en önemli unsurlardan biri olmuştur.”*
- Görüşmeci 10 ise, etkileşimin önemli bir avantaj olduğunu belirtirken, artık çok fazla haber sitesi olduğu için ekonomik anlamda bir kazanç sağlanamaması dezavantaj olarak değerlendirmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, görüşme sağlanan bütün gazeteler sosyal medya platformlarında aktif bir şekilde yer almaktadır. Kendi değerlendirmeleri konusunda yoğunluk verdikleri ve her platform için çaba harcadıklarını görmek mümkündür. Çoğu konu başlığında olduğu gibi olumlu, olumsuz ya da hem olumlu hem de olumsuz çıkarımlar yapan gazeteciler bulunmaktadır. Hız, etkileşim, sınırları ve hedef kitleyi genişletmek, okuyucu ile aradaki iletişimi birebir sağlamak olumlu olarak öne çıkan unsurlardır. Herkesin gazeteci olması, yazılı basının tirajlarının düşmesi, yanlış bilgilerin hızla yayılması, gazeteciye yönelik güven kaybının yaşanması olumsuz olarak öne çıkan unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Dijital dünya beraberinde pek çok yenilik getirmiştir. Gazetecilik artık bilgisayar destekli bir iş kolu haline gelmiş, bu süreçte gazetecilik alanında kullanılabilecek uygulamalar geliştirilmiştir. Bu tarz yeniliklerin olması, bu doğrultuda bilgiye sahip eleman açığını da ortaya çıkarmıştır. Gazeteler için en önemli dönüşümlerden biri olan bilgisayar teknolojisine nasıl uyum sağladığı çalışma için önemli bir veri olmaktadır.

- Görüşmeci 2; *“Düzce Postası gazetesi olarak dijitalle geçtikten sonra bu alan için ekstra bir eleman istihdam ettik ama bizimde yardımcı olduğumuz zamanlar oluyor. Toplam çalışan kişi sayımız dört kişi.”*
- Görüşmeci 4; *“Düzce Damla gazetesi olarak maddi imkanlar el verdiği sürece dijital teknolojiden yararlanmaya çalışıyoruz. Dijitalleşmeyle birlikte dört yeni çalışan aldık ve bu çalışanlar sadece dijital kısımla ilgilenmektedir.”*
- Görüşmeci 6; *“Düzce Manşet gazetesi olarak dijital dünyanın sunduğu olanaklardan tam olarak faydalanmaktayız. Bu imkanlara ulaşmak ulusala göre biraz daha yavaş ilerledi tabi. Dijitalle geçtikten sonra ekstra bir eleman aldık.”*
- Görüşmeci 7; *“Düzce'nin Sesi gazetesi olarak dijital teknolojiden en iyi şekilde faydalanmaktayız ve 4 personel sadece dijital işlerle ilgilenmektedir. Dijital işler için bazı personeller önceden vardı, bazıları ise sonradan alınmıştır.”*
- Görüşmeci 8; *“Düzce Parantez gazetesi ulusala göre dijitali benimsemek yavaş olsa da dijital teknolojiden faydalanıyor, internet sitesi ve sosyal medya kullanılıyor. Dijital geçişle birlikte 4 yeni çalışan aldık, gazetenin dijital kısmıyla ilgileniyorlar.”*
- Görüşmeci 9; *“Günaydın Düzce gazetesinin dijital ve basılı ayağına ayrılan personel sayısı eşit. Dört personelimiz gazetenin basılı ayağı ile dört personelimiz de gazetenin dijital ayağı ile ilgileniyor. Yeni oluşum olduğumuz için bizimle çalışan arkadaşlarımız teknolojiye hakimdi, bundan dolayı ekstra personel almadık. Dijital donanım mevcut sisteme uygun şekilde yeterli seviyede.”*

- Görüşmeci 10; “Önce Düzce internet sitesi olarak başladığı için zaten yeterli teknolojiye sahip. Üç kişi olarak bu sitenin kurulumunu gerçekleştirdik. Bir arkadaşımız ise sitenin sadece dijital kısmı ile ilgileniyor ama şunu da belirtmek isterim kadro dışında fahri yazarlarımız da bulunmaktadır.”
- Görüşmeci 11; “Akçakoca Havadis gazetesi olarak üç kişi çalışmaktayız, bir kişi dijital kısımla ilgileniyor. Dijitalle ilgilenen arkadaşımız da sonradan dahil olmadı hep vardı.”

Elde edilen veriler sonucunda faaliyet gösteren sekiz gazeteden beş tanesi dijitalle geçtikten sonra farklı sayılarda çalışan istihdam etmek durumunda kalmıştır. Geriye kalan üç gazeteden ikisi internet sitesi olduğu için sektöre hâkim insanlardan oluşurken, kalan bir gazete de yeni bir gazete olduğu için çalışan konusunda sıkıntı yaşamamıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler yerel yazılı basını bazı dönüşüm ve değişimlere uğratmıştır. Genel hali ile bakıldığında sosyal medya gibi oluşumlara ayak uyduran yerel basının bu süreci tamamen olumlu veya tamamen olumsuz olarak değerlendiremediği görülmektedir. Çağın gerisinde kalmamak ve var olmaya devam etmek için çaba gösterdiğini görmek mümkündür.

