

Research Paper

ÇEVİRİMİÇİ GAZETELERDE RESMİ İLAN YAYINCILIĞI: RESMİ İLAN VE REKLAM YÖNETMELİĞİ'NİN GETİRDİĞİ DEĞİŞİMLER VE YEREL GAZETELERDEKİ REAKSİYONLAR¹

Orhan Mert GÜZELAHMETLER*, Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER**

Özet

Bu çalışma, resmi ilanların dijitalleşmesinin yerel gazetecilik pratiği üzerindeki etkilerini ve Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin yerel gazeteler üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırma, dijitalleşmenin medya sektörü üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini ve yerel gazetelerin bu dijital dönüşüme nasıl uyum sağladıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yöntem olarak, Bursa, Kocaeli ve Yalova illerindeki yerel çevrimiçi gazetelerle yapılan derinlemesine görüşmeler kullanılmıştır. Araştırma bulguları, dijitalleşmenin çevrimiçi gazeteciliği dönüştürdüğünü ve gazetelerin resmi ilan gelirlerini artırarak okur kitlesini genişlettiğini, aynı zamanda çevre dostu bir yayıncılık anlayışının ortaya çıktığını göstermektedir. Ancak, dijitalleşme süreci denetimsizlik ve gazetecilik etiği ihlalleri gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin getirdiği düzenlemeler, yerel gazeteler için hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratmıştır. Olumlu etkiler arasında ilan gelirlerinin artması yer alırken, olumsuz etkiler arasında yerel gazetelerin resmi ilan kriterlerine uyum sağlama zorlukları bulunmaktadır. Yerel gazeteler dijital dönüşüme uyum sağlamak için dijital ilan platformları ve teknolojik altyapılarını güçlendirerek stratejiler geliştirmiştir. Ancak, bu dönüşüm süreci maliyetler ve denetim eksiklikleri gibi engellerle karşı karşıya kalmıştır. Sonuç olarak, dijitalleşmenin medya sektöründeki değişimleri hem fırsatlar hem de zorluklar sunmakta olup, gazetecilik etiği ve denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Basın İlan Kurumu, Çevrimiçi Gazetecilik, Dijital Dönüşüm, Resmi İlanlar, Yerel Gazetecilik

* Yüksek Lisans Öğrencisi, omg29omg@icloud.com, ORCID: 0000-0002-8448-8191

** Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, acobaner@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8448-8191

Gönderim Tarihi: 15.10.2024

Kabul Tarihi: 27.11.2024

1 Bu çalışma, Prof. Dr. Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER'in danışmanlığında yürütülen "Dijital Dönüşümün Resmi İlan Dağıtımında Yerel Basın Üzerine Yansımaları: Bursa, Kocaeli ve Yalova İlleri Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Araştırma Makalesi

ONLINE NEWSPAPER OFFICIAL ANNOUNCEMENT PUBLISHING: CHANGES BROUGHT BY THE OFFICIAL ANNOUNCEMENT AND ADVERTISING REGULATION AND REACTIONS IN LOCAL NEWSPAPERS

Orhan Mert GÜZELAHMETLER*, Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER**

Abstract

This study examines the impact of the digitization of official advertisements on local journalism practices and the effects of the Official Advertisement and Advertising Regulation on local newspapers. The research aims to reveal the positive and negative effects of digitization on the media sector and how local newspapers have adapted to this digital transformation. The method employed includes in-depth interviews with local online newspapers from the provinces of Bursa, Kocaeli, and Yalova. The findings indicate that digitization has transformed online journalism, increasing newspaper revenues from official advertisements and expanding their readership, while also fostering an environmentally friendly publishing approach. However, the process of digitization has also brought about issues such as lack of oversight and violations of journalistic ethics. The regulations introduced by the Official Advertisement and Advertising Regulation have had both positive and negative effects on local newspapers. Positive effects include increased advertisement revenues, while negative effects include the challenges local newspapers face in meeting the criteria for official advertisements. In response to these challenges, local newspapers have developed strategies by strengthening their digital advertisement platforms and technological infrastructure to adapt to the digital transformation. However, this transformation process has faced barriers such as costs and deficiencies in oversight mechanisms. In conclusion, the changes brought about by digitization in the media sector present both opportunities and challenges, highlighting the need for the strengthening of journalistic ethics and oversight mechanisms.

Keywords : *Digital Transformation, Local Journalism, Official Advertisements, Online Journalism, Press Advertisement Agency*

* Master's Student, omg29omg@icloud.com, ORCID: 0000-0002-8448-8191

** Prof, Mersin University, acobaner@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8448-8191

Received: 15.10.2024

Accepted: 27.11.2024

ÇEVİRİMİÇİ GAZETELERDE RESMİ İLAN YAYINCILIĞI: RESMİ İLAN VE REKLAM YÖNETMELİĞİ'NİN GETİRDİĞİ DEĞİŞİMLER VE YEREL GAZETELERDEKİ REAKSİYONLAR

GİRİŞ

Günümüzde medya sektörü, hızlı teknolojik gelişmeler ve değişen tüketici alışkanlıkları nedeniyle köklü bir dönüşüm yaşamaktadır. Bu dönüşümün en belirgin etkilerinden biri, gazeteciliğin dijitalleşmesi ve çevrimiçi platformların yükselişidir. Özellikle yerel gazeteler, geleneksel iş modellerini ve yayıncılık pratiklerini yeniden gözden geçirmek zorunda kalmışlardır. Bu bağlamda, resmi ilanların dijitalleşmesi, yerel basın için hem yeni fırsatlar hem de zorluklar sunan önemli bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Resmi ilanlar, uzun yıllar boyunca yerel gazetelerin temel gelir kaynaklarından biri olmuştur (Atçeken, 2018, s. 26-28). Ancak, internetin yaygınlaşması ve dijital platformların kullanımının artmasıyla birlikte, resmi ilanların da dijital ortama taşınması kaçınılmaz hale gelmiştir. Türkiye'de bu süreç, Basın İlan Kurumu (BİK) tarafından yürütülen düzenlemeler ve uygulamalarla şekillenmektedir. BİK, resmi ilanların dijitalleşmesini teşvik etmek ve çevrimiçi gazetelerin bu alanda faaliyet göstermesini sağlamak amacıyla çeşitli politikalar ve stratejiler geliştirmiştir.

Bu makale, resmi ilanların dijitalleşmesinin yerel basın üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, öncelikle resmi ilanların dijitalleşme süreci ve bu süreci düzenleyen yasal çerçeve ele alınacaktır. Ardından, yerel gazetelerin dijitalleşme sürecindeki deneyimleri, karşılaştıkları zorluklar ve elde ettikleri başarılar, farklı gazetelerden yetkililerle yapılan görüşmeler ve saha gözlemleri ışığında analiz edilecektir.

Makalenin temel amacı, resmi ilanların dijitalleşmesinin yerel basın üzerindeki çok yönlü etkilerini anlamak ve bu sürecin gazetecilik mesleği, medya

kuruluşlarının yapısı ve haber tüketim alışkanlıkları üzerindeki sonuçlarını ortaya koymaktır. Ayrıca, bu çalışma, yerel gazetelerin dijital dönüşüm sürecinde karşılaştıkları zorluklara ve bu zorlukların üstesinden gelmek için geliştirdikleri stratejilere ışık tutmayı hedeflemektedir.

