

T.C.  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK  
ANABİLİM DALI

**İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE YEREL MEDYA:  
MUĞLA ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Emel KARAMAN

Ankara-2010

T.C.  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK  
ANABİLİM DALI

**İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE YEREL MEDYA:  
MUĞLA ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Emel KARAMAN

Tez Danışmanı  
Prof.Dr.Haluk GERAY

Ankara-2010

T.C.  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK  
ANABİLİM DALI

İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE YEREL MEDYA:  
MUĞLA ÖRNEĞİ

Yüksek lisans Tezi

Tez Danışmanı : Prof.Dr.Haluk GERAY

Tez Jürisi Üyeleri

**Adı ve Soyadı**

**İmzası**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Tez Sınavı Tarihi .....

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(...../...../200...)

Emel KARAMAN

## **İÇİNDEKİLER**

<b>GİRİŞ</b>	<b>1</b>
<b>I. BÖLÜM</b>	<b>10</b>
<b>GAZETECİLİĞİN VAATLERİ AÇISINDAN YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ</b>	<b>10</b>
A) Ulusal ve Yerel Gazetelerin Doğuşu ve Vaatleri	10
1. Tarihe Kısa Bir Bakış	10
2. Yerel gazetecilik	14
B) Geleneksel Gazeteciliğin Vaatlerini Gerçekleştirmesi Açısından Değerlendirilmesi	16
1. Medya ve Demokratikleşme	16
2. Yerel Medya ve Demokratikleşme	22
C) Yöndeşme Süreci Ve Gazetecilikte Değişimin Vaatleri	25
1. Küresel ve Ulusal Düzeyde İnternet Gazeteciliği	25
2. İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya	29
D) Yöndeşme Sürecinin Vaatlerine Getirilen Eleştiriler	31
<b>II.BÖLÜM</b>	<b>36</b>
<b>TÜRKİYE’DE İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ</b>	<b>36</b>
A) İnternet Gazeteciliğinde Ülkemizdeki İlk Örnekler	38
B) İnternet Gazeteciliğinin Ülkemizde Yaygınlaşma Süreci	39
C) Yerelde İnternet Gazeteciliği	42

<b>III.BÖLÜM</b>	<b>48</b>
<b>MUĞLA'DA İNTERNET GAZETECİLİĞİ</b>	<b>48</b>
A) Muğla'da Gazetecilik	48
B) Muğla'da İnternet Gazeteciliği	48
1) Gazeteler	58
2) Televizyonlar	63
3) Radyolar	64
4) Sadece İnternet Üzerinden Yayın Yapan Gazete, Televizyon ve Radyolar	66
C) Bulgular	72
<b>SONUÇ</b>	<b>92</b>
<b>EKLER :</b>	<b>101</b>
Görüşme Soruları	101
Örneklemede Yer Alan Yerel Medya Kuruluşlarının İnternet Ana Sayfaları	102
<b>KAYNAKÇA</b>	<b>105</b>
<b>ÖZET</b>	<b>113</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>115</b>

## GİRİŞ

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internet, kitle iletişim araçlarına izleyiciye/okura ulaşmada yeni bir kanal açmıştır. Bu kanal, bugün geleneksel olarak adlandırdığımız gazete ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarına izleyiciye/okura ulaşmada hız, bilgi aktarma kapasitesinde artış, etkileşim gibi birçok olanak sunmaktadır. Ancak, bu teknolojinin sahip olduğu özelliklerin, bugün geleneksel olarak adlandırdığımız kitle iletişim araçlarında ve kitle iletişiminin en önemli formu olan gazetecilikte önemli değişikliklere yol açtığı ifade edilmektedir.

1960'lara kadar nüfusun büyük çoğunluğuna bir teknik araçla yapılan iletişim olarak tanımlanan kitle iletişiminin özellikleri Mutlu tarafından şöyle sıralanmaktadır (1994:130):

- 1) İzlerkitle görece geniştir.
- 2) İzlerkitle kimliksiz bir topluluktur.
- 3) İçeriği kamusaldır, yani herkese açıktır.
- 4) Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir.
- 5) Karmaşık biçimsel kurumları gerektirir.
- 6) Tek yönlüdür ve izlerkitlenin anında yanıt verme olasılığını ortadan kaldırır.
- 7) İletişimciyle izlerkitle arasındaki ilişki izlerkitlenin tanımadığı profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur.

- 8) Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda, hem de bireye maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilirdir.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren iletişimin alt yapısında meydana gelen değişimler, iletişim teknolojilerinin zaman içerisinde yeni ve eski olarak tanımlanmasına neden olmuştur. 1970'ten sonra iletişim ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle kitle iletişimi, veri iletişimi, noktadan noktaya iletişim biçimleri birbirine dönüşmeye başlamıştır. Yöndeşme (yakınsama) olarak da tanımlanan bu dönüşüm, aralarındaki farkı yok etmeye başlamıştır (Geray 1994:5). İletişim araçlarındaki yakınsama nedeniyle de radyo, tv, kablolu tv, bilgisayar iletişimi giderek ortak iletişim alt yapısını kullanmaktadır (Geray 2003:23). Yeni iletişim teknolojileri, sahip olduğu özelliklerle kitle iletişim araçlarından farklılaşmakta ve bu farklılıklar üzerinden tanımlanmaktadır (Geray 1994:5). Yeni iletişim teknolojilerini geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılaştıran özellikler ise etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamansız olabilmeleridir.

**Etkileşim:** İletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir.

**Kitlesizleştirme:** Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir.

**Eşzamansız olabilme:** Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yetenekleriyle aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar (Rogers'tan aktaran Geray 2003:18-19).



Yeni iletişim teknolojileri Rice tarafından “*tipik olarak mikroişlemci ya da bilgisayar yetilerini kullanan ve kullanıcılar arasında ve kullanıcıyla enformasyon arasında etkileşime olanak tanıyan ya da bunu zorunlu kılan iletişim teknolojileri*” olarak tanımlanmıştır (Timisi, 2003:81). Tuncel ise yeni iletişim teknolojilerinin terim olarak belli bir teknoloji ya da teknolojiler grubunu tanımlamaktan çok bir gelişmeyi ifade ettiğini, kapsadıklarının sürekli yenilenen ve değişen teknolojik gelişmelerin sonucu olduğu için anlamının da muğlaklaştığını; diğer taraftan yeni iletişim teknolojilerinin medyaya bilgi toplama, üretim, yapım ve dağıtım, yayın başlıklarında önemli imkânlar sunduğunu belirtmektedir (2005:91, 94).

Bugün bu gelişmeleri teknolojik devrim olarak tanımlayanlar, devrimin özelliğinin belirli teknolojilerin yüksek düzeyde bütünleşmiş bir gelişme içindeki yakınsaması (yöndeşme) olarak ifade etmektedirler. Mikroelektronik, telekomünikasyon ve bilgisayar, enformasyon sistemleri altında bütünleşmiştir (Timisi 2003:79). 1986 yılında UNESCO uzmanlar toplantısında, basın teknolojisine dayalı ürünler, radyo ve televizyon geleneksel medya olarak; video, kablo, uydu yayıncılığı, videotekst, teleteks yeni iletişim araçları olarak sınıflandırılmıştır. (Burgelman’dan aktaran Timisi 2003:80).

Yeni iletişim teknolojileri arasında medyayı etkileyen en önemli araç internettir. İnternet, iletişim teknolojileri arasındaki yöndeşmeyi barındıran bir araçtır (Tuncel, 2005:49). İnternet, medyaya okuyucu/izleyici/izlerkitleye ulaşmada ve haber sunmada yeni fırsatlar sunarken, diğer taraftandan da hızlı dönüşümüne aracılık etmektedir. İnternet’in kökeni ARPANET’tir. ARPANET, Amerikan Askeri

Araştırma Projesi'dir. Proje, 1962 yılında başlamış ve Massacuthes Institute of Techonology ile birlikte yürütülmüştür. Proje çerçevesinde ilk bağlantı 1969 yılında dört merkezle; University of California at LosAngeles, Stanford Research Institute, University of Utah ve University of California at Sandta Barbara arasında kurulmuştur. 1972 yılında Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansında (ICCC) birinci kuşak paket anahtarmalı bilgisayar ağı olan ARPANET'le ilgili ilk demostrasyon 40 bilgisayar'a bağlı olarak tanımlanarak yapılmıştır ve aynı yıl bu yapı içerisinde elektronik posta kullanılmaya başlanmıştır. 1969-1982 yılları arasında Network Control Protocol (NCP) adıyla, 1982 yılından itibaren TCP-Transmission Control Protokol (İletim Denetim Protokolü/İnternet Protokolü) ve IP-Internet Protokol (İnternet Protokolü)'nün birleşmesiyle oluşan İnternet'e dönüşmüştür. ARPANET 1990 yılının Haziran ayında ortadan kalkmış ve internet adıyla önce Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelere daha sonra da genel kullanıcılara açılmıştır. İnternetin temel ortamı Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi CERN'de başlatılan bir proje olan WWW (World Wide Web) olmuştur. Çünkü WWW'ler çeşitli internet hizmetlerinin üzerine üst metin ve çokortam (multimedya) uygulamaları da getirmektedir. Amerikan Ordusu'nun mekezi kontrol araçlarından biri olarak oluşturulan bu şebeke, soğuk savaş döneminin bilgi silahı olarak da görülmektedir. (Çakır 2007:123-149; Geray 2003:21-22; Timisi 2003: 122-123; Tokgöz 2008: 87-88). Ülkemize internet 12 Nisan 1993'te TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu), Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) işbirliğinde DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) projesi ile girmiştir. ODTÜ uzun bir süre ülkemizin tek çıkışı olmuştur. Daha sonra 1994 yılında Ege Üniversitesi, 1995

yılında Bilkent Üniversitesi ile Boğaziçi Üniversitesi, 1996 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi bağlantıları gerçekleştirilmiştir (Çakır, 2007: 131).

İnternet, uzun olmayan bu tarihsel sürecinde dünyada ve ülkemizde toplumun tüm sektörlerinde hızla yaygınlaşmıştır. Toplumda ve sektörlerde bu denli karşılık bulan internet nasıl tanımlanmaktadır? Kısaca “ağların ağı” olarak da adlandırılan internet; teknoloji merkezli olarak, “*verilerin depolanması ve aktarımına yol açan bir iletişim teknolojisi*”; kullanıcılar açısından da “*bir gezgin ya da bilgi göz atıcıları*” olarak tanımlanmaktadır (Timisi, 2003:123). Geray’a göre interneti “*sayısal ağları birbirine bağlayan ağ*” olarak tanımlamak daha anlamlıdır, çünkü birbirine bağlanan sadece “klasik anlamda bilgisayarlar” değildir (2003: 20). Atabek ise interneti hem bir özgürlük coğrafyası yaratması bakımından demokratik açımlar sunan bir teknoloji, hem de askeri kökenine yaraşır bir biçimde çok güçlü denetim olanağı da sunan bir teknoloji olarak ele almaktadır (2005:67). Ancak internet, bütünüyle sansür edilememekte, kırılabilen, filtrelenemeyen ama teorik olarak başka bir sunucuya geçmeyi, her zaman yeniden konuşmaya başlamayı mümkün kılmaktadır. Diğer taraftan, internet ortamı üzerindeki sahiplik ve denetim mücadelesi de sürmektedir (Alankuş, 2005:47-51).

İnternet teknolojisi geleneksel kitle iletişim araçlarından köklü olarak ayrılmaktadır. Bu ayırım, internetin sahip olduğu geri besleme kanalları, yani etkileşime dayalı iletişimi gerçekleştirebilme kapasitesidir. Geray (2003:18) etkileşimi, “*İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesi*”

olarak tanımlamaktadır. İnternet teknolojisinin karşılıklı iletişime dayalı iletişim süreci; noktadan noktaya (tek kullanıcı-tek alıcı), noktadan çok noktaya (tek kullanıcı-çok alıcı), noktadan sunucuya, noktadan servis sağlayıcı-dar yayıncılığa (tek kullanıcı- servis aracılığıyla belli bir grup kullanıcıya- mail grupları), sunucu-geniş yayıncılık (web siteleri), sunucu- dar yayıncılıkla (belli bir gruba servis sağlayıcı aracılığıyla) işlemektedir (Timisi, 2003:124). Diğer taraftan internette geleneksel kitle iletişim araçlarında bulunmayan üç farklı bölge bulunmaktadır. Bunlar; herkese açık olanlar, belli kullanıcılara açık olanlar ve parayı ödeyene açık olanlar olarak ifade edilebilir (Geray, 2003:22).

İnternetin sahip olduğu bu teknik imkanlarla metin, ses, görüntü, grafik..vb. birçok iletişim biçiminin bir arada kullanılabilmesi; coğrafi anlamdaki sınırları kaldırabilmesi, medya için tanım olarak kullandığımız yerel, ulusal ve uluslararası kavramlarını da tartışmaya açmıştır. Atabek bu durumu “ *internet artık neresi yerel, neresi genel, neresi ulusal gibi soruları da sordurarak üzerinde yaşadığımız coğrafyaların sınırları/tanımı üzerine yeniden düşündürecek kadar karmaşıklaşmış bir mekân/uzam anlayışı da getiriyor... İnternet, ulusal, yerel ölçekte yayın yapan medya tanımlarını da değiştiriyor. Bu yüzden yerellik, ulusallık ya da uluslararasılık kavramları da biraz eski coğrafyamız içerisinde kalıyor.*” ifadeleriyle açıklamaktadır (2005:71) ve Halıcı’ya göre de internet en çok gazeteleri ve gazeteciliği etkilemiştir (2005:155).

Hızla gelişen internet yayıncılığı sadece ulusal değil yerel düzeyde de bir karşılık bulmaktadır. İnternet gazeteciliği kavramı da bu çerçevede inceleme konularından

biri olmuştur. Yerel gazete ve televizyonlar bu gelişmeye hızla eşlik etmişler, geleneksel yayıncılığın dışında internet üzerinden de yayıncılığa başlamışlardır. İnternet gazeteciliğinin yereldeki dönüşümlerinin ve vaatlerinin gerçekleştirilme süreçlerinin saptanması, ülkemizdeki yerel gazetecilikle ilgili oluşturulan bilgilere katkı sunacaktır.

Bu tezde, yeni iletişim teknolojilerinin yerel medyaya etkisi ve yerelde internet gazeteciliğinin durumunun Muğla örneği üzerinden saptanması; İnternet gazeteciliğinin vaatleri arasında yer alan, medya çoğulculuğu ve haber çeşitliliği, etkileşim, yerel sınırları aşma, istihdam konularındaki yerel görünümünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde yerel medyada aşağıda oluşturulan sorular bağlamındaki dönüşümler derinlemesine mülakatla Muğla örneğinde belirlenmeye çalışılacak, araştırma sırasında rastlanmış farklı bulgular da tezin yazımı sırasında eklenecektir. Tezin araştırma soruları;

- Yerel medya hangi amaçlarla internet gazeteciliğine geçmiştir?
- İnternet gazeteciliğinin yerel medya açısından haber çeşitliliğine katkısı olmuş mudur?
- Yerel medyanın internet üzerinden gerçekleştirdiği yayıncılıkla tirajı etkilenmiş midir?
- İnternet yayıncılığıyla yerel içerikle hazırlanan gazeteler ve yayın yapan televizyonlar, okunurluk/izlenirlik açısından yerel sınırları aşabilmiş midir?
- İnternet gazeteciliği etkileşimli bir yayıncılık ortamı yaratabilmiş midir?
- İnternet gazeteciliğinin yerel medyadaki istihdama etkisi ne olmuştur?

Derinlemesine mülakat yönteminin kullanıldığı tezde, öncelikle yeni iletişim teknolojilerinin gelişim süreciyle birlikte kitle iletişiminde gerçekleşen gelişmeler ve internet gazeteciliğine tarihsel süreçte bakılarak; İnternet gazeteciliğinin ülkemize girişi ve yaygınlaşması ele alınacaktır. Bu bölüm için kaynak taramalarla yapılan çalışmalar değerlendirilecektir. Yereldeki durumun saptanması için, katılımcı gözlem ve görüşmelerden yararlanılacaktır.

Tezin örnekleme, Muğla il merkezindeki yerel gazeteler ile web sürümleri ve Muğla il genelinde sadece internet üzerinden yayın yapan haber sitesi/ajansı/gazetelerinden seçilen üç sitedir.

Tezin sınırlılıkları basılı (kağıt) gazeteler açısından Muğla il merkezi, sadece internet üzerinden yayın yapan kuruluşlar açısından il genelidir. Öncelikle Muğla'da yayın yapan basılı (kağıt) gazetelerin kaçının hangi tarihlerden itibaren, televizyon ve radyolardan kaçının web üzerinden yayın yapmaya başladığı ve sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri saptanacaktır. Bu saptamaların ardından örneklem olarak seçilmiş olan Muğla il merkezindeki basılı (kağıt) gazetelerin web sürümleri ile sadece internet üzerinden yayın yapan ilçe merkezli üç haber sitesi üzerinde internet gazeteciliği uygulamaları konusunda izleme ve basılı (kağıt) gazetelerin sahipleri/yazı işleri müdürleri ve sadece internet üzerinden yayın yapan haber sitelerinin sahipleri ile derinlemesine mülakatlar yapılacaktır.

Tezin birinci bölümünde gazeteciliğin vaatleri açısından yeni iletişim teknolojileri değerlendirilecektir. Bu bölümde ulusal ve yerel gazeteciliğin doğuşu ve geleneksel gazeteciliğin vaatlerini gerçekleştirilmesi ele alınacak, yondeşme süreciyle birlikte gazeteciliğin değişimi ve sürecin vaatlerine ilişkin eleştiriler değerlendirilecektir. İkinci bölümde Türkiye’de internet gazeteciliği, yaygınlaşma süreci ve yerelde internet gazeteciliğinin gelişimine yer verilecektir. Üçüncü bölümde Muğla il merkezindeki gazetecilik tarihiyle verilecek ve Muğla il genelinde internet gazeteciliğinin 2009 yılındaki durumu saptanacaktır. Üçüncü bölümde, derinlemesine mülakat ve katılımcı gözlem yöntemleriyle Muğla ili yerel medyasında internet gazeteciliğinin etkileşim, tiraj, yerel sınırları aşma, istidam, medya çoğulculuğu ve haber çeşitliliği, geçiş nedenleri, basılı gazetelerin web sürümleri ile sadece internet üzerinden yayın yapan haber sitesi/gazete/ajansların arasındaki farklılıklara ilişkin elde edilen bulgular yer alacaktır. Bu bulgular sonuç bölümünde değerlendirilecektir.

## I. BÖLÜM

### GAZETECİLİĞİN VAATLERİ AÇISINDAN YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

#### A) Ulusal ve Yerel Gazeteciliğin Doğuşu ve Vaatleri

##### 1. Tarihe Kısa Bir Bakış

Günümüzde, “*Halk için ilginç olan, halkı ilgilendiren haberleri ve olayları toplama, yazma ve bildirmeyle ilgili meslek*” (Mutlu,1994: 71); “*Haber malzemesi sayılan enformasyonun toplanmasını, yazılmasını, düzenlenmesini ve dağıtılmasını içeren işlem*” (Tokgöz, 2008: 108); “*Kamuoyunu doğru, çok yanlı, çok boyutlu, hızlı, inanılır ve güvenilir bir şekilde bilgilendirme mesleği*” (Cangöz, 2005: 146) olarak tanımlanan gazeteciliğin gelişimi ve tarihi gazetelerin tarihinden ayrı düşünülemez. Gazetelerin tarihi Romalılar (duvar gazeteleri) ve Mısırlılara (kil tabletler) kadar götürülse de, günümüzdeki gazetelerin ilk biçimleri 17. yüzyılda Avrupa’da yayınlanmıştır. Bu gazetelerin öncüleri ise haber mektupları ve haber (13. ve 14. yüzyıl) kâğıtlarıdır. Haber mektupları aristokrasi hakkında bilgi taşıırken, haber kâğıtları burjuvazinin sorunlarını çözmeye işlev görmüştür. Haber mektuplarını, haber kâğıtlarını var eden bilgi alma isteği ile birlikte ticaretin gelişmesi, yani ekonomik nedenlerdir. Avrupa’daki din kaynaklı savaşlar hakkındaki bilgi talebi ve sermaye birikiminin artması da diğer nedenler arasındadır (Tokgöz, 2008: 53–54). Dünya’daki ilk süreli gazetenin nerede ve ne zaman yayınlandığı net değildir. Bazı kaynaklara göre ilk gazete Bremen yakınlarında, 1609’da Ausburg’da



(Avis Relation Oder Zeitung) çıkmış, aynı yıl Strasburg'da bir başka gazete (Relation) yayınlanmıştır. Avrupa'da görülen haber mektupları örneklerinin 14.yüz yıl Japonyası'nda da görüldüğü bilinmektedir (Tokgöz, 2008: 51–56).

Ülkemizde ilk gazete Padişah fermanıyla 1831'de yayınlanan Takvim-i Vekayı'dır. Bu gazeteyi, Ceride-i Havadis (1840) ve Tercüman-ı Ahval (1860) gazeteleri izlemiştir. Ancak bunların dışında, 1795'ten itibaren başta Fransızca olmak üzere farklı dillerde birçok gazetenin Osmanlı topraklarında yayınlandığı bilinmektedir. Örneğin, 1850 yılında İstanbul ve İzmir'de iki Türkçe gazeteye karşılık 16 Türkçe olmayan yayın bulunmaktadır (Girgin, 2001: 10–17). Ülkemiz ve batıda gazetelerin doğuşu açısından vurgulanması gereken nokta, batıda ticaretin gelişmesi, yani ekonomik iletişim ihtiyacıyla doğan gazeteler, ülkemizde bizzat devlet eliyle kurulmuştur (Altun, 1995: 17).

Gazetecilik, 18. ve 19. yüzyılda meydana gelen sosyo-ekonomik, teknolojik, politik değişimler ve savaşlardan etkilenmiştir (Amerikan Bağımsızlık Savaşı ve Fransız İhtilali ile “özgür basın” fikrinin yerleşikleşmesi, telgrafın icadıyla gazetelerin mekan- yer nosyonundan ayrılması, demiryollarının gelişmesiyle gazetelerin farklı mekanlara ulaşma kapasitesinin artışı gibi..). Aynı şekilde İngiltere'de Endüstri Devrimi'nin başladığı 19. yüzyıl, gazetenin ve gazeteciliğin gelişmesi, kurumsallaşması açısından pek çok köklü değişikliğin yaşandığı bir dönemdir. Gazeteler bu yüzyılda kitleleşmiş, daha fazla özgürlük elde etmiş, gazetecilik meslek şekline dönüşmüş, toplum içinde etkili olmuştur (Jeanney, 2006; Tokgöz, 2008: 55) Gazeteciliğin, dağınık, birliği zayıf olan ve ticaretin geliştiği,

ekonomik anlamda güçlenen kentlerde daha çabuk ve kolay başladığını ve geliştiğini söyleyen Tokgöz (2008: 54), mutlak monarşilerdeki güçlü iktidar baskı ve denetimlerinin gazeteciliğin gelişimini olumsuz etkilediğine dikkat çekmektedir.

İlk gazeteler yereldir (Alankuş, 2005: 17; Geray, 2003: 45) ve başlangıçta bir el sanatları işi olarak örgütlenmiştir (Stewenson, 2008: 89). Günümüz gazeteciliği açısından bakıldığında gazetecilikteki en önemli gelişmelerden biri “penny press-kuruşluk gazetelerin (1833-1837 yılları arası)” gelişmesidir. Bu gazeteler, ucuz basılmış bir gazetenin, sıradan insanların ilgisine göre kurgulanması durumunda kitlesel olabileceğini ve bağımsızlığını sağlayacak reklâm hacmini yakalayabileceğini göstermiştir. İş çevrelerine bağlı olmayan ve para sağlamak için siyasi partilerle ittifak kurmaya gereksinim duymayan bu gazeteler, günümüzdeki günlük genel kitleye yönelik gazetelerin, maaşlı muhabirlerin ve ticari yayıncılık anlayışının doğmasına yol açmıştır. Telgrafın bulunması ise gazetelerin yerel nitelikten ulusal niteliğe geçişinin başlangıcı olmuştur (Geray, 2003: 44–45). Telgrafın icadına kadar gazetelerin içeriğini haber olaylarının yakın bir mekanda gerçekleşip gerçekleşmediği belirlemiştir. Telgrafın enformasyonu toplumsal mekânından dışarıya taşıma kapasitesi, içeriğinin zaman ve mekân yakınlığına daha az bağlı olması anlamına gelmiş, gazetelerin de daha olay odaklı olmasını sağlamıştır. Teknik olarak telgraf aracının getirdiği dönüşüm gazeteleri yeniden şekillendirmiştir (Stewenson, 2008: 222–223). Telgrafın gelişmesiyle birlikte gazeteciliğin temeli olan enformasyon toplanması ve dağıtımını kolaylaşmış, haber ajansları kurulmuş, haber yazma, sayfa düzenlemesi kuralları geliştirilmiş, “insanın ilgisini çekme” ilkesi benimsenmiş ve insanların duygularına yönelme başlamıştır

(Tokgöz, 2008: 55–57). Gazetelere, taşıdıkları gücün fark edilmesiyle, “ulusal bir dil” ile “ulusal kimlik inşası” gibi önemli misyonlar da yüklenmiş (Alankuş 2005:17), özgürlük kadar denetimler de söz konusu olmaya başlamıştır (Tokgöz 2008:59). 19.yüzyılda gazetecilik açısından ele alınması gereken noktalardan biri de endüstrileşme sürecinin başlamasıdır. İletişim, ulaşım teknolojisindeki gelişmeler ve elektrik enerjisinin makinelerde kullanılmasıyla ivmelenen bu süreçte, özellikle tüketimin kitle iletişimi aracılığıyla kontrolü amacıyla reklam ajanslarının devreye girmesi, aylık sektörel dergiler, piyasa anketleri gibi yenilikler, metin yazarlığının meslekleşmesi, siyasal reklamcılığın başlaması söz konusu olmuştur (Geray, 2003: 46).

20. yüzyıl gazetecilik açısından karmaşık, ancak iletişimde patlamanın görüldüğü bir yüzyıl olarak ifade edilebilir. Kitle iletişiminde yeni araçların (radyo ve televizyon) sektöre katılımı, 19.yüzyılda filizlenmeye başlayan kitle iletişimi endüstrisinin baş döndürücü hızla gelişmesi, “geleneksel gazetecilik”in 20.yüzyılın ikinci yarısına kadar süregitse de, 1970’lerde kullanılmaya başlayan bilgisayar teknolojisi ile değişime uğramaya başlaması, magazinleşme, reklamlarla, sömürü ve siyasal yönlendirmelerle izleyicilerin manipülasyonu; kamu yararı, özel yaşam, toplumsal-kültürel değerler için denetim isteği, kitle iletişim endüstrisinin kendi ticari çıkarları için sınırsız özgürlük talebi, çok uluslu şirketlerin büyümesi, küresel reklamcılığın gelişmesi, tekelleşmeler gibi birçok başlıkta karmaşa sürmüştür (Tokgöz, 2008: 59–70). Diğer taraftan özellikle gazetecilik eğitiminin güçlenmesi, gazetecilik ve kitle iletişiminde akademik çalışmaların yoğunlaşması, kamu hizmeti

yayıncılığı kavramının devletlerde karşılık bulması gibi gelişmeler de gözden kaçırılmayacak gelişmelerdir.