#### **Araştırma Konusu 4: Yerel Basının Finansal Durumu ve Dijital Medya**

Yerel basının çok uzun yıllardır ekonomik anlamda sıkıntılar yaşadığı bilinmektedir. Basılı gazetecilik, basmak, dağıtmak, kâğıt gibi farklı masraf kalemlerinin de olduğu bir alandır. Tiraj ve resmi ilanlar basılı gazeteciliğin en önemli gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Yerel basın için dijitalleşmeden önce de maddi imkansızlıklar mevcuttu fakat dijitalleşmeyle birlikte önemli gelir kaynaklarından biri olan tirajlarda ciddi gerilemeler yaşandı. Bu süreci yerel basın çalışanlarından dinlemek ve çalışmaya aktarmak dijitalleşmenin boyutlarını anlamada önemli bir veri kaynağı olacaktır.

- Görüşmeci 2, Görüşmeci 4, Görüşmeci 6, Görüşmeci 7, Görüşmeci 8, Görüşmeci 9, Görüşmeci 10 ve Görüşmeci 11 dijitalleşmeyle birlikte gazete tirajlarında %60-%80 aralığında bir düşüş yaşandığını, bu kayıptan maddi anlamda oldukça olumsuz etkilendiklerini ve bu doğrultuda ciddi bir abone kaybı yaşadıklarını dile getirmişlerdir.

- Görüşmeci 2, Görüşmeci 8 ve Görüşmeci 9 dijitalleşme ile ilgili artık bir önlem alınamayacağını, dijitalleşmenin artık her yerde olduğunu dile getirmişlerdir. Ek olarak görüşmeci 8 gazetenin basılı formatına ilginin azaldığını ve insanların bilgi alma kolaylığına alıştığına da dikkat çekmiştir.

Görüşmeci 4, Görüşmeci 7 ve Görüşmeci 11 basılı hayatın devam etmesi için birtakım önlemler almaya çalışmıştır.

- Bu doğrultuda Görüşmeci 4; *“Dijitalleşmeyle birlikte tirajlarımız oldukça düştüğü için okuyucuları teşvik etmek için çeşitli önlemler almaya çalışmaktayız. Örneğin abone usulüne devam ediyoruz, etkinlikler yapıyoruz, mizanpajımıza çok çok daha fazla özen gösteriyoruz, insanların dikkatini çekecek şekilde düzenlemeler yapıyoruz. Maddi anlamda henüz karşılığı yok ancak dijitalleşmenin tamamlanmasıyla gelirin artacağını düşünüyorum.”*
- Görüşmeci 7; *“Abone sayımızı artırmak için pazarlama çalışmaları yapılmaktadır, çeşitli etkinlikler yapmaktayız ama uzun süreli bir çözüm değil. Maalesef yazılı sektörün bitmeye yüz tuttuğunun farkındayız.”*
- Görüşmeci 11: *“Dijitalleşmeden dolayı gazeteyi alan kişi sayısı azaldı böyle olunca işletmelerde artık basılı gazeteye değil dijital ortama reklam vermeye başladı. Bizde ilçe gazetesi olarak daha fazla dayanamadık ve maalesef önlem olarak Havadis gazetesinin basılı yayın hayatına bir sene önce son vererek tamamen dijitalle aktardık.”*
- Görüşmeci 6, Manşet gazetesi içinse bir önlem almadıklarını, ihale ilanları, iş insanlarının verdiği reklamlar ve BİK ilanları ile gelir elde etmeye devam ettiklerini belirtmektedirler. Bu kemik kadronun basılı gazeteye reklam vermesinin en büyük sebebinin ise dijitalin güvenilirliğinin sorgulanmaya devam etmesinden dolayı olduğunu ifade etmişlerdir.

Durum değerlendirmesinde dijitalleşmenin yazılı basının tirajlarını etkilemesi, basılı gazeteciliğin ömrünü kısalttığını söylemek mümkündür. Görüşmecilerden bazı

gazeteler basılı hayatın devam etmesi için çalışmaktadır ancak bu durumun uzun soluklu olmayacağı görüşündedirler.

Yukarıda yapılan değerlendirmeler sonucu gazete kurumları tirajların ciddi bir düşüş yaşadığını dile getirmiştir. Bu durumu rakamsal olarak daha net ifade etmek için günlük net satışların ve internet sayfa gösteriminin öğrenilmesi çalışma için önemli bir veri olacaktır.