1. RESMİ İLANLARIN DİJİTALLEŞME SÜRECİ

Resmi ilanların dijitalleşmesi süreci, BİK'in 2014 yılında İlan Bilgi Sistemi'ni (İLANBİS) pilot olarak bazı şehirlerde hayata geçirmesiyle başlamıştır. İLANBİS, resmi ilanların kamu kurumlarından elektronik ortamda toplanmasını ve basılı gazetelere dağıtılmasını sağlayan bir yönetmelik değişikliği ile uygulamaya konulmuş, 2015 yılında alınan kararlar ve "Resmi İlanların Elektronik Ortamda Alınıp Dağıtılmasına İlişkin Tebliğ" ile yasal çerçevesi oluşturulmuştur (Eşidir, 2016, s. 253).

2017 yılında tam anlamıyla kullanıma sunulan İLANBİS platformu, "Resmi İlan ve Reklamların Elektronik Ortamda Alınıp Dağıtılmasına Dair Yönetmelik" in 7. Maddesi uyarınca ilan sahiplerinin ilanlarını BİK'e elektronik olarak iletmelerini sağlamaktadır. Bu platform, ilan verme sürecini hızlandırmış, şeffaflığı artırmış ve maliyetleri düşürmüştür (Eşidir, 2016, s. 253; Dosyahaber.com, 2017).

12 Aralık 2020 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan "Basın İlan Kurumu İlan Portalı Yönetmeliği" ile "Türkiye'nin İlan Portalı" sloganıyla kurulan "ilan.gov.tr" portalı ile resmi ilanların dijitalleşmesi daha da ileriye taşınmıştır. Bu platform, resmi ilanlara internet üzerinden erişim imkanı sağlayarak kullanıcıların bilgilendirilmesine katkıda bulunmaktadır. Kullanıcı dostu arayüzü, gelişmiş arama seçenekleri ve mobil uyumluluğuyla "ilan.gov.tr", kamuoyunun resmi ilanlara hızlı ve kolay bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Ayrıca, çevrimiçi gazetelerde kullanılan "ilan.gov.tr" widget'ları, ilanların daha geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olmaktadır (ilan.gov.tr, tarih yok).

BİK'in basılı gazetelerde yayınlanan resmi ilanların çevrimiçi gazetelerde de yayımlanmasını teşvik etmesi, dijitalleşme sürecini hızlandırmış ve çevrimiçi gazetelerin resmi ilan yayıncılığına katılımını artırmıştır. Bu teşvik kapsamında,

çevrimiçi gazeteler ilan.gov.tr platformundaki widget'ları kullanarak resmi ilanları kendi internet sitelerinde yayımlayabilmekte ve ek kazanç elde etme imkânı bulmaktadır. Bu gelişmeler, gazetecilik sektörünün dijital dönüşümüne ivme kazandırmış ve kamuoyunun daha etkili bir şekilde bilgilendirilmesini sağlamıştır (Arslan, 2023, s. 49).

Platform	Öne Çıkan Özelliği
İlan Bilgi Sistemi (İLANBİS)	Kamu ve kurumların ilanları BİK'e ilettiği uygulamasıdır. Aynı zamanda çevrimiçi gazetesinde ilan yayınlayan gazeteler bu platform üzerinden ilanların dosyasını almakta ve çevrimiçi gazetelerinin ziyaretçi verilerini buradan iletmektedir.
ilan.gov.tr	Resmi ilanların yayımlandığı BİK'e ait bir internet sitesidir. Bu sitede kurum tarafından dağıtılan tüm resmi ilanlar bulunmaktadır. Bu yönüyle bir dijital arşiv görevini de yürütmektedir. Ayrıca sitenin adıyla açılmış olan sosyal medya platformlarında ilanlar hakkında paylaşım yapılarak, siteye yönlendirme sağlanmaktadır. Bu yönü ile resmi ilanların gazeteler dışında farklı ortamlarda yayınlaması ile farklılaşır ve bu durum gazetelerde resmi ilan yayınlamasının geleceği hakkında bir tehdit oluşturabilmektedir.

Tablo 1. Dijital Resmi İlanlar İçin Kullanılan BİK Platformları¹

Resmi ilanların dijital dönüşümünde kullanılan araçlar, Tablo 1'de detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Bu tablo, resmi ilanların dijital ortamda nasıl yayımlandığına dair süreçleri, yasal ve teknik boyutları ve çevrimiçi gazetelerdeki yayımlamaların detaylarını kapsamaktadır.

Resmi ilanların dijitalleşme süreci ise bu şekilde özetlenebilir;

¹ Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Uygulama	Süreç	Gelişim Aşamaları
İLANBİS	İlan Toplanması Sürecinde Yönetmelik Değişikliği	2014 yılının Kasım ayında, resmi ilanların elektronik ortamda alınarak gazetelere dağıtılması konusunda ilgili yönetmelikte bir değişiklik gerçekleştirilmiştir.
	İLANBİS'in Kuruluşu ve Pilot Olarak İlanların Toplanmaya Başlanması	16 Ekim 2015 tarihinde gerçekleştirilen BİK Yönetim Kurulu toplantısının sonucunda, ilanların elektronik ortamda dağıtımını konusunda ilgili mevzuatın yayınlanması kararı alınmıştır. Bu dönemde pilot şehirlerde kamu kurumların ilanları İLANBİS üzerinden toplanmaya başlamıştır.
	Resmi İlanların Dijital Ortamdan Toplanması	İLANBİS Sistemi'nin kuruluşu, 12 Ocak 2017 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanmış ve tam anlamıyla etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Deniş, 2019, s. 233).
İlanların Dijital Ortamlarda ve Çevrimiçi Gazetelerde İlan Panosunun Yayımlanması	ilan.gov.tr'nin Kuruluşu	12 Aralık 2020'de yayımlanan Resmî Gazete ile ilan.gov.tr resmi ilanların yayın mecrası olarak belirlenmiştir.
	Çevrimiçi Gazetelerde İlan Panosunun Yayımlanması	Çevrimiçi ilan portalı, 2020 yılında kurulmuş ve gazetelerin ilan portalına ait widget'ları gazetelerde yayınlamaları halinde ek gösterge verilmesi kararlaştırılmıştır. Bu widget'lar, hiper linkler aracılığıyla ilan portalına bağlantı sağlamaktadır.

Çevrimiçi Gazetelerde Resmi İlan Sayfalarının Oluşumu ve Buradan Resmi İlanların Yayınlanması	İlanların Haberleştirilmesi ve Çevrimiçi Gazetelerin Sosyal Medya Hesaplarında İlan Yayınlanması	1 Eylül 2022 tarihinden itibaren yürürlüğe giren düzenleme, resmi ilanları çevrimiçi gazetelerde haberleştirerek yayımlayan gazetelere ek göstergelerle ilgili önemli bir değişiklik getirmektedir. Buna göre, bu tarihten itibaren gazeteler, resmi ilanları çevrimiçi gazetelerinde yayımladıklarında esas göstergelerinin 1/6 oranında ek gösterge elde edeceklerdir. Ayrıca, aynı ilanları sosyal medya hesaplarında da paylaştıklarında, ek olarak esas göstergenin 1/8'i oranında ek gösterge kazanma imkânına sahip olacaklardır (Anadolu Ajansı, 2022).
	Çevrimiçi Gazetelerin Basılı Gazeteler gibi İlan Sayfasından Yayınlanması	Resmi ilan yayımlama hakkına sahip olan gazeteler, Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin yayım tarihi olan 1 Şubat 2023 tarihine kadar BİK'e bildirdikleri çevrimiçi gazeteler için 31 Mart 2023 tarihine kadar başvuruda bulunmuş ve böylece resmi ilan yayımlama hakkını kazanmışlardır (Basın İlan Kurumu, 2023a).