## 2. Yerel gazetecilik

Yerel gazetecilik de küreselleşen dünyada günümüzün yersiz/yurtsuzlaşmış insanına coğrafi ya da kültürel olarak, kendilerini ait hissedebilecekleri yerler sunması açısından (Alankuş, 2005: 17) daha bir önem kazanmış görünmektedir. Yerel gazetecilik kısaca, “yerel içeriklerle yapılan habercilik” olarak tanımlanabilir. Yerel gazeteciliği vazgeçilmez kılan olgu, demokrasi kültürünün yerleşmesi ve geliştirilmesinde en önemli araçlardan biri olarak görülmesidir. Yerel gazetelerin, televizyonların ve radyoların, ulusal haberlerden farklı olarak; var oldukları kent, bölge veya kasabayı ilgilendiren haberleri içermesi, yöre halkını bilgilendirmesi, eğitmesi, eğlendirmesi ve böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunması, yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapması beklenmektedir (Girgin, 2001: 160–161). Yerel gazeteciliğin ve yerel medyanın güçlü olmasının toplumsal olarak önemi sunduğu çok sesliliklidir. Güreli’ye göre merkezileşmiş sermayenin elindeki tekelleşme karşısında, çok sesliği sağlamak, tekelleşme eğilimini kırmak için yerel medyanın güçlü olması gereklidir (2008:9). Mutlu’ya göre yerel sadece coğrafi sınırları tarif etmemekte, bu kavram kültürü de içermektedir. *“Bu nedenle yerel medya demokrasi için, özellikle de ülkemizdeki demokrasi için çok önem taşımaktadır ve demokrasi kültürünün oluşmasına katkı sağlayabilir. Medya, toplumun kendiyle konuştuğu bir yerdir. Yerel medya bulunduğu bölgede okurun, dinleyicisinin topluma katılmasını kolaylaştıracak*

*mekanizmaları geliştirebilir, zaten bunu yapmalıdır. Yerel medya bulunduğu mekânda farklı görüşlerin birbirini anlaması ve birbirini eleştirmesi için gereken forumu sağlar. Yerelde kendi seslerini, kendi görüntülerini gören insanlar, kendi varlıklarını önemserler. Bu da katılımı özendirir, “ben bu toplumda varım, ben bu toplumun parçasıyım, yurttaşım” düşüncesini geliştirir. Önce mahalli mekânlardaki yurttaşlık ve katılım, ondan sonra merkezdeki yurttaşlık ve katılım, demokrasinin gelişimi için önemlidir. Merkez medyanın kültürel dayatmaları ve güçlenmesi ile devlet aracılığıyla bağımlı hale gelmesi, yerel medyanın gelişimi için önemli iki risktir. Yerel medya yerel gündemle ilgili olmalıdır.” Yerel medya ülke gündemini belirlemekten uzak durmalıdır (Demirkent, 1998: 26).*

Yerel medyanın ne olması gerektiği kadar ne olmaması gerektiği de kendisinden beklentileri ortaya koymaktadır. Alankuş’a göre (2005: 17), yerel medya, yaygın medya ne ise o olmamalıdır. Yerel medya ile yaygın medya birbirlerinin yerini ancak kısmen doldurabilecek şekilde üretimler hedefleyen, birbirlerinin yerini almadan yan yana, paralel işleyen kanallar olma özelliklerini taşımaktadır.

Yerel gazeteciliğin gelişmiş toplumlardaki görünümüne, en az ulusal medya kadar eski sayılabilecek yerel gazetecilik tarihine sahip olan (Alankuş, 2005: 19) ülkemiz açısından bakıldığında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Demirkent’e göre bütün dünyada yerel medya güçlenmektedir. Avrupa’nın büyük şehirli ülkelerinin hemen hemen tamamında güçlü basın grupları yerel medyadır, uluslararası yayın kuruluşlarının içeriklerinde yerel haberler de önemli yer tutmaktadır. Fransa’nın en

büyük yayın grubu “Press France” denilen Lyon kaynaklı grup, birçok yerel yayının bulunduğu bir gruptur. Fransa’da “Le Monde” ve “François” değil, “US France” en büyük yayın grubudur (1998: 25–26). Serbest gazeteci Weimer, yerel gazeteciliğin Almanya’daki durumunu şöyle aktarmaktadır: ‘Heimatszeitung’ olarak adlandırılan günlük yerel gazeteler, bu ülkenin en önemli basın-yayın organlarını oluşturmaktadır. Bu gazeteler, ulusal ya da uluslararası olaylardan bahsetmek istemezler, çünkü bu olaylar zaten elektronik medya aracılığıyla ulusal düzeyde çıkan gazetelerde en iyi şekilde yer almaktadır. Bu yüzden yerel gazetelerin konuları ağırlıklı olarak hitap ettikleri yerel şehir ya da köyle ilgilidir. Yerel gazetelerde, radyo ve televizyonlarda genel olarak bölge haberleri, iş veya toplum hayatını ilgilendiren konular, şehirde olan yenilik ve değişiklikler veya ulaşımda geçici olarak yapılan değişiklikler işlenmektedir. Yerel gazeteler Almanya’da en küçük bir şehirde bile çıkmakta, adeta o şehrin sembolü haline gelerek takip edilmektedir (1998: 211).

Yerel gazetecilik, okura/izlere ekonomik anlamda katkı sağlayacak fonksiyonlar da yüklenmiştir. Bunlar; yerel iş alanları, ucuz emlak veya ulaşım bilgileri, fuar, sergi haberleri gibi bilgiler olabilir.

## **B) Geleneksel Gazeteciliğin Vaatlerini Gerçekleştirmesi Açısından Değerlendirilmesi**

### **1. Medya ve Demokratikleşme**

Geleneksel gazeteciliğin en önemli toplumsal vaadi demokratikleşmedir. 17.yüzyıldan itibaren mücadelelere sahne olan basın özgürlüğünün temel gerekçelerinden biri gazeteciliğin, gazetelerin/basının demokratik toplumlardaki vazgeçilmez varlığına ve halkın gerçeği öğrenme hakkına ilişkindir (Keane, 1993:s.39). Liberal kuramla desteklenen bu talep, fikirlerin serbestçe dolaşımı ve bu dolaşım dolayımıyla, fikir çarpışmalarından oluşacak toplumsal uzlaşı ve gerçeğe ulaşma beklentisinin bir sonucudur. Kitle iletişim araçları kültürde ve toplumda demokratikleşmenin araçlarıdır. İktidarlar/ hükümetler içinse basın ve benzeri araçlar çeşitli gerekçelerle (savunma, özel hayat, toplum sağlığı ve güvenliği, pornografi vb.) kontrol edilmesi gereken bir alan olagelmiştir. Günümüzde dev medya endüstrilerinin varlığı, bu endüstrilerle hükümetler/iktidarlar arasındaki çıkar ilişkileri karşısında gerçeği öğrenmeyi arzulayan ve bekleyen halk için farklı bir mücadele geliştirilmesi gerektiği açıktır. Bu nedenle alternatif, dışlanmış enformasyona yer veren medyalar ile yerel medyanın güçlülüğüyle demokratik toplum ve demokratik medya inşasının gerçeğebileceği umudu, yeni iletişim teknolojilerinden beklentileri arttırmıştır.

Başlangıçta gazeteler, özgür, demokratik toplum idealinin bir parçasıydılar. Tocqueville, “Gazetelerin sadece özgürlüğü güvenceye aldığını düşünürsek onların

önemini azaltmış oluruz; gazeteler uygarlığı idame ettirirler”, Marks, “halkın ruhunun her yerde hazır ve nazır gözü... Bir halkın kendisine yaptığı acımasız itiraf... Her kulübede ayak üstü satılan, gazdan daha ucuz düşünce..” olarak adlandırmıştı gazeteleri (Hallin, 2005: 292). Hallin’e göre Tocqueville ve Marks, gazetelerin yeni bir düzenin doğuşunda yardımcı olmasını, toplumun genelini insanlık tarihinde ilk kez kendisine ilişkin bir diyalogun önünü açacak ve kamusal yaşam yönünde, kamusal bir biçimde karar almasını sağlayacak olanağa kavuşturmasını bekliyorlardı. Ancak bu böyle işlemedi ve eleştirel kurama göre kamusal diyalogun potansiyel bir aracı olan basın, bir tahakküm yapısının içinde yer edinen kitle iletişim araçlarına yol açtı (2005:292) "Geleneksel gazeteciliğin vaat ettiği demokratikleşmeye katkıya ilişkin eleştiriler, medya sahipliği, içerik, dikey/tek yönlü iletişim, kültür, tekelleşme, ideoloji, manipülasyon vb. üzerinden gerçekleşmiştir ve medya tarihinde bu konudaki bir çok olumsuz örneğe rastlamak mümkündür (Jeanney: 2006). Frankfurt Okulu kuramcıları (Adorno, Horkheimer, Lowenthal, Marcuse ve Benjamin) toplum, siyaset ve medya kuramları çalışmalarında özellikle kültür endüstrisinin kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırmak ve insanları, onların kültürel anlatımlarını metaya dönüştürmek için teknolojiyi nasıl kullandıklarını ve akli nasıl araçsallaştırdıklarını göstermişlerdir (Zipes, 2005: 227).

Basının pazar liberalizminin ya da kapitalizminin en önemli araçlarından biri olacağı aslında daha 18. yüzyılda özel mülkiyet (iletişim araçlarının özel mülkiyeti) ve basın özgürlüğü tartışmalarında uç vermiştir. Pazarın içindeki yatırımcılar ve mal sahiplerinin özgür seçimleri ile enformasyon alıp gönderen yurttaşların seçim



özgürlüğü arasındaki gerilim ihmal edilmiştir (Keane, 1993: 56). Yani etken ve kamu yararı gözetilen, yurttaşlık gelenekleri gerektiren özgür bir basın devletçe güvence altına alınması gerekliliğiyle söz konusu olan. Pazar rekabeti ile ilk büyük gazete patronlarının ortaya çıkmasıyla da özgür basın ve iletişim araçlarının özel mülkiyeti arasındaki gerilim iyice su yüzüne çıkmıştır. Bu patronlar, (Charles-Joseph Panckoucke gibi), modern kitaplar, gazeteler ve dergiler çıkararak fikir ve düşünce pazarını tekellerine almaya başlamışlardır (Keane, 1993: 57). Habermas, 1870'lerin sonu olarak belirlediği liberal çağın sona erişiminin ardından ortaya çıkan tekelleri kapitalizmin, basının ticarileşmesine yol açtığını belirtmektedir. Böylece edebi temsil biçimlerinin yerini, mal sahibinin özel çıkarlarının yönlendirdiği uzmanlaşmış gazeteciler; siyasal egemenliğin akıl aracılığıyla teşhir edilmesi arayışının yerini de, ekonomik ve siyasal manipülasyon mekanizmaları almıştır (Habermas'tan aktaran Stewenson, 2009: 89).

Demokratik toplum için gerekli olan ifade özgürlüğünün korunmasında kitle iletişim araçlarının vazgeçilmez bir rolü olduğunu öne süren liberalizme karşı Marksizm bu araçların eşitsiz toplumsal ilişkilerin, ideolojik toplum imgelerinin ve temsillerinin biçimlenmesine katkı sundukları şeklinde bir saptamayla yanıt vermiştir (Stewenson, 2008: 25). Televizyon ve basın üzerinde çalışmalar yapan ve iletişim teorisi geliştiren Robert Williams'a göre, özgür iletişim için belli haklar pazardaki sermayenin egemenliğinden yalıtılmalı ve korunmalı, kitle iletişim araçları, devlet ve sermaye tarafından finanse edilenler gibi ticari ve vesayetçi kurumların denetiminden çıkarılmalı, demokratikleştirilmeli ve merkezleştirilmelidir (Stewenson, 2005: 33). Glasgow Üniversitesi Medya Grubu,

gazetecilik pratikleri ve gazetecilerin kültürleri üzerinden yaptıkları çalışmalarda ulusal haber medyasının statükodan ziyade, parlamenter demokrasinin var olan normları bakımından yanlı olduğunu ve daha çoğul bir medya toplumun sosyal bileşimini daha doğru olarak içermeye çalışması gerektiğini ve gazetecilik pratiğine bağlanmış orta sınıf dünya görüşü, asimetrik iktidar ilişkilerinin yeniden üretimini güvence altına aldığını söylemektedir. Glasgow grubunun bu görüşü denge ve tarafsızlık kavramlarının egemen blokun çıkarlarına karşıt olabileceğinden söz etmediği için eleştirilmektedir (Stewenson, 2005: 63–65). Frankfurt Okulunun kültür endüstrisi üzerindeki çözümlenmeleriyle oluşan kitle iletişim araçlarına karamsar yaklaşımlar “iletişimsel eylem ve simgesel etkileşim” arasında ayrım yapan Habermas’ın çalışmasıyla dengelenmiştir (Zipes, 2005: 230). Habermas, kamusal alan çözümlemesiyle, demokratik karar alma ve bireyleşmeye olanak verecek yeniden politikleştirme olanağı sunmuştur (Zipes, 2005: 231). Ancak Habermas, kitle iletişim araçlarıyla yaratılan dünyanın yalnızca görünüşte kamusal olduğunu söylemektedir (Timisi, 2003: 66).

Demokratikleşme tartışmaları, kitle iletişim araçlarının teknolojik doğasına ilişkin olarak da sürmüştür. McLuhan, Innis gibi kuramcılar, teknolojinin dönüştürücü etkisi üzerinde durmuşlardır. Innis, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimlerin demokrasiyi güçlendireceği şeklindeki yaygın inancı sorgulamıştır. Ona göre gerçekte, modern toplumlarda gazeteler enformasyon tekeli yaratmışlardır. Innis’in ağır/taşınamaz ve hafif/taşınabilir kavramlarından yararlanarak soğuk ve sıcak iletişim araçları ile küresel köy kavramlarının oluşturucusu McLuhan, “araç mesajdır” diyerek, iletişim teknolojilerinin insanın

algılama biçimini etkilediğini ve değiştirdiğini belirtmiştir. McLuhan'a göre kültürün yeniden demokratikleşmesini sağlayacak olan elektronik araçlardır ve McLuhan buradan demokratik ve katılımcı bir küresel köy analizine ulaşır (Timisi, 2003: 41–50). Teknolojik indirgemeciler, teknolojiyi dönüştürücü/özgürleştirici potansiyelleri açısında ele almışlardır. İletişim teknolojilerine eleştirel yaklaşımlar, iletişim teknolojilerini genel bir toplum eleştirisinin bir parçası olarak ele almakta ve hâkim kullanım tarzını eleştirmektedir (Timisi, 2003: 55). Bugün demokratikleştirmede güçlü potansiyel taşıyan araç tartışmalarının merkezinde internet yer almaktadır. İnternetin gerçekten demokratik mübadele için yeni olanaklar mı sunduğu, yoksa katılımcılarını gittikçe gösteri toplumunun içine çekerken sadece daha gerici siyasal güçlere mi yer açtığı hararetli bir tartışma konusudur (Stewenson, 2008: 357).

20.yüzyılda gazetelere eklenen radyo ve televizyonla birlikte geliştirilen kamu yayıncılığı fikri ve modellerinin, tecimsel medya karşısında üst kültür ürünleri sunarak, haberin dengeliliği ve tarafsızlığını ilke edinerek halkı manipüle etmeyeceği, demokratik toplum inşasına katkı sunacağı varsayılmıştır. Ancak Kellner, kamu hizmeti televizyonunun çoğu zaman devlet söylemini meşrulaştırmak ile serbest enformasyon akışı için kurumsal bağlam oluşturmak arasında sıkıştığını ifade etmektedir (Stewenson, 2005: 65). Yine de kamu hizmeti yayıncılığı düşüncesi, yeni iletişim teknolojileriyle de güçlenerek devleşen ticari medyalara karşı, 20.yüzyıldan elimizde kalan önemli kazanımlardan biridir.

İster yerel ister ulusal/yaygın olsun medyadan beklenen rol üst başlıkta demokratikleşme ve katılımdır. Ulusal ya da yaygın medya ister kamusal ister ticari nitelikte örgütlenmiş olsun ulusal kimliğin tanımlanmasını, yurttaşlar arasında ortak bir dil, geçmiş ve gelecek tasavvurun yaratılmasını sağlayan başlıca hegomonik araçlardan olmuştur (Anderson'dan aktaran Alankuş, 2000: 320). Ülkemizde ulusal/yaygın medyada bu rol 1980'li yıllara kadar belirgindir. 1980'li yıllardan sonra yaşanan tekelleşme eğilimleri, telekomünikasyonda yaşanan özelleştirmeler, ulusal medya kuruluşlarının yabancı medya kuruluşlarına satılmaları ve işbirlikleri gibi gelişmeler, ülkemiz medya yapısının yeni uluslararası birikim düzeninin beklentileriyle örtüşen çizgide gittiğine de işaret etmektedir. Beybin Kejanlıoğlu'nun Türkiye'de Medyanın Dönüşümü başlıklı çalışması ülkemizdeki radyo-televizyon yayıncılığı politikaları açısından önemli bir çözümlemeyi ortaya koymuştur. Kejanlıoğlu'nun 1980-1994 yılını kapsayan bu çalışması, Türkiye'de kamunun politika yapımında çok etkin olmadığı, yayıncılık alanında milli güvenlik gerekçesiyle yapılan zorlamalar sonucunda yasal düzenleme getirilebildiği ortaya konmuştur. Kejanlıoğlu'na göre, “... *Hepimize dağıtılan görev de, küresel yapılaşmayı kollayan akıllı birer girişimci ve iyi birer seyirci-tüketici olmak... Faisal Finans ile Türkiye İş Bankasının ya da Midland Bankın; Paris modasını izlemek ile tesettür modasını izlemenin bu anlamda pek bir farkı kalmıyor. Bunların baskı aracı olarak kullanıldığı noktada mücadele alanı demokratikleşme ve yurttaşlık pratiklerinde düğümleniyor* (Kejanlıoğlu, 2004: 441–459).”

## 2. Yerel Medya ve Demokratikleşme

Yerel medya, ana akım medyaların görmezden geldiği, dışladığı yerel haberlerin ulusala/evrensele taşınması ve ifade edilmesinde büyük önem taşımaktadır. Dünya’da 1970’li yıllar, yerel/alternatif medya için görkemli yıllardır. 1980’li yıllarda ekonomik zorluklar nedeniyle kapanan bu medyalar (özgür radyolar, topluluk radyoları, yeraltı basını) yayımlandıkları ülkelerde kamusal ve ticari medyalar üzerinde izler bırakmışlardır (Alankuş, 2000: 320–321). 1990’lı yıllar ise küreselleşme nedeniyle çok kültürlülük tartışmalarının yaşandığı ve medya alanının bu anlamda düzenlendiği yıllar olmuştur ve küreselleşme yerelliklere olan vurguyu arttırmıştır. Alankuş, bu gelişmelerin yerel medyanın lehine gibi görünmesine rağmen aslında uluslararası medya tekellerinin çıkarına olduğunu belirtmektedir. Burada söz konusu olan küreselin/evrenselin, yerelleşmesidir (2000: 322). Ülkemizde, CNN, Doğan Medya Grubu üzerinden, CNNTÜRK olarak yayın yapmaktadır. Doğuş Yayın Grubu üzerinden yayın yapan CNBC-E, haber portalı olarak NTVMSNBC, ülkemiz açısından küreyerelleşen medya örnekleridir. Yakın zamanda da NBC’nin bir kanalı olan Universal, Türkçe alt yazılı yayınlarıyla bu örneklere eklenmiştir. Küre-yerelleşen medya karşısında yerel medya tekelleşmeye karşı, katılım ve çoğulcu politik stratejilerin üretilmesine ilişkin olarak büyük önem taşımaktadır.

Yerel gazeteciliğin ve yerel medyanın beklentilere yanıt vermesinin ön koşulu ekonomik, teknolojik ve nitelikli eleman açısından gerekli donanıma sahip olmasıdır. Ülkemizde yerel gazetecilik üzerinde yapılan araştırmalar ve çalışmalar (Konrad

Adenauer Vakfı ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Eğitim Seminerleri, 1998–2000; Girgin, 1998, 2001; Kaynarca, 1994; Ulus, 1993) yerel medyanın ekonomik, teknolojik ve eleman açısından sorunlarını saptamışlardır. Bu çalışmalarda öne çıkan saptamalar; yetersiz teknoloji, yetersiz tiraj, reklam gelirlerinde düşüş, resmi ilanlara bağımlılık, matbaacılık işinin baskın olması ve finansmanın bu işlerden sağlanması, eğitilmiş muhabir istihdamı yetersizliği, içeriğin yetersizliği, gerçekten gazetecilik yapmak isteyenlerin sayısının azlığı, yerel medya sahipleri ya da temsilcileri arasında ve ulusal medya arasındaki işbirliğinin olmayışı, yerel medya sahiplerinin çoğunun asıl işinin matbaacılık olması ve aile şirketi biçiminde yönetilmeleridir. Girgin, yerel gazeteciliğin başarısı için; yerel medyanın tekelleşmeye yenik düşmemesi ve çok sesliliği sürdürmesi, yerel gazetecilik yapması ve ulusal medya ile rekabete girmemesi, nitelikli gazeteci çalıştırması, haber türü ve içeriklerini değiştirmesi, ticari bir işletme olduğunun unutulmaması gerektiğini öne sürmektedir (2001: 164–169 ).

Bu saptamalar, ülkemizde yerel gazeteciliğin kendisinden beklenen niteliğe ulaşmadığını göstermektedir. Bunun en önemli nedenleri ülkemizde yerel medyanın ekonomik, siyasal ve yasal çok çeşitli güçlüklerle ve baskılarla karşı karşıya kalmalarıdır (Alankuş, 2005: 20). Alankuş, bu durumu şöyle aktarmaktadır: *“Ekonomik olarak sadece reklâm gelirlerine dayanmak zorundalar. Bu, bir çoğu küçük ölçekli aile şirketi niteliğinde olan yerel gazete/radyoları reklâm pastasının zaten büyük olmamasından mevcut reklâmların da medya kuruluşlarının çeşitli yerel ekonomik/siyasal güç ve iktidar merkezlerine yakınlığına göre dağılıyor olmasından ötürü, ekonomik olarak ya bağımlı ya da güçsüz kılıyor. Yasal düzenlemelerin yerel*

*radio ve gazeteleri bu anlamda rahatlatacak batılı örneklerinde olduğu gibi hiç bir kamusal destek veya fon öngörmemiş olması, sivil toplum örgütlerinin, vakıfların, okur/dinleyicilerinden gelebilecek her türlü ekonomik desteği engelliyor olması, onları ekonomik sorunlarıyla başa çıkabilmek konusunda yalnız bırakıyor (Alankuş, 2005: 20). Ve ülkemizde yerel medya, tekelleşmeye ve rekabete bağlı olarak kendisi için tek var oluş biçiminin yaygın medyayı taklit etmek olduğunu düşünüyor (Alankuş, 2000: 326).*

Ulusal gazeteciliği besleyen kılcal damarlar olarak da görölen yerel gazeteciliğin yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu olanakların katkısıyla güçlenebileceği öne sürölmektedir.

## **C) Yöndeşme Süreci ve Gazetecilikte Değişim Vaatleri**

### **1. Küresel ve Ulusal Düzeyde İnternet Gazeteciliği**

Yeni iletişim teknolojileri yukarıda sıralanan yapısal özelliklerinin dışında izleyici/kullanıcı konumu açısından da farklı özelliklere sahiptir. Bunlar:

- 1) Eski teknolojilerde çoğunluğun istek ve beğenileri azınlık tarafından belirlenmektedir. Yeni teknolojiler ise çoğunluğun istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir.
- 2) Eski iletişim teknolojileri üretici merkezlidir ve aynı iletişim içeriğini bütün izleyiciler için sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ise

kullanıcı merkezlidir ve bilgisayarın hafızasındaki enformasyona erişim biçimi çoklu kılınmıştır. (Breitro'dan aktaran Timisi, 2003: 82)

Yeni iletişim teknolojilerini yeni medya olarak da adlandıran Geray (2003: 18), yeni medyayı, *“kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe ve uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler”* olarak tanımlamaktadır (2003:20). Geray, bu tanımlamayı yaparken günümüzde pek çok uygulamanın geleneksel medya ile yeni medyanın bir arada kullanılmasıyla melez şekilde bulunduğu da dikkat çekmektedir (2003: 20).

Yeni medya, sahip olduğu yapısal özelliklerle hız, saklama kapasitesi ve yeni hizmet alanlarının ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Bu durum yeni medyanın geleneksel medyayı değiştirme kapasitesini de ortaya koymaktadır. Örneğin internet üzerinden yayın yapan gazete ve dergilerde hiper metinler, farklı galeriler, anketler, yorumlar, son dakika haberleri gibi birçok başlık altında farklı haber veya bilgiye ulaşmak mümkün olmaktadır. Bu değişimler; enformasyon miktarındaki artış, iletişimde hızlanma, alıcı kontrolü-enformasyonun demokratikleşmesi, dar yayıncılık, medyanın ademi merkezileşmesi ve etkileşim kapasitesinin artışıdır (Abrason, Arterton vd.'den aktaran Timisi: 83–84).

İnternet, gazeteciliğe hem fırsatlar doğurmuş hem de sorunlar yaratmıştır. Fırsat bilgiye hızla ulaşmak, sorun ise bilginin yoğunluğu ve kontrol edilebilirliğindeki güçlüktür (Arona Arao, 2006: 1).



İnternet gazeteciliğinin ilk örneği teleteksttir. Teleteksi, startekst, videotekst, ilan panosu sistemleri (Bulletin Board Systems-BBS) izlemiş, World Wide Web nihai nokta olmuştur. 1970'lerde başlayan teleteksti, etkileşimli bir sistem olmayıp, tek yönlüdür. Televizyonda metin ve grafiklerin iletilmesini sağlamıştır, ancak teletekste ulaşabilmek için ayrıca bir dekodere veya çipe ihtiyaç duyulmaktadır. 1971 yılında British Broadcasting Corporation (BBC) "Teledata" adıyla teletekstin patentini almıştır. Aynı yıl ve sonraki dönemde teletekst Reston Va.'da test edilmiştir. Videotekst, etkileşimi de içeren bir sistemdir. Ancak bu sistem, videotekste erişim için gerekli olan donanımların pahalı olması (kiralamak için ayda 30 dolar, satın almak için ayda 900 dolar), bir tv ve video hattı gerektirmesi ve 70'li-80'li yıllarda evlerin çoğunda sadece bir telefon hattı ve televizyon bulunması, aylık ücretlerin dışında kullanım için ekstra ödemelerin gerekmesi, zayıf iletişim kapasitesi gibi nedenlerle internet kadar yaygın olamamıştır. Bulletin Board Systems, 1978'de keşfedilmiş bir sistemdir. Kişisel bilgisayarlarla tam etkileşimli online sistemleri içerir. Bilgisayar bir modeme bağlanır ve diğer bilgisayarlardan gelen aramalara yanıt verir (haber, mail, tartışma panoları gibi). Startekst ise 1982'de kullanılan ilk gazete videotekst sistemidir. 1985 yılında IBM Sears ve CBS sonradan "Prodigy" diye isimlendirilen "trintex"i ortak olarak yarattıklarını duyurmuşlardır. Startekst ve trintekst kişisel bilgisayarla iletişim için kullanılıyor. Star-Telegram haberleri ve enformasyonu gönderiyor ve Startekst kullanıcılarını online servis içerik sağlamak için cesaretleniyor. Kullanıcı katılımlı olarak film özetleri, kısa hikâyeler, köşeler sağlıyor. Aktif olarak online sistemi kullanan toplum inşa ediyorlar. Son aşama ise World Wide Web'tir. 1990 yılında CERN'de Tim Berners Lee ve arkadaşları parçacık fiziği için linkleri kullanarak, kullanıcıya ulaşmayı sağlayan bir bilgisayar

dili geliştirdiler. Bu dil Hypertekst Markup Language (HTML)'dir. Web insanların her konuda ulaşabildikleri bir alan olmuştur. Web'i diğerlerinden farklı yapan unsurlar, kapasite (sınırsız yer, sadece kullanıcıların kararıyla ve yüksek kapasiteli server sağlayıcılarla sınırlı), esneklik (kelimeler, resimler, ses, görüntü ve grafiklerin taşınabilirliği), dolaysızlık (bilginin sürekliliğinin sağlanması), etkileşim (anında geri bildirim kanalları, e-mail ve forumlar)'tır (Washburn, 2008). İnternet gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten farklılaştıran üç temel unsur, hypertextuality (üst metinlilik özelliği), multimediality (çokluortam) ve interactiviyt (etkileşimlilik)'tir.

