

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi: 12.10.2023 Yayına Kabul Tarihi: 17.01.2024

YEREL GAZETELERİN DİJİTAL MEDYAYA UYUMLULUĞU: İNTERNET YAYIMCILIĞI BAĞLAMINDA BOLU YEREL GAZETELERİ ÖRNEĞİ

Doğukan BEYKOZ*

Öz

Bu araştırmanın temel amacı; Bolu'da faaliyet gösteren üç yerel gazetenin internet sitelerinin internet yayıncılığına uyumluluğunu tespit etmektir. "Bolu'daki yerel gazeteler internet yayıncılığına uyum sağlayabilmekte midir?" araştırma sorusundan yola çıkılan çalışmanın evrenini Bolu'da faaliyet gösteren yerel gazeteler oluştururken, örneklem olarak ise Bolu Gündem, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazeteleri ele alınmaktadır. Üç gazetenin internet teknolojisiyle ortaya çıkan; internet ana sayfası, etkileşimliliği ve multimedia bağlamında ele alınarak, 10 Ekim ile 10 Kasım tarihleri arasında nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi tekniğiyle incelenmektedir. Çalışma, geleneksel medyanın internet yayıncılığına uyumluluğunun incelenmesi bakımından önemlidir. Yapılan araştırma sonucu analiz edilen veriler neticesinde üç gazetenin de internet yayıncılığına uyum sağladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Yerel Gazetecilik, Bolu Basını, İnternet Gazeteciliği

ADAPTABILITY OF LOCAL NEWSPAPERS TO DIGITAL MEDIA: THE CASE OF BOLU LOCAL NEWSPAPERS

Abstract

The main purpose of this study is to determine the compatibility of the websites of three newspapers operating in Bolu with new media with features such as speed, interactivity, accessibility and ubiquity. The study also aims to determine whether these newspapers meet reader expectations. Based on the research question "Can traditional media organizations adapt to new media technologies?", the study examines the new media codes of Bolu Gündem, Özgür Bolu and Bolu Hakimiyet newspapers, which emerged with internet technology, in the context of internet home page, interactivity and multimedia through newspaper analysis method. The study is important in terms of examining the compatibility of traditional media with new media codes. As a result of the data analyzed as a result of the research, it was determined that the three newspapers have new media codes and meet reader expectations.

Keywords: New Media, Local Journalism, Bolu Press, Internet Journalism

*Tezli Y.L. Öğrencisi, BAİBÜ, beykozdogukan@hotmail.com, Orcid: orcid.org/0009-0007-9330-3455

Giriş

Günümüzde iletişim teknolojileri ve bilgi süratli bir gelişim göstermektedir. Söz konusu gelişim süreci içerisinde üretilen mesajın kaynaktan hedefe olan aktarımı zaman ve mekân tanımaksızın gerçekleşmektedir. Web 1.0 çağından gelen hitap edilen kitle ve kaynak tarafından etkileşimin daha yoğun olduğu bir sürece evrilen Web 2.0 teknolojisiyle günümüz medya pratiklerinde de değişimler yaşanmaktadır. Kitle iletişim araçları, teknolojinin gelişimi sayesinde bilgisayar ve internet sistemleriyle etkileşim içerisine girmektedir. Alışlagelmiş haberleşme düzenini değiştiren yeni medya ile geleneksel medyanın söz konusu değişim sürecine uyum sağlaması beklenmektedir. Gerçekleştirilen araştırmanın yerel gazetelerin yeni medya kodlarına uyumluluğunun incelenmesi bakımından önemli olacağı düşünülmektedir.