- Görüşmeci 2; "*Düzce Postası gazetesinin 250-300 arası bir tirajı oluyor. İnternet gösterimimiz ise buna oranla çok çok yüksek yani 6000 ila 8000 arası olabiliyor. Gelir açısından geleneksel anlayışa bağımlıyız ama eğer dijitalden bir kazanç olsaydı kesinlikle o daha avantajlı olurdu.*" Buna karşın yine Düzce Postası gazetesinden Görüşmeci 1 gazetesinin tirajının abonelik sistemiyle yürütüldüğünü belirtiyor ve aynı kurumdan meslektaşının aksine tirajın daha fazla gelir sağlayabileceğini düşünüyor.
- Görüşmeci 4; "*Düzce Damla gazetesi olarak gösterim sayımız 9.000-10.000 arasında tirajımız ise 500-600 aralığında oluyor. Şu anda maddi olarak tiraj bize daha çok kazanç sağlıyor ama zamanla bu durum değişecektir diye düşünüyorum. Çünkü Basın İlan Kurumu'nun dijitalleşmeye yönelik çalışmaları mevcut bundan dolayı dijitalde maddi anlamda gelişmeler olacaktır.*"
- Görüşmeci 6; "*Manşet gazetesinin günlük satışı 500, internet sitesinin günlük trafiği ise 70-80 bin civarındadır. Reklam gelirleri göz önüne alındığında, dijital medya bizim için daha avantajlı oluyor.*"
- Görüşmeci 7; "*Düzce'nin Sesi gazetesinin günlük net satışı 350-400 arasında seyretmektedir. Günlük internet sayfa gösterimi ortalama 9-10 bin seviyesindedir. Her iki medya anlayışı içinde bir avantajdan söz etmek çok mümkün değil. Yazılı medyanın kendine göre farklı masrafları varken dijital medyanın da kendine göre ayrı masrafları bulunmaktadır.*"
- Görüşmeci 8; "*Parantez gazetesi olarak günlük gazete satışımız 300-350 arasında, internet sayfa gösterimimiz ise 9-10 bin civarında. Gösterim sayısı haber*

*içeriklerine göre değişiyor. Bazı günlerde 10 bini aşan bir gösterime sahip oluyoruz. Finansal anlamda aslında internet daha avantajlı olabilirdi. Çünkü reklam verenlerde artık dijitali benimsemeye başladı ama bahsettiğim gibi BİK aldığı kararda, artık internet reklam alabilmek için ekstra çalışan istedi. Yani maddi anlam gelir artacak ama yeni çalışan zorunluluğundan dolayı giderde artacak. Eğer gazete satışı gerilemeseydi o daha avantajlı olabilirdi.”*

- Görüşmeci 9; *“Günaydın Düzce gazetesinin basılı tirajı 400 civarında, internet sayfa gösterimi ise 9 bin civarında. Maddi açıdan şu an için basılı ve dijital medya eşit seviyede. Yakın gelecekte dijital medya, yazılı basını geçme eğiliminde olacaktır.”*
- Görüşmeci 10; *“Önce Düzce internet haber sitesi olarak görüntüleme sayımız haber türüne bağlı olarak değişmektedir. Asayiş, devlet yardımı ve Düzce Spor ile ilgili içerikler olduğu zaman 1200-1300 görüntüleme sayısına ulaşmaktadır. Valiliğin veya Belediyenin gönderdiği içeriklerin veya duyuruların olduğu zaman 800-900 arası bir görüntülenme oluyor.”*
- Görüşmeci 11; *“Havadis gazetesi basılı yayın hayatına devam ederken haftalık olarak basılıyordu ve o haftanın içeriklerine göre tirajı değişkenlik gösteriyordu. Örneğin özel günlerde tirajımız 1500-2000 arası, diğer günlerde 750-800 arası bir tirajımız oluyordu. Şu an günlük internet sayfa gösterimiz 1000 oluyor ama yine kaza haberi veya ölüm haberi verdiğiniz zaman 5000 gösterime ulaşıyoruz.”*

Elde edilen bilgiler doğrultusunda yerel basın unsurları için, dijitalleşmenin ekonomik sıkıntıları ortadan kaldırdığını söylemek mümkün olmayacaktır. Basılı hayatı maddi açıdan olumlu bulan gazeteciler mevcutken dijitalleşmeye gereken önemin verilmesi dahilinde onun daha avantajlı olacağını belirten basın mensupları da mevcuttur. Görüşmecilerden elde edilen bilgilere göre dijitalleşme şu an için Düzce yerel basınına tam anlamıyla getiri sağlamamaktadır.

## Araştırma Konusu 5: Yerel Basının Geleceği ve Çözüm Önerileri

Yerel basın uzun yıllardır var olmaya çalışmaktadır. Ekonomik nedenler başta olmak üzere kalifiye eleman eksikliği, alt yapı yetersizlikleri gibi farklı birçok sebebi bulunmaktadır. Dijitalleşme neredeyse tüm iş kollarına yayılarak basın sektörü için de vazgeçilmez bir hal almıştır. Bu süreç yerel yazılı basına birden fazla avantaj sunarken, görüşmeciler yazılı basının yok olmasına sebep olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır.