Tablo 2. Resmi İlanların Dijital Dönüşünde Önemli Noktalar²

Resmi ilanların dijital yolla dağıtılması ile geleneksel yolla dağıtılması arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Bu farklar hem dağıtım süreçleri hem de etkileri açısından incelendiğinde, gazetecilik pratiği, kamuoyunun bilgilendirilmesi ve ilanların erişilebilirliği gibi birçok farklı boyutta kendini göstermektedir. Farklılıklar şöyle sıralanabilmektedir:

² Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akış	Geleneksel Yolla Dağıtım	Dijital Yolla Dağıtım
İlan Başvurusu	Telefon, faks, yüz yüze görüşmeler ile BİK şubeleri ile iletişim kurulur ve ilanlar posta/faks yoluyla gönderilir.	İLANBİS platformu aracılığıyla dijital olarak ilan başvurusunda bulunulur.
İlan Onayı	BİK, ilanın içeriği ve formatını kontrol eder, fiziki olarak ilan belgeleri ulaştığında uygunluk değerlendirmesi yapar ve gerektiğinde düzenlemeler ister.	Basın İlan Kurumu, ilanın içeriği ve formatını dijital olarak kontrol eder ve uygunluk değerlendirmesi yapar.
İlan Yayınlama	Onaylanan ilanlar, belirlenen tarihte ve sayfada basılı olarak yayınlanır.	Onaylanan ilanlar, çevrimiçi gazetelerin web sitelerinde ve/veya sosyal medya hesapları ile ilan.gov.tr'de dijital olarak yayınlanır.
Erişim ve Takip	İlanın erişimi ve etkisi, genellikle gazetenin tirajı ve okuyucu kitlesi tarafından belirlenir. İlanın takibi ve etkisinin ölçümü, genellikle daha zordur.	İlanın erişimi ve etkisi, web analitik araçları ile ölçülebilir. İlanın takibi ve etkisinin ölçümü, dijital platformlar sayesinde daha kolay ve detaylı olarak gerçekleştirilir.
Maliyet ve Verimlilik	Genellikle daha maliyetli ve zaman alıcıdır.	Genellikle daha maliyet-etkin ve verimlidir.

Tablo 3. Resmi İlanların Geleneksel ve Dijital Yolla Dağıtımının Karşılaştırılması³

Tüm bu farklar, dijitalleşme sürecinin resmi ilanların dağıtımını üzerinde köklü bir değişim yarattığını ve dijital dağıtımın, geleneksel yöntemle kıyasla daha hızlı, erişilebilir ve verimli bir çözüm sunduğunu göstermektedir.

1.1. 2023 Resmi İlan ve Reklam Mevzuatında Dijitalleşme Düzenlemeleri

Resmi ilanların dijitalleşme süreci, 2014 yılında başlayan çalışmalara

³ Yazar tarafından oluşturulmuştur.

dayanmaktadır ve bu süreç, resmi ilanların çevrimiçi ortama taşınması ile 2023 yılında yürürlüğe giren Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği ile tam anlamıyla gerçekleşmiştir. Bu yönetmelik, 1 Şubat 2023 tarihli ve 32091 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış olup, resmi ilanların sadece basılı gazetelerde değil, aynı zamanda çevrimiçi gazetelerde de yayımlanmasına ilişkin usul ve esasları belirlemektedir.

Yönetmelik öncesinde, yalnızca basılı gazeteye sahip olan çevrimiçi gazetelere ilan.gov.tr'nin widget'ı verilmekteydi ve bu sayede resmi ilanlar dijital platformlarda yer alabilmekteydi. Ancak, 1 Nisan 2023 itibarıyla yürürlüğe giren bu düzenleme ile basılı gazete zorunluluğu ortadan kalkmış, çevrimiçi gazetelerin de doğrudan resmi ilan yayımlama hakkı elde etmesi sağlanmıştır. Böylece, resmi ilanlar hem basılı hem de çevrimiçi gazetelerde eş zamanlı olarak yayımlanabilir hale gelmiş ve bu durum, dijital gazetecilik ile resmi ilan yayıncılığı arasındaki bağı güçlendirmiştir.

Bu yeni düzenleme, çevrimiçi gazetelere önemli fırsatlar sunmaktadır. Artık, Habertürk ve NTV gibi ulusal haber siteleri de Basın İlan Kurumu'na başvurarak resmi ilan yayımlama hakkı kazanabilmektedir. Bu gelişme, resmi ilanların yalnızca basılı gazetelerde değil, ulusal ölçekte faaliyet gösteren dijital platformlarda da yer almasına imkân tanımaktadır. Dolayısıyla, çevrimiçi gazeteler, basılı medya ile aynı düzeyde resmi ilan yayımlayabilecek ve dijital platformlarda kamuoyunu bilgilendirme işlevini yerine getirebilecektir. Sonuç olarak, dijitalleşme sürecinin getirdiği bu yeni aşama, ulusal ve yerel düzeyde faaliyet gösteren çevrimiçi gazetelerin resmi ilanlar yoluyla daha geniş bir erişim imkânına sahip olmasını sağlamaktadır.

2023 Yılındaki mevzuat değişikliği Basın İlan Kurumu'nun YouTube kanalı üzerinden yayımlanan "Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği kabul edildi" başlıklı videoda ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır (ilangovtr, 2023). Videoya göre süreç şöyledir:

Hazırlık Aşaması <i>1 Eylül 2021</i>	Resmi ilan ve reklam yönetmeliğinde değişiklik yapma hazırlıkları başladı.
Teklif Sunumu <i>26 Mayıs 2022</i>	Değişiklik teklifi TBMM Başkanlığı'na sunuldu.
Kanun Teklifi Görüşmesi <i>1-15 Haziran 2022</i>	Dijital mecralar ve afet komisyonunda görüşüldü, TBMM genel kuruluna sevk edildi.
Yeni Yasama Yılı <i>29 Haziran 2022</i>	Kanun teklifi yeni yasama yılına kaldı.
Bölge Toplantıları <i>12-29 Eylül 2022</i>	11 ilde bölge toplantıları düzenlendi, 820'den fazla gazetecinin görüşleri alındı.
Kanun Teklifi Kabulü <i>4-13 Ekim 2022</i>	TBMM genel kurulunda kabul edildi ve resmi gazetede yayımlandı.
Komisyon Çalışmaları <i>1-6 Kasım 2022</i>	Resmi ilan ve reklam yönetmeliği komisyonu çalışmalarına yeniden başladı, Afyonkarahisar'da taslak metin sunuldu.
Gazete Temsilcileri Toplantısı <i>14-21 Kasım 2022</i>	Yaygın 20 gazete ve 756 yerel gazetenin internet haber sitesi temsilcileriyle toplantılar düzenlendi.
İnternet Sitesi Yöneticileri Toplantısı <i>15 Kasım 2022</i>	Çevrimiçi yayın yapan 20 internet haber sitesinin yöneticileri bir araya geldi.
Karma Toplantılar <i>1-26 Aralık 2022</i>	Yazılı basın ve internet haber sitesi temsilcileriyle karma toplantılar, İstanbul'da ziyaretler yapıldı.
Akademisyenlerle Görüşmeler <i>2-16 Aralık 2022</i>	Taslak metin üzerine akademisyenler, gazeteciler ve sektör temsilcileriyle görüşmeler yapıldı.
Son Aşamalar ve Karar <i>9-10 Aralık 2022 - 13 Ocak 2023</i>	İl müdürlerinden veri toplama ve paylaşımı, yazılım ve dijital ölçümleme şirketleri ziyareti, taslak metnin genel müdürlüğe sunumu, genel kurulda yönetmelik teklifi kabul edildi.