Çokluortam gazeteciliği (multimedya journalism), internet gazeteciliği (cyber journalism, e-journalism, internet journalism), kavramları yöndeşme/yakınsama sürecinin ürünüdür. Çokluortam gazeteciliği iki türlü tanımlanabilir: İlki, *“İki veya daha fazla medya formatını kullanan web sitelerinde haber paketlerinin sunumudur. Bunlar: etkileşimli ve hipermetinler içeren haberler, müzik, görüntüler, grafik animasyonlar”*; ikincisi, *“farklı medyalar kullanarak haber paketlerinin sunulması. Bunlar: bir web sitesi, e-mail, sms, mms, radyo, televizyon, teletext, gazete ve dergidir.”* İki tanım da tipik ve idealdir (Deuze, 2004: 140).

Gazetecilik, WWW'nin sunduğu olanaklarla hedef kitlesine ulaşmada yeni bir kanal bulmuştur. Ancak, internet sahip olduğu niteliklerle gazeteciliği dönüştürmeye başlamıştır. 1991'de CERN tarafından WWW'nin geliştirilmesiyle, 2001 yılına kadar olan 10 yıllık süreçte 14.000 online haber amaçlı veri tabanı kurulduğu tespit edilmiştir (Carlson, 20001; Medialinks, 2001). Pryor, bu dönemi internet

gazeteciliğindeki ikinci dalga olarak adlandırmaktadır. İlk dalga 1982–1992 yılları arasındaki elektronik yayıncılık deneyimleridir (Deuze, 2003: 204).

Geleneksel medyanın özellikle yöndeşmeyle birlikte dönüşme süreci; gazetecilik, habercilik gibi alanlarda değişimleri beraberinde getirirken medya endüstrisinde de yapısal değişimlere neden olmaktadır. Bu durum Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından 2007’de hazırlanan “İletişim Alanında ve Eğitiminde Durum Saptaması” başlıklı raporda detaylı olarak ele alınmıştır (İLEF, 2007). Rapor’a göre, geleneksel medya şirketleri yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni olanaklarla birlikte geniş bir iletişim sektörünün içine gömülmüş, şirket birleşmeleri ve satın almalar önemli ölçüde yoğunlaşmıştır (İLEF, 2007: s.5). Telekomünikasyon, medya (gazete, dergi, kitap, TV, film, kaset) ve internet alanlarının birbirlerine yöndeştiği iletişim sektöründe son 20 yıl içinde şirket sayılarında gözlenen düşüş, yoğunlaşmanın göstergeleri olarak ele alınmaktadır (İLEF, 2007:s.5). Raporda yöndeşmenin medya sektörüne diğer etkileri, artan rekabet nedeniyle iletişimin bu sektörde çalışanlar üzerinde yeni baskı ve/veya basınçlara yol açması, kamu hizmeti yayıncılığının zayıflatılmaya çalışılması, geleneksel medyaya dönük reklam yatırımlarına göre yeni medyanın daha hızlı gelişmesi, ultra/çapraz mülkiyet ilişkilerinin yoğunlaşması, farklı bir organizasyon, işbölümü ve istihdam yapısının ortaya çıkması şeklinde ele alınmıştır (İLEF, 2007:s.5-7). Bütün bu başlıkların yanı sıra yöndeşmenin sektöre etkilerinden biri de endüstri adlarında yaşanan karmaşadır. İş tanımlarında ve işlerin sınıflandırılmasında karmaşa sürmektedir. Raporda, yöndeşmenin medya endüstrisine getirdiği bu farklılaşmaların yanı sıra yeni medyanın yaratacağı yeni istihdam olanaklarının

özellikle bizim gibi gelişmekte olana ülkeler açısından bir fırsat yaratabileceğine de dikkat çekilmektedir (İLEF, 2007:s.8).

Rapor, yöndeşmenin ikili boyutu olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki sektörel yöndeşme olarak tanımlanmıştır (gazetecilik, radyo, televizyon gibi geleneksel iletişim sektörleriyle internet, cep telefonu uygulamaları içinde bulunan oyuncuların birbirlerine girmesi). İkincisi ise geleneksel medyalarla, telekomünikasyon/internet teknolojilerinin yöndeşerek ortak platformu kullanmalarınıdır (İLEF, 2007:s.8).

### **3. İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya**

Kısaca, “*gazeteciliğin çeşitli yöntemlerinin kullanılarak insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi*” olarak tanımlanan (Karaduman, 2005: 143) internet gazeteciliği, yerel medyayı da dönüştürücü potansiyeller sunmaktadır (Bekiroğlu ve Gürcan, 2007: 24).

İnternet gazeteciliğinin gelişmesi yerel medya açısından beklentileri de beraberinde getirmiştir. Yerel medya çok sesli, demokratik bir toplumun varlığı ve sürdürülebilirliği açısından vazgeçilmez bir mekanizmadır. Medya endüstrisi açısından da tekelleşmeyi önlemede önemli bir işleve sahiptir.

Yerel medyadan beklenen diğer işlevler:

- Ana akım medyadan farklı olması,
- Alternatif habercilik yapabilmesi,
- Yereli ve sorunlarını kendi coğrafyalarının ötesine taşıyabilmesi,

- Böylece de ana akım medyaları ve merkezi etkileyerek, yerelin katılımını güçlendirmesidir.

Ancak, medya, bir toplumda yasama, yürütme ve yargıyı toplum adına gözetmesi, denetmesi gereken, dördüncü güç olması beklenen bir durumdan, bugün iktidarların, mülk sahiplerinin egemenliği altına girmiş bir durumdadır (Duran, 2005: 147). Bu nedenle medya, sorumlu olduğu halktan kopmuş, ticari kaygıları ön plana almaya başlamıştır. Özellikle tekelleşmenin en yoğun olduğu Amerika Birleşik Devletleri medyasının mevcut durumuna tepki olarak gelişen yurttaş gazeteciliğinin yerel medya tarafından gerçekleştirilebileceği ve böylece gazeteciliğin temel felsefesine yeniden ulaşılabilmesi de öne sürülmektedir (Cangöz, 2005; Duran, 2005; Yurdalan, 2005). İnternetin sunduğu olanaklarla ve web günlükçüleriyle (web bloggers) sanal ortamda gittikçe yaygınlaşan yurttaş gazeteciliği, etkin biçimde eşik bekçiliğinin olmayışı ve güvenilir bulunmayışları nedeniyle fazlasıyla eleştirilmekte (Tokgöz, 2008: 67); ancak, yerel medyanın kendisine duyulan güveni yitirmiş yaygın/ana akım medyalar karşısında, okuyucular/dinleyiciler açısından tercih haline getirmesini sağlayacak önemli bir yöntem olabileceğine dikkat çekilmektedir (Duran, 2005). Yerel medya, internet gazeteciliğiyle yurttaş gazeteciliğini uygulanabilir kılma fırsatına sahiptir. İnternet kâğıt ve matbaa zorunluluğunu ortadan kaldıran yanı sıra, isteyen her kesime gazete yayınlama, haber sitesi açma fırsatı vermektedir. Bu fırsat ana akım medyalar hatta yerelin ana akım medyalarından dışlanmış kesimlere veya enformasyona alan açma açısından da bir fırsat sunmaktadır. Bu fırsat, medya sektörüne farklı kesimlerin girmesiyle de tekelleşmenin önüne geçilmesine olanak yaratabilecektir.

## **D) Yöndeşme Sürecinin Vaatlerine Getirilen Eleştiriler**

21. yüzyılda gazeteciliğin bir değişim süreci içine girdiği ve (Deuze, 2004, 2005; Rapor 2007; Tokgöz, 2008; Trench and Quinn, 2003) ve bu değişimin kavramsal, kurumsal, endüstriyel, organizasyonel, teknolojik ve kültürel olarak gerçekleştiği ifade edilmektedir. Bu değişimin en önemli aktörü ‘yöndeşme ve küreselleşme’dir. Diğer taraftan 1990’daki Körfez Krizi, 11 Eylül 2001 saldırısı, Irak Savaşı da gazeteciliğin temel niteliklerindeki değişimleri görünür kılmıştır (Tokgöz, 2008: 59).

Deuze (2005), gazeteciliğin ve gerçek gazetecinin ne olduğu konusundaki teorik tartışmaların hala sürmekte olduğunu ve gazetecilikte evrensel mesleki standartların varlığını iddia eden profesyonel normlar ve değerler konusunda da anlaşmazlıklar bulunduğunu belirtmektedir. Deuze’ye (2005: 445) göre, Schlesinger (1978) “Gazetecinin Mesleki ideolojisi”, Golding ve Eliot (1979) “Gazeteciliğin Mesleki İdeolojisi”, Soloski (1990)’da “Profesyonelliğin İdeolojisi”, Zelizer (2004) “Gazetecilerin Uzmanlık İdeolojisi” adlı çalışmalarında gazetecilik ve gazeteciliğin ideolojileri/değerleri üzerine yazmalarına rağmen, bu ideolojilerin ne içerdiği konusunda hiç bir açıklama yapmamışlardır. Deuze (2005), gazeteciliğin geleneksel mesleki değerlerini “kamuya hizmet (public services), tarafsızlık (objectivity), bağımsızlık (autonomy), doğrudanlık/ dolaysızlık (immediacy) ve etik olarak” sınıflayarak, bu değerlerin çokkültürlülük (multiculturalism) ve çokortamlı

(multimedya) medyada nasıl dönüştüğünü tartışmakta ve çokortamlı gazeteciliğin, bu değerleri muğlâklaştırdığını ifade etmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ile geleneksel medyanın yöndeşmesinin medya endüstrisi açısından yarattığı değişimlerin yanı sıra bu teknolojilerin hayatımızı ve dünyayı nasıl etkilediği sorusu da tartışılmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin bize sunduğu imkânlar kadar, bu imkânların kimler tarafından ne için ve nasıl kullanıldığı da önemli bir sorudur (Alankuş, 2005: 39).

Yeni iletişim teknolojilerine olumlu yaklaşımlar, enformasyonun yoğunlaşması ve erişebilirliğinin artması bağlamında kavramsallaştırılan “enformasyon toplumu”nun daha demokratik ve eşitlikçi olabileceği inancında temellenmektedir. McLuhan, Masuda, İnnis gibi kuramcılar, iletişim teknolojilerinin özgürleştirici ve olumlu yanına vurgu yapmaktadırlar (Alankuş, 2005; Geray, 2005; Stevenson, 2008); Timisi, 2003). Diğer taraftan iletişim teknolojilerine eleştirel yaklaşımlar, bu teknolojilerin eşitsizlikleri derinleştirebilme ve gözetim kapasitesine dikkat çekmektedirler. Stewenson, elektronik iletişim biçimlerinin McLuhan’ın belirttiği birleştirici ve demokratikleştirici etkisine karşılık gelen kültürel parçalanma ve gözetimin de dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir (2008:240). Yöndeşmeyle birlikte oluşan yeni medyaların uluslararası politikalarını ekonomi-politik bir yaklaşımla çözümleyen Geray da, “masaüstü sömürgecilik” kavramına dikkat çekmektedir (2003: 94). Medya endüstrisindeki şirketlerin çapraz mülkiyetle (bir araç üzerindeki kontrollerini birleşmeler ve satın almalarla güçlendiren büyük şirketlerin farklı sektörlere el atarak kontrol alanlarını genişletmeleri) güçlenerek

kuralsızlaştırma (deregulation) talepleri de bu süreç açısından gözden kaçırılmaması gereken bir noktadır.

Medyanın sosyal sorumlulukları “kamuya hizmet” doktrininde belirlenmiştir. Kamuya hizmet gazeteciliğin en güçlü bileşenlerinden biridir. Avrupa Gazetecilik Eğitimi Birliği'nin 10 Haziran 2006'da yayınladığı deklarasyonda (Tartu Deklarasyonu-Tartu-Estonya) gazetecilerin; ifade özgürlüğü için sorumlu hissederek, bireylerin bütünlüğüne saygı göstererek, kaynaklara karşı eleştirel ve edinilmiş çıkarlardan bağımsız olarak ve alışılmış etik standartları kullanarak kamuya aşağıdaki ilkelerle hizmet ettiklerini vurgulamaktadır (İLEF, 2007:s.19).

- Siyasi, ekonomik ve sosyo-kültürel durum üzerine bir anlayış sağlamak,
- Her düzeyde demokrasiyi harekete geçirmek ve güçlendirmek,
- Kişisel ve kurumsal hesap verme sorumluluğunu harekete geçirmek ve güçlendirmek,
- Toplumsal ve kişisel çerçevede yurttaşların seçim yapma olasılıklarını güçlendirmek.

Ancak, multimedya ve çokkültürlü ortamda kamuya hizmet, kitle iletişim yayıncılığı ve yazılı basındaki kadar güvenilir değildir, hatta reddedilir. Diğer taraftan multimedya gazeteciliği haber yazma tekniklerinde de karmaşıklık getirmektedir (hiper metinler). Dijital ortam sürekli olarak gazetecilere haberleri güncellemeye izin vermekte ve hatta bu sürece son kullanıcı/okuyucu da dâhil etmektedir. İzleyicinin/okurun ilgisi ve dikkati dakikalardan saniyelere kaymaya



başlamıştır. İzleyici ve muhabir ilişkisi, eşik bekçiliği kavramını da muğlâklaştırmaktadır (Deuze, 2005: 442–458).

Yöndeşmenin/yakınsamanın gazetecilik mesleğinde çokortamli gazetecilik ve internet gazeteciliği bağlamında meydana getirdiği diğer değişimler: İzleyici/izlerkitle olarak tanımlanan bireylerin, içerik üretme sürecine katılmasıyla bireysel içerik üretiminin geniş kitlelere yayılmaya başlaması ve bunun sonucunda “yurttaş gazeteciliği” yerine “konuşma gazeteciliği”nin önerilmesi; tümleşik haber merkezi uygulaması (gazete, ses, hareketli görüntü, radyo-tv gibi farklı uygulamaları fiziksel olarak aynı ortama taşıma); etkileşimli ortamların oluşmasıyla “herkes için tek tür haber” anlayışının “herkesin isteğine/ gereksinimine göre haber” anlayışına evrilmesi, eskiden gazeteciye özgü olan haber toplama işinin değişerek, gönüllü/paralı katkıda bulunan muhabirlerin sayısının artması; belli sanal topluluklar arasında sınırlı kalan içeriklerin, gazetelerin devreye girmesiyle büyük haberlere dönüşebilmesi’dir (İLEF, 2007:s.9). Bu dönüşümler, gazeteci kimliği ve becerilerinde de yeni niteliklerin aranmasına neden olmaktadır. Bu nitelikler yeni medya becerileri olarak tanımlanmaktadır (İLEF, 2007:s.25). 21.yüzyılda gazetecilikte beklenen olası değişimler teknolojiyle bağlantılı olarak ifade edilmektedir. Ortak kanı, internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliği dönüştürerek dünya üzerinde hızla yaygınlaşacağıdır (Alves, 2001; Başaran ve Geray, 2007; Tokgöz, 2008).

## II. BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE İNTERNET GAZETECİLİĞİNİN GELİŞİMİ

İnternet gazetelerinin dünyadaki ilk örnekleri Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. İlk olarak, 1993 yılında Wired Magazin on-line olmuş (Yolcu, 2007: 4443), 1995 yılında Washington Post, The New York Times, Daily Mirror gibi sekiz büyük gazete baskıya hazır hale gelen sayfalarını on-line olarak anında aktarmak amacıyla yeni Yüzyıl Yayım ağı adıyla bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır (Gürcan, 1999: 32). Bu sürecin ardından Avrupa'da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi birçok büyük gazete internet üzerinden yayına geçmişlerdir (Karaoğlu, 2005:1).

Türk medyasında 1980'lerden sonra yoğunlaşma eğilimi başlamış, 1990'larda var olan grupların kendi pozisyonlarını güçlendirme çalışmaları ve yeni grupların alana girme çabaları gözlenmiştir (Aydoğan, 2003:269). Türkiye, medya ortamındaki köklü değişimin ivme kazandığı bir dönemde internetle tanışmıştır. Bu dönem, medya dışı holdinglerin medya sektörüne yatırım yaptıkları, geleneksel medya sahipliğinde değişimin yaşandığı, medya kuruluşlarının önemli bir bölümünün birkaç medya grubunun kontrolü altında olduğu bir dönemdir ve yine bu dönemde haber kalitesi, çok seslilik, basın özgürlüğü, medya çalışanlarının hak ve özgürlükleri gibi bir dizi alanda da sorun yaşanmaktadır. Geleneksel medyaya hâkim olan büyük medya grupları, internet gazeteciliği alanına yatırım yapmakta zaman kaybetmemişler; basılı ve elektronik ortam için hazırladıkları içerikleri internete de

taşıyarak kısa bir sürede bu alanda etkin olmuşlardır. Büyük medya gruplarının internet yayıncılığına yatırım yapma nedenlerinin arkasında internetin geleneksel kitle iletişim araçlarının yerini alabileceği ve reklâm paylarını daraltabileceği endişesi ile ticari ürün yelpazelerini genişletme istekleridir (Çevikel, 2004: 147–165). İnternet alanına yatırım yapan ilk medya grubu ‘Superonline’la Çukurova grubudur. 1995 yılında bu yatırımı yapan Çukurova grubunun ardından diğer yayın grupları İhlas, Uzan, Doğuş, Doğan ve Medya Holding gibi gruplar bu alana yatırım yapmışlardır (Aydoğan, 2005: 269). Bu grupların internet alanındaki yatırımları yöndeşme yatırımlarıdır ve daha çok servis sağlayıcılığı şeklindedir. İhlas grubu İhlas Net (1996), Uzan Grubu, Rumeli-Net (1998), Doğuş Grubu İxir (1999), Medya Holdin Turkport (1999), Doğan Grubu E-Kolay (2000)’la internette servis sağlayan şirketler oluşturmuşlardır. Cumhuriyet Gazetesi, Anadolu Ajansı gibi diğer yayın kuruluşlarının internet yatırımları ise içerik düzeyinde olmuştur (Aydoğan, 2003: 269–279).

Medya grupları internetin ilk yıllarında büyük ölçekli yatırımlarından bekledikleri performansı alamamışlardır (Çevikel, 1067; Aydoğan:2003). 2000 ve 2001 krizlerinde İxir ve Turkport iflas etmiş, diğer internet şirketleri harcamalarını ve bütçelerini kısmak durumunda kalmışlardır. Aydoğan bu durumu, grupların yöndeşmeyi merkez alarak strateji geliştirmiş olmalarına ve Türkiye’ye özgü bir takım dinamikleri göz ardı etmelerine bağlamaktadır. Ancak, gruplar yatırımlarına savunmacı yaklaşımla, pazarda köşe tutma isteğiyle devam etmektedirler (Aydoğan, 2003: 279).

## A) İnternet Gazeteciliğinde Ülkemizde İlk Örnekler

Ülkemizde de 1995 yılından itibaren gazeteler içeriklerini on-line olarak yayınlamaya başlamışlardır. Ülkemizde içeriğini internete aktaran ilk kuruluş olan Aktüel dergisidir ve 19 Temmuz 1995 tarihinde internet üzerinden yayın yapmıştır. Ardından aynı yıl Ekim ayında Lemana Dergisi internete açılmıştır (Çakır, 2007: 138). Yayını internet ortamına aktaran ilk gazete Zaman Gazetesidir. Zaman Gazetesi 2 Aralık 1995 tarihinde haber ve köşe yazıları başlıklarını internet üzerinden vermeye başlamıştır. Milliyet Gazetesi 27 Kasım 1996'da gazetenin tamamını internete aktaran ilk gazete olmuştur. Hürriyet ve Sabah Gazeteleri ise 1 Ocak 1997 tarihinden itibaren internet ortamına geçmişlerdir (Çakır, 2007:138). İlk internet gazetesi ise XN'dir (Karaduman 2005: 145–146). 1996 yılında yayına başlayan 'XN' (www.xn.com.tr) sitesi, içeriğini değişik gazetelerden kaynak belirterek oluşturmuştur. Başlangıçta büyük ilgi toplayan XN, 1997'de büyük gazetelerin hemen tümünün birer Web adresine sahip olmasıyla birlikte tek olma özelliğini kaybetmiş ve çok geçmeden yayını bitirmek zorunda kalmıştır (Karaoğlu, 2005: 1). Kendi haberlerini üreten ilk haber sitesi ise 1998 yılında yayına başlayan Net Gazete'dir (Çevikel,2004:s.147-165). Ülkemizde internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte, 'internethaber', 'gazeteoku', 'nethaber', 'haberaliz', 'bianet' ve 'habertürk' gibi bağımsız haber siteleri, yerelnet gibi yerel gazetelere link veren yerel haber portalları ile Bodrum Haber Merkezi gibi yerel haber ajansı siteleri ortaya çıkmaya başlamıştır.

## **B) İnternet Gazeteciliğinin Ülkemizde Yaygınlaşma Süreci**

Türkiye’de internet gazeteciliğinin önemli bir bölümü geleneksel medya kuruluşlarının internet siteleri aracılığıyla yürütülmektedir. Diğer taraftan azımsanmayacak ölçüde bağımsız haber sitesi de internet üzerinden habercilik yapmaktadırlar. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünün verilerine göre (tuik.gov.tr, rtuk.org.tr), 2008 yılında ülkemizde 117 yaygın, 58 bölgesel, 2.304 yerel olmak üzere toplam 2.479 gazete; 3186 dergi; 23 ulusal, 16 bölgesel, 212 yerel olmak üzere toplam 251 televizyon kanalı bulunmaktadır. Bu yayınlar dışında 73 kablo ve 117 uydu yayını bulunmaktadır. Türkiye’deki radyo sayısı ise 35 ulusal, 99 bölgesel ve 944 yerel olmak üzere toplam 1078’dir ve uydu üzerinden 49 radyo yayın yapmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu Yazılı Medya İstatistiklerine göre 2008 yılında ülkemizde gazete ve dergilerin sayısı 2006 yılına göre % 22.2 artmıştır.

Ülkemizde internet gazeteciliğinin yaygınlaşmasının bize özgü bir nedeni bulunmaktadır. Büyük medya gruplarının internet yatırımlarını sekteye uğratan 2000–2001 ekonomik krizi, internet üzerindeki haber sitelerinin artışının nedeni olmuştur. Medya sektörünü etkileyen bu krizlerde işinden olan birçok gazeteci, haber sitelerini, seslerini duyurabilecekleri ve mesleklerini yürütebilecekleri; sitelerine az da olsa reklâm alarak hayatlarını sürdürebilecekleri yeni bir alan olarak görmüşlerdir (Çakır, 2007; Çevikel, 2004; Aydoğan, 2003).

Ülkemizde internet gazeteciliğinin yaygınlaşma sürecinin bir diğer nedeni 1996 yılında Türkiye’deki ulusal internet alt yapı ağı olan TURNET omurgasının faaliyete

geçmesidir. TURNET'in faaliyete geçmesi ile birlikte internet alanına yatırım yapan ticari oyuncu sayısı da hızla artmaya başlamıştır (Aydoğan, 2005: 269). Çakır'a göre Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişimi 1995–2000 ve 2000'den sonrası olarak iki dönem olarak ele alınabilir. İlk dönem, internetin yeni geliştiği dönemdir ve gazeteciler arasında yeni tanınmaktadır. Bu nedenle ilk dönemde haber siteleri olarak tanımlanan siteler gazetelerin sanal ortamdaki kopyalarıdır. Gerçek anlamda internet gazeteciliğinden/haberciliğinden bahsedilecek dönem ise ikinci dönemdir. Gazetecilerin, ikinci dönemde ise yatırım gerektirmeyen haber siteleri özellikle işsiz kalan gazetecilerin yönelimiyle hızla artmıştır ve yalnızca internet üzerinden yayın yapan haber portalları devreye girmiştir (Çakır, 2007: 139).

Ülkemizde bugün ulusal düzeyde yayın yapan tüm yayın kuruluşları içeriklerini internet üzerinden okuyucuya/izleyiciye/dinleyiciye ulaştırmaktadırlar (Kara,2009: s.33). Bunların dışında Bianet dışında olmak üzere gelir elde etmek amacıyla kurulmuş yereller hariç yüzü aşkın haber sitesi bulunmaktadır. Haber sitelerinin yanı sıra turizm, sağlık, medya, spor gibi konularda da bilgi ve haber içeren birçok site yayındadır (<http://www.gazeteoku.com>).

Bianet, Avrupa Birliği Fonundan desteklenmiş bir site olmakla birlikte, ortaya çıkışı Alankuş tarafından şöyle aktarılmaktadır: “ *Türkiye'deki yaygın/ülkesel medya ortamının tek sesliliğinden rahatsız olan IPS İletişim Vakfı, TMMOB ( Türk Mühendis ve Mimarlar Odaları Birliği), TTB (Türk Tabipler Birliği) gibi sivil toplum kuruluşlarının alternatif bir medya ağına duyduğu gereksinimle; yerellerin sesi olmak üzere yola çıkan, ancak ekonomik, siyasal, yasal zorluklar nedeniyle bunu*

*yapabilmekten alıkonulan medya kuruluşlarının ayakta durabilme mücadelelerinin bulunduğu yerde doğdu.”(Alankuş, 2005: 15).*

İnternet gazeteciliğinin vaatleri arasında özellikle dışlanmış enformasyona yer vererek çok sesli olabilme; haber üretim ve dağıtım süreçlerinde daha demokratik, katılımcı ve özgür olma; hâkim medyadan bağımsız, kendi ayakları üzerinde durabilecek ve onlarla rekabet edebilecek güçte haber sitelerinin mevcudiyeti bulunmaktadır. Ancak, Çevikel’in ülkemizdeki haber siteleri üzerinde gerçekleştirdiği çalışma Türkiye’deki internet gazeteciliği uygulamalarının mevcut halleriyle nitelikli, alternatif, çok sesli bir gazetecilik ortamı yaratamadığını ortaya koymuştur (Çevikel, 2004: s.147). Çevikel bu durumu, internet kullanıcı sayısının ve bilgisayar okur-yazarlığının yetersizliği, internet alt yapısındaki eksiklikler, servis sağlayıcı pazarın dört şirketin elinde bulunması, internete erişim maliyetinin yüksekliği, yasal sınırlılıklar, internetin global ve yerel krizlerden daha çabuk ve derin etkilenmesi gibi internetin Türkiye’deki gelişme dinamiklerinin yanı sıra haber sitelerinin daha çok ekonomik kaynaklı olarak yaşadıkları sorunlarla açıklamaktadır. Bu sorunlar, haber sitelerinin geleneksel medyalarla haber kaynakları açısından bağımlılık içinde olması, internet gazetecilerinin gelirlerini yeterli bulmaması ve diğer meslektaşlarının sahip olduklara haklara sahip olmaması, büyük medya kuruluşlarının internet yatırımlarını daha kolay güçlendirebilme yetenekleriyle haber sitelerini baskı altında tutabilmeleri, haber sitelerinin güçlü kurumsal yapıya sahip olmamalarıdır (Çevikel, 2004: s.147-165).

2008 verilerine göre ülkemizde 26 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Geniş bant internet 5.8 milyona ulaşmıştır, buna rağmen ülkemiz 30 OECD ülkesi arasında kullanıcı ve fiyat açısından 28. sıradadır (Kara, 2009: s.10). Akgül'ün araştırmasına göre de ülkemizde nüfusun yüzde 64'ü hiç internet kullanmamıştır. Yüzde 20'sinin internet hakkında hiç bir fikri yoktur. Kadınların yüzde 76'sı internet kullanmamaktadır ve evlerin yüzde 74'ünde internet bağlantısı bulunmamaktadır. (Kara, 2009: s.12). Ticari olarak kurulan haber sitelerinin henüz büyük medya grupları kadar gelir elde etme olasılığı bulunmamaktadır. Ülkemizde internet reklâmcılığının payı henüz yüzde 2.93'tür. Reklâm pastasında en büyük pay yüzde 52,6'yla televizyondadır ve gazeteler yüzde 32.88'le ikinci sıradadır (Kara, 2009: s.23).