- Düzce ilinde faaliyet gösteren sekiz gazeteden 11 kişi ile görüşülmüş ve görüşülen 11 kişi yakın bir zaman diliminde yerel basının yazılı hayatına son vereceğini söylemektedir.
- Görüşmeci 3; *“Yerel basın ve yazılı basının ileride yok olabileceğini düşünüyorum. Zaten en büyük gelir kaynağımız resmi ilanlar. Yarın bir gün devlet ben artık dijitalle geçtim, artık resmi ilan vermiyorum dese hiçbir yerel gazete ayakta kalamaz. Ulusal gazeteler için durum değişebilir. Çünkü uluslarda bir holdingleşme var gazete zarar etse bile faaliyet gösterdiği başka bir iş kolundan, o zararı maddi anlamda telafi edebilir ve zorlanmaz bunu yaparken ama Damla gazetesinin öyle bir şansı yok.”*
- Görüşmeci 6; *“Devlet ve ilan verenlerin destekleriyle yerel basının gelecekte varlığını sürdürmesi sağlanabilir. Yerel basın ilerlemeye devam edecek gelecekte de dijital dünyayı daha da kabul etmiş olacak fakat basılı olarak hizmet vermesi bir noktadan sonra zorlaşabilir. Çünkü internetin benimsenmesiyle reklam verenlerde artık tamamen dijitalle reklam vermeye başlayacaktır.”*
- Görüşmeci 1; *“Yazılı basının devam etmesi gerektiğini düşünmekteyim ancak dijitalleşmeden dolayı okuyucu sayısının azalması ve maliyetlerin yüksek olması nedeniyle yayın hayatımız zorlaştı. Bu durumdan dolayı yazılı hayatın uzun süre var olacağını düşünmüyorum.”*
- Görüşmeci 2; *“Yazılı basın bana göre devam etmeli. Basılı gazeteler arşiv için çok daha verimli ve korunaklı bu durumda önemli bir unsur ama dijitalleşme artık her*

*yerde olduğu için önünü almak mümkün değil. Dijitalleşme yerel yazılı basını ilerleyen zaman diliminde bitirecek ve sadece büyük gazeteler ayakta kalabilecek.”*

- Görüşmeci 8; *“Gelecekle ilgili yazılı basın özelinde çok iyi düşüncelerim yok. İnsanların artık yazılı basına ilgisi azaldı bundan dolayı önümüzde ki süreçte yazılı basın ortadan kalkacak gibi duruyor.”*
- Görüşmeci 5 yazılı basın hayatının kaybolmasını desteklediğini belirterek eklemiştir; *“Dijitalleşme hayatımızdan çıkarılamaz, ancak ona ayak uydurmak ve entegre olmak önemlidir. Avrupa’da dijitalleşmeye daha hızlı uyum sağlanmıştır, Türkiye’de ise eksiklikler olduğu düşünmekteyim. Yerel yazılı basının kaybolacağını düşünüyorum ve kaybolmasını da destekliyorum açıkçası. Artık gazete ve kâğıt israfı olması yerine bu gazetelerin dijital belge formatına dönüştürülerek üretilmesi ve tüketilmesi daha mantıklı geliyor.”*

Basılı hayatın devamını sağlamak için istenilen önerilerde Görüşmeci 2 ve Görüşmeci 3 bu konuyla ilgili bir öneride bulunamayacaklarını çünkü dijitalleşmenin alana tamamen hâkim olduğunu belirtmişlerdir.

- Bu doğrultuda Görüşmeci 3; *“Net olarak bir çözüm önerisinde bulunamıyorum. Söylediğim birçok durum ve yaşanan gelişmeler yerel yazılı basının aleyhine işliyor ve günümüz çağında dijitalleşmeye tam anlamıyla yazılı basın olarak direnebileceğimizi sanmıyorum”* yorumlamasında bulunmuştur.
- Görüşmeci 7, Görüşmeci 8 ve Görüşmeci 10 yerel basına devlet desteği olması gerektiğini ve sadece bunun değil vatandaşın da yerel basına sahip çıkması, değer vermesi yönünde demeç vermişlerdir.
- Görüşmeci 1, Düzce’de altı adet günlük gazete yayınlanmasının nüfusa göre fazla olduğunu söyleyerek bu durumun BİK aracılığıyla sınırlandırılabilirliğini ifade etmektedir. Bu çözüm örneği en azından Düzce basını için, kalıcı olmasa da bir çözüm olabileceğini aktarmaktadır.

- Görüşmeci 9, meslek erbabı dışındaki kişilerin sektöre dahil edilmemesi gerektiğini ve meslek örgütlerinin kamuoyu oluşturma ve düzenlemelerde ısrarcı olmasının etkili olabileceğini söylemektedir.
- Görüşmeci 11’de yasal düzenlemeler yapılması gerektiğini belirterek eklemiştir; *“Denetim ve düzenlemelerle yeni uygulamalar getirilmelidir. Yerel basının geliştirilmesi ve okumaya teşvik için çeşitli uygulamalar yapılmalıdır. Mesela duvar gazetelerinin bile bir kentte panoları olmalı. İlgi çekici içeriklerle gazete okumaya teşvik edilebilir belki”* önermesinde bulunmuştur.