Şekil 1. Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin Hazırlanma Süreci

Yönetmeliğin kapsamlı bir şekilde analiz edilebilmesi ve temel unsurlarının ayrıntılı olarak değerlendirilebilmesi amacıyla, hukuki çerçeve ve operasyonel çerçeve olmak üzere 2 alt başlıkla incelenmiştir.

1.1. Hukuki Çerçeve

Yönetmeliğin 53. Maddesi uyarınca, çevrimiçi gazeteler yayın yaptıkları coğrafi bölgelere göre altı farklı kategoriye ayrılmaktadır. Bu kategorilerin oluşturulma amacı, resmi ilan dağıtım sürecinin adil ve dengeli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktır.

Kategori	Yayın Yeri
<i>Genel Kategori</i>	<i>Türkiye Geneli</i>
<i>1. Kategori</i>	<i>İstanbul</i>
<i>2. Kategori</i>	<i>Ankara, İzmir</i>
<i>3. Kategori</i>	<i>Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mersin, Ordu, Sakarya, Samsun, Tekirdağ, Trabzon</i>
<i>4. Kategori</i>	<i>Ağrı, Batman, Bolu, Çanakkale, Çorum, Edirne, Elazığ, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kastamonu, Kütahya, Mardin, Muğla, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Van, Zonguldak</i>
<i>5. Kategori</i>	<i>Adıyaman, Ağrı, Aksaray, Amasya, Ardahan, Artvin, Bartın, Bayburt, Bilecik, Bingöl, Bitlis, Burdur, Çankırı, Düzce, Erzincan, Giresun, Gümüşhane, Hakkâri, Iğdır, Karabük, Karaman, Kars, Kırıkkale, Kırşehir, Kilis, Muş, Nevşehir, Niğde, Osmaniye, Rize, Siirt, Sinop, Şırnak, Tunceli, Uşak, Yalova, Yozgat</i>

Tablo 4. Çevrimiçi Gazetelerin Resmi İlan Alabilmesi İçin Şehirlere Göre Kategorileri

Tablo 4. incelendiğinde, "Genel Kategori"nin Türkiye genelinde geçerli olduğu ve haberturk.com, ntv.com.tr gibi ulusal ölçekli haber sitelerini kapsadığı anlaşılmaktadır. Diğer kategoriler ise şehirlerin nüfus yoğunluğu ve önemi göz önünde bulundurulularak sıralanmıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirler kendine ait ayrı kategorilerde yer alırken, daha küçük iller birleştirilerek farklı kategorilere ayrılmıştır. Bu durum, büyük şehirlerdeki yayınların daha geniş bir kitleye ulaşma potansiyeli taşıması ve dolayısıyla daha fazla resmi ilan yayınlama

hakkına sahip olma gerekliliğinden kaynaklanmaktadır.

Yönetmeliğin 59. ve 61. Maddeleri, çevrimiçi gazetelerin resmi ilan alabilmesi için gerekli asgari personel sayısını, görev dağılımını ve günlük haber üretim miktarını düzenlemektedir. Bu maddeler, çevrimiçi gazetelerin belirli bir organizasyon yapısına sahip olmasını ve içerik üretim kapasitesinin yeterli olmasını amaçlamaktadır.

Kategori	Günlük Asgari Haber Sayısı	Personel Sayısı	Dağılımı	Görevleri
Genel Kategori	240	32	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			3	Haber müdürü (istihbarat şefi)
			13	İnternet editörü
			11	Muhabir
			4	Yazar
1. Kategori	100	15	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			1	Haber müdürü (istihbarat şefi)
			6	İnternet editörü
			5	Muhabir
			1	Yazar
2. Kategori	80	12	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			1	Haber müdürü (istihbarat şefi)
			4	İnternet editörü
			4	Muhabir
			1	Yazar
3. Kategori	50	8	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			3	İnternet editörü
			3	Muhabir
			1	Yazar
4. Kategori	40	6	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			2	İnternet editörü
			3	Muhabir

5. Kategori	30	4	1	Sorumlu müdür (yazı işleri müdürü)
			1	İnternet editörü
			2	Muhabir

Tablo 5. Resmi İlan Alabilmek İçin Çevrimiçi Gazetelerdeki Asgari Kadro ve Kategori Bazlı Asgari Günlük Haber Şartları

Tablo 5'ten anlaşılacağı üzere, gazetelerin kategorisine göre personel sayısı ve günlük haber sayısı değişiklik göstermektedir. Genel kategorideki bir gazetenin daha fazla personele ve daha yüksek bir haber üretim kapasitesine sahip olması beklenirken, daha alt kategorilerdeki gazeteler için bu beklentiler daha düşüktür. Bu durum, gazetelerin ölçeği, yayın alanı ve hedef kitlesi ile doğru orantılı olarak düzenlenmiştir.

Kategori	Tekil Ziyaretçi Sayısı	Sayfa Görüntülenme Sayısı	Yönlendirilen Ziyaretçi Oranı	Günlük Sayfada Kalma Süresi (Dk)	Ziyaretçi Trafik Verilerinin İletilme Süreci
Genel Kategori	500.000	1.500.000	%15'i yurtiçi, %5'i yurtdışı	En az 2 dakika	
1. Kategori	50.000	150.000			Her yayım günü sonrası, saat 17.00'e kadar İLANBİS'e girilmesi gerekmekte
2. Kategori	30.000	90.000			
3. Kategori	20.000	60.000	%15 ve üzeri yurtiçi	En az 1 dakika	
4. Kategori	10.000	30.000			
5. Kategori	3.000	9.000			

Tablo 6. Resmi İlan Alabilmek İçin Çevrimiçi Gazetelerde Kategori Bazlı Görüntülenme ve Ziyaretçi Trafik Kriterleri

Yönetmeliğin 61. Maddesi, çevrimiçi gazetelerin resmi ilan alabilmesi için ulaşması gereken günlük tekil ziyaretçi ve sayfa görüntülenme sayılarını belirlemektedir. Bu düzenleme, çevrimiçi gazetelerin belirli bir okuyucu kitlesine sahip olmasını ve içeriklerinin ilgi görmesini sağlayarak resmi ilanların daha geniş bir kitleye ulaşmasını amaçlamaktadır.

Ayrıca, Tablo 6'da belirtildiği gibi, ziyaretçi trafiğinin kalitesini ve ölçümlemesini düzenlemektedir. Yönlendirilen ziyaretçi oranı, gazeteye doğrudan gelen ziyaretçi sayısını ifade ederek sitenin bilinirliği ve tercih edilirliliğini göstermektedir. Günlük sayfa kalma süresi ise okuyucuların sitede geçirdiği ortalama süreyi yansıtarak içeriğin ilgi çekiciliği hakkında bilgi vermektedir.

Ziyaretçi trafik verilerinin İLANBİS'e düzenli olarak girilmesi ve BİK Analitik⁴ aracının kullanılması, şeffaflık ve denetlenebilirlik sağlamaktadır. Yönetmelik ayrıca, ziyaretçi verilerinde manipülasyon yapan gazetelere yaptırımlar uygulayarak yayın sürekliliğini güvence altına almayı hedeflemektedir.