Kavramsal olarak yeni medyanın literatüre girişi 20. Yüzyılın başlarına dayanmış ve iletişim çalışmalarında, çeşitli disiplinlerde çalışan araştırmacıların ürettiği bir tanım olarak karşımıza çıkmaktadır (Dilmen, 2007: 114). Söz konusu kavramın teknolojinin gelişimiyle beraber günümüzde farklı boyutlara evrildiği görülmektedir. Geleneksel medya kavramıyla yeni medya karşılaştırıldığında hiç kuşkusuz yeni medyada; etkileşim, hız, ulaşılabilirlik gibi öğelerin öne çıktığı görülmektedir (Aydoğan, 2012: 59). İletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla beraber erişilebilirlik, yaygınlık, mekânsızlık, zamansızlık gibi yeni medya kodları da ortaya çıkmıştır. Söz konusu kodlara uyum sağlanması okuyucu beklentisinin karşılaması noktasında önem taşımaktadır. Web 2.0 ile günümüzde insanlar dijitalleşen sanal evrende birbirleriyle hızlı ve etkin bir biçimde iletişim kurabilmelerinin yanı sıra internet sitelerinde sunulan paylaşımlara da müdahil olabilme yetisine sahip olabilmektedirler (Deperlioğlu ve Köse, 2010: 338).

Yerel gazetelerin yeni medya kodlarını etkin kullanıp kullanmadığıyla ilgili yapılmış çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Yeni medyanın henüz köklü bir tarihe sahip olmaması çalışmaların kısıtlı kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle konuyla ilgili yapılan çalışma farklı açılardan incelemeyi sağlayacağı gibi gelecekte yerel gazetelerin yeni medya kodlarına uyumluluğunun araştırılması noktasında yapılacak çalışmalara da ışık tutmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın sorusu, “Bolu’daki yerel gazeteler internet yayıncılığına uyum sağlayabilmekte midir?” şeklinde belirlenerek çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilecek çalışmanın amacı; Bolu’da faaliyet gösteren 17 yerel gazeteden (Bolu Gündem, Özgür Bolu, Bolu Hakimiyet, Köroğlu, Bolu gazetesi, Bolu Takip gazetesi, Bolu Havadis, Bolu’nun Sesi, Bolu Olay, Bolu Ekspres, Memleketim Bolu,

Bolu Hedef, Bolu Postası, Gazete Bolu, Bolu Meydan, Bolu Objektif, Medya 14) örneklem olarak; Bolu Gündem, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin internet ana sayfası, etkileşimliliği ve multimedya bağlamında incelenerek, analiz edilen verilerle gazetelerin internet yayıncılığına uyumlu olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmektedir.

Kavramsal Çerçeve: Yeni Medya ve Değişen Gazetecilik Pratikleri

McLuhan teknolojiyi hayatın merkezine alarak insanlık tarihinin üç önemli aşamadan geçtiğini ifade etmiştir. Bu dönemler, birinci dönem olarak adlandırılan 1500'lü yıllardan önceki döneme denk düşen söz ve konuşma çerçevesinde ele alınabilen kabile dönemidir. İkinci dönem, 1500 ile 1900'lü yılları kapsayan matbaa ile yazının yaygın hale geldiği dönemdir. Üçüncü dönem ise 1900'lü yıllardan sonra radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarını merkeze alan elektronik çağdır (Güngör, 2013: 195). İletişim araçları yüzyıllar boyu bir önceki aracın gelişimine katkı sunarak, yeni olanakların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Sözlü iletişimden yazılı iletişime, yazılı iletişimden görsel iletişime geçiş bahsedilen durumun bir yansımasıdır. Lakin yeni medya ile ifade edilen alışlagelmiş olanın terk edilmeyerek geliştirilmesi halidir. Söz konusu kavram, geleneksel medyadan ayrılan dijital ağları, etkileşim ortamlarını belirtmek üzere ifade edilmektedir (Binark, 2015: 15). Çoklu ortam (multimedia) olarak ifade edilen yeni medya, kaynak ve alıcı arasında etkileşimli, katılımlı bir yapıyı temsil etmektedir. Yeni medyanın alışlagelmiş geleneksel medyadan ayrılan özelliği ise ağ tabanlı söz konusu ortamlar ile bilgi, ses ve görüntüyü bir araya getirerek kullanıcıya sunma özelliğine sahip olmasıdır. Böylelikle ortaya iletişim araçlarının tümünü kapsayan kompleks bir oluşum çıkmaktadır. Teknolojilerin birbirlerine eklenerek gelişmesiyle iletişim yapıları, çeşitlenen algoritmalar ve herhangi bir merkez tarafından yönetilemeyen enformasyon ağlarında, tabletlerde, akıllı telefonlarda ve bilgisayarlarda vücut bulmaktadır (Özel, 2012: 37).