Görüşmeciler yerel yazılı basının geleceğini olumlu görmediklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda dijitalleşmenin geleneksel basını var olma savaşı içine daha da ittiğini söylemek mümkündür. İçinde bulunulan zaman diliminde dijitalleşmenin önünü almak mümkün olmamakla birlikte, yazılı basının devamı için kesin çözümler görüşmeciler tarafından da sunulamamaktadır. Önerilen çözümler yerel yazılı basını kısa süre idare edebilecek seviyede olup belki dijitalleşme sürecinin daha sağlıklı yaşanması sağlayabilir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Düzce yerel basınının tarihçesini inceleyerek ve dijital dönüşüm süreçlerini analiz ederek, yerel basının nasıl etkilendiğini ve hangi yolu izlediğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmanın sonuçları aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

Düzce'nin yerel basını, tarih boyunca önemli değişimler yaşamış ve sürekli olarak kendini yenilemek zorunda kalmıştır. Geleneksel gazete ve dergi yayıncılığı, dijital çağın gelmesiyle birlikte önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. İnternet ve dijital medya platformlarının yaygınlaşması, yerel basının da bu teknolojilere adapte olmasını gerektirmiştir. Araştırma bulguları, Düzce'nin yerel basınının dijital dönüşüm süreçlerinde bazı zorluklarla karşılaştığını göstermektedir. Özellikle, teknolojik altyapı eksikliği, sınırlı kaynaklar ve dijital okur kitlesi konusundaki bilinçsizlik gibi faktörler, yerel basının dijital dönüşümünü sınırlayan etkenler olmuştur. Ancak, bu zorluklara rağmen, Düzce'nin yerel basını, dijital yayıncılığa uyum sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmiştir.

Dijital sürece adapte olmaya çalışarak bu yönde strateji geliştiren Düzce basını, yazılı hayatın bitmeye yüz tuttuğunun farkındadır. Dijitalleşmenin pratik, hızlı ve sınırlı imkana sahip yazılı basına göre ekonomik olması bu sürecin benimsenmesinde en önemli etkenlerden biri olmuştur. Görüşmecilerin birçoğu yazılı basının kültürel, geleneksellik ve arşiv açısından bitmesini istemiyorken birkaç görüşmeci de masrafların dijitale göre çok daha fazla olması, etkileşimin artması, daha çok insana ulaşılması gibi sebeplerden dolayı yazılı hayatın bitmesini desteklemektedir. Dijitalleşme sürecinin genel olarak gazetecilik kavramına, gazeteciliğin etik kodlarına zarar verdiği konusunda görüşmeci sayısı fazla olmakla birlikte zarar vermediğini düşünen görüşmecilerde bulunmaktadır. Görüşmecilerden alınan cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, görüşmecilerin birçoğu bazı soru başlıklarında ikilemde kalarak cevaplar vermişlerdir. Çoğunluğa bakıldığında bu süreç ve getirilerini yorumlamada ikilemde kalındığını görmek mümkündür. Görüşmeler sonucunda en net elde edilen bulgu ise, dijitalleşmenin artık önünün alınamayacağı bu doğrultuda girişimlerin yapılmaya başlandığı ve yerel yazılı basının tiraj noktasında, reklam alma

noktasında dijitalleşmeyle birlikte sıkıntılar çekmeye başladığıdır. Yerel yazılı basının gelir kaynağının zaten sıkıntılı olması dijitalleşmeyle birlikte artmıştır. Yazılı basına talebin artık çok daha az olmasından dolayı görüşmecilerin hepsi yakın zamanda yerel yazılı basının devam edemeyeceği konusunda hemfikirlidir.

Yerel basın yaşanan bu gibi gelişmelerden dolayı tamamen bitmemek adına dijitalleşmeyi benimsemeye yönelmiş ve bu doğrultuda adımlar atmaya başlamıştır. İnternet sitelerini, sosyal medya platformlarının birçoğunu kullanmaya başlamaları, imkanlar dahilinde teknolojik unsurlara ulaşmaları ve dijitale vakıf çalışan almaları önemli atılımlardır.

Yerel basının dijital dönüşüm sürecinde kullanıcı odaklı bir yaklaşım benimsemesi önemlidir. İnternet kullanıcıları, mobil cihazlardan haberlere kolayca erişebilmekte ve çeşitli dijital içeriklere ilgi göstermektedir. Bu nedenle, yerel basının mobil uyumlu web siteleri ve uygulamaları geliştirmesi ve sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanması gerekmektedir. Düzce'nin yerel basını için önerilen bir diğer strateji, dijital gelir modellerini çeşitlendirmektir. Geleneksel gazete ve dergi satışlarındaki düşüş, dijital gelir kaynaklarının önemini artırmıştır. Reklam gelirleri, sponsorluk anlaşmaları, içerik pazarlaması ve ücretli abonelik modelleri gibi çeşitli dijital gelir kaynaklarına yönelmek, yerel basının sürdürülebilirliğini sağlamak için önemlidir.

Sonuç olarak, Düzce'nin yerel basını, dijital dönüşüm süreçlerinde bazı zorluklarla karşılaşmış olsa da bu sürece uyum sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmiştir. Mobil uyumlu içerikler ve dijital gelir modellerinin çeşitlendirilmesi, yerel basının dijital dönüşümünü destekleyen önemli adımlardır. Bu çalışma, Düzce'nin yerel basınının dijital dönüşüm sürecine ilişkin bir analiz sunmuştur. Ancak, daha kapsamlı araştırmaların yapılması ve diğer yerel basın örnekleriyle karşılaştırma yapılması, bu alanda daha fazla bilgi sağlayabilir.