Yönetmelik, içerik kalitesi ve kaynak gösterimi konularında bir dizi standart belirleyerek, çevrimiçi gazetelerin güvenilirliğini artırmayı hedeflemektedir. Bu standartlar, özgünlük, Türkçe dil kullanımı, "kopyala-yapıştır" uygulamasından kaçınma ve doğru kaynak gösterimini kapsamaktadır. Özellikle yönetmeliğin 23, 24, 25 ve 57. maddeleri, bu standartları detaylı bir biçimde ele alarak gerekli düzenlemeleri ortaya koymaktadır. İçerik kalitesi standartları, okuyucuların yüksek kaliteli ve benzersiz içeriklere erişimini sağlarken, Türkçe dil kullanımı ve doğru kaynak gösterimi, bilginin doğruluğunu ve güvenilirliğini pekiştirmektedir. Ek olarak, 57. madde, içeriklerin ve kullanıcı verilerinin saklanması ve gerektiğinde Basın İlan Kurumu ile paylaşılmasını düzenleyerek, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini güçlendirmektedir.

Basın İlan Kurumu, çevrimiçi gazetelerin Yönetmelikte belirtilen şartları yerine getirip getirmediğini denetlemek yetkisine sahiptir. Yönetmeliğin 64. Maddesi, denetim usullerini ve 65. Maddesi ise yaptırımları düzenlemektedir.

Denetimler, Basın İlan Kurumu tarafından görevlendirilen müfettişler veya

4 Bu araç BİK tarafından geliştirilmiş bir ziyaret (session) takip yazılımıdır. Gazeteler bu aracı web sitelerine gömerek verilerin doğrudan BİK ile paylaşılmasını sağlar. Bu araç açık kaynak olarak doğrudan kamuoyuyla paylaşılmamakla beraber ilan alan çevrimiçi gazetelerle paylaşılmaktadır. BİK Analitik, 1 Ağustos 2023 tarihinden itibaren Kurum görev alanındaki tüm çevrimiçi gazetelerin 7/24 esasına bağlı olarak kesintisiz takip ederek elde ettiği verileri ilgili birim müdürlükleri ekranlarına yansıtır. Bu araç, anlık raporlama kabiliyeti sayesinde çevrimiçi gazetelerin eksiklerini tamamlamalarında önemli bir rol üstlenir (Basın İlan Kurumu, 2023b). BİK Analitik 'in çalışması için gerekli tedbirleri almayan veya engelleyici faaliyetlerine son vermeyen çevrimiçi gazetelerin trafik verileri sıfır kabul edilerek, ilgili mevzuat hükümlerine göre işlem tesis edilir (BirGün, 2023).

yetkililer aracılığıyla gerçekleştirilir. Yönetmelik hükümlerine aykırı hareket eden çevrimiçi gazetelere, resmi ilan yayımlama hakkının durdurulması, para cezası verilmesi gibi çeşitli yaptırımlar uygulayabilmektedir.

1.2. Operasyonel Çerçeve

Yönetmelik, çevrimiçi gazetelerin operasyonel süreçlerine ilişkin düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu düzenlemeler, işyeri standartlarından, iş sözleşmeleri ve ücretlendirmeye kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır:

• İşyeri Standartları: Fikir işçileri için yeterli çalışma alanı ve teknik donanım sağlanması.⁵

• İş Sözleşmeleri ve Ücretlendirme: 5953 sayılı Basın İş Kanunu'na uygun iş sözleşmelerinin yapılması ve sosyal güvenlik gibi yükümlülüklerin eksiksiz yerine getirilmesi.⁶

• İkamet Şartı: Fikir işçilerinin yayın organının bulunduğu bölgede ikamet etmesi gerekliliği.⁷

• Nitelik Şartları: Fikir işçilerinin iletişim alanında eğitim almış veya belirli deneyimlere sahip olma şartı.⁸

Yönetmelik, yayın organlarının bağımsızlık ve tarafsızlık ilkelerine yönelik sınırlamalar ve yasaklar içermektedir. Özellikle, imtiyaz sahipleri ve yönetici pozisyonundaki kişilerin fikir işçisi kadrolarında yer alması kısıtlanmıştır. Ziyaretçi verilerinde manipülasyon yapılması da yasaklanmıştır.

2. ÇEVİRİMİÇİ GAZETELERDE RESMİ İLAN KULLANIMI

Resmi ilanların çevrimiçi gazetelerde kullanımı, Basın İlan Kurumu İlan Portalı Yönetmeliği ve ilgili düzenlemeler çerçevesinde belirlenmiştir.

5 Resmî İlan ve Reklam Yönetmeliği, Madde 29.

6 Resmî İlan ve Reklam Yönetmeliği, Beşinci Bölüm: Resmî İlan Yayımla Alakalı Gazete ve İnternet Haber Sitelerinin Genel Vasıfları.

7 Resmî İlan ve Reklam Yönetmeliği, Madde 19.

8 (Madde 63)

Bu düzenlemeler, resmi ilanların dijital platformlarda daha etkili bir şekilde yayımlanmasını ve gazetelerin bu hizmeti sunarak ek gösterge alabilmelerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Çevrimiçi gazetelerde resmi ilan kullanımları; Dijital Pano, haber olarak yayınlanma ve gazetenin sosyal medya hesapları üzerinden paylaşım gibi çeşitli yollarla gerçekleşmektedir.

2.1. Dijital Pano Kullanımı

ilan.gov.tr'nin widget'larının çevrimiçi gazetelerde yayımlanması, Basın İlan Kurumu İlan Portalı Yönetmeliği çerçevesinde düzenlenmiş ve bu yönetmelik, Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik, Basın İlan Kurumu'nun ilan portalı olan ilan.gov.tr internet sitesinde ilan ve reklamların yayımlanmasına ilişkin hükümleri içermektedir. Yönetmelik, 21.1961 tarihli ve 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkilatına Dair Kanun'un 2. ve 53. maddelerine dayanmaktadır. İlanların yayımına ilişkin usul ve esaslar, Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu tarafından belirlenmektedir (Resmi Gazete, 2020).

Özellikle, gazetelerin basılı sayılarında yer alan resmi ilanların ilan.gov.tr resmiilanportalında görüntülenmesini sağlayan dijital pano(widget) uygulaması, çevrimiçi gazetelerin kendi internet (haber) sitelerinde bu uygulamaya yer vermeleri durumunda aylık dokuz binin üzerinde sayfa gösterimi sağlamaları halinde ek gösterge alma imkânı sunmaktadır. Bu uygulama hem basılı hem de çevrimiçi gazeteler için ilanların daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve daha etkili bir şekilde yayımlanmasını mümkün kılmaktadır. Böylece, ilan verenlerin daha geniş bir okuyucu kitlesine erişimi kolaylaşmakta ve resmi ilanların görünürlüğü artmaktadır.

Bu düzenlemeler, ilan.gov.tr'nin etkin kullanımını teşvik etmek ve resmi ilanların daha geniş bir şekilde erişilebilir olmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Dijital dönüşüm dikkate alınarak yapılan bu düzenlemeler, bilgiye erişimde etkili bir yöntem sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca, ilan.gov.tr'nin kullanımını artırarak kamu ve özel sektör ilan verenlerinin çevrimiçi platformlarda daha geniş bir kitleye ulaşmalarına olanak tanımaktadır. Bu

bağlamda, medya sektöründe dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin sağladığı yeni olanaklardan yararlanılması amaçlanmaktadır.

2.2. Haber Olarak Kullanma

Çevrimiçi gazetelerin resmi ilanları haber olarak kullanmalarına ilişkin usul ve esaslar, Resmi İlan ve Reklamlar ile Bunları Yayınlayacak Süreli Yayınlar Yönetmeliği'nin 73. maddesi uyarınca belirlenmiştir. Bu kapsamda, ek gösterge almaya hak kazanmak isteyen gazeteler için bazı önemli gereklilikler bulunmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2022a).