Bu veriler, Türkiye'de ticari olarak kurulan internet haber sitelerinde, internet gazeteciliğinin güçlenmesi açısından sıkıntılar olduğunu göstermektedir. Üstelik internet kullanıcıları üzerinde yapılan araştırmalar, kullanıcının içeriğe ücret ödemeye henüz hazır olmadığını göstermektedir (Halıcı, 2005:166).

### **C) Yerelde İnternet Gazeteciliği**

Türkiye'de yerel gazeteler ana akım medyaların izinden giderek teknolojileri ve elemanları elverdiği ölçüde içeriklerini sanal ortama taşımaya başlamışlardır. Türkiye İstatistik Kurumu Yazılı Medya İstatistikleri” 2008 verilerine göre ülkemizde yerel 2.304, bölgesel 58 gazete bulunmaktadır. Radyo Televizyon Üst Kurulu izin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığının Mayıs 2009 verilerine göre 212 yerel,



16 bölgesel televizyon; 944 yerel, 99 bölgesel radyo yayındadır. Yerel gazeteler, iller bazında tarandığında çoğunun içeriğini internete/web'e aktardığı görülmektedir. Ancak, ülkemizde içeriğini internete aktaran ilk yerel gazetenin hangisi olduğu ve hangi tarihte içeriğini internete aktardığı konusunda net bir kayıt bulunmamaktadır. Ancak, Gürcan'ın (2002: 111) çalışmasında 1997–1998 yılında sadece “Özgür Kocaeli” isimli yerel gazetenin internette yer aldığı, 1999 yılından itibaren de yerel basının internetle ilgilenmeye başladığı belirtilmektedir. Öte yandan yerelde özellikle gazetelerin 2000’li yıllarla birlikte hızla içeriklerini internete taşıdıklarını gözlemek mümkündür. Bu konudaki ilk veriler 2002 yılına aittir ve internet üzerinde 56 yerel gazete içeriğinin yer aldığı, 2005 yılında bu sayının 186’ya ulaştığı görülmektedir (Bekiroğlu, Bal, 2006: 73). Basın Yayın Enformasyon Müdürlüğü sitesinde yer alan yerel gazete linklerine bakıldığında Ekim 2009 itibariyle 243 yerel lisanslı gazetenin linkinin yer aldığı görülmektedir (<http://www.byegm.gov.tr/basinaerisim.aspx?Id=1>). Ancak, sanalbasin.com, gazetelinki.com., gazetesepeti.com, tumgazeteler.com gibi sitelerde tarama yapıldığında erişilebilen yerel gazete sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Sanalbasin.com üzerinde yapılan (erişim 15 Ekim 2009) iller bazındaki taramada binin üzerinde yerel gazete linkinin yer aldığı görülmüştür. Ayrıca adı geçen portalda 1700 aşkın yerel haber sitesinin varlığı belirlenmiş, 170 civarında televizyon ve 450’nin üzerinde radyonun da internet sitesi bulunmuştur (Tablo1) .

İl	Gazete *	Haber sitesi**	Televizyon***	Radio****
Adana	26	36	2	13
Adıyaman	9	26	3	4
Afyonkarahisar	14	33	1	7
Ağrı	3	11	1	2
Aksaray	10	14	1	5
Amasya	9	24	1	5
Ankara	35	38	9	22
Antalya	30	55	5	15
Ardahan	9	24	1	2
Artvin	12	21	1	3
Aydın	21	17	1	2
Balıkesir	27	29	3	7
Bartın	5	9	1	3
Batman	17	6	-	2
Bayburt	5	8		
Bilecik	4	12	1	3
Bingöl	4	11	4	2
Bitlis	5	12	-	1
Bolu	15	24	1	3
Burdur	5	10	2	1
Bursa	36	48	5	24
Çanakkale	18	21	2	3
Çankırı	4	19	1	2
Çorum	11	13	2	6
Denizli	18	23	2	7
Diyarbakır	10	18	1	3
Düzce	10	10	2	3
Edirne	17	19	1	7
Elazığ	5	11	3	3
Erzincan	7	15	1	8
Erzurum	13	15	3	6
Eskişehir	11	13	2	7
Gaziantep	21	22	6	5
Giresun	14	48	4	7
Gümüşhane	4	16	1	2
Hakkari	2	6	-	1
Hatay	22	19	1	5
Iğdır	4	5	-	-
Isparta	7	11	1	8
Istanbul	94	67		
İzmir	40	50	6	27
Kahramanmaraş	10	23	2	5
Karabük	10	10	3	6
Karaman	7	16	3	1
Kars	11	7	-	1
Kastamonu	8	24	-	3
Kayseri	17	19	4	6
Kırıkkale	4	10	-	3
Kırklareli	6	10	2	4
Kırşehir	11	8	2	2
Kilis	4	4	1	4
Kocaeli	39	54	4	20
Konya	18	65	7	20
Kütahya	10	15	1	6
Malatya	13	28	4	11
Manisa	20	23	2	10
Mardin	7	14	1	4
Mersin	41	36	5	13
Muğla	28	29	3	12
Muş	5	8	-	1
Nevşehir	5	15	1	5
Niğde	5	6	2	3
Ordu	19	31	4	6
Osmaniye	12	13	3	6
Rize	8	37	4	2
Sakarya	15	37	4	11
Samsun	20	27	5	8
Siirt	7	15	1	2
Sinop	8	19	2	6
Sivas	20	41	4	8
Şanlıurfa	13	20	1	3
Sırmak	2	7	1	2
Tekirdağ	14	16	2	10
Tokat	13	21	4	5
Trabzon	14	48	6	7
Tunceli	3	5	-	2
Uşak	4	10	2	2
Van	7	17	2	4
Yalova	9	18	-	3
Yozgat	16	12	-	5
Zonguldak	28	24	2	3
Toplam	1144	1737	176	467

\* Bölgesel gazeteler de yer almaktadır.

\*\* İl, ilçe, köy ya da tanıtım siteleri dahildir.

\*\*\*\* Bölgesel radyolar da yer almaktadır.

\*\*\*Bölgesel televizyonlar da yer almaktadır.

Sanalbasin.com'dan derlenmiştir.

Yerel haber siteleri açısından bakıldığında, iller, ilçeler hatta köyler bazında birçok haber sitesinin web üzerinden yayın yaptığını görmek mümkündür. Yerel haberler açısından diğer önemli bir konu yerel haber portallarıdır. BİANET'in ücretsiz olarak sunduğu yerel haberlere alan açma, dışlanmış enformasyona yer vermeden çok farklı olarak birçok portal yerel haberleri, gazete linklerini ve köşe yazarlarını bünyesine taşımaya başlamıştır. Memlekethaber.com, sanalbasin.com, internetgazeteleri.com, bursaworld.com, webdebul.com, gazetesepeti.com gibi siteler bu konuda örneklenebilir. Sitelerde yaygın ve yerel gazete linkleri, haberler, diğer linkler (sinema, galeriler, eczane vb.) ve reklâmlar yer almaktadır. İl, ilçe, köy haber siteleri ve yerel haber portalları konusunda kesin sayı vermek pek mümkün görünmemektedir.

Yerel haber ajansları açısından bakıldığında sadece web üzerinden yayın yapan haberajans.com, yerelhaberajansi.com, haberler.com, yurtgündemi.com, ebmhaber.com.tr, siirtajans.com, ajans5.com, bodrumbha.com, bodrumhabermerkezi.com, istanbulhaber.com gibi birçok yerel haber ajansı sitesi bulunmaktadır. Bu siteler, ağırlıklı olarak bölgelerine ilişkin haberler içermekte, farklı yerel gazetelerde yazan köşe yazarlarına da yer vermektedirler. Bu sitelerin büyük çoğunluğu farklı yerel haber portallarında da yer almaktadırlar.

Yerel televizyonlar açısından bakıldığında 212 yerel televizyondan 170 kadarının içeriğini internet üzerinden yayınladığını görmekteyiz ([gazetesepeti.com/tvkanallari.asp](http://gazetesepeti.com/tvkanallari.asp), [sanalbasin.com](http://sanalbasin.com), [bilgit.com/televizyonlar.html](http://bilgit.com/televizyonlar.html), [maxionline.net/faydali/2009\\_televizyonlar.php?baslangic=0](http://maxionline.net/faydali/2009_televizyonlar.php?baslangic=0)). Zonguldak Kanal Z

(demirmedya.net), Muğla Hamle Tv (Hamle48.com), Samsun Alfa Tv (alfatvnet.com), Konya K Tv (ktv.com.tr), Rize Gelişim Tv (gelişimtv.com) içeriğini internet ortamına taşıyan yerel televizyonlardan sadece bir kaçıdır.

Yerel radyolar açısından da durum farklı değildir. Ülkemizde 944 yerel radyo bulunmaktadır. Bu radyolardan (ya da sadece web üzerinden yayın yapan) 450'yi aşkın radyo web üzerinden yayın yapmaktadır ve bu radyolara, radyo portallarından linkle ulaşılarak dinlenebilmektedir. (izle.tv/yerel\_2.asp? kid =45, rehber.cc, sanalbasin.com, internetgazeteleri.com/ulusal-yerel-radyolar.html, radyolar.org/radyolar.asp, radyoperisi.com).

Yerel medyalar, internete yönelişte ana akım medyaların takipçisi olmuşlardır. Yerel medyanın bu yönelişinde savunmacı yaklaşımla birlikte (başlangıçta ana akım medyalardan izledikleri bu yeni sunuş biçiminin heyecanına kapılmanın yanında; bu teknolojiye sahip olunmadığında yok olunacağı düşüncesi, pazarda yer tutma, var olunan ilde teknolojik üstünlüğe sahip olunduğunun okura iletilmesi, yeni olana/teknolojiye sahip olmanın gücü ve prestiji pekiştirmesi gibi nedenler) zaman içerisinde sınırlar ötesindeki okura ulaşmak, dünyaya açılmak, okur sayısını internet üzerinden olsa da arttırmış olmak, okurla etkileşime geçmenin yarattığı varlık nedenlerini pekiştirici güven duygusu, daha kalıcı olmuş gibi görünmektedir (Muğla'da gazete sahipleriyle yapılan görüşmeler). Yerel gazete/radyo ve televizyonların sahipleri genelde ekonomik anlamda zorluklarını dile getirmekle beraber, internete yatırım yapmayı göze almışlardır. Gazeteler açısından bu yatırım miktarı webte alan satın almak, dizayn gibi ihtiyaçlar için 1000, 1500 Tl. gibi

harcama yeterli görünmektedir. Maliyetin düşüklüğü nedeniyle de özellikle yerel gazetelerin webde alan açması daha kolay olmuştur. Diğer taraftan yerel gazete, televizyon ve radyoların hatta haber sitelerinin internet adreslerini içeriğinde bulunduran sitelerin/portalların sayısı da azımsanmayacak düzeydedir. Bu sitelerden tüm yerel basına ulaşmak okur için kolaydır ve yerel medya, bu sitelerde kendilerine erişim için bulunmayı tercih edebilmektedir. Yerel medya bu tercihiyle kendi üzerinden farklı portalların da ekonomik kazanç elde etmesini sağlamaktadır. Ancak, içeriklerin gelecekte ücretlendirileceği varsayılırsa okur/izler tek tek yerel medya içeriği satın almak yerine portalları tercih etmesi mümkün görünmektedir.

### III.BÖLÜM

#### MUĞLA'DA İNTERNET GAZETECİLİĞİ

##### A) Muğla'da Gazetecilik

Muğla'da 1919 yılında başlayan gazetecilik, 90 yıldır kesintilerle de olsa devam etmiştir. Çeşitli dönemlerde bir ihtiyaçla kurulan gazetelerin bir kısmı kapanmış/kapatılmış, bir kısmı devretmiş veya taşınmış, yerlerini farklı ya da aynı kişilerce yayınlanan yeni gazeteler almıştır. Muğla il merkezindeki gazetecilik faaliyetleri 1950'lerden sonra ivme kazansa da 1980'li yıllara kadar iki ya da üç gazetenin varlığıyla sürmüştür. 1980–1990 yılları arasında da etkin olarak üç gazetenin varlığı görülmektedir (Devrim, Hamle, İlk Adım). 1990'lı yılların başında gazetelerin sayısı artmış, özel radyo ve televizyonlara yayın hakkı verilmesinden sonra da iki televizyon ve 3 radyo gazetelere eklenmiştir. Bugün, Muğla il merkezinde beş gazete, iki televizyon ve üç radyo yayın yapmaktadır. Bunlar:

- Devrim Gazetesi
- Gazete Şah Gazetesi
- Hamle Gazetesi
- Muğla Gazetesi
- Yenigün Gazetesi
- Hamle Televizyonu
- Şah Televizyonu
- Hamle Radyosu

- Şah Radyosu
- Örnek Radyosu

Muğla’da gazetecilik 1919 yılında Fethiye’de yayınlanan “Makri” adındaki gazeteyle başlar. Sahibi Atina Üniversitesinden mezun Rum bir doktordur. 1918 yılında Rodos’tan Fethiye’ye taş basma tesislerini yani litograf getirir ve bu tesiste “Makri” yi yayınlamaya başlar (Ünal Türkeş’in Arşivi: Yayınlanmamış Muğla Basın Tarihi Çalışmasından).

Muğla il merkezinin ilk gazetesi ise 30 Haziran 1919 tarihinde yayınlanmaya başlayan “Menteşe” gazetesidir. Mentеше gazetesini Perşembe ve Pazar günleri olmak üzere haftada iki gün yayınlanmıştır. İlhan Tekeli’ye göre haftada bir Pazar günü yayınlanmıştır. Gazetenin sahibi Muğla Kuvayi Milliyecileri’nden Ömer Efendi Oğlu Hafız Sabri Aksoy’dur. Gazetenin çıkarılış amacı; İzmir’in Yunanlılar ve Mentеше sahillerinin işgallerine karşı Türklüğün sesini duyurmaktır ve gazetenin yayınlanması fikrinin sahibi Müdaafa-i Vatan Cemiyeti üyelerinden Ula’lı Cavit Aker Bey’dir. Cemiyet üyelerince bu fikir oybirliği ile kabul edilince gazete yayınlanmaya başlamıştır ve yedi sayı yayımlanmıştır. 23 Temmuz 1919’da Muğla’nın İtalyanlar tarafından işgal edilmesinin ardından gazetenin yayın hayatına İtalyan işgal yönetimince son verilmiştir. Gazetenin içeriğini İstanbul basınından alınan haberler ile bölge haberleri oluşturuyor ve her sayıda bir başyazı bulunuyordu (Akça, 2002: 153; Tekeli, 1993, 2006:158).

Muğla il merkezinin ikinci gazetesi 26 Mayıs 1921 tarihinde yayınlanan “İnkılâp” gazetesidir. İttihak ve Terakki döneminde Muğla’ya müfettiş olarak gelen “Tırnakizâde Baha Bey” tarafından yayınlanmıştır. Gazete önce haftada bir Perşembe, daha sonra ise Perşembe ve Pazar olmak üzere haftada iki kez yayınlanır. 95. sayıya kadar yayınlanan gazete ayda bir de “Edebi İnkılâp” isminde bir ek vermiştir. Gazete İzmir’in düşman işgalinden kurtuluşundan sonra bu ile taşınmıştır. Baha Bey ayrıca, Muğla’ya ilk basımevi kuran kişidir (Akça, 2002: 154; Tekeli, 1993, 2006: 160).

Muğla’nın üçüncü gazetesi ise “Akyol”dur. Milaslı Hüseyin Necati (Çiller) tarafından 29 Ekim 1925 tarihinde yayınlanmaya başlamıştır. Günlük olarak yayınlanan gazete 12 Ocak 1927 tarihine kadar yayın hayatını sürdürmüştür. 1944 yılında yeniden yayın hayatına başlayan gazete 1951 yılında kapanmıştır (Akça, 2002: 154; Tekeli, 1993,2006:160).

“Muğla’da Halk Gazetesi” Muğla’nın dördüncü gazetesidir ve 8 Mayıs 1927’den 1957’ye kadar yayın hayatını sürdürmüştür. Muğla Halk Matbaası tarafından 31x46 ebatlarında yayınlanan gazete, haftada bir gün Cumartesi günleri, bazen iki, bazen beş sayfa olarak yayınlanmıştır. Gazetenin imtiyaz sahibi Cemal Karamuğla, sorumlu müdürü ise “İnkılâp” gazetesinin fikir babası Cavit Aker’dir (Akça, 2002: 154). Gazete CHP’nin yayın organıdır ve baskı makineleri Halkevi’nin malıdır. Sahipliği ve yazı işleri müdürlüklerini de parti ve halkevi başkanları üstlenmişlerdir. Halkevleri kapatıldığında baskı makineleri satılmıştır <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ünal Türkeş ile 7 Temmuz 2009 tarihli görüşme.



“Merhaba” gazetesi 14 Mayıs 1950’de yayın hayatına başlayan bir gazetedir. On beş günde bir yayınlanmıştır (Akça, 2002: 155).

Bu gazeteyi 23 Haziran 1952’de yayınlanmaya başlayan “Muğla” gazetesi izler. Muğla gazetesi gündüktür ve siyasi içeriklidir. Sahibi ve Başyazarı Süha Sükuti Türker, Yazı İşleri Müdürü Tahir Keskin’dir (Akça, 2002: 155). Gazetenin sahibi Demokrat Parti İl İkinci Başkanıdır (Ünal Türkeş Arşivinden).

“Muğla’da Demokrat Yayla” gazetesi, 2 Aralık 1952 tarihinde yayın hayatına başlamış ve 30 Haziran 1953’e kadar yayın hayatını sürdürmüştür. Gazete iki sayfadır, siyasi içerikli ve gündüktür. Sahibi Selahattin Anlar, Yazı İşleri Müdürü Nevzat Kökçü, başyazarı Celal Togay’dır (Akça, 2002: 155).

Devrim Gazetesi, 19 Ekim 1960 tarihinde yayınlanmaya başlamıştır ve halen yayın hayatını sürdürmektedir. Kuruluş tarihinden itibaren matbaası da bulunan gazete sekiz kişilik kurucular kurulu tarafından kurulmuştur. Bunlar; Turan Şahin (Orman Yüksek Mühendisi, 1961–1969 Muğla Milletvekili, İnönü Hükümetinin Tarım Bakanı), Muğla Milletvekili Dr.Seyfi Sadi Pencap (Muğla Devlet Hastanesi eski Baş Hekimi, Gençlik Spor Kulübü Başkanı, 1965–1969 Muğla Milletvekili), Av.Fevzi Özer (Avukat, CHP İl Başkanı, 1975–1980 Muğla Senatörü), Eczacı Ethem Serin, Faruk Aksoy (Avukat, CHP İl Başkanı, Parti Meclisi Üyesi), Hasan Nuri Öncüer (Ziraat Teknisyeni, CHP İl Başkanı), Gazi Çakır- (Yüksek Tekniker, Halkçı Parti İl Başkanı), Alptekin Erim (esnaf- daha sonra hisselerini Hasan Nuri

Öncüer'e devretmiş ve İlk Adım Gazetesini kurmuştur). 1967 yılında tüm paylar Hasan Nuri Öncüer'in olmuştur. 1984 yılı başında mülkiyetin yarısı Türkeş ailesi tarafından satın alınmış, 1987 Haziran ayında da gazetenin mülkiyeti kendilerine geçmiştir ve bu tarihten itibaren de mülkiyet Türkeş ailesinde bulunmaktadır. Türkeş, gazetenin Atatürkçülüğü, sosyal demokrasiyi savunacak bir gazete ihtiyacından yayınlanmaya başladığını ve gazetenin ilk yayınlanışında "Devrim Halkın Sesidir" ibaresinin kullanıldığını belirtmektedir.<sup>2</sup> Gazete, sekiz sayfa olarak Pazar günleri hariç haftanın altı günü siyah-beyaz yayınlanmaktadır. Gazetenin yüzölçümü 1.36 m<sup>2</sup> dir. Yazı İşleri Müdürü İstanbul Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu mezunu Ünal Türkeş (Muğla Gazeteciler Cemiyeti Başkanı, Türk Hava Kurumu Başkanı, Muğla Belediye Meclisi Üyesi), Sahibi Melda Türkeş'tir. Gazetenin içeriği, il merkezi ve ilçelerle ilgili haberlerin yanı sıra spor haberleri ve yerel köşe yazarlarının makalelerinden oluşmaktadır. Gazetenin Muğla Valiliğine bildirdiği günlük tirajı 1000 adettir.

İlk Adım Gazetesi, İlk Adım Gazetecilik ve Matbaacılık ortaklığına ait olarak 22 Nisan 1963'te yayın hayatına başlamıştır. Gazetenin kurucusu Alptekin Erim'dir ve Yazı İşleri Müdürlüğü Erdal Birgili tarafından yapılmıştır, daha sonra bir süre gazetenin Yazı İşleri Müdürlüğü emekli öğretmen Tülin Özsoy tarafından yürütülmüştür. Gazete Adalet Partili kesimden de destek alarak kurulan bir gazetedir ve 1968 yılında Nurten ve Tufan Doğu tarafından satın alınmıştır. Tufan Doğu gazeteyi modernize etmiştir. Dört sayfa tabloid boyda yayınlanan gazete 1980 yılına kadar günlük olarak yayını sürdürmüş, 1980 darbesinde altı ay kapatılmıştır. Altı ay

---

<sup>2</sup> Ünal Türkeş ile 7 Temmuz 2009 tarihli görüşme.

sonra yeniden yayına başlayan gazete, 1987 yılında Tufan Doğu'nun CHP'den milletvekili olmasıyla damadı Cem Özsoy'a kalmıştır. Gazetenin yayın hayatı 1996 yılında sona ermiştir (Ünal Türkeş Arşivinden).<sup>3</sup>

Yeni Muğla Gazetesi, 13 Mart 1970 yılında yayın hayatına başlamış, yayını 1980 yılına kadar sürdürmüştür. Kurucusu gazeteciliğe 1964 yılında Devrim Gazetesinde başlayan Erman Şahin'dir ( 1973- 1980, 1984–1989 yılları arasında Muğla Belediye Başkanı, XIX. Dönem Muğla Milletvekili, Bayındırlık ve İskân eski Bakanı ve Devlet eski Bakanı) 1967 – 1969 yılları arasında Ankara'da gazetecilik yapan Erman Şahin gitmeden önce Devrim gazetesinin hisselerini Hasan Nuri Öncüer'e devretmiştir. 1969 yılında Muğla'ya döndüğünde mesleğini sürdürmek amacıyla “Yeni Muğla Gazetesini” 0.45 m<sup>2</sup> ( o yıllarda resmi ilan verilebilmesi için gereken en küçük ebat) dört sayfa olarak yayınlamış ve matbaa kurmuştur. Altı aylık ilan periyodunu tamamlayarak, denetimden onay alan gazetenin ebadı daha sonraki altı aylarda 0,65 m<sup>2</sup>, 0.90 m<sup>2</sup> olarak büyümüş ve sayfa sayıları artmıştır. Gazetenin yayın hayatı 12 Eylül 1980 darbesine kadar sürmüştür. Darbe sırasında Belediye Başkanlığı görevinden alınan Erman Şahin, gazetesinin başına geçmiştir, ancak o dönemin sıkı sansüründen rahatsız olarak gazetesini kapatmıştır. <sup>4</sup>

Hamle Gazete, Radyo ve Televizyonu: 21 Şubat 1977 yılında yayınlanmaya başlayan Hamle gazetesi, bugün radyo ve televizyonuyla birlikte yerel bir medya grubu olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Gazetenin kurucusu Hüseyin Nizamoglu, Bülent Önüçan gibi birçok iş adamıdır. Günlük ve siyasi bir gazetedir.

---

<sup>3</sup> Tufan Doğu ile 27 Ekim 2009 tarihli görüşme

<sup>4</sup> Erman Şahin ile 5 Kasım 2009 tarihli görüşme.

Özcan Özgür, Hamle gazetesinin kuruluşunu Devrim gazetesinin kuruluşuna benzeterek, “Devrim’in kuruluşu ile Hamle’nin kuruluşunda benzerlikler vardır. Hamle’nin kuruluşu da bir avuç Demokrat Parti kökenli Muğla aydınları tarafından kurulmuştur.” diye yazmaktadır (Özgür: 2009). Grup, 10 Aralık 1992’de radyo, 10 Şubat 1994’te televizyon yayınlarına başlamıştır. Radyo ve televizyonun kurucusu Hüseyin Nizamoğlu’nun oğlu 1979 yılında Hamle’de gazeteciliğe başlayan Hayati Nizamoğlu’dur (Muğla Ticaret Borsası Başkanı). Nizamoğlu radyo ve televizyon yayınlarına geçilmesinin nedenini sektördeki gelişmelerden ve teknolojiden uzak kalmamak olarak açıklamaktadır. Grubun matbaacılık ve yayıncılık dışında turizm gibi farklı işkollarında da etkinliği bulunmaktadır.<sup>5</sup> Gazete, 10–12 sayfa olarak Pazar günleri hariç haftanın altı günü yayınlanmaktadır. 9 Kasım 2009 tarihine kadar 1.73 m<sup>2</sup> yüzölçümüyle siyah ve beyaz olarak yayınlanan gazete, 9 Kasım 2009 tarihinden itibaren (10.bininci sayısında) 31x46 ebadında renkli olarak yayınlanmaya başlamıştır. Yazı İşleri Müdürü, Hafize Nizamoğlu, Sahibi, Hayati Nizamoğlu’dur. Gazetenin içeriği, il merkezi ve ilçelerle ilgili haberlerin yanı sıra spor, eğitim-kültür haberleri, mizah köşesi ve yerel köşe yazarlarının makalelerinden oluşmaktadır. Gazetenin Muğla Valiliğine bildirdiği günlük tirajı 1500 adettir.

Master FmTv, Kanal E televizyonu ve Radyosu; Muğla yerel medyasında 1993 yılı yerel seçimlerinden önce Ali Uğur Emginoğlu’nun Kodes barından bir radyo vericisiyle Muğla’ya yayın yapmaya başlayan Master fm’e, bir televizyon vericisi de eklenerek Master Tv yayın hayatına başlamıştır. Yerel seçimlerden sonra yayını duran radyo ve televizyon 1994 yılında yeni kadrolarla Muğla yerel medyasında

---

<sup>5</sup> Hayati Nizamoğlu ile 1 Ekim 2009 tarihli görüşme.

Kanal E ve Radyo E Sanayi Ticaret Aş. adı altında yeniden yayın yapmaya başlamıştır. Radyo ve televizyonun sahibi aynı isim, Ali Uğur Emginoğlu'dur. Bu süreçte farklı olan, oluşturulan kadrodur. Kadroyu Muğla il merkezindeki deneyimli gazetecilerin bazıları ile genç-okullu gazeteciler oluşturmaktadır. Bir yıla yakın yayın hayatını sürdüren Kanal E televizyonunda Muğla televizyon yayıncılığı açısından birkaç ilk yaşanmıştır. Kanal E, 29 Ekim 1994'te Cumhuriyet Bayram'ı törenlerini ve akşamında Cumhuriyet Meydanı'ndaki konseri canlı yayınlamıştır ve bu Muğla il merkezindeki televizyonlardan gerçekleşen ilk canlı yayındır. Diğer bir ilk ise televizyon için yerel belgesel üretimidir. Kanal E kadrosu Muğla ili ilgili dört belgesel hazırlamış ve bunlar yayınlanmıştır. Kanal E, yayıncılıkta bilgisayar ve animasyon kullanımı konusunda da aktif olmuştur. Ancak, yeni yatırım ihtiyacı ile 1995 yılında girişilen bir ortaklıkla Kanal E adı Kanal 48 olarak değişmiştir. Bir süre Muğla merkezde yayını sürdüren Kanal 48, 1995 yılı sonlarından itibaren Marmaris'ten yayın yapmaktadır.<sup>6</sup>

Muğla il merkezinin bugün yayını sürdüren diğer bir gazetesi "Muğla" gazetesidir. Muğla Gazetesi 1995 yılında Şah yayın grubu tarafından yayınlanmış, 1996 yılında Zübeyde Fellahoğlu tarafından (ANAP eski İl Başkanı, AKP İl Yönetim Kurulu Üyesi) satın alınmıştır. Gazete 1997 yılından itibaren yayın hayatını sürdürmektedir. Gazetenin matbaası da bulunmaktadır. Fellahoğlu, 1995 yılında "Ses" gazetesini yayınlamış, "Muğla" gazetesini devir aldıktan sonra ilk gazetesini aylık İngilizce Turizm, kültür ve magazin gazetesine dönüştürmüştür. Bu aylık gazete 2007 yılına kadar yayın hayatını sürdürmüştür.<sup>7</sup> Gazete, 12 sayfa

---

<sup>6</sup> Ali Uğur Emginoğlu ile 4 Kasım 2009 tarihli görüşme

<sup>7</sup> Zübeyde Fellahoğlu ile 8 Temmuz 2009 tarihli görüşme.

olarak Pazar günleri hariç haftanın altı günü siyah-beyaz olarak yayınlanmaktadır. Gazetenin yüzölçümü 1.36 m<sup>2</sup> dir. Yazı İşleri Müdürü, Mustafa İnci, Sahibi Zübeyda Fellahoğlu'dur. Gazetenin içeriği, il merkezi ve ilçelerle ilgili haberlerin yanı sıra spor haberleri ve yerel köşe yazarlarının makalelerinden oluşmaktadır. Gazetenin Muğla Valiliğine bildirdiği günlük tirajı 350 adettir.