Düzce'nin yerel basını, dijital dönüşüm sürecine uyum sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmiş olsa da bu süreçte karşılaştığı zorlukları aşmak için daha ileri adımlar atılması gerekmektedir. Bu bağlamda, aşağıdaki öneriler dikkate alınabilir:

1. Teknolojik altyapının güçlendirilmesi: Yerel basının dijital dönüşüm sürecinde daha etkin olabilmesi için teknolojik altyapının güncellenmesi ve iyileştirilmesi önemlidir. Hızlı ve güvenilir bir internet bağlantısı, dijital içeriklerin hızlı bir şekilde yayınlanmasını ve kullanıcılara kesintisiz erişimi sağlayacaktır.
2. Dijital okur kitlesi analizi ve hedefleme: Yerel basın, dijital okur kitlesini daha iyi anlamak ve hedeflemek için analitik araçlar kullanmalıdır. Kullanıcı davranışları, tercihleri ve ilgi alanları hakkında veri toplanarak, içerik stratejileri belirlenebilir ve kullanıcı odaklı içerikler üretilebilir.
3. İş birlikleri ve ortaklıklar: Yerel basının dijital dönüşüm sürecinde iş birlikleri ve ortaklıklar kurması, kaynak paylaşımı ve yenilikçi projeler geliştirmek açısından önemlidir. Diğer yerel medya kuruluşlarıyla, yerel işletmelerle veya teknoloji şirketleriyle yapılan iş birlikleri, yerel basının dijital alanda daha güçlü bir konuma gelmesini sağlayabilir.
4. Eğitim ve farkındalık: Dijital dönüşüm sürecine uyum sağlamak için yerel basın çalışanlarının eğitimine ve bilinçlendirilmesine önem verilmelidir. Dijital yayıncılık trendleri, sosyal medya stratejileri ve yeni teknolojiler hakkında düzenli eğitimler düzenlenmeli ve çalışanların dijital becerilerini geliştirmeleri desteklenmelidir.
5. Yenilikçi içerik ve deneyimler: Düzce'nin yerel basını, dijital platformlarda farklı ve yenilikçi içerikler sunarak kullanıcıların ilgisini çekebilir. Video içerikler, interaktif grafikler, podcastler gibi farklı formatlara yönelmek, kullanıcıların medya deneyimini zenginleştirebilir.

Bu öneriler, Düzce'nin yerel basınının dijital dönüşüm sürecinde daha başarılı olmasını sağlayabilir. Ancak, her bir yerel basın kuruluşunun kendi ihtiyaçları ve kaynakları doğrultusunda stratejiler belirlemesi önemlidir. Düzce yerel basını, dijital çağın gerekliliklerine uyum sağlamak için sürekli olarak kendini güncellemeli ve yeniliklere açık olmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Akyazı, A. (2018). *Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansımaları: robot gazeteciler* (O. Uçak, Ed.). Eğitim Yayınevi.
- Altın, H. (2017,26-27 Ekim). *Osmanlı Devleti'nin son döneminde Arap vilayetlerinde yayınlanan gazete ve mecmualara umumi bir bakış*. Uluslararası Mercidabık'tan Günümüze 500 Yılda Ortadoğu Sempozyumu, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Türkiye.
- Altun, A. (2005). Yerel medya çalışanlarının eğitim ihtiyacı ve yerel medya enstitüsü. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 75-104.
- Arslan, A. (2019). *Türkiye'de yerel basının kurumsal yapısı, gelişimi ve sorunları: Mersin örneği*. [Yüksek Lisans tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- Arvas, İ. S. (2007). *Naylon gazeteler ve besleme basının yerel basına etkileri* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Arvas, İ. S. (2019). Dijital haberleşme çağında yerel basının karşılaştığı sorunlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 97-110.
- Aybars, E. (2022, Ekim 31). *İstiklal Mahkemeleri*. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/istiklal-mahkemeleri/?pdf=3562>.
- Aydeniz, H. (2007). *Tarihsel ve literal açıdan yerel gazetecilik* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Aydoğan, T. (2019). *Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği ve yerel medya: Hakkâri ili örneği*. [Yüksek Lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Ayhan, B. (2008). Olağanüstü durumlarda toplumsal dayanışma ve bütünleşmeye basının katkısı: Millî mücadele dönemi Türk basını. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 75-99.
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi* (G. Batuş, Çev.). Avcıol Yayıncılık.
- Baykal, H. (1988). Millî Mücadele'de basın. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 4(11), 471-480.
- Baysal, H., & Karakulak, A.C. (2020, 5-6 Kasım). *Yerel basında dijital haberciliğe dönüşüm süreci: Isparta yerel basın örneği*. 17. International Symposium Communication in the Millennium, Türkiye.