Kitle iletişim ağlarının gelişimi sonucu yeni medya kavramının ortaya çıkmasıyla gazetecilik pratiklerinde de önemli değişimler gözlemlenmektedir. Gazetecilik yapma faaliyetleri artık günün büyük bir bölümünü kapsar hale gelmiştir. Yeni medyanın topluma sunduğu en önemli avantajlar arasında yer alan zaman, mekân farkının ortadan kalkması ve sürat ile erişilebilirlik gazetecilerin de uyum sağlaması gereken faaliyet unsurları arasında yer almaktadır. Dijital gazetecilik hiç kuşkusuz alışlagelmiş olan geleneksel gazetecilik pratiklerinin aksine yüksek maliyet gerektiren harcamalara gereksinim duymadan aynı etkiye sahip olmasıyla sektörel bağlamda alternatif yaratmaktadır (Çakır, 2007: 123).

Dijital çağ ile değişen aslında gazeteciliğin haber verme misyonu değildir, değişen haberin biçimsel özelliğidir. Çeşitli iletişim bileşenlerini (görsel, işitsel vb.) kullanarak, alışlagelmiş tekdüze haber sunumu farklılaşarak bir hikaye sunumuna evrilmiştir (Hülür ve

Yaşın, 2017: 10). Haberin biçimsel özelliğinin değişimiyle beraber ortaya çıkan olgular gazetecilerin de internet tabanlı yeni medyada faaliyetlerini sürdürebilmeleri için kendilerini her gün geliştirmeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Yeni medyayı alışlagelmiş geleneksel medyadan ayıran farkların başında hız gelmektedir. Basılı gazeteler göz önünde bulundurulduğunda haberin yayılımı için belirli sürenin geçmesi beklenirken yeni medyada ise internet sayesinde haber içerikleri hızlı bir biçimde alıcılara iletilmektedir. Dijital gazetelerde içerik her an güncellenebilmektedir. Eskiden bir gün sonrasına haber yetiştirme telaşında olan gazeteciler artık zaman ile yarışmakta, anında haber iletmeye çalışmaktadır (Hülür ve Yaşın, 2017: 10). Hızın yanı sıra geleneksel gazetecilikle karşılaştırıldığında pratiklik, mekân ve zamandan sınırsız olması gibi nitelikler de internet gazeteciliğinin daha yoğun bir mesai gerektirdiğini göstermektedir.

Yeni medya ile günümüzde okur davranışlarında da değişimler yaşanmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişimiyle beraber internet gazetelerinin de faaliyete girmesiyle beraber okuyucular için çevrimiçi döneme geçilmiştir. Web 1.0 döneminde gazete ile okuyucuların etkileşimi sınırlı bir haldedir ve birçok çalışmacı bu dönemi geleneksel medyadaki haber akışına benzetmektedir. Web 2.0 ile internet günümüzde daha etkileşimli bir ortama geçilmiştir. Söz konusu ortamda okuyucular artık haber üretimine katkı sunabilmektedirler ve böylelikle Kurt Lewin tarafından ortaya atılan bir kavram olan eşik bekçisiyle okuyucu arasında etkileşim sağlanarak yepyeni bir döneme geçilmiştir (Yalınız, 2022: 160).