Şah Gazete, Radyo ve Televizyonu: Gazete Şah, Şah yayın grubu tarafından 27 Aralık 2002 tarihinden itibaren yayınlanmıştır. Grup gazeteden önce, Süleyman Gökcan (Şah) tarafından 1991 yılında kurulan televizyon ve radyo ile yayın hayatına başlamıştır. Şah televizyonu Muğla il merkezinin ilk yerel televizyonudur ve ilk yıllarında Muğla halkı tarafından yoğun bir ilgi ile karşılanmıştır. Gazete Şah grubun çıkardığı ikinci gazetedir, ilk gazete satılmıştır. Gazete, 2002 yılından itibaren kesintisiz olarak yayınlanmaktadır. Grubun yayıncılık ve matbaacılık dışında iş kolları da (Sürücü kursu) bulunmaktadır.<sup>8</sup> Gazete, 12 sayfa olarak Pazar günleri hariç haftanın altı günü siyah-beyaz yayınlanmaktadır. Gazetenin yüzölçümü 1.30 m<sup>2</sup> dir. Yazı İşleri Müdürü Uğur Çolak, Sahibi Yelda Erol Gökcan'dır. Gazetenin içeriği, il merkezi ve ilçelerle ilgili haberlerin yanı sıra spor haberleri ve makalelerden oluşmaktadır. Gazetenin Muğla Valiliğine bildirdiği günlük tirajı 650 adettir.

Yenigün gazetesi, 24 Temmuz 2004 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Beş yıldır kesintisiz olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Kurucusu 1968 yılında İlk Adım gazetesinde gazeteciliğe başlayan Kazım Tokuç ile DHA'nın muhabirliğini

---

<sup>8</sup> Yelda Erol Gökcan ile 19 Ekim 2009 tarihli görüşme.

yapan damadı Ahmet Bayrak'tır. Tokuç, gazetenin yayınlanma nedenini, Muğla'da yer alan yerel gazetelere farklı bir ses katmak olarak açıklamaktadır. Masa üstü ofsetle yayınlanmaya başlayan gazete, daha sonra kendi matbaasını kurmuştur. Ayrıca ajans faaliyetleri yürütülmektedir.<sup>9</sup> Gazete, 12 sayfa olarak Pazar günleri hariç haftanın altı günü siyah-beyaz olarak yayınlanmaktadır. Gazetenin yüzölçümü 1.50 m<sup>2</sup> dir . Yazı İşleri Müdürü Kazım Tokuç, sahibi Berk Ajans adına Sadıka Tokuç ve Berkay Tokuç Bayrak'tır. Gazetenin içeriği, il merkezi ve ilçelerle ilgili haberlerin yanı sıra spor haberleri ve köşe yazılarından oluşmaktadır. Gazetenin Muğla Valiliğine bildirdiği günlük tirajı 800 adettir.

Örnek Radyo, 1993 yılından itibaren Muğla il merkezinden yayın yapmaktadır. Kurucusu Ender Kaytan'dır. Radyo, ağırlıklı olarak müzik yayını yapmakta, kültür ve haber programlarına da yer vermektedir.<sup>10</sup>

Muğla il merkezinde ve ilçelerinde yerel gazetelerle birlikte, ulusal yayın kuruluşlarının ve ajansların temsilcilikleri de yer almıştır. Bu temsilcilerin büyük çoğunluğu yerel gazete sahipleri veya çalışanları olmuştur.

## **B) Muğla'da İnternet Gazeteciliği**

Muğla il ve ilçelerinde Ekim 2009 tarihi itibariyle Valilik verilerine göre 53 gazete, 22 radyo, 8 televizyon yayın yapmaktadır.

---

<sup>9</sup> Kazım Tokuç ile 16 Temmuz 2009 tarihli görüşme.

<sup>10</sup> Ender Kaytan ile 27 Ekim 2009 tarihli görüşme.

İlde ayrıca sadece internet üzerinden yayın yapan gazete/haber siteleri/ajansları bulunmaktadır.

## 1) Gazeteler

Muğla il ve ilçelerinde yayın yapan 53 gazeteden 29'u içeriğini internete aktarmıştır (Tablo 2).

Muğla'da içeriğini internete aktaran gazeteler					
Adı	Yayın Tarihi	Periyodu	İli/ilçesi	İnternet adresi	İnternet yayın tarihi
Devrim Gazetesi	20.09.1960	Günlük	Muğla/Merkez	<a href="http://www.muqladevrim.com.tr">www.muqladevrim.com.tr</a>	2006
Hamle Gazetesi	21.02.1977	Günlük	Muğla/Merkez	<a href="http://www.hamle48.com">www.hamle48.com</a>	2004
Yeniğin Gazetesi	24.07.2004	Günlük	Muğla/Merkez	<a href="http://www.yenigun.com">www.yenigun.com</a>	2006
Güney Ege Gazetesi	28.12.2005	Haftalık	Muğla/Ortaca	<a href="http://www.guneyege.net">www.guneyege.net</a>	2003
Yatağan gazetesi	10.07.1969	Günlük	Muğla/Yatağan	<a href="http://www.demecgazetesi.com">www.demecgazetesi.com</a>	2006 (9 Mayıs)
Yatağan Yeni Gündem Gazetesi	01.03.2006	Günlük	Muğla/Yatağan	<a href="http://www.yenigundemhaber.com">www.yenigundemhaber.com</a>	2008 (Mart)
Yatağan Demeç Gazetesi	14.03.2003	Günlük	Muğla/Yatağan	<a href="http://www.demecgazetesi.com">www.demecgazetesi.com</a>	2006 (9 Mayıs)
Kavaklıdere Demeç Gazetesi	14.07.2006	Haftalık	Muğla/Kavaklıdere	<a href="http://www.kavakliderehaber.com">www.kavakliderehaber.com</a>	güncellenmiyor
Yeni Datça Ekspres Gazetesi	01.12.2005	Haftalık	Muğla/Datça	<a href="http://www.datcaekpres.com">www.datcaekpres.com</a>	2008 (18 Ağustos)
Yarım Adanın Sesi Gazetesi	09.08.2002	Haftalık	Muğla/Datça	<a href="http://www.yarimadansesi.com">www.yarimadansesi.com</a>	2007
Çağdaş Marmaris Gazetesi	06.03.1992	Günlük	Muğla/Marmaris	<a href="http://www.cagdasarmaris.net">www.cagdasarmaris.net</a>	2004
Gazete Yankı	08.11.2004	Günlük	Muğla/Marmaris	<a href="http://www.gazeteyanki.com">www.gazeteyanki.com</a>	2008
Marmaris Gündem Gazetesi	03.10.2002	Günlük	Muğla/Marmaris	<a href="http://www.gundemgazetesi.net">www.gundemgazetesi.net</a>	2002
Marmaris Yeni Sayfa Gazetesi	09.06.2004	Günlük	Muğla/Marmaris	<a href="http://www.marmarisyenisayfa.net">www.marmarisyenisayfa.net</a>	2006 (Şubat)
Manşet Gazetesi	17.10.2006	Günlük	Muğla/Marmaris	<a href="http://www.marmarismanset.com">www.marmarismanset.com</a>	2007
Gerçek Fethiye Gazetesi	13.09.1993	Günlük	Muğla/Fethiye	<a href="http://www.gercekfethiye.com">www.gercekfethiye.com</a>	2009(Mayıs)
Günlük Gazetesi	21.08.2004	Günlük	Muğla/Fethiye	<a href="http://www.gercekfethiye.com">www.gercekfethiye.com</a>	2009(Mayıs)
Fethiye Güncel Gazetesi	21.08.2004	Günlük	Muğla/Fethiye	<a href="http://www.gercekfethiye.com">www.gercekfethiye.com</a>	2009(Mayıs)
Gözde Gazetesi	06.09.2002	Günlük	Muğla/Fethiye	<a href="http://www.gozdegazetesi.com">www.gozdegazetesi.com</a>	2007
Bodrum Çökertme Gazetesi	04.10.1995	Günlük	Muğla/Bodrum	<a href="http://www.bodrumturk.com">www.bodrumturk.com</a>	2009
Gazete Kent	01.09.2000	Haftalık	Muğla/Bodrum	<a href="http://www.kenttv.net">www.kenttv.net</a>	2007
Yarımada Gazetesi	19.04.1994	Günlük	Muğla/Bodrum	<a href="http://www.yarimada.net">www.yarimada.net</a>	2008
Bodrum İlan Gazetesi	2009	15 günlük	Muğla/Bodrum	<a href="http://www.bodruminside.com">www.bodruminside.com</a>	2009
Menteşe Gazetesi	1949	Günlük	Muğla/Milas	<a href="http://www.milamedya.com">www.milamedya.com</a>	2008
Önder gazetesi	11.04.1972	Günlük	Muğla/Milas	<a href="http://www.milasonder.com">www.milasonder.com</a>	2007
Gazete Milas	18.08.2003	Günlük	Muğla/Milas	<a href="http://www.gazetemilas.com">www.gazetemilas.com</a>	2008
Yeni Çizgi Gazetesi	03.07.2009	Günlük	Muğla/Köy./Dal./Orta ca	<a href="http://www.gazetecizgi.net">www.gazetecizgi.net</a>	2009
Gazete Yakamoz	20.01.2004	Günlük	Muğla/Milas	<a href="http://www.milamedya.com">www.milamedya.com</a>	2008
Ege Gazetesi	02.06.2003	Günlük	Muğla/Fethiye	<a href="http://www.fethiyehaberler.com">www.fethiyehaberler.com</a>	2008



Muğla il merkezinde yayın yapan beş gazeteden üçünün web ortamında yayını bulunmaktadır. Bunlar:

Hamle Gazetesi [www.hamle48.com](http://www.hamle48.com)

Devrim Gazetesi [www.mugladevrim.com.tr](http://www.mugladevrim.com.tr)

Yenigün Gazetesi [www.muglayenigun.com'dur](http://www.muglayenigun.com'dur).

Hamle Gazetesi 2004, Devrim ve Yenigün Gazetesi ise 2006 yılından itibaren içeriklerini web ortamına aktarmaktadırlar.



Devrim gazetesinde, günlük basılan gazetenin içeriği webe aktarılmaktadır. Gün içerisinde haber güncellemesi yapılmamaktadır. Sayfada en çok okunanlar ve son haberler bölümü bulunmakta; son haberler o günün yayınlanmış haberlerini

içermektedir. Ana sayfada köşe yazarları, günlük haberler ile daha önce yayınlanmış haberler yer almaktadır. Sayfada galeriler bulunmamaktadır. Köşe yazarlarının yazıları da günlük olarak aktarılmaktadır, sitede reklâm bulunmamaktadır. Haberlere yorum alınmamaktadır, ancak e-posta ile gazeteye görüşler iletilebilmektedir ([www.mugladevrin.com.tr](http://www.mugladevrin.com.tr)).<sup>11</sup>



Hamle gazetesi web yayınında, günlük gazetenin içeriğini aktarmakta, gün içerisinde güncelleme yapmamaktadır. Ana sayfa formatı, ana akım gazetelerinin benzeri durumundadır. Manşet penceresi, diğer haberler, köşe yazarları ana sayfada yer almaktadır. Haberlerine ve köşe yazarlarının yazılarına yorum alan gazetenin ana sayfasında en çok okunan ve yorumlanan haberler bölümü de bulunmaktadır. Köşe yazarlarının yazıları günlük olarak aktarılmaktadır. Sayfada video galerisi bölümü

<sup>11</sup> Ünal Türker ile 7 Temmuz 2009 tarihli görüşme.

bulunmaktadır. Gazete, günlük tıklanma sayısını izlemekte, haberlere ve köşe yazarlarına yapılan yorumlar, günlük yapılan istihbarat toplantılarında değerlendirilmektedir. Gazete, bannerlere reklâm almaya da başlamıştır ([www.hamle48.com](http://www.hamle48.com)).<sup>12</sup>



Yeniğün Gazetesi, günlük gazetenin içeriği webe aktarılmakta, manşetler, diğer haberler ve köşe yazarlarının yazıları ana sayfada yer almaktadır. Sitenin dizaynı ana akım gazetelerinin sitelerine benzemektedir. En çok okunanlar bölümünün de bulunduğu sitede reklâmlar da yer almaktadır. Reklâmlar, günlük gazetede yer alan reklâmlardır ve sitede yayınlanması nedeniyle ayrıca bir ücret talep edilmemektedir

<sup>12</sup> Hayati Nizamoglu ile 1 Ekim 2009 tarihli görüşme.

(Kazım Tokuç'la görüşme, 16 Temmuz 2009). Gazete, haber ve köşe yazılarına yorum almaktadır. Sayfada galeriler bulunmamaktadır. ([www.muglayenigun.com](http://www.muglayenigun.com))

## 2) Televizyonlar

Muğla il genelinde sekiz televizyon yayın yapmaktadır. Bu televizyonlardan dördü web üzerinden de yayın yapmaktadır. Bunlar;

Hamle Televizyonu	Merkez İlçe	hamle48.com
Kanal 48	Marmaris	kanal48.net
Marmaris Televizyonu	Marmaris	marmaristv.com.tr
Kent Televizyonu	Bodrum	kenttv.net

Muğla il merkezinde iki televizyon yayındadır. Bu televizyonlardan Hamle televizyonu web üzerinden de izlenmektedir. Bir dönem web yayını yapmış olan Şah televizyonu ise web üzerindeki yayınlarına teknik eleman yetersizliği nedeniyle ara vermiştir.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Yelda Erol Gökcan ile 19 Ekim 2009 tarihli görüşme.



Hamle televizyonunun günlük yayın akışını web üzerinden izlemek mümkün olmakla birlikte, izlenme sayısı arttığında teknik sorun yaşandığı belirtilmektedir. Televizyonun sahibi Hayati Nizamoğlu, internetin teknolojisinin gelişmesiyle birlikte internette televizyon yayınlarının daha verimli olabileceğini, bu alana yapılan yatırımların da artacağını ifade etmiştir.<sup>14</sup>

### 3) Radyolar

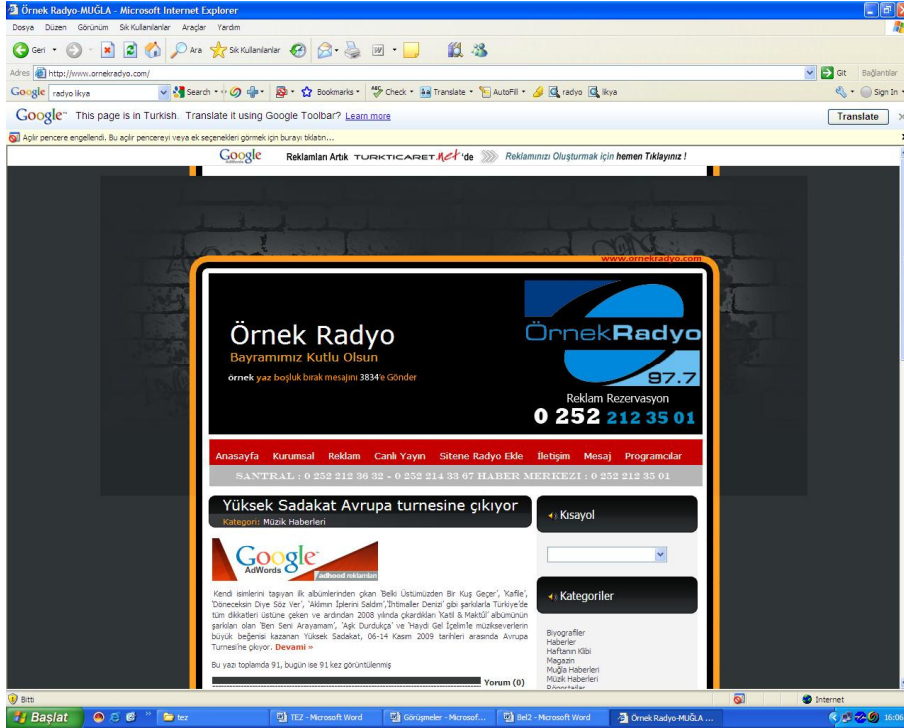
Muğla il genelinde 22 radyo yayın yapmaktadır. Bu radyolardan 12'si web üzerinden de yayınlarını sürdürmektedir. Bunlar:

Hamle Radyo	Merkez İlçe	hamle48.com
Örnek Radyo	Merkez İlçe	ornekradyo.com
Tour FM Radyo	Fethiye	turfm.com

<sup>14</sup> Hayati Nizamoğlu ile 1 Ekim 2009 tarihli görüşme.

Kanal48 Radyo	Marmaris	kanal48.net
Parkfm Radyo	Marmaris	parkfm.org
Ortaca Radyo	Ortaca	ortacafm.com.tr
Sahil FM Radyo	Dalaman	dalamansahilfm.com
Dalaman FM Radyo	Dalaman	dalamanfm.com
Radyo Gözlem	Milas	radyogozlem.net
Radyo Eko	Bodrum	eko.fm
Radyo Halikarnas	Bodrum	halikarnas.fm
Radyo Bodrum	Bodrum	bodrumfm.org

Muğla il merkezinde yayın yapan üç radyodan ikisi web üzerinden de yayın yapmaktadır. Hamle ve Örnek Radyo. İki radyo da ağırlıklı olarak müzik yayını gerçekleştirmektedir.



Örnek Radyo, 2004 yılında içeriğini internete aktarmıştır ve Muğla'nın internet'ten yayın yapan ilk radyosudur. Radyo, Muğla ve ilçelerinde dinlenebilmektedir. Radyo, 97,7 MHz'den yüzde 80 Türkçe Pop, yüzde %20 Özgün Müzik, Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği Formatında 7 Gün 24 Saat Yayın yapmaktadır.

Hamle Radyo, Hamle yayın grubunun radyosudur. 2004 yılında Örnek Radyo'dan kısa bir süre sonra içeriğini internete aktarmıştır. Radyo, 94.6 MHz'den, yüzde 60 Türkçe Pop olmak üzere özgün müzik, Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği formatında 7 Gün 24 Saat yayın yapmaktadır.

#### **4) Sadece İnternet Üzerinden yayın Yapan Gazete, Televizyon ve Radyolar**

Muğla ilinde sadece internet üzerinden yayın yapan radyo ve televizyon bulunmamaktadır. Sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri, gazeteler ve ajanslar bulunmaktadır. Bunlar: aktuelmarmaris.com, bodrumbha.com, bodrumhabermerkezi.com, Bodrumca.com, Fethiyehaber.net, marmarishaber.net, muglada.com, ortacahaber.com'dur.

Aktuelmarmaris.com, içeriği ağırlıklı olarak Marmaris haberlerinden oluşan bir internet gazetesidir ve 2007 yılında kurulmuştur. Sahibi Aynur Yeter'dir. Sitede yer alan gazetenin yayın ilkelerinde alternatif bir ses olmak amacıyla yayın



hayatında olacağı belirtilmekte ayrıca, “insanlığa, hümanizme, doğa sevgisine taraf; savaşa, şiddete, ayrımcılığa, küreselleşmeye, sömürüye ve insan hakları ihlallerine karşı bir gazete olacaktır.” denilmektedir. Haber kategorilerinde Marmaris, turizm, bölgesel, kültür-sanat, magazin, sağlık, mizah yer almakta; video ve fotoğraf galerisi, köşe yazıları bulunmaktadır. Sitede farklı yerel gazetelerde (örneğin Muğla merkezde yayın yapan bir gazeteden) yazan köşe yazarları bulunmaktadır. Sitede haber ve köşe yazılarına yorum alınmakta, yorumlar diğer okurlar tarafından da okunabilmektedir. Yerel ve ulusal haber ajanslarına üyeliği bulunan sitenin yerel, ulusal ve yurtdışı muhabirleri de bulunmaktadır. Site gün içerisinde de güncellenmektedir. Okur/ziyaretçi sayısını da sürekli izleyen site, okur sayısını arttırmak için de çaba göstermektedir (aktuelmarmaris.com).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Aynur Yeter ile 19 Kasım 2009 tarihli görüşme.





Bodrubha.com, Bodrum haberlerini içeren bir haber portalıdır. İçeriğinde haberlerin yanı sıra köşe yazıları da bulunmaktadır. Haber ve köşe yazılarına yorum alınmakta, bu yorumlara diğer okurlar da ulaşabilmektedir. Sitede en çok okunanlar bölümü de bulunmaktadır. Haber kategorilerinde Bodrum'da bu hafta, politika, toplum-yaşam, yerel gündem, turizm gibi başlıklar bulunmaktadır (bodrubha.com).

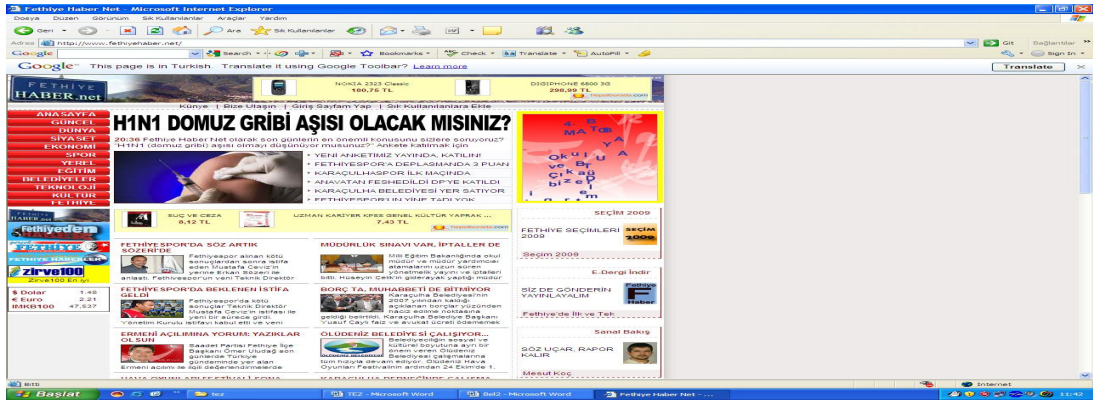


Bodrumhabermerkezi.com, 2007 yılından itibaren yayında olan bir haber ajansıdır. Kurucusu Sabah gazetesinin Bodrum muhabirliğini de sürdüren Alp Barak'tır. Ağırlıklı olarak Bodrum haberlerinin yer aldığı portalda, Muğla ve yöresi ile ilgili haberler de yer almakta, yerel köşe yazarlarına da link verilmektedir. Haberlere ve köşe yazılarına mail aracılığıyla yorum alan portal, farklı haber ajanslarından içerik sağlamakla birlikte, kendi de yerel içerikli haberler üretmektedir. Gün içerisinde güncellenen portalda, fotoğraf ve video galerileri de bulunmaktadır (bodrumhabermerkezi.com).<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Alp Arbak ile 9 Kasım 2009 tarihli görüşme.

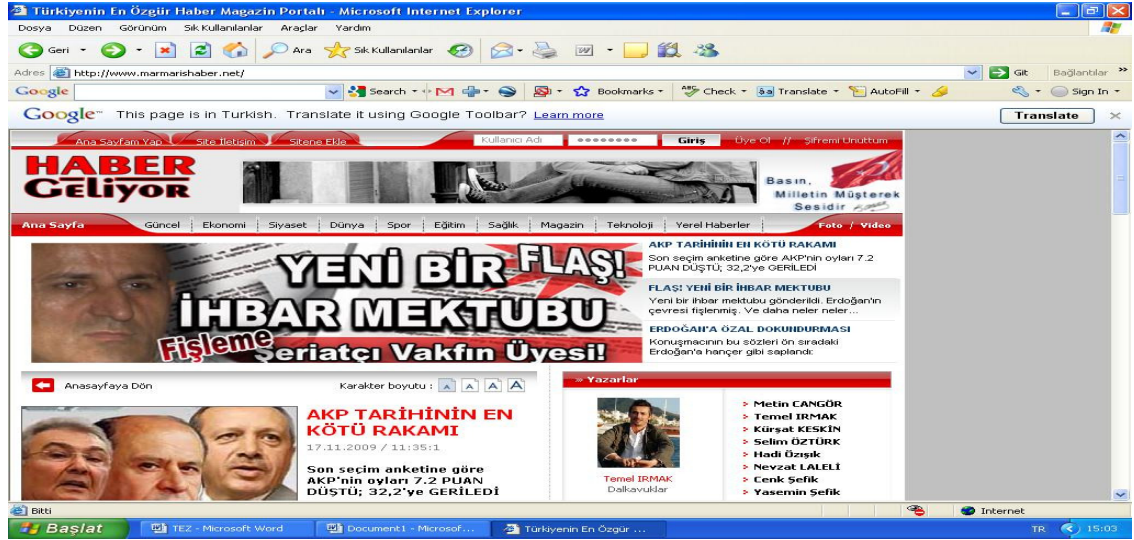


Bodrumca.com, başlangıçta basılı olan 2009 yılında ise sadece internet üzerinden yayın yapan bir gazetedir. Bodrum haberlerinin yer aldığı gazete, haberlerine yorum almaktadır ve günlük olarak güncellenmektedir (bodrumca.com).

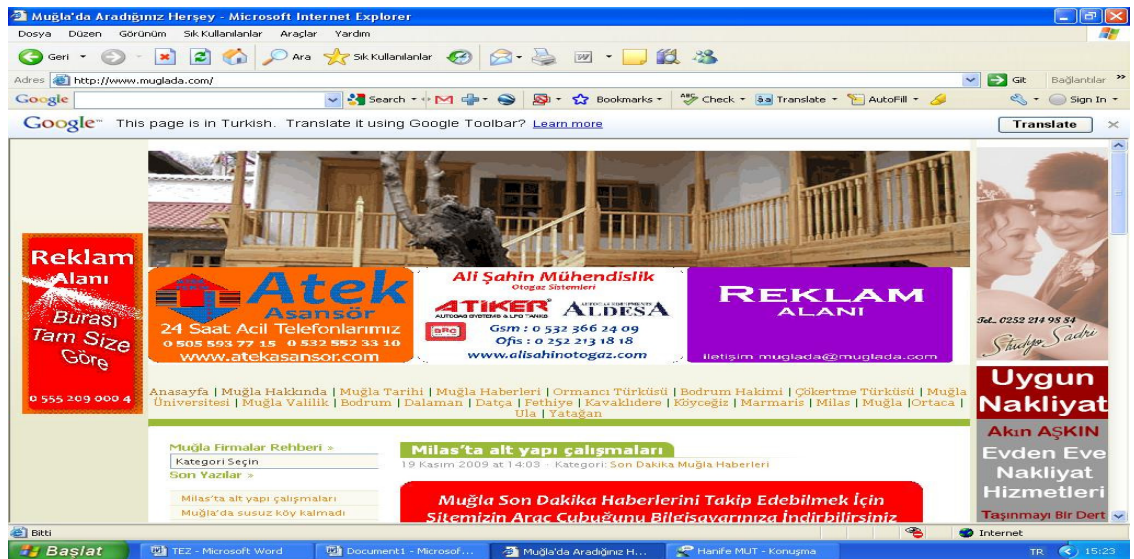


Fethiyehaber.net, içeriğini ağırlıklı olarak Fethiye ilçesi ile ilgili haberlerin oluşturduğu bir sitedir. Sitede yerel köşe yazarlarının yazıları da yer almaktadır.

