

**YEREL MEDYANIN SORUNLARI VE YEREL HABER SİTELERİ-  
KULLANICI ETKİLEŞİMİ: INSTAGRAM HESABI ÖRNEĞİ**Hayrullah YANIK<sup>1</sup>Gönderilme Tarihi / Submission Date: 25.09.2023 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 17.10.2023  
DOI: 10.55055/mekcad.1365929Yanık, H. (2023). Yerel medyanın sorunları ve yerel haber siteleri-kullanıcı etkileşimi: Instagram hesabı örneği. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 5 (2), 107-125. <https://doi.org/10.55055/mekcad.1365929>**ÖZ**

Yerel haber siteleri günümüzde milyonlarca insanın kullandığı sosyal medya ortamlarında yerel konulara ilişkin bireylerin haber almalarını sağlayan medya kuruluşları olarak önemli bir görevi yerine getirmektedirler. Bunun yanında yerel haber siteleri sadece yerel konulara ilişkin değil, bölgesel, ulusal ve uluslararası konularda da haberleri okuyucularına ulaştırmaktadırlar. Bu anlamda yerel haber sitelerinin demokrasinin gelişmesi ve toplumun bilgilendirilmesi bağlamında demokrasiye önemli bir katkı sağladığı yadsınamaz bir gerçektir. Diğer taraftan yerel medyanın ve buna bağlı olarak yerel haber sitelerinin hayatlarını devam ettirmeleri ve habercilik görevlerini yerine getirmelerinde birçok soruna ve avantaja sahip olduğu da bilinmektedir. Günümüz sosyal medya ortamları hem ulusal hem de yerel haber sitelerinin okuyuculara ulaşmasına imkân sağlamaktadır. Bu çalışmada ilk olarak yerel medyanın ve haber sitelerinin sorunları ele alınmaktadır. İkinci olarak bir yerel haber sitesinin Instagram sosyal medya hesabındaki paylaşımlara-haberlere okuyucuların/takipçilerin yorumlarda yönelttikleri soru, sorun, istek ve şikâyetlere verdiği cevaplar ve sosyal medya hesabının bulunduğu çözümler içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Çalışmanın amacı yerel medya-haber sitesi sorunları bağlamında; haber sitesi sosyal medya hesabının okuyucu- takipçi yorumlarında yer alan soru, sorun belirtme, şikâyet ve isteklere yeterli geri bildirim yapıp yapmadığının belirlenmesi ve yeterli geri bildirim olmamasının okuyucu-takipçi ve yerel medya-haber sitesi etkileşimi bağlamında sorun oluşturup oluşturmadığının tartışılmasıdır. Bu anlamda Denizli’de Instagram’da en çok takipçisi olan haber sitelerinin biri örneklem olarak seçilerek haber sitesi sosyal medya hesabı-takipçi etkileşimi incelenmiştir. Çalışma, 1 Ağustos - 1 Eylül 2023 tarihleri arasını kapsamaktadır. Çalışmanın bulguları okuyucu/takipçi ve yerel medya haber sitesi etkileşimi açısından, haber sitelerinin sosyal medya hesaplarının takipçilerin/okuyucuların paylaşımların/haberlerin altında soru sorma, sorun belirtme, istek ve şikâyet şeklindeki yaptığı yorumlara daha çok geri bildirim yapmaları gerektiğini göstermektedir. Yeterli geri bildirim yapılmaması etkileşim bağlamında bir sorun oluşturabileceğini göstermektedir.

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, hayrullahy@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7636-8715

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Medya, Haber Siteleri, Sosyal Medya Kullanıcıları, Soru-Yorum, Etkileşim.

## PROBLEMS OF LOCAL MEDIA AND LOCAL NEWS SITES-USER INTERACTION: INSTAGRAM ACCOUNT EXAMPLE

### ABSTRACT

Local news sites fulfill an important role as media organizations that enable individuals to get news about local issues in social media environments used by millions of people today. In addition, local news sites provide their readers with news not only about local issues, but also about regional, national and international issues. In this sense, it is an undeniable fact that local news sites make a significant contribution to democracy in the context of informing the society and developing democracy. On the other hand, it is also known that local media and, accordingly, local news sites have many problems and advantages in maintaining their lives and fulfilling their journalistic duties. Today's social media environments allow both national and local news sites to reach readers. In this study, firstly, the problems of local media and news sites are discussed. Secondly, the answers to questions, problems, requests and complaints asked by readers/followers in the comments in the sharing-news on the Instagram social media account of the local news site and the solutions found by the social media account are examined by the content analysis method. The aim of the study is in the context of local media-news site problems; the aim is to determine whether the news site's social media account provides sufficient feedback to questions, problems, complaints and requests in reader-follower comments, and to discuss whether the lack of sufficient feedback creates a problem in the context of reader-follower and local media-news site interaction. In this sense, one of the news sites with the most followers on Instagram in Denizli was selected as a sample and the social media account-follower interaction of the news site was examined. The study covers the period between 1 August and 1 September 2023. The findings of the study show that in terms of reader/follower and local media news site interaction, social media accounts of news sites should provide more feedback to the comments made by followers/readers under the posts/news in the form of asking questions, stating problems, requests and complaints. This indicates that not providing sufficient feedback may pose a problem in the context of interaction.

**Keywords:** Local Media, News Sites, Social Media Users, Questions and Comments, Interaction.

### GİRİŞ

Yerel medya bağlamında yerel haber sitelerinin sadece yerel bazda değil bölgesel, ulusal ve uluslararası konularda takipçilerine haber ulaştırdıkları gözlemlenmektedir. Günümüz internet-sosyal medya platformlarında da yerini alan yerel haber siteleri 10 binlerce takipçiye ulaşabilmekte ve normalde basılı olarak ulaşamayacakları (satın alınmadığı için) bireylere sosyal medya platformları yoluyla ulaşabilmektedirler.

Haber vermenin yanında kamuoyu oluşturma(Güz, 2005: 12-16; Vural, 2007) görevi de bulunan medya ve buna paralel yerel medyanın bu görevini başarılı bir şekilde yerine getirdiği yönünde sonuçlar elde eden çalışmalar (ör. Bekiroğlu, 2008: 149-150) literatürde

yer almaktadır. Bazı yerel medya organlarının Kurtuluş Savaşı-Milli Mücadele döneminde özellikle işgal edilmeyen yerlerde halkı bilinçlendirerek mücadele lehine kamuoyu oluşturarak destek verdiği görülmüştür (Ayhan, 2005: 133; Ayhan & Demirsoy, 2005: 132). Kamuoyu oluşturma bağlamında yapılan bir diğer çalışmada (Güz vd., 2018) yerel medya kuruluşlarından bazılarının bu görevlerini yerine getirirken diğer bir kısmının bu konuda başarısız olduğu belirlenmiştir.

Genel olarak yerel basın-medyanın işlevleri kısaca şu şekilde özetlenebilir; (1) kamu hizmetlerinin halka doğru biçimde duyurulması, yöneticilerin halk adına denetlenmesinin yapılması ve kamuoyu oluşturulması, (2) yerel hizmetlerin duyurulması yoluyla yerel yönetim-yurttaş ilişkisinin temin edilmesi, (3) eğitim işlevi bağlamında demokrasi kültürünün yerleşmesi açısından ulusal iradenin doğru bir şekilde yansımalarının sağlanması (Gezgin, 2007: 177-178). Tüm bunları yerine getirirken kamu yararını ön planda tuttuğu sürece yerel medyanın görevlerini yaptığından söz edilebilir (Çavuş, 2017: 22). Katılımcı demokrasinin gelişmesinde en önemli katkılardan birini sunan yerel medya (Özcan, 2016) ancak yukarıda belirtilen görevlerini ve işlevlerini yerine getirdiğinde başarılı olabilir. Yerel demokrasinin işlerlik kazanması için yerel medya kuruluşlarının eleştirel tutumlarını göstermeleri çok sesliliğin oluşması bağlamında önem arz ederken yerel otoritelerin yapılan eleştirilere hoşgörülü yaklaşımları gerekmektedir (Çelebi, 2007: 287).

Yerel basın-medya geliştiğinde demokrasinin yerel anlamda da özümzeneceğini belirten Nurettin Güz, bunun da ülkenin demokratik rejimini olumlu etkileyeceğini ifade etmektedir (Güz, 1997: 22). Yerel medyanın görevlerini gerçekleştirebilmesi için sorunlarının en aza indirilmesi önem arz etmektedir. Bu anlamda çalışmada öncelikle yerel medya kuruluşlarının sorunları literatürde yer alan çalışmalara değinilerek ele alınmaktadır.