Türkiye’de ve Bolu’da Yerel Gazetecilik

Osmanlı Devleti’nde yayımlanan ilk gazetenin 1795’de Başkent İstanbul’da yayına başlayan Bullentins des Nouvelles adıyla Fransızca olarak basılan gazete olduğu görülmektedir. Türk basın tarihinin temellerinin atılması ise 19. yüzyıla dayanmaktadır. Osmanlı Devleti’nin ilk resmi gazetesi 1831 yılında yayımlanan, eyaletlere de ulaştırılan Takvim-i Vekayi’dir. Gazetenin kimi zaman yayımları durmuş olsa da Resmi Gazete’nin yayına başladığı döneme kadar varlığını sürdürdüğü bilinmektedir (Benek, 2016: 31). Yerel basın bağlamında bakıldığında ise karşımıza yine 19. Yüzyıl çıkmaktadır. 1894’te Osmanlı Devleti’nde vilayet sistemine geçilmesiyle kentlerde matbaalar kurularak, vilayet gazetelerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Üç yıllık sürecin ardından ise başkent İstanbul haricindeki vilayetlerde 29 gazetenin yayın yaptığı ifade edilmektedir (Değirmencioğlu, 2011: 20). Söz konusu gazetelerde yer alan ifadeler incelendiğinde dönem padişahıyla ilgili gelişmelerin yer aldığı, bürokrasi alanındaki gelişmeler, ülke yönetimindeki yeni kararlar, merkez ve vilayetlerdeki bilgilere ek olarak, sağlık, tören, ürün fiyatları, harp bilgileri, geziler, keşifler, afetler ile ilgili de haberlerin yer aldığı görülmektedir (Girgin, 2009: 83). Milli mücadele yıllarına kadar yurdun birçok

bölümünde yayın yapan vilayet gazetelerinin ilk süreli yayın olmaları kadar basın tarihimiz açısından da önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Kültür hayatımıza yaptığı katkı kadar şüphesiz basın yayın faaliyetlerinin İstanbul'un dışına çıkarak halka hitap edilmesi de bugünkü yerel yayıncılığın temellerinin atılmasını sağlamıştır. Kimi zaman toplumun rahat erişimi için duvarlara asılan ve iki ile dört sayfa aralığında yayın yapan söz konusu gazeteler arasında diğerlerine kıyasla daha uzun soluklu yayın hayatına devam edenler ise Anadolu'da bulunan Türkçe gazeteler olmuşlardır (Uçak ve Erkal, 2019: 96).

Osmanlı döneminin ardından yerel gazeteciliğin gelişimi ve etki alanının genişlemesindeki en önemli süreç ise Kurtuluş Savaşı mücadelesi döneminde yaşanmaktadır. Anadolu'nun birçok bölgesi düşman devletler tarafından işgal edildiği süreçte gerek dünya kamuoyunu doğru bilgilendirmek gerekse yurttaki kamuoyunun dikkatini bu noktada yoğunlaştırarak mücadeleye destek oluşturmak için yerel gazeteler etkin bir rol üstlenmişlerdir. Yeni Gün Ankara'da, Hukuk-Beşer İzmir'de, Ses Balıkesir'de Milli Mücadeleye destek veren gazeteler olarak öne çıkmışlardır (Faraç, 2000: 22). Kurtuluş Savaşı mücadelesini destekleyen gazeteler olduğu gibi dönem içerisinde Kurtuluş Savaşı karşıtı gazetelerin de yayınlarını sürdürdükleri bilinmektedir. Dolayısıyla söz konusu dönemde gazetelerin destekçi ve muhalif olarak ikiye ayrıldıklarını söylemek mümkündür. Söz konusu tarihlerde Milli Mücadele karşıtı yayın yapan gazetelerde bulunmaktadır. Bunlardan öne çıkanları; Alemdar İstanbul'da, Selamet Trabzon'da, İrşad Balıkesir'de, Köylü İzmir'de yayın yapmışlardır (Ayhan, 2008: 85). Kurtuluş Savaşı mücadelesinin kazanılmasının ardından ikiye bölünmüş olan destekçi ve muhalif gazetelerle ilgili olarak yeni kurulan hükümet, Milli Mücadele karşıtı olan gazetelerin kapanması kararını verirken, Milli Mücadele destekçisi olan gazetelerin yayınlarına devam etmelerine izin vermiştir.

Bolu'da ise Kurtuluş Savaşı mücadelesine verdiği destekle bilinen gazete, Bolu Gazetesi'dir. Bolu Vilayet Gazetesi, Mondros Mütakeresi'nin ardından İtilaf Devletleri'nin Anadolu'nun dört bir yanında başlattıkları işgal hareketlerine tepkisiz kalmamış, Kuvayı Milliye'yi ve Mustafa Kemal Paşa'yı desteklemiş, cereyan eden olayların iç yüzü hakkında Bolu halkını aydınlatarak ahaliyi Milli Mücadele yolunda Ankara Hükümeti ile omuz omuza çalışmaya davet etmiştir (Evcin, 2012: 983).