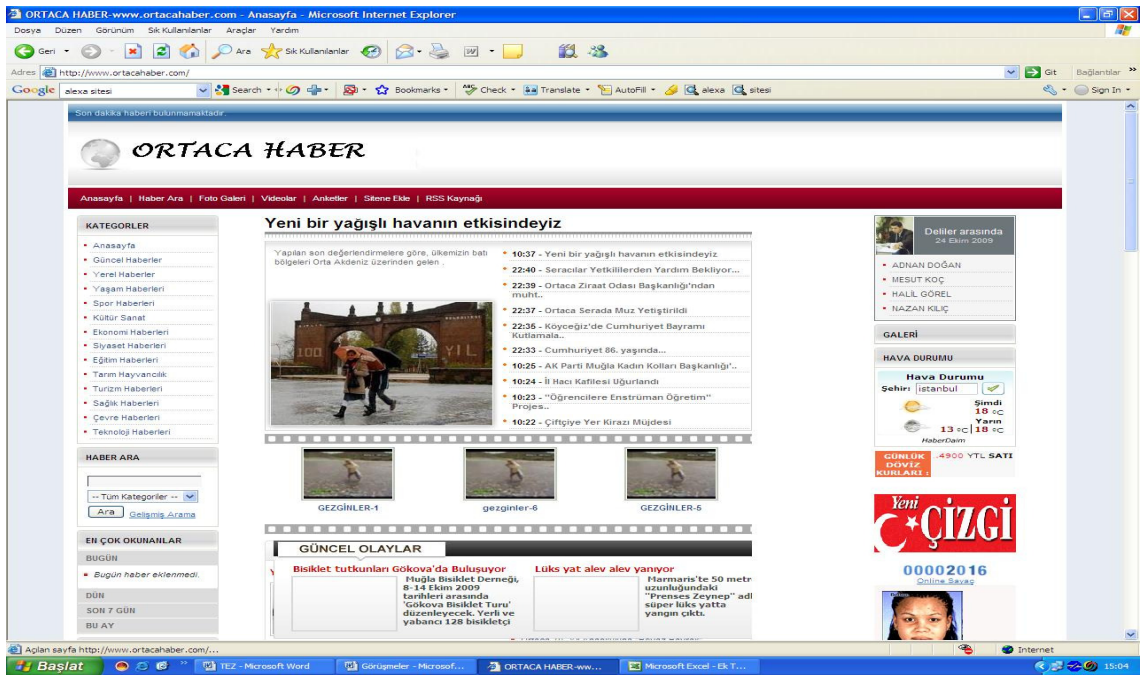
Haber kategorisinde güncel, dünya, siyaset, ekonomi, spor, yerel, eğitim, belediyeler, teknoloji, Fethiye başlıkları yer almaktadır. Site haberlerine yorum almakta, güncel konulara ilişkin anketler de düzenlemektedir (Domuz gribi aşısı olmayı düşünüyor musunuz gibi?). ([www.fethiyehaber.net](http://www.fethiyehaber.net)).



Marmarishaber.net, ulusal haberleri de içeren bir sitedir (marmarishaber.net).



Muglada.com, Muğla ili ve ilçeleri hakkındaki çeşitli bilgileri ve haberleri içeren bir portaldır. Sitede Muğla'daki tüm kamu kuruluşlarının web siteleri, Muğla ili ilgili tarihçe, ünlü türkülerin hikâyeleri, ilçelerin tarihçeleri ile tanıtım bilgileri yer almaktadır. Sitedeki il merkezi ve ilçelerle ilgili haberler yerel gazetelerden sağlanmaktadır. Haberlere yorum alınmakta, yorumlara diğer okurlar ulaşmamaktadır (muglada.com).



Ortacahaber.com, Ortaca ilçesi merkezli Dalaman ve Köyceğiz ilçeleriyle ilgili haberleri de içeren bir sitedir ve 3-4 günde bir güncellenmektedir. Site, 2009 yılında Kenan Ülker tarafından oluşturulmuştur. Haberleri Yeni Çizgi gazetesinden seçilerek konulmaktadır. Sitede, video ve fotoğraf galerileri, haberler açısından da güncel, yerel, yaşam, spor, kültür-sanat, ekonomi, siyaset, eğitim, tarım-havancılık, turizm, sağlık, çevre ve teknoloji kategorileri bulunmaktadır. Yerel haber kategorisi

ilçelere göre sınıflanmıştır (Ortaca, Köyceğiz, Dalaman) ve en çok okunanlar bölümü de bulunmaktadır. ([www.ortacahaber.com](http://www.ortacahaber.com).)<sup>17</sup>

Muğla ilinde haber sitelerinin dışında bodrumdahayat.com, orataca.biz gibi haber ve iş portalları, eksiliyurt.net, camkoyhalkisor.net gibi köy/belde haber ve tanıtım siteleri ile ilçeleri tanıtan bir çok tanıtım sitesi de bulunmaktadır.

### **C) Bulgular**

Muğla il genelinde lisanslı 53 gazete, 22 radyo ve 8 televizyon yayın yapmaktadır. Muğla il merkezinde 5 gazete, 3 radyo ve 2 televizyon yayındadır.

#### ***Muğla İl Merkezinde Medya yapısı***

Medya yapısına bakıldığında Muğla il merkezindeki medya kuruluşlarının çoğunluğunun aile şirketi/işletmesi olduğu görülmüştür. Sahiplik, yazı işleri müdürlükleri ya da genel yayın yönetmenliği aile bireyleri üzerindedir. Yerel gazetelerin tümünün kendine ait matbaası vardır. Gazetelerinin finansmanında ağırlıklı olarak resmi ilanlardan yararlanılmakta ve matbaacılık faaliyetleri de yürütülmektedir. Radyo ve televizyonların finansmanı sadece reklâmlar ve diğer iş kollarından elde edilen gelirin sübvansiyonuyla sağlanmaktadır. İki medya grubunun ve bir gazetenin yayıncılık dışında ek iş kolları da bulunmaktadır.

---

<sup>17</sup> Kenan Ülker ile 9 kasım 2009 tarihli görüşme.

## ***Sorunlar***

Muğla yerel gazeteciliğinin/yayıncılığının sorunları ülkemizde genel olarak saptanan yerel medya sorunlarından pek farklı gözükmemektedir. Öncelikli sorun ekonomiktir. Özellikle tamamıyla tecimsel olan yerel radyo ve televizyonların reklâma dayalı varlıkları, yerel medyanın ayakta kalmasını zorlaştırmaktadır. Muğla il merkezinde reklâm pastası sanayinin bulunmaması nedeniyle de sınırlıdır.

Reklam pastasının yetersizliği, televizyon ve radyolar için kendini geliştirme, yenileme, yerel program üretimi gibi konularda yetersiz bırakmakta, eleman istihdamını zorlaştırmaktadır. Yerel gazeteler için durum resmi ilan desteğiyle bir nebze nefes alıcı gibi görünse de yerel medya sahiplerince yeterli bulunmamaktadır. Bir tarafla da resmi ilana bağlı olma yerel gazeteciliğin bağımsızlığı konusunda soru işareti yaratmaktadır. Ancak, beş yerel gazete sahibi de resmi ilanların olmaması durumunda yerel gazeteciliğin ayakta durmakta zorlanacağını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan gazetelere tanınan ulaşım, posta ücreti, telefon ücreti sübvansiyonlarının kaldırılması, Seka'nın özelleştirilmesiyle vadeli kâğıt alımının sınırlandırılması da yerel gazeteciliğin gelişimini olumsuz etkileyen faktörler olarak belirtilmiştir.

Yerel medyanın teknolojik olarak kendini yenilemesi için gerekli olan makine parkına sahip olabilmesi için uzun vadeli ve faizi düşük kredilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kredilerin yokluğu ya da başka iş kolları üzerinden sağlanabilmesi yerel medyanın teknolojik yenilenme sürecini zorlaştırmaktadır.

Yerel radyo ve televizyonlar ise yüzde 18 katma değer vergisi, Radyo Televizyon Üst Kurulu payları, telif hakları ile ilgili olarak var olan şirketlere ödenen ücretler, özel iletişim vergileri nedeniyle kendilerini daha da sıkıntılı hissetmektedirler.

Öte yandan yerel medya çalışanlarının da kendine özgü sorunları bulunmaktadır. En önemli sorun ücretin yetersizliğidir. Yerel medyanın sınırlı istihdam olanakları, çalışan sayısının azlığına ya da niteliğinin düşüklüğüne neden olmakta, çalışanlar yetersiz ücretle uzun saatler boyunca çalışmak durumunda kalmaktadır. 212 Sayılı Kanuna tabii çalışıldığı takdirde bu bir nebze çalışan açısından rahatlatıcı olmaktadır. Yerel gazetecilerin çoğu ayrıca ana akım medyalarından birinin muhabirliğini de yapmaktadırlar. Bu durum tersinden de okunabilir. Ana akım medyalarının muhabirlerinin çoğu yerel gazete, radyo ya da televizyonlarda da çalışmaktadır. Bir biçimde yerel medya ana akım medyayı bu yönüyle desteklemekte ve yerel haber açısından ya da yörede gerçekleşen ve ulusal/yaygın ilgilendiren haberler konusunda yerel medyadan yararlanılmaktadır.<sup>18</sup>

### ***Yerel gazeteciliğin vazgeçilmezliği***

Yerel gazeteciliğin/medyanın gerekliliği ve topluma katkısı konusunda, yerel medya sahipleri kadar çalışanlarının benzeşen fikirleri; ‘tekelleşmenin önlenmesi/medya çoğulculuğuna katkısı, halk adına yerel sorunların dile getirilmesi,

---

<sup>18</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009; Şah, 19 Ekim 2009; Muğla, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler.



yerel toplumun gözü-kulağı olması, istihdam yaratması, kamu hizmeti görmesi, yereldeki sorunlara ilişkin olarak yetkililerin harekete geçirilmesi, çok sesliliğe katkı sağlaması ve yerel sektörlerin de gözü/kulağı olması'dır.<sup>19</sup>

### *İnternet yayıncılığı*

Muğla il genelinde yayın yapan 53 gazeteden 29'u, 8 televizyondan 4'ü, 22 radyodan 12'si web üzerinden de yayın yapmaktadır (tablo2). Sadece internet üzerinden yayın yapan radyo ve televizyonun bulunmadığı Muğla'da, sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri ve gazeteler mevcuttur.

Muğla il merkezinde 5 gazeteden 3'ü, 3 radyodan 2'si, 2 televizyondan biri web üzerinden yayın yapmaktadır. Muğla il merkezinde sadece internet üzerinden yayın yapan bir portal bulunmaktadır. Örneklem olarak ele alınan 3 gazete, 2 radyo ve 1 televizyonda, internet gazeteciliğine geçiş nedenleri, yerel sınırları aşabilme, istihdam, tiraj, etkileşimli yayıncılık açısından ele alınmıştır. Muğla il genelinde ise medya çoğulculuğuna bakılmaya çalışılmıştır.

---

<sup>19</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009; Şah, 19 Ekim 2009; Muğla, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler.

**Tablo 3- Muğla il merkezinde yayın yapan lisanslı gazeteler ve web sayfaları**

<i>Muğla il merkezinde yayın yapan lisanslı Gazeteler</i>	<i>Web sayfaları</i>
Hamle	hamle48.com
Devrim	mugladevrim.com.tr
Muğla	-
Şah	-
Yenigün	Muglayenigun.com

**Tablo 4- Muğla İl Merkezinde Yayın Yapan Lisanslı tv.Ler ve Web Sayfaları**

<i>Muğla il merkezinde yayın yapan lisanslı Televizyonlar</i>	<i>Web Sayfaları</i>
Hamle	Hamle48.com
Şah	-

**Tablo 5- Muğla İl Merkezinde Yayın Yapan Lisanslı Radyolar ve Web Sayfaları**

<i>Muğla il merkezinde yayın yapan lisanslı Radyolar</i>	<i>Web Sayfaları</i>
Hamle	Hamle48.com
Örnek Radyo	Ornekradyo.com
Şah	-

### *İnternet Gazeteciliğine Geçiş Nedenleri*

Yerel medya sahipleri/yazı işleri müdürleri ile yapılan görüşmelerde, yerel medyanın içeriklerini web'e aktarmalarının öncelikli nedenleri okur/dinleyici/izleyicinin sayısını arttırmak/daha fazla okura ulaşmak, okurla etkileşimi arttırmak, il dışından da okunabilmek/izlenebilmek/dinlenebilmek olarak ifade edilmiştir. Diğer nedenler; basılı gazetede reklam sayısını arttırmak, reklam vermek isteyenlere gazetelerini daha kolay tanıtılabiliyor olmak, teknolojiyi yakalamak, okuyucu talebi olarak belirtilmiştir.<sup>20</sup>

**Tablo 6- Muğla İl Merkezindeki Gazetelerin Web'e geçiş Nedenleri**

<i>Webde Yayın Nedenleri</i>	<b>Devrim</b>	<b>Hamle</b>	<b>Yeniğün</b>
Okur sayısını arttırmak	+	+	+
Etkileşim	+	+	+
Kendini tanıtmak	+	+	+
Reklamı arttırmak	-	-	+
İl dışından izlenmek, okunmak	+	+	+
Okuyucu talebi	+	+	+

Yapılan görüşmelerde öncelikli neden okurların talebiyle birlikte okur sayısını arttırmak olarak ifade edilmiştir. Bu üç gazete için de ilk gerekçelerden biridir.

<sup>20</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yeniğün, 16 Temmuz 2009; Şah, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler.

Etkileşim (okurla bağlantı kurmak, okurun tepkisini ölçmek), kendini tanıtmak, il dışından izlenmek yine üç gazete için internet gazeteciliğine geçişte ortak nedenler olarak ortaya çıkmıştır. Reklamı arttırmak Yenigün gazetesi için internet gazeteciliğine geçişte ek nedenlerden biri olarak belirtilmiştir.

### ***İnternet Gazeteciliğine Yatırımlar***

İnternet gazeteciliğine yapılan yatırım konusunda, alan satın alma, dizayn ve abonelik için yıllık 1000 ila 1.500 TL arasında maliyetten söz edilmiştir. İnternet gazeteciliğinin yayın grubuna ekonomik açıdan çok fazla katkısı olmadığı, tek katkının reklâm vermek isteyenlerin web üzerinden kolayca gazeteyi inceleyebilmelerinin olduğu belirtilmiştir.

### ***İnternet gazeteciliğinde olanaklar***

İnternet gazeteciliği yerel medyaya sunduğu olanakların ne olduğu konusunda yerel gazete sahipleri/yazı işleri müdürlerinin görüşleri; bilgi alışverişi, hız, il dışından erişim ve ölçme olanağı sağlamasıdır. Haber sunulması ve yazılması açısından yeni olanaklar sunup sunmadığı konusunda, haberin yazılması ve sunulmasında bir farklılık olmadığı ifade edilmektedir.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Devrim,7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün,16 Temmuz 2009 tarihli görüşmeler.

**Tablo 6- İnternet Gazeteciliğinin Muğla İl merkezinde Yayın Yapan Gazetelere Göre Avantajları**

<b>Avantajlar</b>	<b>Devrim</b>	<b>Hamle</b>	<b>Yenigün</b>
Bilgi alışverişi	+	+	+
Hız	+	+	+
İl dışından erişim	+	+	+
Ölçme(yorumlama- tepki öğrenme)	+	+	+

Bu görüşler internet gazeteciliğinin teknik olarak sunduğu gün içinde güncellenme, kapasite artışı ve kullanımı, galeriler ve hiper metinler olanaklarının basılı (kağıt) gazetelerde henüz avantaj ve kullanım olarak karşılık bulmadığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan okuyucu sayısının artması, bilgi alış-verişinin çoğalması (okur yorumları ya da haber bilgisi), il dışından (ulusal ve uluslararası erişilebilirlik) okurların gazeteye erişebilmesi ile okunma sayılarının takip edilebilmesi nedeniyle öz değerlendirme fırsatı sunması, internet gazeteciliğinin kendilerine sunduğu avantajlar olarak ele alınmaktadır.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009 tarihli görüşmeler.

## *Yorum Politikaları ve Yorumların Yayın Politikasına Etkisi*

**Tablo 7- Muğla İl Merkezindeki Gazetelerin Yorum Politikaları**

	<b>Devrim</b>	<b>Hamle</b>	<b>Yenigün</b>
<b>Yorum alıyor</b>	-	+	+
<b>Yorum yayını</b>	-	-	-
<b>Yorum değerlendirme</b>	-	+	+
<b>Yorumların yayın politikasına etkisi</b>	-	-	-

Hamle gazetesi haberlerine ve köşe yazılarına yorum almaktadır. Yenigün gazetesi e-mail ile yorum almaktadır. Devrim gazetesi ise daha çok telefon ve sözlü yorumları değerlendirmektedir. Bu yorumlara diğer okurlar ulaşamamaktadır.

Haber ve köşe yazılarına alınan yorumların yayın politikasına etkisi konusunda ise politika değişikliğinde bir etki ifade edilmemiştir. Ancak, yapılan yorumlarda olumlu, haklı eleştiriler söz konusu olduğunda haber değişikliğinin olabildiği, yerel içerikli, halkın sorunlarını kapsayan özel haber üretimi konusunda etkinin arttığı, Hamle gazetesinde istihbarat toplantılarının (sabah ve akşam) başlatıldığı ifade edilmiştir.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009 tarihli görüşmeler.

## *Ziyaretçi Ölçümleri ve Etkisi*

**Tablo 8- Muğla İl Merkezindeki Gazetelerin Ziyaretçi Sayıları**

	Devrim	Hamle	Yenigün
Ziyaretçi Sayısı Ölçme	+	+	+
Toplam ziyaretçi Sayısı (24 Kasım 2009'a kadar)	112.484 (2006 yılından itibaren)	299.535 (2004 yılı ortasından itibaren)	151.434 (2006 yılından itibaren)

Ziyaretçi sayıları ile haber ve köşe yazılarının okunma oranının ölçülmesiyle yerel gazeteler kendilerini değerlendirme fırsatı bulmuşlardır. Bu anlamda yapılan en önemli değerlendirme yerel içeriğe yapılan vurgudur. Diğer taraftan ulusal ve uluslararası olarak da okuduklarını hisseden gazeteler coğrafi sınırlanmayla belirlenen yerel, ulusal, yaygın gibi kavramların “okura erişim/okurun erişimi” açısından etkisizleştiğini ifade etmişlerdir. Bir yerel gazete sahibi zaman içerisinde dijital paketler içerisinde yerel televizyonların da yer alabileceğini ifade etmiştir. Haber ve köşelere alınan yorumlar ile tıklanma sayısı bir performans göstergesi olarak da ele alınmaya başlamıştır. <sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009;

Şah, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler

## *Yerel Sınırları Aşma*

**Tablo 8- Ülke Dışından Erişim**

<b>Yayın/Site Adı</b>	<b>6 Aralık 2009</b>	<b>7 Aralık 2009</b>	<b>8 Aralık 2009</b>	<b>9 Aralık 2009</b>
aktuelmarmaris	%4.8	%4.9	%5	%5
Bodrumhaber merkezi	-	-	-	-
Devrim Gazetesi	-	-	-	-
Hamle Gazetesi	%4	%3.6	%3.6	%3.4
Yenigün Gazetesi	-	-	-	-
Ortaca haber	-	-	-	-

*Alexa sitesinden izlenmiştir(6-9 Aralık 2009).*

6 -9 Aralık 2009 tarihleri arasında internet rating ölçüm sitesi olan Alexadan örneklem alınan 3 kâğıt gazete ile sadece internet üzerinden yayın yapan üç siteye ülke dışından erişim izlenmiştir. Ülke dışından basılı (kağıt) gazetelerin Hamle'ye yüzde 3 ile 4 arasında, internet sitelerinden aktuel marmarise yüzde 4 ile 5 arasında erişim saptanmıştır.

## *İstihdam*

**Tablo 9- İnternet Gazeteciliğinde Muğla İl merkezinde Yayın Yapan Gazetelerde**

### **İstihdam Durumu**

	<b>Devrim</b>	<b>Hamle</b>	<b>Yenigün</b>
<b>İstihdam</b>	2	2	1

İnternet gazeteciliği için eleman istihdamı konusunda ise her yayın grubu en az bir eleman istihdam ettiğini belirtmiştir. Hamle 2 (mizanpaj ve webe haber



yükleme), Devrim 2 (mizanpaj ve webe haber yükleme), Yenigün gazetesi 1 eleman istihdam etmektedir .<sup>25</sup>

### ***İnternet Yayıncılığı Sorun Çözüyor mu?***

İnternet gazeteciliğinin yerel medyanın sorunlarına çözüm sunup sunamayacağı konusunda ise sorunun ekonomik olması neniyle tümüyle çözüm sunabileceğine inanılmamaktadır. Bu konudaki yanıtlar ilgi çekicidir:

*“Tümüyle çözüm getiremez. Çünkü yerel gazeteciliğin sorunu ekonomik. Okurun bize ve bizim okura ulaşmamızı hızlandırdı. İzlenmek için tanınmak ve bilinmek gerekiyor. Herkes gazete satın almasa da internet üzerinden bize ulaşabiliyor.”*<sup>26</sup>

*“Kısmen evet. Ekonomik anlamda katkı sunabilir. Okuyucu açısından, gazetemizi okuyan okuyucular bir şeye tanık olduklarında bizi arıyorlar. Okuyucular bize haber kaynağı olarak da dönüyor.”*<sup>27</sup>

*“Tek başına katkıda bulunamaz. Bunlar sistemin parçaları. Biz ilk özel televizyonlar çıktığında öyle zannettik ki, televizyonlar yaygınlaşacak kimse gazete okumayacak. Bizim de zaten belki de hızla televizyon sektörüne girmemizin sebeplerinde biri buydu. Sonra zaman içinde gördük ki, gazete okumak ayrı bir keyif, televizyon izlemek ayrı bir keyif. Şunu samimiyetle itiraf edeyim, gazete, televizyon ve radyo, üçü de bir bütündür ve en etkilisi de gazetedir sanıldığıının aksine. Çünkü*

<sup>25</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009 tarihli görüşmeler.

<sup>26</sup> Ünal Türkeş’le 7 temmuz 2009 tarihli görüşme.

<sup>27</sup> Kazım Tokuç’ile 16 Temmuz 2009 tarihli görüşme

*gazeteyi insanlar defalarca eline alır, okur, mahkemeye verecekse onu belge olarak götürür. Eleştirecekse, övecekse belge olarak götürür. Televizyon uçar gider. Televizyon biraz tembel izlenme olduğu için insanlar işlerini yaparken, sohbet ederken izleyebilir, daha görseldir ama bana göre lokomotif gazetelerdir. Ama tek başına değil, sistemin bir parçası olarak. Bunlar bir sistem gazeteler, televizyonlar, radyolar, internet gazeteciliği, yayıncılığı bunlar bir bütün olursa, birbirini desteklerse olur, tek başına etkisi olacağını zannetmiyorum.”<sup>28</sup>*

### ***İnternet Gazeteciyi Nasıl Dönüştürdü?***

İnternet gazeteciliğinin gazeteci profilindeki değişime etkisi konusunda görüşler farklıdır. Bir yerel gazete sahibine göre meslekte tembellik oluşmuştur ve kesyapıştır ya da hazır haberlerden çalıp-çırpma başlamıştır. Farklı bir diğer görüş mesleğin hızlanacağına dairdir. Oturulduğu yerden yazı yazma dönemi bitecektir ve farklı haberler için daha çok araştırma, daha çok hız gerekecektir. Öte yandan meslekte dönüşümün meslek örgütlerinin birlikteliğiyle ve gücüyle mümkün olabileceği görüşü de bulunmaktadır.<sup>29</sup>

### ***Geleneksel Gazetecilik ve İnternet Gazeteciliğinin Geleceği***

Geleneksel gazeteciliğin geleceği konusunda, özellikle yerel gazetecilikte küçülme olabileceği ama mutlaka ikisinin birlikte yürüyeceği düşünülmektedir. Bu düşüncenin nedeni basılı (kağıt) gazete okumanın keyfinin süreceği beklentisidir.

---

<sup>28</sup> Hayati Nizamoğlu ile 1 bEkim 2009 tarihli görüşme.

<sup>29</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009 tarihli görüşmeler.

Teknolojinin gazetelerin dağıtım, erişim, sunuş biçimlerini farklılaştırabileceğini ama geleneksel gazeteciliğin var olacağı inancı sürmektedir.<sup>30</sup>

İnternet gazeteciliğinin geleceği konusunda ise daha da gelişerek, ucuzlayarak var olacağı (örneğin yerelde de internet üzerinde 24 saat görüntülü ve yazılı canlı yayın), yerel içerik talebinin özellikle ili ya da ülkeleri dışında yaşayanlar tarafından sürdürüleceği, bu nedenle yerel gazeteciliğin de varlığını sürdüreceği düşüncesi ağır basmaktadır.<sup>31</sup>

### ***İnternet Gazeteciliği ve Tiraj***

Tiraj konusunda yerel gazete sahipleri, gazetelerin baskı adedini arttırmadıklarını, ancak internet üzerinden yayınlanmalarının ardından okunma sayılarında ve abone sayılarında artış olduğunu belirtmektedirler. Okur sayısında tiraj artmadan artışın olmasının nedeni basılı (kağıt) gazetelerin web sürümlerindeki ziyaretçi sayılarının tiraja ek olarak ele alınmasıdır. İl dışından erişimle birlikte abone sayılarında tirajı etkilemeyecek ölçülerde artış sağlandığı belirtilmektedir.

### ***Yalnızca İnternet Yayıncılığı Yapanlar ve Uygulamadaki Farklılıklar***

Muğla'da sadece internet üzerinden yayın yapan gazete ve haber siteleri, içeriklerini webe aktaran gazetelerden biraz daha farklıdır. Sahipleriyle görüşme yapılan iki haber portalı ve bir gazete incelenmiştir. Aktuelmarmaris.com, Marmaris

---

<sup>30</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009; Şah, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler.

<sup>31</sup> Devrim, 7 Temmuz 2009; Hamle, 1 Ekim 2009; Yenigün, 16 Temmuz 2009; Şah, 19 Ekim 2009; Muğla, 19 Ekim 2009 tarihli görüşmeler.

merkezli bir internet gazetesidir. Bodrumhabermerkezi.com Bodrum merkezli bir ajans, ortacahaber.com ise Ortaca merkezli, Dalaman ve Köyceğiz haberlerini de içeren haber portalıdır.

**Tablo 10- Basılı (Kağıt) Gazeteler ile Sadece İnternet Üzerinden Yayın Yapan Sitelerin Web Sayfaları Uygulamaları**

<b>Özellikler</b>	<b>Sadece İnternet Üzerinden Yayın Yapan Haber Siteleri/Gazeteler</b>	<b>Basılı Gazetelerin Web Sayfaları</b>
<b>Yorum alma</b>	+	+ (1'i hariç)
<b>Yorum yayınlama</b>	+	-
<b>Gün içerisinde güncellenme</b>	+	-
<b>Galeriler</b>	+	-
<b>Haber kategorileri</b>	+	-
<b>Arşiv</b>	-	+

İçeriklerini webe aktaran basılı gazeteler, basılı içeriklerini günlük olarak web'e aktarmakta, kendi köşe yazarlarının yazılarını girmekte ve gün içerisinde güncelleme yapmamaktadırlar (Bunun nedeni haber atlatma ile açıklanmaktadır). bodrumhabermerkezi ve aktuelmarmaris ise gün içerisinde güncelleme yapmaktadır.