Toplumun sesi olması bağlamında bireyler sorunlarını medya ve paralelinde yerel medya ile duyurma imkânına sahip olabilmekte ve ayrıca istediklerinde internete erişme ve kullanma imkânları bulunmaktadır (Castells, 2008). Günümüzde haber siteleri milyonlarca kullanıcısı olan popüler sosyal medya ortamlarında yerini almış ve sosyal medya platformlarında birçok takipçileri bulunmaktadır. Haber sitesi-kullanıcı/takipçi etkileşimi bağlamında bu çalışmada ikinci olarak bir yerel haber sitesi örneklem seçilerek haber kuruluşunun Instagram sosyal medya hesabında takipçilerinin yorum, soru, şikâyet ve isteklerine yeterince cevap verip vermediği, hangi konularda cevap vererek etkileşim ve geri bildirim sağladığı incelenmektedir. Çalışma 1 Ağustos - 1 Eylül 2023 tarihleri arasında kapsamakta ve etkileşim açısından haber sitesinin Instagram hesabında yer alan okuyucu-takipçileriyle sorun yaşayıp yaşamadığı içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmektedir. Bu tarihler çalışmanın yapıldığı zaman sürecinde en güncel verilere (takipçi sayısı, yorum sayısı vb.) ulaşılabilmesi amacıyla seçilmiştir.

## Yerel Medya

Ulusal-yaygın medyanın yerelde gerçekleşen her şeyi haber yapması söz konusu olmadığından yerel medyanın varlığı büyük bir önem arz etmektedir (Dağ & Baloğlu, 2018: 362). Yerel medya yörenin ve bölge halkının gözü-kulağı ve yerel sorunları çözme aracı olan medya kuruluşlarıdır. Yerel medya bağlamında yerel gazetelerde haberlerin yanı sıra mahalleler ile ilgili olarak köşeler yer almakta ve hatta vatandaşların yazdığı sorunlar bu köşelerde kendilerine yer bulmaktadır (Kolaylı, 2012: 94-96). Yöre halkının

kendi aralarındaki ilişkinin, kültürlerinin ve geleneklerinin yaşatılması ve devam ettirilmesinde yerel medyanın çok önemli bir rolü bulunmaktadır. Ayrıca yerel medyada reklamların da bir haber değeri bulunmaktadır (Yılmaz, 2012: 233). Bunun yanında demokrasinin küçük yerleşim yerlerinden başlayarak işlerlik kazandığını belirten Güreli (2007: 173) yerel basın demokrasinin gelişmesinde çok önemli bir rolü olduğunu dile getirmektedir.

Yerel basın çeşitli şekillerde tanımlanırken ulusal basını "yaygın basın" (Güreli, 2007: 172) şeklinde kavramsallaştıranlar da mevcuttur. Osmanlı döneminde 1860'larda ilk yerel gazeteler çıkarılmaya başlanmakla birlikte (Arık, 37: 2008) çıkarılan "vilayet gazeteleri" Türkiye yerel basınının ilki sayılmaktadır ve ilerleyen yıllarda "taşra basını", "Anadolu Basını" ve "mahalli basın" şeklinde adlandırıldığı görülmektedir (Erdem, 2007: 112-113). Bunun yanı sıra yerel basın-medya yayınlanma amaçlarına göre de sınıflandırılabilir ve aşağıda belirtilen 2. ve 3. Gruptakiler "besleme basın" ya da "nylon gazete" olarak adlandırılmaktadır (akt. Arvas, 2007: 357-358);

"1- Gerçekten gazetecilik yapma kaygısı taşıyanlar. 2- Matbaa sahipleri tarafından çıkarılan yerel gazeteler. 3- Yerel kanaat önderlerinin teşvikleri veya doğrudan teşebbüsleri ile çıkarılan gazeteler. (siyasal amaçlı), resmi ilan pastasından pay almak amacıyla çıkan gazeteler ve yerel seçim dönemi bir anda ortaya çıkarak, seçim konulu ilanların gelirini topladıktan sonra kapanan gazeteler."

Atilla Girgin yerel basının şu şekilde tanımlandığı belirtmektedir (Girgin, 2007: 246);

"Yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler" ya da "genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete."

Bunların yanında Nejdet Atabek'e göre yerel medya "yerel düzeyde yayın yapan gazete, radyo ve televizyonları kapsamaktadır", yerel basın ise "daha çok gazeteleri kapsamaktadır" (2005: 63).

Yerel medya büyük kentler dışındaki yerlerde (il, ilçe, belde) yayınlanarak o yayımlandığı yer ile ilgili gelişmeleri halka bildirmekte, yerel halkın sorunlarını gündem yapmakta ve toplumun isteklerini yöneticilere ulaşmasını sağlayarak yerel halk ile yönetim arasında bağ kurmaktadır (İlğaz, 2003: 179). Diğer taraftan yerel medyanın birçok gazetecinin de yetişmesinde önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Bu anlamda iletişim fakülteleri yerel basını-medyaı ihmal etmemeli ve birlikte çalışmalarını gerekmektedir (Arık, 2008: 35, 46).

Ahmet Kalender yerel basının, yöneticilerin belirli konularda yerel halkın sorunlarına dikkatlerini çekebildiğini belirtirken Atilla Girgin yerel basının yöre halkının moral kaynağı olduğuna ve halkın çevreleriyle ve kendileriyle barışık olmalarını sağladığını vurgulamaktadır (akt. Ulusoy, 2003: 104). Girgin, yerel halkın yerel basın sayesinde kendi sorunlarını, kendi yüzünü görebildiğini ve gelişmeleri izlemeye başlayarak olaylara daha yakından müdahale olabildiğini ve sahip çıkma imkânına kavuşabildiğini ifade etmektedir (Girgin, 2007: 247). Yerel medyanın toplumu bilgilendirmenin yanında yönlendirebilmesi de söz konusudur. Bunların dışında yerel medyanın hedef kitlesi ise oluşturmuş olduğu her türlü içeriğe duyarlı olanlardır. Bu hedef kitle içinde aşağıda bulunan gruplar yer almaktadır (Vural, 2007: 338);

“1) Aboneler ve gazeteyi satın alanlar. 2) Yörede yaşayanlar. 3) Valilik, Emniyet Müdürlüğü ve Belediye, Nüfus-Tapu-Vergi gibi kamu kurumları. 4) Haber, araştırma ve yorum üretiminde rolü ya da aracılığı olan gruplar (Haber-istihbarat-bilgi kaynakları, eğitim, istatistik, ekonomi, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlik kurumları, gazete çalışanları gibi). 5) Meslek örgütleri. 6) Siyasi Partiler, sendikalar, dernekler, çevre örgütleri, düşünce toplulukları. 7) Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları. 8) Reklam verenler.”

### Yerel Medyanın Sorunları

Yerel medyanın ulusal medya gibi birçok sorunu bulunmaktadır. Bu sorunlar Nejdet Atabek' e göre ekonomik, teknolojik, kalifiye eleman, gazetenin niteliği, tiraj ve dağıtım şeklinde sıralanırken, günümüzde yeni iletişim teknolojileri, internet ve sosyal medyanın sunmuş olduğu imkanlar sayesinde bazı sorunların kısmen ortadan kalktığını söylemek mümkündür (2005: 73). Yerel medyanın sorunlarını sadece ekonomik ve teknik boyuta bağlamak yetersiz olduğundan sorunların yayınlandığı coğrafya, bölgenin iç dinamikleri ve ülkenin siyasi ve ekonomik yapısının yerel medyanın sorunlarının kaynağı olabilmesi söz konusudur. Ayrıca bunları yerel medyanın düzenini olumsuz etkileyen boyutlar olarak görmek önem arz etmektedir (Çavuş, 2017: 22). Eskiden yerel medya çalışanlarının yetersiz olduğunu dile getiren Nezh Demirkent, yerel konularla ilgili haberlerin ulusal basına yetiştirilmesinde yetersiz kaldığını ve ancak meraklı birinin bu anlamda gazetecilik yapmaya çalışırken ulusal gazetelere asparagas, yalan-yanlış bilgi ve haber gönderdiğini dile getirmektedir (Demirkent, 2007: 167).