- Birsen, H. (2011). Yerel basın yöneticilerinin bakış açılarıyla Eskişehir yerel basını. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(1), 116-142.
- Bulunmaz, B. (2012). Türk basın tarihi içerisinde Demokrat parti dönemi ve sansür uygulamaları. *Öneri Dergisi*, 10(37), 203-214.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çakır, H., & Topçu, H. (2005). Bir iletişim dili olarak internet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 71-96.
- Çavuş, S., & Ede, N. (2021). Tık odaklı habercilik: Türk internet haber medyası üzerine bir içerik analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(1), 23-54.
- Çelik, T. (2016). *Web 3.0 Dönemine geçişte değişen ve dönüşen gazetecilik* (G. E. Tosun & H. Kurt, Ed.). Orion Kitabevi.
- Çelikbaş, S., & Özsoy, S. (2022). Dijitalleşme sürecinde yerel medyanın sorunları: Bolu örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi İfade Dergisi*, 4(1), 1-33.
- Değirmencioğlu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *TRT Akademi Dergisi*, 1(2), 590-606.
- Dönmez, İ. H. (2010). İnternet haberciliğinde tıklanma kaygısı ve “kapan” manşetler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (14), 105-127.
- Duman, H. (1995). Başlangıcından karınca'ya kadar Türk basın tarihine kısa bir bakış. *Türk Kütüphaneciliği*, 9(1), 21-35.
- Düzce Belediyesi (2023, Ocak). <https://duzce.bel.tr/10-duzce-tarihi>.
- Düzce Gazeteciler Cemiyeti (2023, Ocak). <http://www.duzcegazetecilercemiyeti.com>.
- Düzce Valiliği (2022, Aralık). <https://www.duzce.gov.tr/basin-ve-yayin>.
- Eraslan, P. (1994). Gazetecilik Mesleğindeki Değişim ve 21. Yüzyılda Gazetecilik. *Marmara İletişim Dergisi*, 6(6), 221-234.
- Eraslan, Z. (2018, 19-21 Ekim). *Tarihçi ve basın*. Türk Basın Tarihi Sempozyumu, Elâzığ, Türkiye.

- Erdem, B. G. (2007). *12 Eylül 1980 İhtilali'nin yerel basının haber seçimleri üzerindeki etkisi: Hakimiyet gazetesi örneği* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de gazetecilik ve bilim iletişimi*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Gevgilili, A. (1983). *Türkiye basını, Cumhuriyet dönemi Türkiye ansiklopedisi* (1. Cilt). İletişim Yayınları.
- Gezgin, S. (2007). *Türkiye'de yerel basın*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gözübüyüköğlü, U. (2019). *Web sayfası tasarımında kullanıcı arayüzünün kullanılabilirliğinde görsel tasarımın önemi ve Atatürk üniversitesi güzel sanatlar fakültesi web sayfası tasarım örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Gulyás, Á., & Baines, D. (2020). *The Routledge companion to local media and journalism*. Routledge.
- Gündüz, U. (2007). *Kurtuluş Savaşı'nda yerel basının rolü*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gündüz, U. (2018). *Osmanlı'dan günümüze basın ve modernleşme*. İmge Kitabevi.
- Gürçan, H., & Bayram, F. (2005). Yerel haberlerin internet ortamında görünüşleri: Denizli, Eskişehir ve Erzurum örnekleminde bir değerlendirme. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3(4), 53-62.
- Gürel, N. (2007). *Yerel basının işlevi ve demokrasilerde önemi*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Habermas, J. (2021). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (T. Bora, & M. Sancar, Çev.). İletişim Yayınları.
- Hafner, K., & Iyon, M. (2000). *Sihirbazların Gecelediği Yer İnternet Tarihi* (S. Yazıcıoğlu, Çev.). Güncel Yayıncılık.
- Herman, E.S., & Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* (E. Abadoğlu, Çev.). Bgst Yayınları.
- Ilgaz, C. (2003). Türkiye'de 1980 sonrası dönem ve Türk basını. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (16), 115-120.

- İnceoğlu, Y. (1993). Bilgisayarlar ve insan yaşamı üzerindeki bazı etkileri. *Marmara İletişim Dergisi*, 3(3), 141-150.
- İnuğur, M. N. (1992). *Türk basın tarihi: (1919-1989)* (Cilt: 37). Gazeteciler Cemiyeti.
- İnuğur, M. N. (2005). *Basın ve yayın tarihi* (5. baskı). Der Yayınevi.
- Kapaklı, K. (1999). Başlangıçtan bugüne Urfa basını. *Marmara İletişim Dergisi*, 10(10), 243-256.
- Kapan, K., & Üncel, R. (2020). Gelişen web teknolojilerinin (web 1.0- web 2.0- web 3.0) Türkiye turizmüne etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. Beta Yayıncılık.
- Karagöz, U. (2016). Dijital dönüşüm ve Türkiye. *İdarecinin Sesi*, 171, 71-75.
- Kılıç, F. (2019). Millî Mücadele Döneminde Dertli Gazetesi. *Journal of Turkology*, 29, 75-88.
- Kınsün, S. (2019). *Türkiye'de yerel basının gelişimi, sorunları ve geleceğine yönelik öngörüler: Bingöl yerel basın örneği*. [Yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Kocabaşoğlu, U., & Akan, A. (2019). *Mütareke ve Millî Mücadele basını: Direniş ile Teslimiyetin Sözcüleri ve "Mahşer" in 100 Atlısı*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Koloğlu, O. (2020). *Osmanlı'dan 21. yüzyıla basın tarihi*. Pozitif Yayınevi.
- Kösedağ, M. S., Temel, M., & Kara, S. (2021). Millî mücadele dönemi Kayseri basını. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 931-958.
- Köseoğlu, A. (2022). *Yerel medyada dijitalleşme*. İksad Yayınevi.
- Maral, T. & Gezginç, G. (2019). *0'dan 1'e dijitalleşmenin okuma alışkanlıklarına etkisi* (A. Y. Gönenç & M. İris, Ed.). Der Yayınları.
- Mısırlı, G. (2020). İletişim fakültesi mezunları-yerel basın ilişkisi: Erzurum ili örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (19), 59-77.
- Nalcıoğlu, B. U. (2007). *Türkiye'de yerel medya çalışanları, yerel medyanın sorunları ve çözüm önerileri*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