İncelenen günlük basılı gazetelerden ikisi haber ve köşe yazılarına yorum almakta, bu yorumlara diğer okurlar ulaşamamaktadır. Sadece internet üzerinden yayın yapan sitelerde yapılan yorumlara diğer okurlarda ulaşabilmekte,

okuyabilmektedir. Ancak ağır hakaret içeren yorumlara yer verilmediği, yorumların süzgeçten geçirildiği de ifade edilmiştir.<sup>32</sup>

**Tablo 11- Basılı (Kağıt) Gazete ile İnternet Gazetesinde Gündem**

<b>Tarih</b>	<b>Çağdaş Marmaris(Kağıt)</b>	<b>Aktuelmarmaris(İnternet)</b>
	<b>1.Sayfa</b>	<b>Manşet Penceresi</b>
<b>9 Aralık 2009</b>	<b>Manşet:</b> Pazar İnşaatı Başladı <b>2.Haber:</b> Posta Güvercinimiz Talih Kuşumuzla <b>3.Haber:</b> Türkan Saylan İsmi Parka Verildi <b>4.Haber:</b> DTP'den İlçe Merkezine Saldırı İddiası	<b>1.Haber:</b> Tez Tour'dan Başarılı Bir 15. Yıl Kutlaması <b>2.Haber:</b> Bakan Günay'dan Sabetay'cılara Jest <b>3.Haber:</b> Tez Tur'dan rus Partnerlere 15. Yıl kutlaması <b>4.Haber:</b> Tarihi Mekanların Maketleri yapılıyor <b>5.Haber:</b> Gökova Körfezi'nde Yaşanan Kirlilik <b>6.Haber:</b> Armutalan Üretici Pazarına Kavuşuyor <b>7.Haber:</b> Marmaris'te Kapalı Olan Otelde Hırsızlık
<b>10 Aralık 2009</b>	<b>Manşet (özel haber):</b> Marmaris, Filmlerimizle Tanındı <b>2.Haber:</b> Netsel'de Tarih Sergisi <b>3.haber:</b> Muğla'da Aşı Şoku <b>4.haber:</b> Özürlüler Derneğinden Başkan Ünlü'ye Ziyaret <b>5.Haber:</b> Marmarisli Kadınlar Star Restoranda Buluştu	<b>1.Haber:</b> Marmaris'te Fırtına ve Yağış Etkili oluyor <b>2.Haber:</b> Meteorolojik Uyarı <b>3.Haber:</b> 10 Aralık Dünya İnsan Hakları Günü <b>4.Haber:</b> Özürlüler Derneğinden Başkan Ünlü'ye Ziyaret <b>5.Haber:</b> Muğla Fuarcılık merkezi projesi <b>6.Haber:</b> Sky Airlines Mısır Semalarında 2 Uçağı ile Show

<sup>32</sup> Ortacahaber.com, 9 Kasım 2009; bodrumhabermerkezi.com, 9 Kasım 2009; aktuelmarmaris.com, 19 Kasım 2009 tarihli görüşmeler.

		<p>Yaptı</p> <p><b>7.Haber:</b> Tez Tour'dan Başarılı Bir 15. Yıl Kutlaması</p> <p><b>8.Haber:</b> Tez Tur'dan Rus Partnerlere 15. Yıl Kutlaması</p> <p><b>9.Haber:</b> Tarihi Mekanların Maketleri Yapılıyor</p> <p><b>10.Haber:</b> Gökova Körfezi'nde Yaşanan Kirlilik</p>
<b>11 Aralık 2009</b>	<p><b>Manşet:</b> Marmaris'te Yağış ve Fırtına</p> <p><b>2.Haber:</b> Şanlı Bayrağımızla Yürüelim</p> <p><b>3.Haber:</b> TRT Çocuk Kanalı Marmaris'te</p> <p><b>4.Haber:</b> SGK'dan Kan Bağışına Destek</p> <p><b>5.Haber:</b> Bilardo Turnuvası Sona Erdi</p>	<p><b>1.Haber:</b> Vergi Gelirinden Maliyeciye Pay</p> <p><b>2.Haber:</b> MTO Genç Girişimciler Kurulu Üyeleri Toplandı</p> <p><b>3.Haber:</b> Sıla 12 Aralık'ta Club Pacha'da</p> <p><b>4.Haber:</b> Marmaris'te Fırtına ve Yağış Etkili Oluyor</p> <p><b>5.Haber:</b> 10 Aralık Dünya İnsan Hakları Günü</p> <p><b>6.Haber:</b> Özürlüler Derneğinden Başkan Ünlü'ye Ziyaret</p> <p><b>7.Haber:</b> Muğla Fuarçılık Merkezi Projesi</p> <p><b>8.Haber:</b> Sky Airlines Mısır Semalarında 2 Uçağı ile Show Yaptı</p> <p><b>9.Haber:</b> Tez Tour'dan Başarılı Bir 15. Yıl Kutlaması</p> <p><b>10.Haber:</b> Tez Tur'dan Rus Partnerlere 15. Yıl Kutlaması</p>
<b>12 Aralık 2009</b>		<p><b>1.Haber:</b> Muğla'da "at-eşek" Operasyonu</p> <p><b>2.Haber:</b> Kapatmaya İlişkin Siyasilerin Değerlendirmeleri</p> <p><b>3.Haber:</b> Tayfun Başkurt Travel Turkey Fuarını Değerlendirdi</p> <p><b>4.Haber:</b> Marmaris'te Deprem</p> <p><b>5.Haber:</b> Marmaris Teröre Hayır Dedi</p> <p><b>6.Haber:</b> Martab Travel Turkey İzmir Fuarında</p> <p><b>7.Haber:</b> İçmeler Travel Turkey İzmir Fuarında Ayrı Standta</p> <p><b>8.Haber:</b> Cengiz Aygün'den Mısır Gezisi değerlendirmesi</p> <p><b>9.Haber:</b> Vergi Gelirinden Maliyeciye Pay</p> <p><b>10.Haber:</b> MTO Genç</p>

		Girişimciler Kurulu Üyeleri Toplandı
<b>13 Aralık 2009</b>	Pazar Günleri yayınlanmıyor	<p><b>1.Haber:</b> Geleneksel Fotoğraf Yarışması Konusu; “Dört Mevsim marmaris”</p> <p><b>2.Haber:</b> Hollywood Filmlerinde Kullanılan İpek kumaşlar Muğla’dan</p> <p><b>3.Haber:</b> Tarihi Evler Restore Edilip Turizme Kazandırılıyor</p> <p><b>4.Haber:</b> Muğla’da "at-eşek" operasyonu</p> <p><b>5.Haber:</b> Kapatmaya İlişkin Siyasilerin Değerlendirmeleri</p> <p><b>6.Haber:</b> Tayfun Başkurt Travel Turkey Fuarını Değerlendirdi</p> <p><b>7.Haber:</b> Marmaris Teröre Hayır Dedi</p> <p><b>8.Haber:</b> Martab Travel Turkey İzmir Fuarında</p> <p><b>9.Haber:</b> İçmeler Travel Turkey İzmir Fuarında Ayrı Standta</p> <p><b>10.Haber:</b> Cengiz Aygün'den Mısır Gezisi Değerlendirmesi</p>
<b>14 Aralık 2009</b>	<p><b>Manşet:</b> Sen Ölmedin Şehidim</p> <p><b>1.Haber:</b> Kız Öğrencilere Eğitim Desteği</p> <p><b>3.Haber:</b> Adı Hamur, O Bir kedi</p> <p><b>4.Haber:</b> Marmaris’te Engelliler İçin Kermes</p>	<p><b>1.Haber:</b> Alltours 2010 Fiyatlarını Yeniden Düşürdü</p> <p><b>2.Haber:</b> Sky Havayolları ‘Tıkır Tıkır’ Çalışıyor</p> <p><b>3.Haber:</b> Mıyc’den Şeker Tadında Bir Yarış Sonuç Açıklaması</p> <p><b>4.Haber:</b> İzmir Travel Turkey Fuarında da Tanıtıldık</p> <p><b>5.Haber:</b> Besteci İrfan Özbakır Anıldı</p> <p><b>6.Haber:</b> Doğuda Kış Akyaka’da Deniz Keyfi</p> <p><b>7.Haber:</b> Turizm Kıyı Yapıları Planlama ve Yatırım Süreçleri Değerlendirme Toplantısı</p> <p><b>8.Haber:</b> Rusya’da İlginç Uygulama</p> <p><b>9.Haber:</b> Geleneksel Fotoğraf Yarışması Konusu; “Dört Mevsim Marmaris”</p> <p><b>10.Haber:</b> Hollywood Filmlerinde Kullanılan İpek Kumaşlar Muğla’dan</p>

<b>15 Aralık 2009</b>	<p><b>Manşet:</b> Kıyı Sorunları tartışıldı</p> <p><b>2.Haber:</b> Deniz Kaynadı Deprem oldu</p> <p><b>3.Haber:</b> Belen Kahvesi Filminin Galası Yapıldı</p> <p><b>4.Haber:</b> Amatör Spor gecesi ödül Töreni</p> <p><b>5.Haber:</b> Dört Mevsim Marmaris</p> <p><b>6.Haber:</b> Bin 237 Tekne Türk Bayrağına Geçti, 300'ünün İşlemleri Yetişmedi</p>	<p><b>1.Haber:</b> Köşe Yazarımız Levent Seçer'in "Sevdalarımın Dansı" Azeri Diline Çevrildi</p> <p><b>2.Haber:</b> Dev Gemisi "Splendida" Tekrar Marmaris'te</p> <p><b>3.Haber:</b> Vali Altıparmak, Marmaris Devlet Hastanesini Ziyaret Etti</p> <p><b>4.Haber:</b> Dershanelerde Çalışanların %55'i Kayıt Dışı</p> <p><b>5.Haber:</b> Çek Tasarısı Yasalaştı; İşte Son Değişiklikler!</p> <p><b>6.Haber:</b> Alltours 2010 Fiyatlarını Yeniden Düşürdü</p> <p><b>7.Haber:</b> Sky Havayolları 'Tıkır Tıkır' Çalışıyor</p> <p><b>8.Haber:</b> Mıyc'den Şeker Tadında Bir Yarış Sonuç Açıklaması</p> <p><b>9.Haber:</b> İzmir Travel Turkey Fuarında da Tanıtıldık</p> <p><b>10.Haber:</b> Besteci İrfan Özbakır Anıldı</p>

Basılı (kağıt) gazete ve internet gazetesinin gündemleri karşılaştırıldığında, haberi iletmede hız ve kapasite konusunda internet gazetesinin üstünlüğü ve sunduğu imkân teyit edilebilmektedir. Çağdaş Marmaris gazetesinin ilk sayfasında manşetle birlikte en çok yedi haber yer almasına rağmen, internet gazetesinin sadece manşet penceresinde on haber yer almaktadır. Bu da internetin gazetelere yer/kapasite sıkıntısı olmaması nedeniyle haber çeşitliliği ve içerik zenginliği açısından önemli olanaklar sunduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, burada söz konusu olan böyle bir imkânın varlığıdır. Bu imkânın nasıl kullanıldığı sahiplikle ve yayın politikasıyla ilgilidir. Elimizdeki örnekte internet gazetesinin manşet penceresinde üç-dört gün önce girilen haberlerin tutulduğu görülmektedir. Basılı (kâğıt) gazetenin bir gün önceki haberi aynen kullanma şansı yoktur. Diğer taraftan önemli görülen bir haberi



manşet penceresinde birkaç gün tutarak, daha fazla okura ulaşılması şansını arttırıcı bir olanak olarak da görülebilir. Ancak gözlenen bu durumun daha çok reklam niteliğindeki haberlerde uygulandığıdır.

Basılı (kağıt) gazete ile internet gazetesinin gündemleri de birbirinden farklıdır. Tablodaki gündem içeriklerine bakıldığında belki de yerel basılı (kağıt) gazetelerde yer bulamayan haberlerin internet gazetesinde yer alabileceği görülmektedir. İnternet gazeteleri dışlanmış ya da ayıklanmış enformasyona veya bilgiye kapasiteleriyle yer açma olanağına sahiptirler. Ancak böyle bir imkanın uygulanabilirliği yine yayın politikalarıyla ilgilidir.

İnternet gazetesi gün içerisinde güncellenmesi halinde olup-biteni anında verebilir, gelişmeleri aktarabilir, yani hızlıdır. Basılı (kağıt) gazeteler haber ne kadar önemli olursa olsun ertesi günkü gündemde bu haberi değerlendirebilmektedir. İncelediğimiz örnekte Marmaris'teki etkili yağış ve fırtına haberi, yağış ve fırtınanın olduğu gün (10 Aralık 2009) internet gazetesinin manşet penceresinin birinci haberidir. Bu haber ertesi gün basılı (kağıt) gazetenin manşetinde yer almıştır.

İnternet gazetesi ve basılı gazete arasındaki karşılaştırmada dikkat çeken diğer noktalardan biri de internet gazetelerinin gün gün arşivlenmemesidir. Kâğıt gazetenin herhangi bir gününün sayısına ulaşmanız mümkündür, bu durum internet gazeteleri için geçerli değildir. Örneğin 12 Aralık 2009 tarihli aktuelmarmarisin sayısına 15 Aralık 2009'da ulaşamamaktadır. Burada arşivlenen bildiğimiz günlük sayılar değil, teknolojinin yapısı gereği tek tek haberlerdir.

## SONUÇ

Bu çalışmada, yeni iletişim teknolojilerinin yerel medyaya etkisi ve yerelde internet gazeteciliğinin durumunun Muğla örneği üzerinden saptanması; internet gazeteciliğinin vaatleri arasında yer alan, medya çoğulculuğu ve haber çeşitliliği, etkileşim, yerel sınırları aşma, istihdam konularındaki yerel görünümünün belirlenmesi hedeflenmiş ve derinlemesine mülakat yöntemiyle yüz yüze yapılan görüşmelerde elde edilen ek bulgularla birlikte şu sonuçlara ulaşılmıştır:

### *Muğla il merkezindeki yerel medyanın internet gazeteciliğine geçiş süreci*

Muğla yerel medyasının içeriklerini webe aktarma süreci, tarihsel olarak Türkiye’de internet gazeteciliğinin ikinci dönemine (2000–2005) denk düşmektedir. Webe geçiş tarihi 2002 yılından itibaren ve yoğunlaşma 2004 tarihinden sonradır (Tablo2). Bu durum, ülkemizde internet üzerindeki haber sitelerinin ve ulusal gazetelerin görünürlüğünün artmasının etkisiyle açıklanabilir.

### *İnternet Gazeteleri Sayfalarının Dizaynı ve İçeriği*

Muğlada’ki basılı gazeteler ile sadece internet üzerinden yayın yapan sitelerin ana sayfaları, ana akım medyalarının prototipi niteliğindedir. Haber sitelerinin ya da gazetelerin tümünde “manşet penceresi” yer almaktadır. Yerel medya bu anlamda da ana akım medyaların takipçisi durumundadır.

### ***İnternet gazeteciliğine geçiş nedenleri***

Muğla yerel medyasında internete gazeteciliğine geçiş nedenleri bulgularda açıklanan gerekçelerden yola çıkarak, yeni teknolojik ortam içinde de var olmak ve okur/izleyici sayısını arttırmak olarak nedenselleştirilebilir. Ancak, okur sayısını arttırma talebinin, daha fazla reklâm olarak da okunması mümkündür. Bu nedenle başlangıçtaki temel gerekçe ekonomiktir. Bu temel gerekçenin ardından, webde yayını sürdürmeyi sağlayan gerekçeler savunmacı yaklaşımla birlikte politik (güç) ve psikolojik (prestij-okunuyor olmanın yeniden teyidi, sınırlar ötesinden okunarak onay alma duygusu)tir. Diğer taraftan yerel bir gazete için internette var olmak yeni bir dağıtım kanalıdır ve kendini tanıtım alanıdır (yeni açılan kahveye gazete bırakmak gibi).

### ***Muğla'daki Basılı (kâğıt) Gazetelerin ve Sadece İnternet Üzerinden Yayın Yapan Sitelerin İnternet Gazeteciliğindeki Durumu***

Muğla il merkezi yerel medyasının internet gazeteciliğindeki durumu, ülkemizin ilk dönemine (1995–2000), internetin yeni geliştiği ve gazeteciler arasında yeni tanındığı döneme benzemektedir. Basılı (kâğıt) gazetelerin web sürümleri, baskılarının kopyalarıdır.

Basılı (kağıt) gazeteler, web sürümlerinde internet teknolojisinin getirdiği olanaklardan sınırlı olarak yararlanmaktadırlar. Sadece internet üzerinden haber

yapan sitelerde ise bu olanaklar kullanılmaktadır. Kağıt gazeteler internet gazeteciliğinin gazeteciliğe sunduğu, gün içerisinde haber güncelleme, hiper metinler, galeriler kullanma, anket gibi imkanlardan yararlanmamaktadırlar.

Basılı (kağıt) gazeteler ile sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri/gazeteler arasında haber alışverişi ile köşe yazarlarına yer verme konusunda dayanışma sergilenmektedir. Örneğin bodrumhabermerkezi ve aktuelmarmariste, Muğla il merkezinde yayın yapan farklı gazetelerde çalışan köşe yazarlarının yazıları yayınlanmaktadır.

Yerel medyanın web sayfaları üzerinden yapılan gözlemler, internet gazeteciliğinde geleneksel gazetecilikte var olanın yeniden inşa edildiği, aktarıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum sadece internet üzerinden yayın yapan siteler/gazeteler için de geçerlidir. Bu siteler/gazeteler de kendi üretimleri dışında içerik açısından yerel gazetelerden, yerel ve ulusal ajanslardan yararlanmaktadırlar.

İnternet gazeteciliğinin gelişeceği ve geleneksel gazetecilikle birlikte yürütüleceği inancı egemendir.

### ***İnternet gazeteciliği etkileşimli bir yayıncılık ortamı yaratabilmiş midir?***

Muğla yerel medyası internet gazeteciliğinin etkisiyle yüzünü okura daha fazla dönmüş görünmektedir. (Ziyaretçi sayılarının ölçülmesi, okur yorumlarının takip edilmesi, okur maillerinin izlenmesi gibi.) Etkileşimli yayıncılığın varlığından henüz

tümüyle söz edilemese de okura, kaynağa atfedilen önemin artması, etkileşimli yayıncılığının başlangıcının habercisi niteliğindedir. Yeni iletişim teknolojilerinin ve internetin gazetecilik açısından sunduğu en önemli olanak etkileşimli yayıncılıktır. Örneklem olarak seçilen yerel gazeteler ve sadece internet üzerinden yayın yapan gazete ve internet siteleri haber ve köşelerini yoruma açmışlardır. Kâğıt gazetelerin web sitelerinde bu yorumlar diğer okurlar tarafından görülmemekte, haber sitelerinde ise süzgeçten geçirilerek yayınlanmaktadır. Etkileşimin ön koşulu gerektiğinde *alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesi* (Geray, 2003: 18)'dir. Bu yanıla ele alındığında yerel medyada tam anlamıyla etkileşimli yayıncılık yapıldığı söylenemez. Okur yorumları ve buna ilişkin değerlendirmeler yayın kuruluşlarının medya politikalarına henüz etki etmemektedir. Yapılan görüşmelerde yorumların dikkate alındığı ancak, yayın politikasını etkilemediği açıkça ifade edilmiştir. Bu durum, medya kuruluşlarının kendilerine çizdikleri yayın politikasıyla açıklanabilir. Yerel medyaların var oldukları toplumsal yapı içerisinde kendine özgü kültürel ve politik çizgileri de bulunmaktadır\*. Ancak, okurların yayın organına erişimleri başlamıştır. Bu erişim yayın organının ya da kuruluşunun etkiye açık hale geldiğinin de bir göstergesidir. Bulgularda da yer aldığı gibi örneklem olarak ele alınan gazetelerden Hamle gazetesi günde iki kez istihbarat toplantısı yapmaya başlamıştır. Diğer taraftan, İnternet gazeteciliğiyle, yerel medya yerel haberlere yapılan vurguyu ve kendilerine atfedilen önemi yeniden keşfetmiştir. Ancak okurun ilgisi ve eğilimi; içeriği ve haber sıralamalarını henüz

(\* Bu konuda kesin bir bilgi oluşturmak için farklı bir araştırma yapılması gerekmektedir. Örneğin Muğla il merkezi yerel medya sahipliğine bakıldığında yerel medya sahiplerinin çoğunun siyasi pir partide il başkanlığı, belediye meclisi üyeliği, milletvekilliği gibi bir çok görevi de icra etmiş olduğu görülmektedir.

değiştirmemektedir (Örneğin, 24 Kasım 2009 tarihli Hamle gazetesinin web sürümünde- hamle48.com, manşet penceresinin birinci haberi olan “ Mavi Karttan Taviz Yok” başlıklı haber, okunma sıralamasında yedincidir. Manşet penceresinde yedinci sırada olan “Şaşmaz Görevine Başladı” başlıklı haber en çok okunan haberler sıralamasında birincidir. Hamle'nin aynı günlü basılı (kâğıt) gazetesinde de manşet haber Mavi Karttan Taviz Yok'tur. ) Sıralamada yayın politikası kadar, haber içeriğini oluşturan kişi veya kurumlar etkili olabilmektedir.

Eğer medya, Erol Mutlu'nun söylediği gibi “toplumun kendiyile konuştuğu yer” ise; Yerel medyada Muğla örneğinden bakıldığında etkileşimli yayıncılık henüz tam anlamıyla gerçekleşemediğinden; Yorumlar, talepler yerel medya kuruluşlarının yayın politikalarını tümüyle etkilemediğinden – internet gazeteciliği üzerinden de henüz toplumun kendiyile yeterince konuşamadığından söz edilebilir.

### ***İnternet gazeteciliğinin yerel medyadaki istihdama etkisi ne olmuştur?***

İnternet gazeteciliği farklı bir istihdam alanı yaratmıştır. İnternet gazeteciliği, webe içerik aktarma, sayfa dizaynı gibi konularda daha fazla teknik ve bilgisayar bilgisi gerektirmesi nedeniyle yerel medyada ek istihdama olanak sağlamıştır. Böyle bir teknik elemanı yitiren yayın kuruluşu yerine yenisini istihdam etmediği takdirde web üzerindeki varlığını yitirme riskiyle de karşı karşıya kalabilmektedir ya da teknik eleman yetersizliği nedeniyle internet gazeteciliğine geçememektedir.

Muğla il merkezinde yayın yapan Muğla gazetesi internet gazeteciliğine geçmemelerinin nedenini, Gazete Şah ise internet gazeteciliğine ara vermesinin nedenini teknik eleman yetersizliğine bağlamışlardır.

***İnternet yayıncılığıyla yerel içerikle hazırlanan gazeteler ve yayın yapan televizyonlar, okunurluk/izlenirlik açısından yerel sınırları aşabilmiş midir?***

Yerel medyanın coğrafi sınırları aşması açısından alexa sitesinden yapılan izlemeler (6-9 Aralık 2009) ile yerel medya sahipleriyle yapılan görüşmelerde yerel medyanın internet gazeteciliğiyle okunurluk/izlenirlik açısından yerel sınırları aştığı görülmüştür. Ancak erişilen kesim örneğin Muğla için yurt dışında veya il dışında yaşayıp, Muğla ilinde ne olup bittiğiyle ilgilenen Muğlalıların yanı sıra Muğla ili ile bir biçimde bağlantısı olmuş kişilerdir. Yerel medya sahipleri, Almanya, Kanada gibi ülkelerde yaşayan Muğlalılardan e-posta aldıklarını belirtmişlerdir.

***Yerel medyanın internet üzerinden gerçekleştirdiği yayıncılıkla tirajı etkilenmiş midir?***

Tiraj olumsuz etkilenmemiştir ve yerel gazetelerde internet üzerindeki ziyaretçi sayıları kağıt gazetelerin tirajlarına ek olarak görülmektedir. Günde 800 baskı yapan bir gazete için webdeki günlük 200 okunma oranı, +200 olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle de örneklem alınan üç kağıt gazete ile yapılan görüşmelerde tiraj sayılarında olumsuz etkilenme olmadığı, okur sayılarının arttığı ifade edilmiştir.

***İnternet gazeteciliğinin yerel medya açısından medya çoğulculuğuna ve haber çeşitliliğine katkısı olmuş mudur?***

İnternet gazeteciliği Muğla il genelinde medya çoğulculuğuna katkı sağlamıştır. Muğla il genelinde yayın yapan 53 gazeteye ek olarak sadece internet üzerinden yayın yapan sekiz haber sitesi/gazete derlenmiştir. İlçe merkezli bu siteler sadece ilçeleriyle ilgili değil Muğla ili ile ilgili genel haberlere ve zaman zaman da ulusal önemli gelişmelere yer vermektedirler. Bu haber sitelerinin dışında tanıtım amaçlı olmakla beraber, buldukları ilçe, köy ve belde konusunda haber de veren birçok site bulunmaktadır.

İnternet gazeteciliği yerel medyaya sınırlarını aşma, kendini tanıtmaya, 7/24 saat yayın, içerik zenginliği, etkileşim, kapasite artışı (yüzölçümüyle sınırlı kalmama) gibi konularda fırsat sunmuştur. Muğla yerel medyası (basılı/kağıt gazeteler), internet gazeteciliğinin sunduğu bu olanaklardan kısmen faydalanmaktadır. Kapasite kullanımı, etkileşimin güçlendirilmesi, içerik zenginliği, sürekli güncelleme henüz etkin değildir.

Yerel medyayı vazgeçilmez kılan olgu, yerelde demokrasi kültürünün yerleşmesi ve geliştirilmesinde en önemli araçlardan biri olarak görülmesidir. Yerelde yurttaşın yönetime katılması ve kendini ifade etmesinde; tekelleşmeye karşı çoğulcu politik stratejilerin üretilmesinde büyük önem taşıyan yerel medya, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden etkilenmekte ve bu teknolojileri kullanmak, bünyelerine taşımak, var olan teknolojik yapıyı yenisiyle değiştirmek durumunda



kalmaktadır. Daha iyi ve hızlı baskı için fotoğrafta, mizanpajda, baskıda dijital teknolojiye geçiş ya da 1995'te başlayan İnternet gazeteciliği sürecine yerel medyanın kaçınılmaz olarak dâhil olması gibi. Bu geçiş zorunluluklarının nedeni piyasa koşulları ve rekabettir (kaliteli imajı, fark yaratmak, sektördeki mevcudiyeti korumak, okurun kalite beklentisi). Sonuçta tecimsel bir kurum olan/olmak durumunda kalan yerel medyalar, medya sektörünün bir parçası durumundadırlar ve sektöre ilişkin politikalardan, değişimlerden etkilenmektedirler.

Yerel medyanın teknolojiye kısa sürede uyum sağlaması, yerel içerik üretebilmesi (özellikle tv ve radyo yayınlarında), içeriğin niteliğinin artırılması ve yurttaşın da yerel medyaya rahatça erişimi açısından devletin yasalarla etkin önlemler alması kaçınılmaz görünmektedir. Bütünüyle tecimsel alana bırakılan yerel medya, medya sektörünün piyasa koşulları ve rekabeti karşısında daha da güçsüzleşme riskiyle karşı karşıyadır. Gittikçe güçsüzleşen yerel medya tekellere boyun eğebilir. Yerel medyaya sağlanacak düşük faizli-uzun vadeli krediler ve muafiyetler, medyanın teknolojik anlamda kendini daha hızlı olarak yenilemesine olanak sağlayabilir. Gazetecilik okulları mezunlarının istihdamının desteklenmesi yerel medyanın niteliğini güçlendirmesine katkı verebilir. Uzman kuruluşlarca yeni teknolojilerinin kullanımı ve gazeteciliğe etkisi, yenilikler, haber üretim pratikleri, meslek etiği, toplumu tüm kesimlerinin taleplerinin dillendirilmesi gibi konularda seminerler verilmesi, gazetecilik cemiyetlerinin daha etkin kılınması, yerel gazeteciliği güçlendirebilir.