Yerel medyanın-basının yerel yönetim ve halk arasında bir bağ-köprü kurulmasında, yerelde yöneticilik uygulama ve anlayışının gelişmesinde ve yerelde demokrasinin oluşması ve devam ettirilmesinde büyük bir rolü bulunmaktadır (Atabek, 2005: 70). Bununla birlikte Ulusoy, yerel ve ulusal medyada çalışan bir gazeteci arasında mesleki sorumluluk anlamında bir farklılığın söz konusu olmadığını; her ikisinin de halka doğruları anlatmak, halk adına yönetimi denetlemek, halkın görüşlerini ve isteklerini yönetime ileterek halkın sesi olarak her iki kesim arasında bir köprü görevi kurmak gibi sorumlulukları olduğunu belirtmektedir. Diğer taraftan yerel basın çalışanlarının yaygın basın ile kıyaslandığında çok daha kötü şartlarda görev ve sorumluluklarını yerine getirmeye çalıştıklarını dile getirmektedir. Ulusoy yerel medyada iletişim fakültesi mezunu bireylerin çok az istihdam edildiğini, az sayıda çalışana sahip olduklarını ve bu az sayıda olan çalışanların gazetenin, muhabirliğini, yazı işleri müdürlüğünü, sayfa sekreterliğini, dahası dağıtım ve basım işlerini de yaptıklarını belirtmektedir. Ulusoy, yerel medyanın yaşadığı sorunlar arasında ücret yetersizliği, kalifiyeli eleman sayısının hatta çalışan eleman sayısının yetersizliği olduğunu belirleyen bir çalışma gerçekleştirmiştir (Ulusoy, 2003: 104; 2007: 197-198). İstihdam konusunda şunu da belirtmek gerekir ki genel anlamda basın çalışanları arasında sektörün içinde bulunduğu durumu göz önünde bulundurarak gençlere sektöre girmemeleri konusunda olumsuz tavsiye verenler de bulunabilmektedir (Arık, 2007: 32). Diğer taraftan yerel basının avantajlarından biri yerel halkı tanimasından dolayı ortak bir dil kullanarak onlarla özdeşleşmesidir (Erdem, 2007: 117).

Türkiye’de medya çalışanları üzerine yapılan bir çalışmada (Kurtbaş vd., 2009: 38-40) yerel medyanın çalışanlarının büyük oranının erkek olduğu, kalifiyeli çalışan eksikliği bulunduğu, iletişim fakültesi mezunu neredeyse hiçbir çalışanın olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında ise çalışanların meslekle ilgili hiçbir eğitimden geçmedikleri ve çalışanlar arasında haber yapmak için akademik bir eğitimin gerekli olmadığını düşünenlerin oranının ise yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca çalışanların çoğunun çok

düşük bir ücret karşılığında çalıştırıldığı, çalışanların çoğunun mesleği tesadüfen seçtiği, kurum içi engellemelerin olduğu, sosyal güvencelerinin olmadığı ve genel anlamda mutsuz oldukları görülmüştür. Çalışmada tespit edilen en önemli sorunlar arasında ise yerel medya çalışanlarının nesnellik ve yanlılık konusunda çalıştıkları kuruluşun iyi bir durumda olmadığını düşündükleri görülmüştür. Çalışmada elde edilen bir diğer sorun ise yerel halkın yerel medyaya bakışının olumsuz olduğudur. Çalışma sonunda yukarıda belirlenen tüm bu sorunların çözümsüz devam etmesinin sorunsallaşmaya yol açtığı vurgulanmaktadır.

Yerel gazete sahiplerinin gazete çıkarma sebeplerini; bu sayede prestije sahip olmaları, siyasi partilerle yakın ilişki içinde olmaları ve onlardan destek görmeleri, sahip oldukları matbaa makinelerinin bir yan ürünü şeklinde gazeteyi daha düşük maliyete çıkarabilmeleri ve dolayısıyla resmi ilan geliri desteğine kavuşmaları şeklinde açıklamak mümkündür (Atabek, 2005: 71). Ancak günümüzde haber sitelerinin resmi ilan geliri olmadığı (Çınar, 2019) belirtilmektedir. Atilla Girgin de (2007) eskiden basılı yerel gazetelerin tirajlarının oldukça düşük olduğunu, Basın İlan Kurumu'nun yerel gazetelere destek verse bile okunan (daha çok okunan) gazetelere destek verilmediğini belirtmektedir.

Yerel medya sorunlarının en önemlileri arasında gazete okuma-okumama alışkanlığı olsa da bu durum günümüzde aşımış gibi görünmekte, basılı gazete okumak yerine bireyler haber ve bilgileri sosyal medya platformlarında yer alan yerel medya kuruluşlarından ve bu gazetelerin haber sitelerinden takip etmektedirler. Yerel medyanın teknolojilerin doğru bir şekilde kullanılmaması, niteliksiz işçi çalıştırma yoluna gidilmesi, eğitimine bakılmaksızın işçi alınması ve kaliteli içerik-haber üretmek yerine magazin haberlerine yönelmeleri gibi sorunları da bulunduğunu söylemek mümkündür (İlgaz, 2003: 182, Gezgın, 2007). Eleman yetersizliği veya kalifiye olmayan bireylerin çalıştırılması, ayrıca çalıştırılan kişilere yetersiz ücret verilmesi yaşanan sorunlar arasındadır. Bunlar ise başka sorunlara; içeriklerin zayıf olmasına, haber çeşitliliğinin olmamasına neden olmaktadır. Diğer bir sorun ise çok fazla geliri olmayan yerel medyanın Basın İlan Kurumu'ndan resmi ilanlardan elde ettiği para ile yaşamlarını devam ettirmesi şeklinde belirtilebilir (Ulusoy, 2003: 105). Yerel medyanın içerik üretmesi üzerine Niğde yerel gazeteleri üzerine yapılan bir çalışmada (Dağ & Baloğlu, 2018: 372-373) yerel gazetelerin birbirlerinden farklı içerik üretme konusunda problem yaşadıkları, kamu kurumlarının basın birimi şeklinde çalıştığı, manşetlerinde kamu kurumlarıyla ilgili haberler yapan medyanın kamuoyu oluşturma işlevini yerine getiremediği belirlenmiştir. En son belirtilene bağlı olarak ise haberlerdeki aktörlerin yerel halk yerine genelde bir kamu kurumu yöneticisi olduğu ve ayrıca çalışmada haberlerin çoğunun rutin ve özel haberden yoksun olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışma yerel medyanın haber-içerik üretmede büyük bir sorun yaşadığını göstermektedir.

Yerel medyanın en önemli sorunlarının başında mali diğer bir ifadeyle ekonomik sorunlar gelirken bu sorunlar yerel medyayı ya da medya kuruluşunu dışarıdan gelecek baskılara karşı güçsüz kılmakta ve ayrıca yetersiz mali durum basın özgürlüğü ve tarafsızlığına da zarar verebilmektedir (Yaşın, 2009: 146-148). İletişim özgürlüğü şeklinde de kavramsallaştırılabilecek ifade ve basın özgürlüğünün basın ya da medyanın içerikleri ve işlevleri üzerinde direkt etkisi bulunması söz konusudur (Atabek, 2005: 70). Güreli, yerel medyanın yaşadığı sorunların başında ekonomik sorunlar olduğunu, yerel medya çalışanlarının geçimlerini sağlamak için ikinci bir iş yaptıklarını ve kimi zaman kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan kişilerin gazetecilik yaptıklarını, dolayısıyla da bu durumun tarafsızlığa gölge düşürdüğünü belirtmektedir (2007: 174-175). Ayrıca Güreli yerel

medyanın teknik donanım sorunları yaşadığını, haber ve yazmada kalifiyeli kadro sıkıntısı çektiklerini, bayilere verilmediğini ve abone usulüyle çalıştıklarını dile getirmektedir. Burcu Kaya Erdem (2007) de yerel medyada profesyonel kadro eksikliği olduğunu, iletişim fakültesi mezunlarının istihdamının düşük olduğunu, hatta yerel medya kuruluşlarının babadan-oğula miras yoluyla geçtiğini ve sahiplerinin de gazetecilik konusunda bir eğitimlerinin olmadığı konularını önemle vurgulamaktadır. Diğer taraftan yaygın-ulusal medyanın bölgesel ekler vermesi ve bu konuda toplumun haber ve bilgi ihtiyacını gidermesi toplumun yerel medyaya olan ilgisini azaltabilmektedir (Çavuş, 2017: 23).