1923 yılından itibaren geçen 23 yıllık süre zarfında Bolu'da Bolu Vilayet Gazetesi haricinde hiçbir gazete yayın yapmamıştır (Özsoy, 2019: 99). Dolayısıyla Bolu'da Cumhuriyet ile beraber yerel gazeteciliğin başlangıcı olarak Bolu Vilayet Gazetesi gözlemlenmektedir. Çok partili siyasal hayata geçilmesi ve ardından Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) yerine iktidara Demokrat Parti'nin (DP) gelişiyi beraber Türkiye'nin birçok şehrinde görüldüğü üzere

Bolu'da da yerel gazetecilik bağlamında yeni kuruluşların ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. DP iktidarıyla beraber Bolu'da 14 Mayıs ve Yeni Bolu isimleriyle iki gazete sırayla yayın hayatına başlamış ancak uzun ömürlü olamamışlardır. İlerleyen yıllarda ise tıpkı az evvel bahsettiğimiz örneklerde olduğu üzere yeni denemeler olsa da süreklilik gözlemlenememektedir.

1960 yılında yaşanan darbe dönemi sürecine kadar Bolu'da üç yerel gazete de yayına başlamıştır (Özsoy, 2019: 99). Bu gazetelerin isimleri ise Abant, Yeni Hamle, Kökez, Dost Adam gazeteleridir. Bolu'da yerel gazetelerin sayısındaki artış ise 1980'lerle beraber hızlanmıştır. 1980'li yılların sonuna gelindiğinde ise Bolu'da Bolu Gündem gazetesi kurulmuş ve şehirde yayına devam eden gazetelerden biri olarak öne çıkmıştır (Yalınız, 2022: 158).

Bolu Gündem gazetesi 1989 yılında Bolu merkezde yayın hayatına başlamıştır. Bolu'nun köklü gazetelerinden olan Bolu Gündem'in çalışmanın gerçekleştirildiği tarih itibarıyla toplam dokuz çalışanı bulunmaktadır. Kurulduğu günden bu yana günlük baskı yapan gazete 2004 yılında internet yayıncılığına başlamıştır.

Özgür Bolu gazetesi, 2011 yılında yayın hayatına başlamış, basılı olarak ise 2017 yılında aylık tabloid olarak faaliyet göstermiştir. Çalışmanın gerçekleştirildiği tarih itibarı ile basılı yayın yapmayan gazete yalnızca internet yayıncılığı yaparken, toplamda dört çalışanı bulunmaktadır ve anlık gelişmeleri web tabanlı olarak okuyucularıyla paylaşmaktadır.

Bolu Hakimiyet gazetesi öncelikli olarak Mengen Hedef Gazetesi olarak Bolu'nun Mengen ilçesinde 2020 yılında ise Bolu merkezde faaliyet göstermiştir. Haftalık olarak baskı yapan gazete, Bolu merkezde yayıncılığa devam ettiği gün itibarı ile Mengen Hedef Gazetesi'nin adı Bolu Hakimiyet Gazetesi olarak değiştirilmiştir ve çalışmanın gerçekleştirildiği tarih itibarıyla toplamda beş çalışanı bulunmaktadır.

Yöntem

Araştırma kapsamında Bolu'da faaliyet gösteren Bolu Gündem, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin yeni medya kodlarına uyumluluğuyla bağlantı olarak gerçekleştirilen çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. Yöntem, yazılı olduğu kadar sözlü ifadelerle incelenen unsurların objektif bir biçimde ele alınmasıyla uygulanmaktadır (Erdem, 2017: 3). Ayrıca yöntem; incelenen verilerle ilişkili analizler neticesinde ortaya çıkarılan olguların anlamlandırılması ve sistematik bir biçimde sunulmasıyla ilişkilidir (Özdemir, 2021: 3). Gerek yazılı gerekse sözlü içeriklerin sıralı bir biçimde ele alınması ve akabinde karşılaştırılma yapılması içerik analizi yönteminin temel unsurları arasında yer almaktadır (Tutar ve Erdem, 2020: 584). Ele alınan çalışmada yeni medyada gazetecilik konusuna yönelik söz konusu üç gazetenin internet ana sayfası üzerinden analizler yapılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde birtakım öne çıkan unsurlar bulunmaktadır. Söz konusu unsurlar;