İnternet gazeteciliğinin sunduğu imkânlar, yerel gazetecilik açısından, onu kullanacak olan yerel medya sahipleri ve çalışanlarının kullanma kapasitesiyle

sınırlıdır. Teknolojiyi yakından izlemek ve yeni teknolojilere sahip olmak içeriğin niteliğini etkilemeye yetmemektedir. İnternet gazeteciliğinin yerel medyaya sunduğu olanakların yanında onu daha da tecimselleştirmesine ilişkin kapasitesinin olup olmadığı ve bu durumun yerel medyayı nasıl etkileyeceğinin de ayrıca sorgulanması gerekmektedir. İnternet üzerinde hızla artan ve yerel medya linklerinden oluşan portallar, yerel medyanın da “internet pazar”ının “ürün”ü haline gelebileceğinin habercisi olabilir.

## EKLER

### EK 1: Görüşme Soruları...

- 1) Yayın grubunuzun tarihi nedir?
- 2) Siz gazeteciliğe/yayıncılığa ne zaman başladınız?
- 3) Yerel gazeteciliğin topluma, yerele, bölgeye ve ulusala nasıl bir katkı sunduğunu düşünüyorsunuz?
- 4) Yerel gazeteciliğin yaşadığı sorunlar nelerdir?
- 5) İnternet gazeteciliğine ne zaman başladınız?
- 6) İnternet gazeteciliğine geçmenize neden ne oldu?
- 7) İnternet gazeteciliği, haber sunma açısından yeni olanaklar sunmakta mıdır?
- 8) Sizce internet üzerinden yayıncılığa başladığınız andan itibaren yerel içerikle yaptığınız yayınlar, erişim açısından okurla olan etkileşiminizi değiştirdi mi?
- 9) İnternet üzerindeki haberlerinize yorum alıyorsunuz? Aldığınız yorum ve tepkiler yayın politikanızı nasıl etkiliyor?
- 10) İnternet gazeteciliği için ne kadar yatırım yaptınız?
- 11) İnternet gazeteciliği, ekonomik açıdan yayın grubunuza bir katkı sağladı mı?
- 12) Yayın grubunuzun internet gazeteciliğine başlamasıyla birlikte bu alan için eleman istihdam ediyor musunuz?
- 13) İnternet gazeteciliği yerel gazeteciliğin yaşadığı sorunlara çözüme bir katkı sunabilir mi?
- 14) Sizce, İnternet gazeteciliği, gazetecilik mesleğinde ve gazeteci profilinde herhangi bir değişime yol açacak mı?
- 15) Geleneksel gazeteciliğinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?
- 16) İnternet gazeteciliğinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Teşekkür ederim.

## EK 2: Örneklemlerin web sayfaları

### Devrim Gazetesi

Devrim Gazetesi - Microsoft Internet Explorer  
Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım  
Geri İleri Ara Sık Kullanılanlar  
Adres http://www.muqladevrim.com.tr/  
Google Acar Ertuğrul internet yayıncılığı ve geleneksel Search + M + S Bookmarks Check Translate AutoFill Sign In  
Google™ This page is in Turkish. Translate it using Google Toolbar? Learn more Translate X

arama...  
Hayatta en hakiki yol gösterici ilimdir  
HALKÇI-DEVRİMCİ-TOPLUMCU GÜNLÜK SİYASİ GAZETE  
24 | 11 | 2009

Anasayfa  
Arayacağınız kelimeleri buraya yazın... Ara

DEVİRİM GAZETESİ  
100'ÜN ÜZERİNDE YAPIL YIKILACAK  
Yönetici tarafından yazıldı  
Pazartesi, 23 Kasım 2009 10:35

100'ün üzerinde yapı yıkılacak  
Marmaris'te imara aykırı binaların yıkımına devam ediliyor. Uzunyalı sahil şeridindeki 13 binanın yıkım işlemi gerçekleştirildi. İlçe genelinde 100'ün üzerinde imara aykırı yapının yıkılacağı öğrenildi  
Haber Merkezi  
Marmaris ilçesinde, belediye tarafından hazırlanan

Köşe Yazıları  
"Ver kültürcü"ların yanlış sinyalleri!  
Ünal TÜRKÜŞ  
BOYLE BİR "SUBAY" VAR MI?  
Sakin KOŞAR

Bitti  
Başlat TEZ - Microsoft Word alexa - Microsoft Word tez-projesi\_İcndekler... Devrim Gazetesi - Mic... Microsoft Exchange... TR 16:33

### Hamle Gazetesi

Hamle Gazetesi - Microsoft Internet Explorer  
Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım  
Geri İleri Ara Sık Kullanılanlar  
Adres http://www.hamle16.com/haber/default.asp  
Google Search + M + S Bookmarks Check Translate AutoFill Sign In  
Google™ This page is in Turkish. Translate it using Google Toolbar? Learn more Translate X

Son Dakika : 09:55 - Mavi Kart'tan taviz yok

25.11.2009 18° 4' Muğla  
25.11.2009 13° 1' Ankara  
25.11.2009 14° 9' İstanbul  
25.11.2009 18° 11' İzmir

AMERİKAN DOLARI (ALIS): 1,4911 TL SATIŞ: 1,4983 TL // EURO (ALIS): 2,2282 TL SATIŞ: 2,2389 TL

ANASAYFA | HABER ARA | GÜNDEM | MAĞAZIN | SPOR | VİDEOLAR | İLETİŞİM | 24 KASIM 2009 SALI

HABER ARA  
Tüm Kategoriler --  
Ara Gelişmiş Arama

Eİİ ÇOK OKUNANLAR  
BUGÜN  
Şaşmaz görevine başladı  
Muğlaspor'da Erdiñ Hoca istifa etti  
48 Gençlik: Ruhsuz Futbolcu istemiyoruz  
Milasta "Şartaj" operasyonu  
DİP'de İlçe ziyaretleri sürüyor

Mavi Kart'tan taviz yok  
Mavi Kart'tan taviz yok  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MANŞETLER

Vali Altıparmak'tan kutlama  
24 Kasım Öğretmenler Günü bugün bütün ülke genelinde ve Muğla'da düzenlenen çeşitli etkinliklerle kutlanacak. Muğla Valisi Dr. Ahm...

Acar'dan Öğretmenler Günü mesajı  
Marmaris Belediye Başkanı Ali Acar 24 Kasım Öğretmenler Günü'nü kutladı. Acar, Cumhuriyetimizin Kurucusu Büyük Önder,

TANRI  
Hüseyin NİZAMOĞLU  
EĞİTİMİZ VE EĞİTİMCİLER Z. PLANA İTİLDİ  
İsmail ATASEVER  
İyi ki ÖÇK kurulmuş...  
Özcan ÖZGÜR  
AKIL İLE HAREKET  
Hayati NİZAMOĞLU  
Ah y' donuzluklar

Bitti  
Başlat TEZ - Microsoft... alexa - Microsof... tez-projesi\_İcnd... Hamle:: - Micr... Microsoft Excha... Hamle Gazetesi... TR 16:34

## Yeniğün gazetesi

Muğla Yeniğün Gazetesi - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Adres http://www.muğlayeniğün.com/

Google™ This page is in Turkish. Translate it using Google Toolbar? Learn more

**yenigün**

TOYOTA Plaza Yatu Otomotiv A.Ş.

Anasayfa Köşe Yazıları Künye İletişim

24 Kasım Salı 2009 / 06:35

**SERGER**  
"Satışla Bitmeyen Dostluk"  
**BOSCH**  
En Doğru Seçim  
**TEFAL**  
Ne varsa sende var  
Tel (0252) 214 14 15

**Başöğretmen Atatürk'ün izindeyiz**

İsmail Ercan Ltd. Şti.  
güvencesiyle...

devamı...

Bitti

Başlat TEZ - Microsoft... alexa - Microsof... tez projesi\_çind... Hamle:- Micr... Microsoft Excha... Muğla Yeniğün ... TR 16:37

## Aktuelmarmaris.com

Marmaris Haber Portalı - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Adres http://www.aktuelmarmaris.com/

Google™ Özel Arama

24.11.2009-Salı Künye Yayın İlkemiz İletişim

**Aktuel Marmaris**

Sunnybeds.com  
"not only a holiday..."

Ana Sayfa Marmaris Turizm Bölgesel Haberler Spor Kültür / Sanat Magazin Sağlık Saka Bir Yana Video Galeri

**SALSA, BACHATA VE MERENGUE DANS TUTKUNLARI MASCARA'DA BULUŞUYOR**

MARTAB MECLİS TOPLANTISI YAPILDI STRATONIKEIA ANTIK KENTİNDEKİ KAZI ÇALIŞMALARINI

MARITIM HOTELS

TEZ TOUR

Türkiye'nin

http://www.aktuelmarmaris.com/adredirect.asp?id=4898

Başlat TEZ - Microsoft... alexa - Microsof... tez projesi\_çind... Hamle:- Micr... Microsoft Excha... Marmaris Haber ... TR 16:39

## Bodrumhabermerkezi.com

BODRUM HABERLERİ - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Adres http://www.bodrumhabermerkezi.com/

Google Search

Haber İhbarlarınız için 0555 871 90 02

**GÜNDOĞ KAPI & PENCERE** Bir pencere **125,70 TL** KDV dahil değildir

Aksesuar ve çift cam dahil Tel: 0.252 363 97 28 Pencere Dünyası Ltd. Şti. **ECE PACE decauninck**

ANASAYFA PARA PIYASALARI \$ 1.491 € 2.228 £ 2.464 ¥ 1.679 Arşivde ara ARA

Kartanesi velileri **H1N1** hakkında aydınlatıldı

**Öğretmenler** gönüllerce eğlendi

Muğla Belediyesi **Dayanışma Merkezinden** ziyaret

**O ARTIK ECZACI** BURÇİN NALBANT Ege Üniversitesi

**UYANMASAYDI YANACAKTI**

**HAVUZLA İLGİLİ HERŞEY İÇİN.** SON YORUMLANANLAR

Hayallerini referans aldık, hayallerini yarattık

Atatürk Caddesi No : 30 Bitez **BODRUM** Tel : 363 79 4

http://www.bodrumhabermerkezi.com/?sayfa=haberler&bolu=detay&haberID=6962 tez-projesi\_icindekiler - Microsoft Word

Başlat TEZ - Microsoft... alexa - Microsof... tez-projesi\_icin... Hamle: - Micr... Microsoft Excha... BODRUM HABER... TR 16:38

## Ortacahaber.com

ORTACA HABER-www.ortacahaber.com - Anasayfa - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Adres http://www.ortacahaber.com/

Google This page is in Turkish. Translate it using Google Toolbar? Learn more Translate

Son dakika haberi bulunmamaktadır.

**ORTACA HABER**

Anasayfa | Haber Ara | Foto Galeri | Videolar | Anketler | Siteye Ekle | RSS Kaynağı

**KATEGORİLER**

- Anasayfa
- Güncel Haberler
- Yerel Haberler
- Yaşam Haberleri
- Spor Haberleri
- Kültür Sanat
- Ekonomi Haberleri
- Siyaset Haberleri
- Eğitim Haberleri
- Tarım Hayvancılık
- Turizm Haberleri
- Sağlık Haberleri
- Çevre Haberleri
- Teknoloji Haberleri

**Ortaca'da On Kasım Törenleri**

Ortaca'da On Kasım Törenleri.

- 13:54 - Ortaca'da On Kasım Törenleri
- 13:54 - Köyceğiz Halkından Anımlı Kan Bağışı
- 13:54 - Ortaca Halinde Silahla yaralama
- 13:54 - Ortaca'da Silahla yaralamaya 2 tutuklama
- 13:53 - Dalaman'da Açılma ve PKK'lılara Karşı...
- 09:23 - Ötümünün 71. yılında saygıyla anıyoruz
- 22:04 - Ekili alanlar zarar gördü
- 22:04 - Ortaca'da Trafik kazası 1 yaralı
- 22:04 - Ortaca'da Yağışlı hava
- 21:40 - Yücelen'de Açıldı

Ne Olacak Bu Domatesin Hali? 11 Kasım 2009

- ADNAN DOĞAN
- MESUT KOÇ
- HALİL GÖREL
- NAZAN KILIÇ

**GALERİ**

**HAVA DURUMU**

Hava Durumu Şehir: İstanbul

Şimdi 13 °C  
Yarı 9 °C | 14 °C

HaberDaim

Bitti Başlat TEZ - Microsoft... alexa - Microsof... tez-projesi\_icin... Hamle: - Micr... Microsoft Excha... ORTACA HABER... TR 16:40

**KAYNAKÇA :**

Acar, Ertuğrul, “İnternet Yayıncılığı Ve Geleneksel Medya”,

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com>

Akça, Bayram (2002), *Sosyal-Siyasal ve Ekonomik Yönüyle Muğla*, Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, Ankara

Alankuş, Sevda (2000), “Yerellikler, Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya”, *Global Yerel Eksende Türkiye İçinde*, 295-330”, Alfa yayınları, İstanbul

Alankuş, Sevda (derleyen); Atabek, Ümit v.d. (2005). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, BİA Kitaplığı, İstanbul

Alankuş, Sevda(derleyen); Arsan, Esra v.d. (2005), *Gazetecilik ve Habercilik*, BİA Kitaplığı, İstanbul

Alankuş, Sevda(derleyen); Bek Gencel, Mine v.d. (2005), *Medya ve Toplum*, BİA Kitaplığı, İstanbul

Altun, Abdülrezzak ( 1995). “*Türkiye 'de Gazetecilik ve Gazeteciler*”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Ankara

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (2007), “İletişim Sektöründe/Eğitiminde Durum Saptaması ve Eğilimler Sonuç Raporu”,

“[http://ilef.ankara.edu.tr/intranet/gorsel/dosya/1199803559ozet\\_rapor\\_rev.pdf](http://ilef.ankara.edu.tr/intranet/gorsel/dosya/1199803559ozet_rapor_rev.pdf)  
(erişim tarihi 29 Temmuz 2009)

Arana Arao, Danilo (2006), “The Practice of Online Journalism in the Philippines: Personnel Observation”, CALABARZON Commutation Convention Lyceum Balangas, Balangas City

Atabek, Ümit (2005), “İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, *Yeni İletişim Teknojileri ve Medya İçinde*, s. 61-90 IPS Vakfı Yayınları, İstanbul

Aydoğan, Aylin (2005), “İnternette Geleneksel Medya”, İletişim Ağlarının Ekonomisi İçinde, Siyasal Kitabevi, Ankara

Alves, Calmon Resental (2001), “The Future Of Online journalism”, The Journal Of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications Information and Media, Comford Pupliching.

Bal, Enes, Bekiroğlu, Onur(2006), “Sanal Alemin Aktörleri: Konya Yerel Basını Üzerine Bir Analiz”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Konya

Başaran, Funda, Geray, Haluk (2005), *İletişim Ağlarının Ekonomisi*, Siyasal Kitabevi, Ankara



Bek Gencel, Mine ve Kevin Deirdre (2005), *Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları*, Ankara Üniversitesi yayınları, Ankara

Chomsky, Noam, Herman, S. Edward (1998), *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?*, Minerva yayınları İstanbul

Çakır, Hamza (2007), “Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği”  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı : 22 Yıl : 2007/1 (123-149 s.)

Çevikel, Tolga (2004), “Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi,147-165  
1. Sayı, Kış

Deuze, Mark (2003), “The Web and Its Journalism: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online”, *New Media and Society*, <http://nms.sagepub.com>, Erişim tarihi, 15 Mayıs 2009

Deuze, Mark (2003), “Journalism and The Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment”, *International Communication Gazette*,  
<http://gaz.sagepub.com>. Erişim tarihi 29 Haziran 2009

Dutton, H. William, “[Journalism, the Internet, and Empirical Research](http://people.oii.ox.ac.uk/dutton/2008/09/28/journalism-the-internet-and-directions-for-research/)”,  
<http://people.oii.ox.ac.uk/dutton/2008/09/28/journalism-the-internet-and-directions-for-research/>

Friend, Cecilia; Singer, B. Jane (2007), *Online Journalism Ethics*, M:e. Sharpe İnc.,  
United States Of America

Geray, Haluk (1994), *Yeni İletişim Teknolojileri*, Kılıçaslan Matbaacılık, Ankara

Geray, Haluk (1996). “Yeni İletişim Teknolojilerinde Eğilimler: İnternet,GII ve  
Türkiye”,Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı I, Ankara

Geray, Haluk (2003), *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni  
Medya Politikaları*, Siyasal Yayınları, Ankara

Gezgin, Suat (2007), *Türkiye’de Yerel Basın*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Yayınları, İstanbul

Grossman, M. Wendy (2006), “In The Beginig”, [pressgazete.co.uk.](http://pressgazete.co.uk), erişim tarihi 8  
Temmuz 2009

Gürcan, H.İ (1999), “Sanal Gazetecilik”, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Basımevi

Hallin, Daniel C.(2005), “Eleştirel Kuram Perspektifinden Amerikan Haber  
Medyası”, *Kitle İletişim Kuramları* içinde (291-319), Ütopya Yayınevi, Ankara

Jeanneney, Jean-Noel (2006), *Medya Tarihi*, Yapı Kredi yayınları, istanbul

Karaoğlu Yusuf (1995), “Televizyon Radyoyu Bitirmedi, İnternette Gazeteyi Bitirmeyecek”, İletim Gazetesi, [http://www.istanbul.edu.tr/iletim/?page=template-news/detail&int\\_Id=628](http://www.istanbul.edu.tr/iletim/?page=template-news/detail&int_Id=628) (erişim tarihi 28 Temmuz 2009)

Kara, Hakan (2005), Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik”, *Yeni İletişim Teknojileri ve Medya* içinde (97-140), IPS Vakfı Yayınları, İstanbul

Kara, Hakan(2009), TGC-İzmir Toplantısı, <http://akgul.web.tr/yazilar/sunum/inet-gazete-2009.ppt> (erişim tarihi 30 Temmuz 2009)

Karaduman, Murat (2005), İnternet ve Gazetecilik”, *Yeni İletişim Teknojileri ve Medya* içinde (141-153) , IPS Vakfı Yayınları, İstanbul

Karaduman, Murat (2002), “Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği”, Yüksek Lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı

Keane, John (1993), *Medya ve Demokrasi*, Ayrıntı yayınları, İstanbul

Kejanlıoğlu, D. Beybin (2004), *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*, İmge Kitabevi, Ankara

Mutlu, Erol (1994), *İletişim Sözlüğü*, Ark yayınları, Ankara

Mutlu, Erol (2005), *Kitle İletişim Kuramları*, Ütopya Yayınevi, Ankara

Mutlu, Erol, “Yerel Basın ve Demokrasi” <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/trabzon-ii/kt11.htm>, erişim tarihi 05.07.2009

Özgür, Özcan (2009), “Devrim Gazetesi 50 Yaşında”, Hamle Gazetesi (20 Eylül), Muğla

Salcito, Kendyl (2009), “Online Journalism Ethics”, Center Of Journalism Ethics School of Journalism Mass Communication University of Wisconsin-Medison, Erişim Tarihi 4 Haziran 2009

Stewenson, Nick (2008), *Medya Kültürleri*, Ütopya yayınları, Ankara

Tekeli, İlhan(2006), *Tarih İçinde Muğla*, Muğla Belediyesi Yayınları, Muğla

Timisi, Nilüfer (2003), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Yayınevi, Ankara

Tokgöz,Oya, (2000), *Temel Gazetecilik*, Ankara, İmge Yayınevi

X. Yerel Medya Eğitim Semineri (20-21 Şubat 2004) Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara

II. Yerel Medya Eğitim Semineri (11-13 Haziran 1998) Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara

Washburn, David (2008), “History of Online Journalism”,  
[http://www.albany.edu/~washburn/fall2008/History\\_of\\_Online\\_Journalism.pdf](http://www.albany.edu/~washburn/fall2008/History_of_Online_Journalism.pdf),  
Erişim Tarihi, 3 temmuz 2009

Yolcu, Işık Özgü (2007), “Yerel Gazetelerin İnternet Ortamındaki Görünümü”,  
*Türkiye’de Yerel Basın* içinde (435-474), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul

Zipes, Jack(2005), “Frankfurt Okulu ve Kültür Eleştirisi”, *Kitle İletişim Kuramları* içinde (227-232), Ütopya Yayınevi, Ankara

### **Görüşmeler**

Devrim Gazetesinden Ünal Türkeş İle Görüşme, 7 Ekim 2009

Hamle Yayın Grubundan Hayati Nizamoğlu İle Görüşme, 1 Ekim 2009

İlk Adım Gazetesinden Tufan Doğu İle Görüşme, 27 Ekim 2009

Kanal E’den Ali Uğur Emginoğlu İle Görüşme, 4 Kasım 2009

Muğla Gazetesinden Zübeyde Fellahoğlu İle Görüşme, 8 Temmuz 2009

Örnek Radyodan Ender Kaytan İle Görüşme, 27 Ekim 2009

Şah yayın Grubundan Yelda Erol Gökcan İle Görüşme, 19 Ekim 2009

Yenigün Gazetesinden Kazım Tokuç İle Görüşme, 16 temmuz 2009

Yeni Muğla Gazetesinden Erman şahin İle Görüşme, 5 Kasım 2009

Aktuelmarmaris.com'dan Aynur Yeter İle Görüşme, 19 kasım 2009

Bodrumhabermerkezi.com'dan Alp Barak İle Görüşme, 9 kasım 2009

Ortakahaber.com'dan Kenan Ülker İle Görüşme, 9 kasım 2009

## ÖZET

Gazetecilik mesleği, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden etkilenmiştir. Örneğin, telgrafla, gazeteciliğin temeli olan enformasyon toplanması, dağıtımı kolaylaşmış, haber ajansları kurulmuş, haber yazma, sayfa düzenlemesi kuralları geliştirilmiştir. Radyo ve televizyon bu mesleğe canlı yayın olanakları, eğlence, eğitim-kültür programları ve görsel reklamlar gibi boyutlar eklemiştir. Yeni İletişim teknolojileri ise kitle iletişim araçlarına okuruna/dinleyici ve izleyicisine ulaşmada yeni kanallar açmıştır. Tüm bu teknolojik gelişmelerle haber üretimi, toplanması ve dağıtımında, habere/bilgiye erişimde, kültürel ürünlerin üretimi ve dağıtımında hız ve biçimsel farklılıklar kazansa da gazetecilikten/gazetelerden/medyadan beklenen asıl işlev hiç değişmemiş ve tüm tartışmalar beklenen asıl işlev olan “demokratikleşme” üzerinden sürdürülmüştür.

En son teknoloji internetin demokratikleştirici kapasitesi de tartışma konusudur. İnternet gazeteciliğe haberlerin sunumunda sınırsız kapasite, haber üretim ve dağıtımında hız, 7 gün 24 saat erişilebilme imkanı gibi teknik olanaklar sağlamıştır. Demokratikleşme açısından sunduğu en önemli olanak ise etkileşimli yayıncılıktır.

Bu çalışma, internet gazeteciliğinin tartışılan bu pratiklerinin yerel medyadaki görünürlüğü konusunda bir durum saptamasıdır. Yerel medyanın web üzerinde alan açmasının nedenleri, istihdam, etkileşimlilik, medya çoğulculuğu, yerel sınırları aşma ve tiraja olan etkilerine Muğla örneği üzerinden bakılmıştır. Derinlemesine mülakat yönteminin kullanıldığı bu alan çalışmasında özetle şu sonuçlara varılmıştır:

Çalışmanın yapıldığı 2009 yılı itibariyle Muğla il genelinde 53 gazeteden 29'u, 8 televizyondan 4'ü, 22 radyodan 12'si web üzerinden de yayın yapmaktadır. Ayrıca sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri de bulunmaktadır. Basılı gazetelerin web'e geçişinde en önemli etken yenilikleri takip etme güdüsü ile birlikte, ağırlıklı olarak ekonomiktir. İnternet gazeteciliğinin sunduğu yerel sınırları aşma, tiraj, medya çoğulculuğu, istihdam ve etkileşimlilik konusunda ise olumlu etkiler saptanmıştır. Yerel medya internet gazeteciliği ile sınırlarını aşmış ve sınırlarını aştığını fark etmiştir. Tirajda, web sayfasında her tıklanma tiraja ek olarak algılanarak, okur sayılarının arttığı düşünülmektedir. Sadece internet üzerinde yayın yaptığı saptanan haber siteleri, internet gazeteciliğinin medya çoğulculuğuna katkısını ortaya koymaktadır. Web üzerinden yayın yapan basılı gazeteler bu iş için eleman istihdam etmektedirler. Etkileşimlilikte basılı gazetelerin web sürümlerine bakıldığında yorumları okurlarla paylaşmada bir çekingenlik görülmektedir. Maillerle yorum alınmakta bu yorumlar sadece gazetede ilgililerce görülmekte ve değerlendirilmektedir. Diğer taraftan basılı gazetelerin web sürümleri ile sadece internet üzerinden yayın yapan haber siteleri arasında da farklılıklar saptanmıştır. Sadece internet üzerinden yayın yapan siteler, ulusal örneklerinden yola çıkarak, fotoğraf ve video galerileri, güncelleme ve etkileşimlilik konusunda daha aktiftirler. Basılı gazetelerin web sürümleri ise daha çok gazetelerinin günlük sayılarının webe aktarılmış halleridir. Gün içerisinde güncelleme yapılmamakta, web alanının sağladığı olanaklar içerik zenginliği açısından kullanılmamaktadır.



## ABSTRACT

Journalism has always been affected by the innovations in communication technology. For example, gathering information, which is the basis of journalism, via telegraph lines facilitated dissemination of news, caused setting up news agencies and led to developing the rules of news writing and page designing. Radio and television contributed into journalism by giving opportunities of live broadcasting, entertainment, cultural and educational programs and audio-visual advertisements. New communication technologies on the other hand have opened new channels for mediums of mass communication in reaching their readers/audition/watchers. Although, the new communication technologies have change the forms and speed of gathering, disseminating and writing news; reaching the news and information, production and dissemination of cultural products, the main expected function of journalism/news papers/media never really has changed. Most of the debates in the related literature have been conducted over democratisation which has always been the main expected function of media.

Internet's capacity of democratisation as an ultimate communication technology has also been debated. Internet has provided new opportunities to journalism by bringing unprecedented capacity and speed in production and dissemination of news and possibility of reaching them 7 days, 24 hours. The most significant possibility internet presents us in terms of democratisation is interactive broadcasting. This study aims at diagnosing the visibility of these much debated features of internet journalism through the case of local media. The reasons of broadcasting through web

and its effects on employment, interactivity, media pluralism, crossing over national boundaries and circulation are analysed through the case of Mugla. Outcomes obtained in the field research implemented in Mugla city centre are as shown below:

In 2009, when the study was implemented, 29 of 53 news papers, 4 of 8 television channels, 12 of 22 radio stations in the city of Mugla have been broadcasting through the web. Besides, there are news websites broadcasting only via the internet. The most critical reason of shifting from the printed form to the digital form is economic as well as keeping up with the new technologies. In our field study, positive effects are expressed with regard to crossing over local boundaries, circulation, media pluralism, employment and interactivity that are provided by internet journalism.

The local media have crossed over its boundaries by internet journalism and became aware of it. Each clicking on web page is perceived as addition to the circulation and this gave them the impression of increasing number of readers. News websites broadcasting only through the internet represent contribution of internet journalism to media pluralism. For online edition of printed news papers there is a need of employing new staff members. In terms of interactivity web version of printed news papers have shown diffidence in sharing comments with their readers. The comments are received by e mails but these mails are seen and assessed only by a few journalists. On the other hand, some differences are detected between the online edition of printed news papers and news websites broadcasting only through the internet. The local websites broadcasting only from the internet, taking their national counterparts as role models, are more active in establishing galleries of photographs and videos, updating, and interactivity, while the online edition of printed news papers are the mere upload of daily news papers into the cyber space. They are not

updated in the course of the day and possibilities of web are not used adequately to enrich the coverage.