Genel anlamda ulusal medyanın en önemli sorunlarından biri olmakla beraber medyada yaşanan "etik" sorunlar yerel medyanın da yaşadığı en önemli sorunlardan biridir. Nuray Yılmaz yerel medyada yaşanan etik sorunların üzerinde durmakla beraber bölgesel ilaveler hazırlayarak yerel medyanın gelişmesine destek vermek yerine engelleyen ulusal medyanın yerel medya açısından sorun yarattığını belirtmektedir. Nuray Yılmaz yaşanan etik sorunların ortadan kalkması için meslek içi eğitim verilmesinin önemli olduğunu ve böylelikle bilgi ve bilinç düzeylerinin artırılmasının etik sorunların çözümünde etkili olacağını belirtmektedir. Yılmaz etik sorunlar bağlamında; ulusal medyanın yerel muhabirleri haber kaynağı olarak kullanması suretiyle bölge ekleri yayınlamasının, resmi ilan tahsisinin ve dolayısıyla parasının valiliklere verilmiş olmasının ve bu yüzden yerel medyanın bölge yöneticileriyle iyi geçinmek zorunda olması gibi bir durumun etik sorun oluşturduğunu dile getirmektedir. Yerel medyada örneğin sarı basın kartı almak için "nylon kadro" olmasının, esnafın rakipleriyle yarışta sadece reklam amacıyla gazete çıkarılmasının, yerel medyanın siyaset ve propaganda aracı olarak kullanılmasının, tehdit ve şantaj unsuru olarak kullanılmasının en önemli etik sorunların başında geldiğini belirtmektedir (Yılmaz, 2009). Bilinmektedir ki bireyler yerel seçimlerde tercihte bulunurken medya ve iletişim önemli bir faktör olup seçmen medyadan edindiği bilgileri önemsemektedir (Damlapınar & Balcı, 2014: 277-279). Selahattin Çavuş Aksaray'da yaptığı çalışmasında yerel medyanın en önemli sorunlarından birinin yetişmiş eleman eksikliği olduğu (gazetecilik ve teknik ve ustalık gerektiren işler bağlamında), eğitimin en önemli sorunların başında geldiği sonucuna ulaşmıştır. Çalışmada bazı yerel gazetelerin sadece resmi ilanlardan gelir etmek amacıyla çıkarıldığı görüntüsüne sahip oldukları dile getirilirken yerel medyanın sansür, oto sansür, çıkar ilişkileri vd. nedeniyle görevlerini yerine getiremedikleri belirtilmektedir (2017: 29-30).

Yukarıda da belirtildiği gibi yerel medyanın sorunları arasında; maaşlar düşük olduğundan eğitilmiş-iletişim fakültesi mezunu, kalifiyeli kişilerin yerel medyada çalışmayı tercih etmemesi, kurum çıkarının önde tutulması-ya da tutulma zorunluluğunda olunması, siyasetçilerin baskısı ve tarafız yayın yapılamaması da bulunmaktadır (Temel vd., 2012: 54-155). Yerel gazetecilerin eğitilmesi bağlamında Aydın'da yapılan bir çalışmada gazetecilere "Gazeteci Eğitim Çalıştayı-Haber Toplama/Yazma Teknikleri" eğitimi verilmiş ve bu sayede gazetecilerin eğitilmesi sağlanmıştır. Hizmet içi eğitimin önemli olduğu görülen çalışmada eğitim sonunda gazetecilerin yapmış olduğu hataların azaldığı belirlenmiştir (Arslan vd., 2016). Bunun yanı sıra öğrenciler mezun olmadan önce daha donanımlı ve bilgili olmaları bağlamında iletişim fakültelerinde uygulamalı derslere önem verilmesi gerektiği öteden beri vurgulanan bir gerçektir (Ünlü vd., 1999: 108).

### **Yeni İletişim Teknolojileri, Sosyal Medya ve Yerel Medya**

İnternet gazeteciliği-haberciliği ulusal ve yerel medya haberciliği ile kıyaslandığında büyük imkânlar sunmaktadır (Gürcan & Bekiroğlu, 2007: 24). İletişim teknolojilerinin

gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya platformları da bireyler ve gazeteciler için birçok imkân sunarken zaman ve mekân sınırlaması sorunlarını ortadan kaldırmıştır (Kurt, 2014:823). İnternet gazeteciliği basılı gazetelerin internette yaşamlarını devam ettirmesi şeklinde, elektronik gazetecilik ise gazeteciliğin yeni iletişim teknolojileri yoluyla yapılması olarak açıklanmaktadır. Bunun yanında geleneksel gazetecilik pratikleri ile online gazetecilik yapmak neredeyse mümkün değildir (Ayhan, 2007: 310, 31). İnternette yer alan gazetelere-haber sitelerine çok uygun fiyata ulaşma imkânı olması bireylerin internet ortamına yani bu gazetelere yönelerek geleneksel-basılı gazeteleri terk etmelerine sebep olmuştur (Aktaş, 2007: 38). Önceleri yerel basının yaptığı haberlerin çok büyük oranının, bulunduğu yer ve yakın çevresi ile ilgili olduğu (Erdem, 2007: 116) belirtilmektedir. Ancak günümüzde yerel medyanın da haber kaynakları çeşitlendiği için bölgesel, ulusal hatta yurtdışı konularla ilgili de haberler yaptığı gözlemlenmektedir. Bunda gelişen ve yaygınlaşan iletişim teknolojileri; özellikle internetin ve sosyal medya platformlarının rolü büyüktür. Örneğin hemen her resmi kuruluşun, bakan veya milletvekilinin, sanatçının, gazetecinin vb. sosyal medya hesabı bulunmakta ve bu hesaplar takip edilmek suretiyle bilgi ve haber elde edilmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri, internet-sosyal medya sayesinde haber ve bilgiye ulaşma, oluşturma, paylaşma pratikleri değişmiş, ucuz mecralar sayesinde haber yapma ayrıcalığı genişlemiş ve yerel de olsa artık herkesin globale hitap ettiği bir dönem yaşanmaktadır. Artık geçmişte pasif olarak görünen kitleler, Youtube, Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya platformları sayesinde içerik üretip paylaşmaktadırlar. Diğer taraftan doğruluğu belli olmayan bilgiler çoğalmış ve bu bilgilerin doğruluğunun tespiti kimi zaman imkansız olurken dezenformasyon, manipülatif haberler belirgin hale gelmiş, bunun yanında medya kuruluşları ve gazeteciler için sosyal ağlardan haber konusu bulma, haber yayma kolaylaşmıştır. Bilgi akışının çok hızlı olduğu dönemde, yeni medya ortamında milyonlarca insan katılım gösterirken medya kuruluşları bu insanları ortağı gibi görmesi de önem arz etmektedir (Ergürel, 2013: 167-175). Jurrat'ın da belirttiği gibi medya kuruluşları Twitter gibi sosyal medya platformlarında takipçilerin güvenini kazanmak ve dolayısıyla takipçi sayılarını artırmak için profesyonel editörler işe almaktadırlar (Yillar & Şen, 2022:212). Instagram gibi sosyal medya platformları sayesinde haber birçok kişiye ulaşmakta ve bu da haber hakkında yapılan yorumların paylaşılmasını sağlamaktadır. Takipçiler beğendikleri ya da beğenmedikleri haberleri kendi hesaplarında paylaşmakta ve haber birçok kişiye ulaşmaktadır (Sucu, 2020: 56-58).

Yeni iletişim teknolojileri ve internet sayesinde yerel medya coğrafi sınırlarının dışına çıkma imkânı bulmuş, yerel halkın yaşadığı problemleri, gelişmeleri çok daha geniş halk kesimlerine ve ülke kamuoyuna sunma imkânına kavuşmuşlardır (Çınar, 2019: 158). Yeni iletişim teknolojileri medya, yerel medya veya muhabirlere birçok kolaylık sağlamaktadır. Çoğu zaman muhabir ve kameramana ihtiyaç duyulmamaktadır. İki kişinin yapacağı işi iletişim teknolojilerinin sağlamış olduğu imkânlar sayesinde bir kişi yapmaktadır. Haberin görüntüsünü/fotoğrafını çeken, yazan aynı muhabir olmaktadır. İnternet sayesinde haber kaynaklarına ulaşma kolaylaşmış ve hızlanmış ve ayrıca haber ile ilgili diğer bilgilere ulaşma imkânı da artmıştır (Törenli: 2005, 199; Özcan 2016: 23-24; Sucu, 2020: 52 ). Bunun yanında haberin dağıtımı yeni iletişim teknolojileri sayesinde medya kuruluşunun haber sitesi, sosyal medya hesapları gibi imkânlarla çeşitlenmiş ve hızlanmıştır. Kimi zaman artık muhabire gerek duyulmadan vatandaşların kendi çekip gönderdikleri fotoğraf, görüntü haber olarak yayınlanmaktadır. Yerel medyayı dünyanın öbür ucundan bile takip etmek mümkün olduğundan yerel medyanın yerellikten çıkıp küresel bir bakış açısıyla hareket etmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yerel medya sahip olduğu haber sitelerinde küresel-



yerel, global haber içerikleri oluştururken, diğer taraftan örneğin bu gazetelerin basılı versiyonlarında daha çok yerel içeriklere yer verdiği söylenebilir (Özcan, 2016: 23-24, 33). Bunun yanında Elazığ yerel medyası üzerine yapılan bir çalışmada yerel televizyonların yerel haber sitelerine göre daha fazla personel istihdam ettiği, yerel medyanın sosyal medyada yer almasının ve sosyal medya etkileşimlerinin görünürlüklerinin artmasında önemli bir rolü olduğu görülmüştür (Yıllar & Şen, 2022: 236). Bunların yanında Kurt'un (2014: 825) belirttiği gibi sosyal medya gazeteciler için görsel malzeme toplama, haber kaynaklarıyla iletişim kurma, haberi veya bilgiyi güncel tutma gibi avantajlar da sağlamaktadır.