İlk olarak, gazetelerin ek gösterge alabilmesi için, Basın İlan Kurumu'nun ilan portalında bulunan resmi ilanları çevrimiçi gazetelerde haberleştirerek yayımlamaları gerekmektedir. Ancak, bu haber ilanlarının içeriğinde kişisel veri taşıyan veya toplumun genelini ilgilendirmeyen resmi ilanlar kullanılmamalıdır. Ayrıca, çevrimiçi gazetelerin günde en az üç farklı resmi ilanı haberleştirerek yayımlamaları ve bu ilanları İLANBİS sistemi üzerinden BİK'e bildirmeleri gerekmektedir. Yayınlanan haber ilanlarında, ilan.gov.tr internet sitesine yönlendirme yapılmalı ve kullanılan resmi ilanın ilan.gov.tr'deki bağlantısı sağlanmalıdır. Ayrıca, haberlerde mutlaka "ilan.gov.tr" ibaresine yer verilmesi gerekmektedir (Basın İlan Kurumu, 2022a).

Öte yandan, resmi ilanların haberleştirilmeden yayınlanması veya ilan.gov.tr'ye yönlendirme yapılmaması durumunda, gazeteler ek gösterge uygulamasından yararlanamayacaktır. Yukarıda belirtilen usul ve esaslara aykırı şekilde paylaşılan haber ilanlar ise ek gösterge kapsamı dışında tutulacaktır. Ayrıca, ilan.gov.tr'ye yönlendirme yapılırken dijital pano kampanya kodunun kullanılmasına gerek bulunmamaktadır. Bu kurallara uymak, çevrimiçi gazetelerin resmi ilanlardan ek gösterge alabilmesi için büyük önem taşımaktadır (Basın İlan Kurumu, 2022a).

BİK, "Gazetelerin İnternet Sitelerinde Resmi İlanları Haber Olarak Kullanmasına Dair Usul ve Esaslar" yönetmeliğinde resmi ilanların haberleştirilmesi hakkında şu şekilde bir örneğe yer vermiştir:

Başlık: Türk Akımı Doğalgaz Boru Hattı Projesi İçin Halkın Görüşü Alınacak

Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi (BOTAŞ) tarafından "Türk Akımı Kara Kısmı-II Doğal Gaz Boru Hattı" projesiyle ilgili olarak Kırklareli ve Tekirdağ'da bölge halkının görüş ve önerilerini almak amacıyla halkın katılımı toplantısı gerçekleştirilecektir. BOTAŞ'ın Kırklareli Merkez, Vize, Kofçaz, Pınarhisar ilçeleri ile Tekirdağ Saray ilçesinde yapmayı planladığı proje hakkında Çevresel Etki Değerlendirmesi(ÇED)Yönetmeliğinin 9.maddesine göre yapacağı ÇED toplantıları 18 Eylül 2018 tarihinde saat 09:30'da Kıyıköy Belediyesi Çok Amaçlı Sosyal Tesisi Kırklareli'nde, 19 Eylül 2018 tarihinde saat 11:00'de Saray İlçe Müftülüğü Hizmet Binası Konferans Salonu Saray Tekirdağ adresinde gerçekleştirilecektir. ilan.gov.tr'de duyurulan ilanının metnine ulaşmak için tıklayınız. (Tıklayınız kelimesine ilanının linki eklenmesi gerekmektedir.) (Basın İlan Kurumu, 2022a).

Basın İlan Kurumu'nun, resmi ilanların çevrimiçi gazetelerde haberleştirilmesine yönelik düzenlemelerindeki hiper link kullanımı oldukça önemlidir. Örnekte verilen ilan haberi, bir kamu kuruluşunun faaliyetlerini duyuran bir ilan örneğidir. BİK'in önerdiği biçimde, ilanının başlığında ilanının konusu açıkça belirtilir ve ardından ilanı yayınlayan kuruluş ile bu etkinliğin amacı hakkında bilgi verilir. Hiper link kullanımı, okuyucuların ilanının ayrıntılarına kolayca erişimini sağlamaktadır. Bu, kullanıcıların ilgili ilanının detaylarına hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmasını mümkün kılar. BİK'in bu hiper link kullanımı önerisi, kamuoyunu doğru ve güncel bilgilere yönlendirmeyi amaçlamakta; aynı zamanda, gazetelerin internet sitelerini daha kullanıcı dostu hale getirirken, ilanların daha fazla görünürlüğüne de sağlamaktadır. Bu durum, kamu kurumları ve vatandaşlar arasında daha iyi bir iletişim kurulmasına yardımcı olabilmektedir.

Resmi İlan ve Reklamlar ile Bunları Yayınlayacak Süreli Yayınlar Yönetmeliği'nin 49. maddesi, resmi ilanların yayınlandığı gazetelerin tipografi ve düzenlemelerine odaklanan önemli bir düzenlemeyi ele almaktadır. Bu madde, resmi ilanların basında yayınlanmasında göz önünde bulundurulması gereken belirli tipografik kuralları ve düzenlemeleri tanımlamaktadır. İlk fıkraya

göre, resmi ilanların başlıkları yirmi dört puntoyu geçmemeli ve bu başlıklar ilan metinleri ile uyumlu olmalıdır. Ayrıca, ilan metinlerinin tipografik düzeninde, gazetenin günlük fiili satış ortalaması elli bin adetten az olan gazetelerde dokuz punto, diğer gazetelerde ise on punto metin harfleri kullanılması zorunludur. Bu düzenleme, ilanların okunabilirliğini ve görünürlüğünü artırmayı amaçlamaktadır. İkinci fıkra, başlık ile ilan metni arasındaki boşluk ve ilanın çerçevesinin basında kabul edilen geleneklere uygun olması gerektiğini belirtmektedir. Bu, resmi ilanların estetik bir düzen içinde sunulmasını ve gazetelerdeki diğer içeriklerle uyumlu olmasını sağlamak amacıyla yapılmış bir düzenlemedir. Madde 49, resmi ilanların yayınlandığı gazetelerdeki tipografik ve düzenleme standartlarını düzenleyerek hem okunabilirliği hem de estetik açıdan uygunluğu sağlamayı amaçlayan önemli bir düzenlemeyi temsil etmektedir. Bu tür standartlar, resmi ilanların etkili bir şekilde sunulmasını ve iletilmesini desteklemektedir.

2.3. Sosyal Medya Paylaşımları

Gazeteler, Resmi İlan ve Reklamlar ile Bunları Yayınlayacak Süreli Yayınlar Yönetmeliği'nin 73. maddesinin (ğ) bendinin 2 numaralı alt bendi uyarınca ek gösterge elde etmek istediklerinde, Basın İlan Kurumu ilan portalındaki resmi ilanları çevrimiçi gazetelerinde haberleştirmekle yükümlüdürler. Bu haberleştirme işlemi gerçekleştirirken belirli sosyal ağ platformları kullanılmalıdır; bu platformlar arasında Facebook, X (eski adıyla Twitter) ve LinkedIn yer almaktadır (Basın İlan Kurumu, 2022b). Söz konusu düzenleme, gazetelerin resmi ilanları dijital platformlarda daha geniş bir kitleye ulaştırmalarını ve karşılığında ek gösterge elde etmelerini hedeflemektedir.

Ek gösterge imkânından yararlanmak isteyen gazetelerin, bu sosyal medya platformlarındaki kendi hesaplarını kullanarak günde en az üç farklı resmi ilanı haberleştirip paylaşımları gerekmektedir. Bu paylaşımlarda ilgili ilanın bağlantısı ile #ilangovtr etiketi de yer almalıdır. Gazetelerin bu paylaşımlarını İLANBİS üzerinden kuruma bildirmeleri zorunludur (Basın İlan Kurumu, 2022b).