daha evvel literatürde örneklem olarak seçilmemiş olmaları, internet sayfalarının güncel olması, Bolu il merkezi ve ilçelerindeki haberleri anlık olarak web sitelerinde okuyucular ile paylaşmaları yer almasıdır. Çalışmanın kapsamına dahil edilmeyen diğer yerel gazeteler, bahse konu olan unsurların tümünü taşımadıkları için çalışmaya dahil edilmemektedirler.

Araştırma ve Bulgular

Hiç kuşkusuz gerçekleştirilen tüm bilimsel çalışmalardaki temel hedef bilinmeyi ve anlaşılmayı açıkça ifade edilebilir, anlaşılabilir biçimde sunma gayretidir (Karasar, 2000: 22). Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışmanın analiz bölümünde Bolu Gündem gazetesinin internet ana sayfası, etkileşimliliği ve multimedya bağlamında 10 Ekim ile 10 Kasım tarihleri arasında ele alınarak, gazete analizi yöntemiyle incelenmiştir. Söz konusu gazetenin internet sitesinin hedef kitleyle etkileşime uygun olup olmadığı, çoklu ortam dosyalarına hangi derecede yer verdiği ve içerik üretim ve sunumunda sosyal ağlarla olan ilişkiye sahip olup olmadığı gibi durumlar ele alınmıştır.

Tablo 1: Sitelerin Kullanıcılarla Etkileşimi

	www.bolugundem.com	www.ozgurbolu.com	www.boluhakimiyet.com
İletişim Linki	Var	Var	Var
Haberli Yorumlama Linki	Var	Var	Var
Haberleri Sosyal Ağlarda Paylaşma Linkleri	Var	Var	Var
Haber İhbar Hattı	Var	Yok	Yok

İnternet sitesinin etkileşimli olabilmesi, hiç kuşkusuz kullanıcılara e-posta, çevrimiçi anketler ya da yorum yapma aracılığıyla görüşlerini aktarma imkânı verip vermediğiyle ilintilidir. Web2.0 süreciyle dijital medyada okuyucuların, yorum ve paylaşım yapabilmesi etkileşimlilik bağlamında önem taşımaktadır. Bu bağlamda üç gazetenin internet sayfalarında kaynak ve alıcı arasında etkileşimin sağlanması noktasında iletişim bağlantılarına yer verildiği görülmektedir.

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle sosyal ağ platformlarının yaygın ve etkin biçimde kullanılmasıyla dijital ortamda haber paylaşımı da artmaktadır. Üç gazetenin internet sayfalarında yer alan haber içerikleri; Twitter, Google ve Facebook aracılığıyla alıcılara paylaşılabilmekte ve böylelikle etkileşimli bir süreç yaşanmaktadır.

Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin internet sitelerinde haber ihbar hattı bulunmazken, Bolu Gündem gazetesinin internet sitesinin en alt kısmında ise “haber ihbar” linki bulunmaktadır.

Tablo 2: Sitelerin Tasarım ve Teknik Özellikleri

	www.bolugundem.com	www.ozgurbolu.com	www.boluhakimiyet.com
Arama Motoru Kullanımı	Var	Yok	Var
Kayan Haber Menüsü	Var	Var	Var
Fotoğraf Galerisi Linki	Var	Var	Yok
Son Dakika Haber Başlığı Kuşağı	Var	Yok	Yok
Video Galerisi Linki	Var	Var	Var

Üç gazetenin internet sayfası ele alındığında kayan haber menüsü kullanıma yer verildiği saptanmıştır. Söz konusu haber menüsüyle birlikte aynı pencere içerisinde yer alan birçok farklı haber başlığı okuyuculara sunulmaktadır. Bolu Gündem ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin internet sitelerinde arama motoru kullanımı seçeneği yer alırken, Özgür Bolu gazetesinin internet sitesinde arama motoru kullanımı yer almamaktadır.