Yerel haber siteleri habercilik anlayışı şu şekilde olabilmektedir; haberlerin ağırlığı siyasetle ilgili olabilmekte, bazen haberin kaynağı belirtilmemekte, ajanslardan gelen haberlerden ziyade haberleri kendileri üretmekte, kimi zaman farklı uygulamalar olsa da medya kuruluşu haber sitesinde ve basılı versiyonunda aynı haberlere yer vermekte, kendilerine ait farklı sosyal medya hesaplarından haberleri paylaşmaya önem vermekte, yeni iletişim teknolojileri sayesinde daha özgün haber üretebilmekte, internetin ve yeni iletişim teknolojilerin sunduğu imkânlarla tüm dünyaya ulaşabilmekte küresel bir yapıya kavuşabilmektedirler. Diğer taraftan internet haber sitelerinin de yetişmiş bir kadroya ihtiyaçları bulunabilirken gelirlerini arttırmak için resmi ilan yayınlatabilmelidirler (Çınar, 2019: 174-176). Bunların yanı sıra gurbette olan vatandaşlar da yerel haber sitelerinin internet haber sitesi (Çınar, 2019: 174-176) ve özellikle sosyal medya hesaplarından memleketlerinde olan biteni takip edebilmektedirler. Medya çalışanlarının sosyal medyayı kullanım durumlarıyla ilgili Antalya'da yapılan bir çalışmada ise çoğunluğun sosyal medya kullandığı, durum güncellemesi yaptığı, paylaşım yaptıkları, arkadaşlarının paylaşımlarına yorum yaptıkları, diğer yandan doğruluğundan emin olmadıkları haberleri paylaşmadıkları belirlenmiştir. Kısaca, medya çalışanlarının sosyal medyayı (Twitter, Facebook gibi) çok etkin bir şekilde kullandıkları görülmüştür (Karaduman & Akbulutgiller, 2016: 919-921). Benzeri bir çalışmada gazetecilerin sosyal medyayı haber yapmada ve habere içerik bulmada çok etkin bir şekilde kullandıkları belirlenmiştir (Kurt, 2014: 835).

Yeni medya-İnternet ortamına yer alan medya kuruluşlarının geleneksel medya göre örgütlenme ve işleyiş biçimi farklılaşmış, çalışan personel sayısı azalmış, daha az maddi yatırım yaparak etkili, daha güncel ve daha kapsamlı bir şekilde yayın yapma imkânı doğmuş, tekelleşmenin önüne geçmek için bir fırsat doğmuştur. Artık geleneksel medyada yayın yapan gazeteler internet ortamında yer alan sitelerinde gelişmeleri anında yayınlatabilmekte, dijital ortamın sağladığı multimedya özelliği sayesinde daha fazla yazılı görsel enformasyon bireylere ulaştırılmaktadır. Yeni iletişim ortamı sayesinde her türlü habere bilgiye erişilebilirken yerel medya da dahil olmak üzere her türlü görsel işitsel yazılı medyaya uluslararası-global ölçekte erişme imkanı mevcuttur. Dijital ortam, yeni iletişim teknolojileri sayesinde yerel medya gücünü arttırmış ve uluslararası-global seviyede erişilebilme imkanına kavuşmuştur. Ayrıca karşılıklı etkileşim olduğu interaktif yayıncılık yapma imkânı doğmuş, okuyucu/takipçi/izleyici istek, soru, eleştirilerini daha hızlı ve etkin bir şekilde medya kuruluşuna iletebilmektedir. Bunun yanında yayınlara eş zamanlı erişme zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Medya kuruluşları açısından yeni iletişim teknolojileri iş alanlarının daralmasına neden olmuş, haberleri önce yetiştirme kaygısıyla eksik ve hatalı haberler yayınlanmaya başlanmış, kaynak göstermeden ve telif ücreti ödenmeden yayın yapılmaya başlanmıştır (Toplu, 2008: 149-163).

Yerel gazeteler, internet gazeteleri ve sosyal medya hesapları çerçevesi ele alındığında bu konunun dâhil edildiği bir çalışmada gazetelerin internet sitelerini güncelledikleri

ancak sosyal medya hesaplarında aynı güncelleme oranına uymadıkları görülmüştür (Uçak & Erkal, 2018: 2527). Yine başka bir çalışmada yerel gazetelerin okuyucu etkileşiminin güçlü olduğu, örneğin bir gazetenin okuyucuları için geri bildirim linki bulundurduğu belirlenmiştir (Değirmencioğlu, 2011: 29).

### **Okuyucu-Haber Sitesi Etkileşimi Bağlamında Yerel Haber Siteleri: "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Paylaşımları Örneği**

Bu bölümde çalışmada kullanılan yöntem, veri elde etme yöntemi ve analiz ve bulgular ile yorumlarına yer verilmektedir.

#### **Yöntem**

Bu çalışmada takipçi okuyucu yorumlarının ve geribildirimlerinin incelenmesi ve diğer analizler için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem metin içeriklerinin analiz edilmesi ve sonuçlar çıkarılması için kullanılmaktadır (Neuman, 2014: 466). Bu yöntem yapılan çalışmanın konusu ve amacı ile ilgili olarak iletişim içeriğinin önceden belirlenmiş kategoriler kullanılarak sistematik bir şekilde çözümlenmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda her türlü içerik; haber, film gibi her türlü işitsel, görsel, metinsel içerikler çözümlenebilmektedir. Bu çözümlene yöntemi iletişim araçlarındaki içerikleri çözümlenmek, analiz etmek için ortaya çıkmış ve ilerleyen süreçte diğer alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Bu çözümlene yöntemi hem nicel hem de nitel olarak çözümlene yapma imkânı sunmaktadır (Geray, 2011: 151).

Denizli'de yerel basın hayatı 1909'da Mustafa Naili Küçüka'nın "Hülasa" gazetesini çıkarmasıyla başlamış ve bu tarihten sonra birçok gazete yayınlanmıştır (Haytoğlu, 2010: 44). Günümüzde geline nokta Denizli Gazeteciler Cemiyeti'nin internet sitesinde (denizligazetecilercemiyeti.org, 18 Haziran 2023) yer alan bilgilere göre Denizli'de 8 tane yerel radyo kanalı, 4 tane yerel televizyon kanalı, 5 tane basılı yerel gazete bulunmaktadır. Sitede yerel internet haber sitelerinin sayısının 39 olduğu görülürken Denizli'de yerel medyanın internet haberciliğine verdiği önem görülmektedir. Sitede yer alan bilgiler kontrol edildiğinde bu haber sitelerinin 30 tanesinin adres olarak Denizli merkezi gösterdiği belirlenmektedir. Söz konusu haber sitelerinin Instagram hesabı haber sitelerinin ismi ile aratılmış, Instagram hesabı belirlenen ve en yüksek Instagram takipçi sayısına sahip 3 internet sitesinin biri rastgele seçilerek incelenmiştir. Bu haber sitesinin ismi ise "A" şeklinde aşağıda yer alan tablo ve yorumlarda belirtilmiştir. Çalışmada yerel medya kuruluşunun Instagram sosyal medya hesabındaki içerikler, takipçilerin yorumları (soruları-sorun belirtmeleri, istekleri, şikâyetleri), sitenin sosyal medya hesabının verdiği cevaplar-geri bildirimler bir ay boyunca (1 Ağustos-1 Eylül) içerik analizi ile incelenmiştir.