- Narin, F. B. (2016). İnternet gazeteciliğinde hipermetin üretimi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (43), 118-149.
- Oğuzhan, E. (2009). Atatürk döneminde basın ve basın özgürlüğü. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 1(1), 106-122.
- Ozan, R. (2003). Yerel televizyon derken. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İstanbul Üniversitesi*, 16, 577-590.
- Özbay, C. (2014). *Dünyada ve Osmanlı'da basının tarihsel gelişimi*. Doğu Kitabevi.
- Özbek, M., & Azizoglu, D. (2022). Gazetecilik; aramak, sormak, görmek, bulmaktır. Kısacası sahada olmak demektir. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 5(1), 175-180.
- Özcan, A. (2019). Gümüşhane yerel basını: tarihsel köken, sorunlar ve çözümler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1006-1033.
- Özgen, M. (2004). *Türkiye'de basının gelişimi ve sorunları*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özkaya, Y. (1985). Millî mücadele başlangıcında basın ve Mustafa Kemal Paşa'nın basınla ilişkileri. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 1(3), 871-912.
- Özsoy, S. (2019). Çok partili hayata geçiş sürecinde yerel basın: Bolu örneği. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 92-110.
- Sağlam, B. (2018, 9-11 Mart). *Kocaeli yerel basınında dijitalleşme dönemi*. Uluslararası Orhan Gazi ve Kocaeli tarihi-kültürü sempozyumu, Kocaeli, Türkiye.
- Sever, N. (2000). Pazarlama iletişimi aracı olarak World Wide Web. *Kurgu Dergisi*, 17(1), 235-247.
- Sucu, İ. (2020). *İletişimde yeni medyanın getirdiği değişimler, gazetecilik ve haber iletişiminde dönüşüm* (S. Gezgin & H. Çiftçi, Ed.). İksad Yayınevi.
- Sütçü, C. (2004). Bilişim kavramı, elektronik iletişim ve bilişim sistemleri yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (19), 315-325.
- Şeker, T. B. (2007). *Tekelleşme sorunu* (B. Arıkan & M. Şeker, Ed.). Tablet Yayınları.
- Şimşek, A. (2018). *Araştırma Modelleri* (A. Şimşek, Ed.). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Tekin, H.H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), 101-116.
- Topuz, H. (1996). *Başlangıçtan bugüne Türk basın tarihi*. Gerçek Yayınevi.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Tunca, L., & Çağlar, N. (2022). Yerel gazetelerde dijital dönüşüm: Antalya yerel gazeteleri üzerinden bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 603-618.
- Türk Dil Kurumu (2022, Ekim). <https://sozluk.gov.tr/>.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2022, Aralık). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Print-Media-and-International-Standard-Book-Number-Statistics-2020-37204>.
- Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü (2023, Mayıs). <https://tusside.tubitak.gov.tr/tr/yontemlerimiz/Derinlemesine-Gorusme>.
- Uçak, O., & Erkal, A. (2019). Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de yerel basının gelişim süreci. *Selçuk İletişim Dergisi*, 12(1), 92-122.
- Yaşın, C. (2009). Türkiye'de yerel basının yapısal özellikleri ve üretim koşulları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (28), 115-151.
- Yazıcı, H. A. (2014). *Yerel basının özellikleri ve sorunları: Sakarya basını üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Yeşil, A. (1988). *Türkiye'de çok partili hayata geçiş* (Cilt: 114). Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve eğitim araştırmalarındaki yeri ve önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112).
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, N. (1996). Demokrat parti iktidarı (1950-1960) ve basın. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 51(01), 481-505.
- Yılmaz, N. (2009). Yerel basının etik sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 131-143.

Yılmaz, Ö. (2021). Web 1.0, web 2.0, web 3.0 ve web 4.0'ın tarihi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 344-350.

Yılmaz, Y. (2021). Dijital ekonomiye geçiş süreci, ölçümü ve dijitalleşme verimlilik ilişkisi. *İstanbul İktisat Dergisi*, 71(1), 283-316.

Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: Yeni medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 140-1.