Bolu Gündem gazetesinin anasayfasında fotoğraf ve video galerisine yer verdiği görülürken, Bolu Hakimiyet gazetesinin internet sitesinde video galerisinin bulunduğu fakat fotoğraf galerisinin bulunmadığı, Özgür Bolu gazetesinin internet sitesinde ise hem fotoğraf hem de video galeri linklerinin yer aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra Bolu Gündem gazetesinin internet sitesinde “Son Dakika Bolu Haberleri” başlığıyla son dakika haberleri akan yazı şeklinde okuyuculara sunulurken, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin internet sitelerinde son dakika haber başlığı linki yer almamaktadır.

Tablo 3: Sosyal Paylaşım Sitelerinde Yer Alma ve Paylaşım Yapma Özellikleri

	www.bolugundem.com	www.ozgurbolu.com	www.boluhakimiyet.com
Facebook Üyeliği ve Paylaşımı	Var	Var	Var
Twitter Üyeliği ve Paylaşımı	Var	Var	Var
Instagram üyeliği ve Üyeliği	Var	Var	Var
Youtube Üyeliği ve Paylaşımı	Var	Var	Var

Günümüzde dijital ortamda birçok sosyal ağ sitesi bulunmaktadır. Yeni medyanın bir gerekliliği olarak görülen sosyal ağlara entegrasyon da bu noktada önem arz etmektedir. Bu bağlamda Bolu Gündem, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin Facebook, Instagram, Youtube ve Twitter sitelerinde profilinin bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Söz konusu üç gazetenin de sosyal paylaşım sitelerinde profillerinin bulunduğu gözlemlenmiştir. Ancak üç gazete içerisinde yalnızca Bolu Gündem gazetesinin anasayfasında, söz konusu sosyal paylaşım sitelerindeki profiline ilişkin bağlantılara yer verdiği gözlemlenmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde yaygın basın ve yerel gazeteler arasındaki gelişmişlik noktasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Söz konusu farklılık temelde; ekonomik, teknolojik ve yetişmiş insan gücü bağlamında göze çarpmaktadır. Ulusal gazeteler gerek ekonomik, gerek teknolojik gerekse yetişmiş insan gücüyle yerel gazetelerden daha yaygın ve daha etkili biçimde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ancak özellikle 1990'lı yıllarla beraber Web 2.0 süreciyle iletişim teknolojilerinin de gelişimiyle beraber yerel gazeteler de büyük ölçüde uyum sağlayarak artık buldukları bölgeden daha geniş bir düzlemde yayın yapma imkanına erişmişlerdir. Çevrimiçi ortamda sunulan içerikler yerel medyaların önemli gider kalemleri içerisinde yer alan basım ve dağıtım faaliyetlerini kapsamadığı için finansal bağlamda yerel gazeteleri olumlu yönde etkilemektedir. Böylelikle ulusal gazeteler ve yerel gazeteler

arasındaki belirgin farklılıkların kaybolmaya başladığı gözlemlenmektedir. Gerçekleştirilen çalışmada; Bolu Gündem, Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin internet teknolojisiyle ortaya çıkan; internet ana sayfası, okuyucularla etkileşimi ve multimedya bağlamında ele alınarak internet yayıncılığına uyumluluğu ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda Bolu Gündem gazetesinin, Bolu Hakimiyet ve Özgür Bolu gazetelerine göre okuyucularıyla etkileşiminin daha güçlü olduğu belirlenmiştir. Çevrimiçi ortamda etkileşimi sağlayan; haber ihbar hattı, yorum, sosyal paylaşım sitelerinin haber paylaşımında kullanımı önemli göstergeler olarak öne çıkmıştır. Üç gazetenin de sosyal paylaşım sitelerinde haber paylaşımında Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube'yi kullandığı görülmüştür. İçeriksel bağlamda bakıldığında ise Özgür Bolu gazetesi hariç Bolu Gündem ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin arama motorunu kullandığı, kayan haber menülerini ise üç gazetenin de internet sitelerinde yer aldığı görülmüştür. Bu yöntemle söz konusu gazeteler, okuyucularına okumak istedikleri her haber içeriğine kolay yoldan erişim imkânı sunmaktadırlar.