Ayrıca, gazetelerin sosyal ağlarda paylaşacakları ilanların türleri belirli kriterlere tabidir. Facebook ve X platformlarında, tercihen icra, ihale ve personel alımı ilanlarının bağlantıları paylaşılmalıdır. LinkedIn'de ise yalnızca kamu personeli ve akademik personel alım ilanlarının linkleri kullanılmalıdır (Basın İlan Kurumu, 2022b). Bu düzenleme, gazetelerin farklı sosyal ağ platformlarında hangi tür resmi ilanları paylaşmaları gerektiğini belirlemekte ve Facebook ile X platformlarında icra, ihale ve personel alımı ilanlarının paylaşımının, bu ilanların daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlama amacını gütmektedir. Öte yandan, LinkedIn'in profesyonel bir ağ olması nedeniyle yalnızca kamu ve akademik personel alım ilanları için kullanılması, iş dünyasına yönelik nitelikli personel arayışında bu platformun daha uygun olduğunu göstermektedir. Bu ayırım, gazetelerin resmi ilanların doğru hedef kitleye ulaşmasını ve ilanları daha etkili bir şekilde yaymasını sağlamak amacıyla yapılmıştır.

Bu düzenleme, gazetelerin dijital medya ve sosyal ağları daha etkin bir şekilde kullanmaya teşvik edilmesini ve medya sektöründe dijital dönüşüm sürecinin hızlandırılmasını amaçlamaktadır. Ayrıca, gazetelerin bu platformlarda resmi ilanları yayınlarken kişisel veri koruma yasalarına uygun davranmalarını ve toplumun genelini ilgilendirmeyen içeriklerin paylaşılmamasını sağlamaktadır. Gazetelerin belirtilen kurallara uyması durumunda ek gösterge imkânından yararlanabilecekleri ifade edilmektedir. Ancak, bu kurallara aykırı hareket eden gazetelerin ek gösterge uygulamasından faydalanamayacağı ve ilgili ilanların bu kapsamın dışında tutulacağı vurgulanmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2022b).

3. YEREL GAZETELERDEKİ REAKSİYONLARIN ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin dijitalleşme sürecindeki rolünü ve resmi ilanların çevrimiçi gazetelerdeki kullanım biçimlerini incelemektir. Özellikle, bu yönetmeliğin yerel medya sektöründe yarattığı dönüşüm ve yerel gazetelerin bu sürece tepkileri değerlendirilecektir. Yönetmeliğin getirdiği düzenlemelerin çevrimiçi gazetecilik uygulamaları

üzerindeki etkileri ve gazetelerin bu süreçte karşılaştıkları ekonomik ve yapısal zorluklar, araştırmanın odak noktalarından biri olacaktır.

Bu bağlamda, araştırma aşağıdaki sorulara yanıt aramayı hedeflemektedir:

- Resmi ilanların dijitalleşmesi, çevrimiçi gazetecilik pratiğini nasıl etkilemiştir?
- Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği'nin getirdiği düzenlemeler yerel gazeteler üzerinde ne tür etkiler yaratmıştır?
- Dijitalleşmenin medya sektörü üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?
- Yerel gazeteler bu dönüşüme nasıl uyum sağlamaktadır ve karşılaştıkları zorluklar nelerdir?

Bu çalışma, dijitalleşmenin medya sektöründe yarattığı dönüşümü ve yerel gazetelerin bu süreçteki konumunu detaylı bir şekilde ele alarak, dijital medya ve gazetecilik pratiğindeki değişiklikleri ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırma, dijitalleşmenin resmi ilanlar ve gazetecilik pratiği üzerindeki etkilerini inceleyerek Türk medya sektöründeki dönüşüm sürecine ışık tutmayı hedeflemektedir. Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği çerçevesinde gerçekleştirilen dijitalleşme, yalnızca resmi ilanların dağıtım yöntemlerini değil, aynı zamanda yerel gazetelerin varlıklarını sürdürme biçimlerini de köklü bir şekilde etkilemektedir. Yerel gazeteler, resmi ilanlar aracılığıyla ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlamanın yanı sıra, topluma hizmet etme misyonlarını da yerine getirmektedir. Bu çalışma, yerel gazetelerin dijitalleşme sürecinde karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları analiz ederek medya sahipleri ve gazetecilere değerli bilgiler sunmayı amaçlamakta; ayrıca, BİK yönetmelikleri gibi yasal düzenlemelerin etkilerini değerlendirerek politika yapıcılar için önemli veriler sağlamaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılığı

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemini kullanarak derinlemesine bir anlayış geliştirmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma, katılımcıların deneyimlerini, görüşlerini ve düşüncelerini ayrıntılı bir biçimde inceleyen bir yaklaşımdır. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler, yerel gazete çalışanları ile yapılmış ve önceki bölümlerde belirtilen yedi araştırma sorusuna dair betimleyici veriler toplanmıştır.

Görüşmelere, "Resmî İlan ve Reklam Yönetmeliği"nin yürürlüğe girmesinden yaklaşık yedi ay sonra, Ekim 2023 tarihinde başlanmıştır. Bu zaman dilimi, gazetelerin mevcut yönetmeliğe uyumlarını ve bu süreçte kazandıkları pratikleri yansıtmak açısından önem taşımaktadır. Böylece, görüşmelerin yapıldığı tarih itibarıyla gazetelerin güncel yönetmelik çerçevesindeki uygulama ve deneyimlerine dair derinlemesine bir anlayış elde edilmiştir.

Görüşmeler, gazetelerin ofislerinde yüz yüze ve ses kaydı alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, derinlemesine görüşmelerin gerçekleştirilmesi için 13 Ocak 2022 tarihinde Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'na başvuru yapılmış, Kurul 9 Şubat 2022 tarihinde etik kurul karar toplantısını yaparak onay vermiştir.

Görüşme notları ve dökümleri sistematik bir şekilde analiz edilerek ana temalar ve ortak noktalar belirlenmiş, elde edilen veriler literatürle birleştirilerek yorumlanmıştır. Bu yöntem, resmi ilanların dijitalleşmesinin yerel çevrimiçi gazeteler üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamamıza olanak sağlamıştır.

Görüşmeler esnasında, öncelikle gazetenin "Genel Yayın Yönetmeni" ve "Genel Müdür" gibi üst düzey yöneticilerine görüşmenin ana teması iletilmiş; bu yöneticilerin yönlendirmeleri doğrultusunda ilgili birim yöneticileriyle de görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, "Reklam ve İlan Müdürü", "Sorumlu İnternet Editörü", "Genel Yayın Yönetmeni" gibi farklı pozisyonlarda görev alan

yetkililerle gerçekleştirilmiştir. Tez bütünlüğünün sağlanması ve katılımcıların gizliliğinin korunması açısından bulgular kısmında görüşülen kişiler “Gazete Yetkilisi” olarak adlandırılmıştır. Aynı gazetede birden fazla katılımcı olması durumunda, katılımcının ifadeleri numara ile belirtilmiştir.