## Bulgular

**Tablo 1.** Denizli Yerel Haber Sitelerinin Instagram Hesaplarındaki Takipçi, Takip Edilen Ve Paylaştıkları İçerik

Haber sitesi	Takipçi sayısı	Takip edilen sayısı	Paylaşılan içerik sayısı
1. AKIS HABER	1.115	189	2.882
2. BULDAN'DA YAŞAM	2.805	374	1.262
3. DELİKLİ ÇINAR	51	2	6
4. DENİZLİ AKTÜEL	4.963	1.989	7.326
5. DENİZLİ GÜNDEMİ	26.700	66	2.301
6. DENİZLİ HABER	802	0	1.645
7. DENİZLİ HABER AJANSI	522	65	8
8. DENİZLİ KENT HABER	3.622	3.303	9.697
9. DENİZLİ MEDYA	2.257	495	2.344
10. DENİZLİ MUHABİR	558	67	1.352
11. DENİZLİ ONLİNE HABER	9.125	1.948	382
12. DENİZLİ POST	578	112	5.681
13. DENİZLİ SANAL BASIN	2.830	1.423	6.385
14. DENİZLİ SPOR HABER	585	125	199
16. DENİZLİ YENİ OLAY	12.100	63	5.676
17. DENİZLİ 20 HABER	37.700	1.184	5.381
18. DENİZLİ 24 HABER	107.000	16	9.102
19. D20 HABER	10.400	5	1.764
20. GENÇ ÇIVRIL GAZETESİ	1.735	71	83
21. HABER DENİZLİ	35.800	4.041	16.600
22. KANAL DENİZLİ	109	6	692
23. MERİÇ ULUKUŞ	5.342	1.495	2.420
24. PAYLAŞIM GAZETESİ	131	124	0
25. ŞİFRE HABER	22.400	82	1.453
26. YÜZ HABER	350	703	35

Tablo 1’de yer alan bilgilere göre Denizli’de bulunan 39 haber sitesinin 26 tanesinin Instagram hesabı belirlenmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi takipçi sayısı baz alındığında ilk üç sırada “denizli24 haber”, “denizli20haber” ve haberdenizli”nin olduğu belirlenmektedir.



**Görsel 1.** “denizli24haber”in Instagram Hesabı (<https://instagram.com/denizli24haber>)

05 Eylül 2023 itibarıyla “denizli24haber”in yaklaşık 107 bin takipçisi bulunduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra hesabın sadece 16 kişiyi takip ettiği ve toplamda 9.096 adet paylaşım yaptığı anlaşılmaktadır.



**Görsel 2.** "denizli20haber"nin Instagram Hesabı (<https://instagram.com/denizli20haber>)

Görsel 2’de de görüldüğü gibi 05 Eylül 2023 itibariyle "denizli20haber"nin Instagram hesabında yaklaşık 37 bin takipçisi bulunmaktadır. Takip ettiği hesap sayısı ise yaklaşık 1000’dir. Toplam paylaştığı içerik sayısı 5.370’tir.



**Görsel 3.** "haberdenizli"nin Instagram Hesabı (<https://instagram.com/haberdenizlicom>)

Görsel 3’te bilgileri yer alan "haberdenizli"nin Instagram hesabında 5 Eylül 2023 itibariyle yaklaşık 36 bin takipçi, 4.000 takip ettiği hesap bulunduğu ve 16.600 gönderisi olduğu görülmektedir. "Haberdenizli"nin yukarıda yer alan diğer haber sitelerinin Instagram hesabıyla kıyaslandığında en az takipçi sayısına sahip olmasına karşın en çok-çok yüksek oranda içerik paylaştığı görülmektedir.

**Tablo 2.** Çalışmada İçerik Çözümlemesi İçin Kullanılacak Kodlar

Analiz için oluşturulan kodlar		
1.	Haberin kapsamı	Yerel/Bölgesel/Ulusal/Yurt Dışı
2.	Haberin konusu	Ekonomi, Spor, Sağlık vb.
3.	Haberde kullanılanlar	Video, Fotoğraf, Grafik
4.	Kullanıcı/Takipçi Yorumları	Soru sorma-sorun belirtme, İstek, Şikâyet
5.	Haber sitesinin Instagram hesabının geribildirimi	Yorum, Emoji, Çözüm, Hangi Konularda Geri Bildirim

Analizde haberin yerel, ulusal, yurt dışı kapsamlı olup olmadığı, hangi tür konularda olduğu, haberlerde video, fotoğraf kullanım oranları ve asıl olarak takipçilerin soru-sorun,

istek ve şikâyet belirtme anlamında yaptığı yorumlar incelenmektedir. En önemlisi ise haber sitesinin Instagram hesabında takipçilerin soru, istek, şikâyet gibi yorumlarına geribildirim sağlayıp sağlamadığı, hangi konularda ne gibi çözüm önerisi sunduğu ele alınmaktadır.

Tablo 3. "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Hesabındaki Haberlerin Kapsamı

1 Ağustos - 1 Eylül 2023 Arası	Yerel	Bölgesel	Ulusal	Yurtdışı	Reklam- ilan	Toplam
İçerik Sayısı	130	2	14	-	5	151
Yüzde	% 86,09	% 1,33	% 9,33		% 3,33	% 100

"A" isimli haber sitesinin Instagram hesabı 1 ay boyunca incelendiğinde toplam 151 içerik olduğu, bunların % 86,09'unu yerel haberler, %1,33'ünü bölgesel haberler, % 9,33'ünü ise ulusal haberlerin oluşturduğu belirlenmiştir. Bunların yanında %3,33'ünün de reklam ve ilanlardan oluştuğu Tablo 3'te görülmektedir. Buna göre sitenin sosyal medya paylaşımlarının çok büyük oranının yerel haberlerden oluştuğu belirlenmektedir.

Tablo 4. "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Hesabında Yer Alan Haberlerin Konuya Göre Dağılımları

1 Ağustos - 1 Eylül 2023 Arası	Sağlık	Siyaset	Ekonomi	Eğitim	Çevre/ doğa/ tarım	Spor	Polis- Adliye /kaza	Kültür Sanat/ Eğlence	G ün ce l	Re kl a m	ilan	Hava duru mu	Topl am
İçerik Sayısı	4	1	9	2	21	1	31	15	53	4	1	9	151
Yüzde %	2,64	0,66	5,69	1,32	13,90	0,66	20,52	9,93	35,09	2,64	0,66	5,96	100

Çalışmada Instagram hesabından paylaşılan içeriklerin konuları da incelenmiştir. Tablo 4'te yer alan veriler dikkate alındığında en çok (%35,09) güncel olaylar konusunda içerik paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Güncel haberler daha çok Denizli'de gerçekleşen; hayatın akışında var olan vefat, bayram mesajları, atama vb. haberleri kapsamaktadır. İkinci en çok paylaşılan haber türü polis adliye haberleridir. Çalışmada bu kategoriye trafik kazası haberleri de ilave edilmiştir. Bunun yanında kaza haberleri de güncel haberler kategorisine dâhil edilebilirdi. Ancak kaza olayları daha çok polise intikal ettiği için bu kategoriye konulmuştur. Üçüncü en çok haber yapılan konu ise çevre-doğa-tarım ile ilgili gelişmeler olmuştur. Diğer kategorilerde haber-içerik paylaşılsa bile bunların oranı % 10'un altındadır. % 10'a yaklaşan içerik türü ise % 9,93 oran ile kültür-sanat/eğlence türündeki içeriklerdir. Tüm bunlar göz önüne alındığında haber sitesinin Instagram hesabının Denizli'nin gündemini yoğun bir şekilde ele aldığı görülmektedir. Özellikle de Denizli'nin güncel durumunu yansıttığı söylenebilir.

Tablo 5. "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Hesabında Yer Alan Haberlerde Görsel Kullanımı

1 Ağustos - 1 Eylül 2023 Arası	Video	Fotoğraf	Grafik	Video ve fotoğraf aynı anda	Toplam
İçerik Sayısı	66	79	6	0	151
Yüzde %	43,70	52,31	3,97	% 0,0	100

Araştırmada haber sitesinin Instagram hesabında yer alan haberlerde-içeriklerde görsel kullanımı da ele alınmıştır. İncelemede ve Tablo 5'te görüldüğü üzere hem video hem de

fotoğrafın aynı anda olduğu içerik paylaşımı söz konusu olmamıştır. Bunun yanında içeriklerin çoğunda (% 52,31) sadece fotoğrafların yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca sadece videoların olduğu içerik-haber oranı da % 43,70'tir. Buna göre sitenin içerik paylaşımında en çok fotoğraf kullandığı söylenebilir. Diğer taraftan yüzdeler olarak az olsa da Instagram hesabının % 3,97 oranında grafik paylaştığı da belirlenmiştir.

**Tablo 6.** "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Hesabındaki İçeriklerinde Yer Alan Yorum Sayısı

1 Ağustos 1 Eylül 2023 Arası	Toplam 6 ve üzeri yoruma sahip içerik sayısı	Toplam 5 ve altı yoruma sahip içerik sayısı	Toplam yorum sayısı
İçerik Sayısı 151	111	40	3853
Yüzde	73,48	26,52	

Tablo 6'da yer alan verilere bakıldığında Instagram hesabında 1 ay boyunca paylaşılan içeriklere-haberlere toplam 3853 yorum yapıldığı, toplam 6 ve üzeri yoruma sahip içeriklerin 111 (%73,48) olduğu, toplam 5 ve altı yoruma sahip içerik sayısının ise 40 (%26,52) olduğu belirlenmektedir. Çalışmada ulusal haberlere örneğin şehit haberlerine (ortalama 250 yorum) daha çok yorum yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu verilere göre çalışmada sitenin Instagram hesabındaki içeriklere-haberlere takipçilerin oldukça yoğun bir şekilde yorum yaptıkları ve yüksek oranda etkileşim olduğu söylenebilir.