Bolu Gündem ve Özgür Bolu gazetelerinin internet sitelerinde bulunan fotoğraf galerisi özelliğiyle ise okuyuculara haber içeriğiyle ilgili tüm görsellere bir arada ulaşma imkânı verilmektedir. Ancak Bolu Hakimiyet gazetesinin internet sitesinde fotoğraf galerisi özelliği bulunmamaktadır. Ayrıca Bolu Gündem ve Bolu Hakimiyet gazetelerinin anasayfalarında yer alan haberlerin bazılarında ise ilgili video paylaşımı da bulunmaktadır. Böylelikle Bolu'da faaliyet gösteren Bolu Gündem gazetesinin çevrimiçi ortamda haber paylaşımı ve akışı konusunda Özgür Bolu ve Bolu Hakimiyet gazetelerine göre daha etkin faaliyet yürüttüğü belirlenmiştir.

Kaynakça

- Aydoğan, F.; Kırık, A. M. (2012). "Alternatif Medya Olarak Yeni Medya". *Akdeniz İletişim Dergisi*. 18 (58): 59.
- Ayhan, B. (2008). "Olağanüstü Durumlarda Toplumsal Dayanışma Ve Bütünleşmeye Basının Katkısı: Milli Mücadele Dönemi Türk Basını". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 19 (75): 85.
- Benek, M. K. (2016). "Osmanlı'da Basının Doğuşu ve II. Meşrutiyete Kadarki Gelişimi". *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4 (6-7): 31.
- Binark, M. (2015). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Çakır, H. (2007). *Gazeteciliğe Giriş*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Deperlioğlu, Ö.; Köse, U. (2010). "Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı". *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. 10-12 Şubat 2010, Muğla, 20.
- Dilmen, N. E. (2007). "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları". *Marmara İletişim Dergisi*. 12 (12): 114
- Değirmencioglu, G. (2011). "Yerel Basında Yeni Medya Ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli’de Yayımlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme". *Online Academic Journal of Information Technology*. 2 (5-19): 20. Doi no: <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2011.4.002.x>
- Erdem, A.T. (2017). Kurumsal Girişimcilik Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *EUropean Journal of Managerial Research*, 1: 3.
- Evcin, E. (2012). Bolu Basınında Milli Mücadele. *Bellekten*, 983.
- Faraç, M. (2000). Türkiye’deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi. Ankara: Konrad-Adenauer Vakfı Yayını.
- Güngör, N. (2013). *İletişim, Kuramlar-Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi .
- Girgin, A. (2009). Türkiye’de Yerel Basın. A. Girgin içinde, *Türkiye’de Yerel Basın*. İstanbul: Der Yayınları.
- Hülür, H.; Yaşın, C. (2017). *Yeni Medya Geleceğın Gazeteciliğı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Karasar, N. (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özel, S. (2012). Yeni Medya'nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma . *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*. 3 (7): 37. Doi no: <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2012.2.003.x>
- Özsoy, S. (2019). "Çok Partili Hayata Geçiş Sürecinde Yerel Basın: Bolu Örneğı". *Inonu University E-Journal of Faculty of Communication*. 4 (2): 99.
- Özdemir, H. Ö. (2021). "Tarımsal Örgütsel Davranış Konularında Hazırlanmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi". *Kapadokya Akademik Bakış*. 5 (1): 3
- Süreci". *Selçuk İletişim*. 12 (1): 96. Doi no: <https://doi.org/10.18094/josc.397938>
- Tutar, H.; Tuncay, A. T. (2020). *Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uçak, O.; Erkal, A. (2019). "Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Yerel Basının Gelişim

Yalınız, M. F. (2022). "Yerel İnternet Gazetelerinin Tık Sayısını Arttırmak İçin Kullandıkları Yöntemler: Bolu Örneği". *Yeni Medya*. 12 (156): 158. Doi no:
<https://doi.org/10.55609/yenimedya.1070683>