**Tablo 7.** "A" İsimli Haber Sitesinin Instagram Hesabındaki Haberlere-İçeriklere Takipçilerin Yaptığı Yorumlardaki Soru-Sorun, İstek, Şikâyet Sayısının Dağılımı

1 Ağustos 1 Eylül 2023 Arası	Soru sorulan, sorun belirten yorum sayısı	İstek içeren yorum sayısı	Şikâyet içeren yorum sayısı	Toplam	Gazetenin Instagram hesabının geri bildirim sayısı
151 içerikte	29	1	3	33	3

Çalışmada Instagram hesabı takipçilerinin incelenen süre boyunca paylaşılan haberlere yaptığı yorumlar incelendiğinde, sadece 29 yorumda soru olduğu ya da sorun belirtildiği görülmektedir. Bunun yanında takipçilerin bir tane istek içeren ve ayrıca 3 tane şikâyet içeren yorum yaptıkları belirlenmiştir. Yorumların içeriği incelendiğinde takipçilerin haberlerde yanlış bilgi olduğunda sorun olduğunu belirttikleri, haberde eksik bilgi olduğunda eksik bilgiyle ilgili soru sordukları görülmüştür. Örneğin farklı haberlerde olmak üzere doktorun kim olduğu, konserin nerede olduğu, başvurunun nereye yapılacağı şeklinde sorular sorulduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan soruların olduğu ve sorun belirten yorumlar kontrol edildiğinde sadece bir yorumda, paylaşımın içeriğinde gerekli bilgi olmasına rağmen soru sorulduğu belirlenmiştir. Bunun dışına haberin içeriğiyle ilgili tüm diğer sorun ya da soru içeren yorumlar kontrol edildiğinde ise içerikte eksik bilgi olduğundan takipçilerin soru sordukları görülmüştür. Instagram hesabının genel olarak soru olan yorumlara ve sorun belirten yorumlara geri bildirim yapmadığı-cevap vermediği belirlenmektedir.

Çalışmada toplamda 33 soru sorma-sorun belirtme, şikâyet, istek şeklindeki yorumların 31 tanesine hesap yöneticisi tarafından cevap verilmediği ve sadece 2 tanesine cevap verildiği belirlenmiştir. Bunun dışında hesap yöneticisinin soru sorulmadığı halde bir yoruma cevap verdiği görülmüştür. Hesabın cevap verdiği yorumlar ise şöyledir; (1) Bir

takipçi bir haberde yer alan iki fotoğraftaki kişinin de aynı kişi olduğunu sormuş-belirtmiş ve Instagram hesabı cevap vererek farklı olduğunu belirtmiştir. (2) Başka bir haber için ise bir takipçi haberin yalan olduğu şeklinde yorum yapmış ve Instagram hesabı haberin kaynağını belirterek cevap vermiştir.

## SONUÇ

Bu çalışmada yerel medyanın birçok sorunu olduğu literatürde yer alan çalışmalara bakılarak ortaya konmuştur. Çalışmada ayrıca yerel haber siteleri ve okuyucuları-takipçileri arasında etkileşim boşluğu olup olmadığı bir haber sitesinin Instagram hesabı incelenerek belirlenmeye çalışılmıştır. Paylaşımların altında okuyucuların/takipçilerin yönelttikleri sorulara, belirttikleri sorunlara, şikâyet ve isteklerine cevap vermemek ya da yeteri oranda cevap vermemek haber sitesi/sosyal medya hesabı takipçi etkileşimi ve takipçi memnuniyeti açısından sorunlar oluşturabilmektedir. Bu tür bir sorun olup olmadığının belirlenmesi amacıyla çalışmada Denizli’de yer alan ve en çok Instagram takipçisine sahip yerel haber sitelerinden birinin Instagram hesabı 1 ay süreyle incelenerek Instagram hesabı ve takipçileri arasındaki etkileşim ele alınmıştır. Haber sitesinin Instagram sosyal medya hesabının bir ay süresince toplam 151 içerik-haber paylaştığı, paylaşımlarının çoğunluğunda fotoğraf kullandığı, ayrıca önemli oranda da video kullandığı belirlenmiştir. Bunun yanında haberlerinin-içeriklerinin çok büyük çoğunluğunun yerel haberlerden oluştuğu görülmüştür. Ayrıca Denizli ile ilgili sırasıyla güncel, polis-adliye/kaza, çevre-doğa/tarım, kültür-sanat/eğlence içerikli haberlere daha çok ağırlık verdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda yerel haber sitesinin sosyal medya hesabında yörenin güncel gelişmelerini bireylere sunduğu söylenebilir.

Kullanıcı-Instagram hesabı etkileşimi incelendiğinde; kullanıcıların toplam 151 içeriğe-habere 3853 yorum yaptığı belirlenmiştir. Bunun yanında 151 içeriğin 111’ine 6 ve üzeri sayıda, geriye kalan 40 içeriğe ise 5 ve 5’ten daha az sayıda yorum yaptıkları tespit edilmiştir. Kimi paylaşımlarda hiç yorum olmamasına karşın paylaşım başına düşen yorum sayısı hesaplandığında ortalama 25 yorum düştüğü belirlenmektedir. Buna göre kullanıcıların yoğun bir şekilde paylaşımlara yorum yaptığını söylemek mümkündür.

Yorumların içeriğine bakıldığında; sadece 29 yorumda haber-içerikle ilgili soru sorulduğu (ör. Olayın nerede geçtiği vb.) veya içerikle ilgili sorun olduğunun belirtildiği (ör. Eksik bilgi olduğu vb.) görülmüştür. Bunun yanında sadece 1 yorumda istekte bulunduğu ve sadece 3 yorumda ise şikâyet olabilecek şekilde yorum yapıldığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan Instagram hesabının bunların (soru sorma-sorun belirtme, istek, şikâyet) sadece 3 tanesine cevap verdiği belirlenmiştir. Genel olarak takipçilerin Instagram hesabının içeriklerine yorum yaparak yoğun bir şekilde etkileşimde buldukları söylenebilir. Bunun yanında takipçilerin gerektiğinde soru sordukları ve içerikle ilgili sorun gördükleri noktaları belirttikleri anlaşılmaktadır. Ancak hesabın geribildirimde bulunma yani cevap verme konusunda daha istekli davranması gerektiği de görülmektedir.

Yerel medya dolayısıyla yerel haber siteleri buldukları yer ile ilgili gelişmeleri bireylere bildirmektedirler. Günümüz dünyasında yerel haber sitelerinin Instagram gibi sosyal medya platformlarında hesapları bulunmaktadır. Bu hesapları takip eden bireyler hesapların paylaştığı gelişmelerle-paylaşımlarla ilgili yorum yapmaktadırlar. Bu durum haber sitesinin Instagram hesabı, dolayısıyla haber sitesi-kullanıcı-takipçi etkileşimi açısından büyük bir önem arz etmektedir. Diğer yandan haber sitesi-sosyal medya hesabının da takipçiler tarafından yöneltilen sorulara, belirtilen sorunlara, istek ve şikâyetlere cevap vermesi takipçi-okuyucunun haber sitesini takip etmesi, yorum yapması

yani etkileşimde bulunması için önemlidir. Bundan dolayı haber sitelerinin-sosyal medya hesaplarının takipçilere geribildirimde bulunması gerekmektedir. Dolayısıyla haber sitesi açısından yeterli oranda sosyal medya yöneticisi-çalışanı istihdamı bir çözüm olabilir. Aksi halde bu çalışmada da görüldüğü gibi etkileşim bağlamında yeterli geribildirim yapılmaması haber sitesi-takipçi etkileşimi ve takipçi-okur memnuniyeti açısından bir sorun olmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2007). İnternet'in gazeteciliğe getirdiği yenilikler, Selçuk İletişim, 5 (1), 30-41.
- Arık, B. (2007). Türkiye'de gazetecilik eğitimi: Tespitler ve çıkmazlar, (İçinde) Bir Sorun Olarak Gazetecilik, (B. Arık & M. Şeker, Ed.), Konya: Tablet Yayınları, 11-35.
- Arık, B. (2008). Yerel Basın ve İletişim Fakülteleri, (İçinde) Bilimin ışığında medya seminerleri Gazi Üniversitesi iletişim fakültesi - Bursa Gazeteciler Cemiyeti, (12 Nisan-7 Haziran 008), 35-46, Bursa: Bursa Gazeteciler Cemiyeti İşbirliği.
- Arslan, H., Dingil, A. E., Tatar, O. & Aslan, M. (2016). Haber toplama ve yazma tekniği konusunda alınan eğitimin haberlere yansması: Aydın yerel basını özelinde yapılan çalışma, Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi, (2), 45-59.
- Arvas, İ. S. (2007). Naylon gazeteler ve besleme basının yerel basına etkileri. (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 357-364.
- Atabek, N. (2005). Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (23), 63-74.
- Ayhan B. (2007). Yeni İletişim Teknolojileri ve Online Gazetecilik, (İçinde) Bir Sorun Olarak Gazetecilik, (B. Arık & M. Şeker, Ed.), Konya: Tablet Yayınları, 293-323.
- Ayhan, B. (2005). Olağanüstü Durumlarda Toplumsal Dayanışma ve Bütünleşmeye Basının Katkısı: Milli Mücadele Dönemi Türk Basını, S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- Ayhan, B. & Demirsoy, A. (2005). 1960'tan günümüze Konya'da yerel gazetecilik. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (14), 131-155.
- Bekiroğlu, O. (2008). Yerel kamuoyunun oluşumunda yerel basının rolü - Trabzon örneğinde bir araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19, 131-151.
- Castells, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi/Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çavuş, S. (2017). Yerel basının sorunları üzerine tespitler: Aksaray örneğinde nitel bir araştırma, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9 (4), 19-32.
- Çelebi, A. (2007). Türkiye'de yerel basının sorunları çerçevesinde gazeteci-yerel otorite çatışması üzerine örnek bir olay: Sinan Kara ve Datça Haber Gazetesi. (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 271-290.
- Çınar, M. D. (2019). Yerel internet gazeteciliği: Çorum örneği, Etkileşim Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2 (3), 156-177.



Dağ, H. & Baloğlu E. (2018). Yerel gazetelerin içerik üretme sorunu: Niğde örneği, 5th International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS) Bildiriler Kitabı, (3), 357-375.

Damlapınar, Z. & Balcı, Ş. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Seçimler, Adaylar, İmajlar, Konya: Literatürk Academia,

Değirmencioğlu, G. (2011). Yerel basında yeni medya ve sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı: kocaali'de yayımlanan yerel gazetelerin internet siteleri üzerine bir inceleme. AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 2 (5), 19-31.

Demirkent, N. (2007) Türkiye'de yerel basına dair, (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.), İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 167-170.

Erdem, B. N. (2007) 12 Eylül İhtilali'nin yerel basının haber seçimleri üzerindeki etkisi: Hâkimiyet gazetesi örneği. (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 111-138.

Erdem, B. K. (2007) Birbirinin çözümü olan iki sorun: Yerel basında profesyonel kadro eksikliği ve iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorunu, (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Ergürel, D. (2013) Teknoloji ve internetle yeniden şekillenen medya, İ & D İletişim ve Diploması, (1), 167-176.

Geray, H. (2011). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle. Ankara: Genesis.

Gezgin, S. (2007). Türkiye'de yerel basın, (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 177-196.

Girgin, A. (2007). Türkiye'de yerel basın ve resmi ilan. (İçinde) Türkiye'de Yerel Basın, (S. Gezgin, Ed.), İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 343-260.

Gürcan, H. İ.& Bekiroğlu, O. (2007). Türkiye'de internet gazeteciliği açısından yerel basının genel görünümü ve bölgeler arası bir değerlendirme, Selçuk İletişim 5 (1), 22-29.

Gürel, N. (2007). Yerel basının işlevi ve demokrasilerde önemi. (İçinde), Türkiye'de Yerel Basın (S. Gezgin, Ed.), İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 171-175.

Güz, N. (1997). Yerel basında gazetecinin tanımı, işlevi, çalışma koşulları ve sorunları, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi. İstanbul: Erdini Basımevi.

Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayınevi.

Güz, N., Yanık, H. & Yegen, C. (2018). Yerel basının kamuoyunu oluşturma görevi: Etimesgut örneği üzerine bir araştırma, Uluslararası Tarihte Etimesgut Sempozyumu Bildiri Kitabı (UTES), 1-26.

Haytoğlu, E. (2009). Denizli Basın Tarihi (1909-2009), Denizli: Pamukkale Üniversitesi Yayınları No:18.

İlgaz, C. (2003). Türkiye'de yerel gazetecilik. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (16), 177-184.

Karaduman, M. & Akbulutgiller, B. (2016). Gazetecilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medyada etik gözetimi: Antalya ili örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2 (3), 906-925.

Kolaylı, N. (2012). Yerel ve bölgesel medyanın önemi, yerel ve bölgesel medya eğitim semineri, 94-97, T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr), Ankara.

Kurt, H. (2014). Gazetecilik pratiği ve sosyal medya, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4), 821-835.

Kurtbaş, İ., Adem D. & Göksel G. (2009). Yerel medya sorunları ve sektör çalışanlarının sorunlara bakışları 'Elazığ ili örneği, *Erciyes İletişim Dergisi*, 1 (2), 20-41.

Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* (Ö. Akkaya, Çev.). İstanbul: Yayın Odası Yayıncılık.

Özcan, A. (2016) Yeni iletişim teknolojileri, yerel gazetecilik ve yerellik algısı, *Marmara İletişim Dergisi*, (26), 17-36.

Sucu, İ. (2020). İletişimde yeni medyanın getirdiği değişimler, gazetecilik ve haber iletişiminde dönüşüm, (İçinde) *Dijital Çağda Değişen Gazete ve Gazetecilik*, (S. Gezgin & H. Çiftçi, Ankara: IKSAD Publishing House, 39-67.

Temel, M., Korkmaz, A., Somuncu, B. & Şilen, K. (2012). Yerel medya çalışanlarının sosyo-demografik özellikleri ve sektör sorunlarına bakışı: Kayseri ve Nevşehir yerel medyasına yönelik alan araştırması, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 125-157.

Toplu, M. (2008). Yeni iletişim teknolojilerini gelişimi ve medyanın dönüşümü, (İçinde) *Bilimin İşığında Medya Seminerleri*. Bursa: Bursa Gazeteciler Cemiyeti.

Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı: Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Uçak, O. & Erkal, A. (2018) Türkiye'deki basılı yerel gazeteler ile dijital yerel gazetelerin haber, reklam ve kendi kendini denetim yaklaşımlarının karşılaştırması, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (4), 2511-2529

Ulusoy Nalcioğlu, B. (2007). Türkiye'de yerel medya çalışanları, yerel medyanın sorunları ve çözüm önerileri. (İçinde) *Türkiye'de Yerel Basın* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Ulusoy, B. (2003). Türkiye'de yerel basının sorunları ve çözüm önerileri. *İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 197-209.

Ünlü, S., Atabek, N. & Taşçı, D. (1999). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi mezunlarının fakülte'deki eğitim hakkındaki görüşleri üzerine bir araştırma, *Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, (4), 91-109.

Vural, A. M. (2007). İşlev, önem ve misyonlarıyla yerel basın ve eskişehir örneklemeden elde edilen bulgular (İçinde) *Türkiye'de Yerel Basın* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 337-356.

Yaşın, C. (2009). Türkiye’de yerel basının yapısal özellikleri ve üretim koşulları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (28), 115-151.

Yılar, Ö. E. & Şen, A. F. (2022). Yerel medyanın dijitalleşmesi ve değişen gazetecilik pratikleri: Elâzığ örneği”. Asya Studies, 6 (21), 209-238.

Yılmaz, A. E. (2012). Yerel habercilik. Yerel ve Bölgesel Medya Eğitim Semineri, T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr), Ankara.

Yılmaz, N. (2009). Yerel basının etik sorunları, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (36), 131-143.

### **İnternet Kaynakları**

denizli24haber’in Haber Sitesi: <https://www.denizli24haber.com/>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

denizli20haber’in Haber Sitesi: <https://www.denizli20haber.com/>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

haberdenizli’nin Haber Sitesi: <https://www.haberdenizli.com/>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

denizli24haber’in Instagram Adresi <https://instagram.com/denizli24haber?igshid=NjlwNzlyMDk2Mg==>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

haberdenizli’nin Instagram Adresi: <https://instagram.com/haberdenizlicom?igshid=NjlwNzlyMDk2Mg==>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

denizli20haber’in Instagram Adresi: <https://instagram.com/denizli20haber?igshid=NjlwNzlyMDk2Mg==>, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023

Denizli Gazeteciler Cemiyeti internet adresi <https://denizligazetecilercemiyeti.org/medya-kuruluslari/>: Erişim Tarihi: 18 Haziran 2023