Görüşmeler toplamda beş gazete ile, altı ayrı kişi ile gerçekleştirilmiştir. Bu gazeteler şunlardır:

- Bursa: Bursa Hakimiyet, Olay
- Kocaeli: Demokrat Kocaeli, Kocaeli, Özgür Kocaeli
- Yalova: Yalova Hayat

Derinlemesine görüşmeler, 16 ila 39 dakika arasında değişen sürelerde yapılmıştır. Görüşmelerde, dört tematik başlık⁹ altında toplam 25 soru sorulmuş ve soruların yanıtlarına göre ek dört alt soru yöneltilmiştir. Ancak görüşmeler, yarı yapılandırılmış bir formatta olduğu için, katılımcıların yanıtları doğrultusunda soruların şekli değiştirilmiştir. Bu bağlamda, gazetelerin mevcut durumu, resmi ilanların önemi, dijital resmi ilanların etkileri ve Basın İlan Kurumu’nun faaliyetleri gazeteciler tarafından değerlendirilmiş ve incelenmiştir.

4.3. Araştırma Bulguları

Araştırmanın bulguları, araştırma sorularına odaklanarak detaylı bir şekilde üç ana başlık altında ele alınacak ve her başlık, ilgili veriler ışığında derinlemesine analiz edilerek yorumlanacaktır. Bu yaklaşım, elde edilen sonuçların daha kapsamlı bir şekilde incelenmesini ve araştırma sorularına yönelik daha net ve belirgin cevapların ortaya konmasını sağlayacaktır.

⁹ Bu başlıklar sırasıyla şöyledir: “Gazetelerin Mevcut Durum Analizi, Resmi İlanların Öneminin Analizi, Dijital Resmi İlanların Etkileri Analizi ve Basın İlan Kurumu’nun Faaliyetleri Analizi”

4.3.1. Gazetelerin ve Resmi İlanların Dijitalleşme Süreci Hakkında Görüşler

Yerel basının dijitalleşme süreci, Kocaeli, Özgür Kocaeli, Bursa Hakimiyet, Olay ve Yalova Hayat gazetelerinin deneyimleriyle incelendiğinde, çok yönlü bir evrim süreci olduğu görülmektedir. Bu süreç, teknolojik yeniliklere yanıt verme ve doğal afetler gibi zorlayıcı koşullara uyum sağlama yetenekleriyle karakterize edilmektedir.

Özellikle 1999 İzmit Depremi, Kocaeli'deki gazetelerin internet tabanlı platformlara yönelmesinin temel tetikleyicisi olarak belirlenmiştir. Bursa'daki gazeteler ise kurumsal dinamiklerle dijital faaliyetlerine başlamışlardır. Bursa Hakimiyet gazetesi yetkilisi, dijital medyaya ağırlık verdiklerini ifade etmiştir. Yalova Hayat Gazetesi, 2023'te çevrimiçi yayıncılığa geçiş yaparak Basın İlan Kurumu'nun desteğiyle dijital dönüşüm sürecini gerçekleştirmiştir.

Gazete Adı	Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler	Önemli Noktalar
Özgür Kocaeli	Geniş kitlelere erişim sağlanması	Haber kalitesinde düşüş riski	Dijitalleşme yeni beceriler gerektiriyor
Bursa Hakimiyet	Ekonomik fırsatlar	Basılı medyanın etkisinin azalması	Dijitalleşmeye uyum için adımlar atıldı
Olay	Hızlı haber yayın	İtibar kaybı ve tiraj düşüşü	Dijitalleşme sürecinde kontrol eksiklikleri
Yalova Hayat	Daha fazla görünürlük	Uyumsuzluk sorunları	Basın İlan Kurumu'nun desteği öne çıktı

Tablo 7. Görüşülen Gazetelerin Çevrimiçi Gazetecilik Hakkında Görüşleri

Tablo 7'de özetlenen görüşler, yerel gazetelerin dijitalleşme sürecinde karşılaştığı fırsatları ve zorlukları gazetecilerin görüşleri ile bir arada göstermektedir. Dijitalleşme, geniş kitlelere erişim, ekonomik fırsatlar ve

daha fazla görünürlük gibi olumlu etkiler sunarken, basılı medyanın etkisinin azalması, haber kalitesinde düşüş riski ve tiraj kaybı gibi olumsuz sonuçlara da yol açmıştır. Özellikle internet editörü gibi yeni iş gücü gereksinimlerinin ortaya çıkması, dijital dönüşümün teknik boyutunu vurgulamaktadır.

Bu bağlamda, Olay Gazetesi yetkilisinin itibar kaybı ve tiraj düşüşü ile ilgili görüşleri, dijitalleşme sürecinin beraberinde getirdiği riskleri açıkça ortaya koymaktadır. Öte yandan, Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisinin dijitalleşmenin geniş kitlelere ulaşma avantajına dikkat çekmesi, sürecin olumlu yönlerine ışık tutmaktadır. Her iki yaklaşım da dijitalleşmenin çift yönlü etkilerini göstermekte, bu dönüşümün gazetelerin görünürlüğü ve resmi ilanların dağıtımını üzerinde belirgin bir değişim yarattığını ifade etmektedir.

Yerel gazetelerin dijital platformlara geçişi, okuyucu sayısındaki düşüşle paralel bir seyir izlemiştir. Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, dijital medyanın içeriğinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağladığını ve bu nedenle basılı medyadan daha avantajlı olduğunu ifade etmiştir. Bu, dijitalleşmenin resmi ilanların dağıtımını ve görünürlüğü üzerinde sağladığı avantajları ortaya koymaktadır.

Bursa Hakimiyet Gazetesi, dijitalleşmenin getirdiği değişikliklere uyum sağlamak adına önemli adımlar attıklarını belirtmiş ve geleneksel medyanın etkisinin azaldığını vurgulamıştır. Gazete yetkilisi, dijitalleşmenin getirdiği ekonomik fırsatların yanı sıra, gazetecilik pratiğinin kalitesini koruma gerekliliğini dile getirmiştir.

Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilileri, dijital platformların sunduğu fırsatları değerlendirerek yeni becerilere ihtiyaç duyulduğunu ve meslektaşların dijital yetkinliklerle donatılması gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca, dijitalleşmenin beraberinde getirdiği hız, haberlerin kalitesini etkileyebileceğini ortaya koymuştur.

Yerel gazetecilik alanında çevrimiçi gazeteler, hızlı haber sunma zorunluluğu ile karşı karşıyadır. Bu bağlamda, haberlere erişim hızının ve

güncelliğinin önemi artarken, geleneksel basılı gazeteler zamanla geride kalmaktadır. Gazetelerin, dijitalleşme sürecinde hızla yayımlanan haberlerin doğruluğunu sağlaması için etkili editoryal süreçler geliştirmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Etkiler	Örnekler	Sonuçlar
Olumlu	Daha geniş kitlelere erişim	Okuyucu sayısındaki artış
Olumsuz	Basılı gazetelerin gerilemesi	Geleneksel gazetecilik zorlukları
Teknik	İnternet editörü ihtiyacı	<i>Yeni iş gücü gereksinimi</i>

Tablo 8. Çevrimiçi Gazeteciliğin Etkileri

Yerel gazetecilikte dijitalleşmenin etkileri tabloya yansıdığı gibi, olumlu yönleri arasında daha geniş kitlelere erişim ve okuyucu sayısındaki artış öne çıkarken, olumsuz tarafında basılı gazetelerin gerilemesi ve geleneksel gazeteciliğin karşılaştığı zorluklar bulunmaktadır. Ayrıca, internet editörlerine duyulan ihtiyaç gibi teknik gereklilikler, yeni iş gücü yapılarını zorunlu hale getirmiştir.

Bu durum, dijitalleşmenin hızlı haber sunma zorunluluğu ve içerik doğruluğunu sağlama ihtiyacı ile gazetecilik süreçlerini kökten değiştirdiğini göstermektedir. Geleneksel medyanın, bu değişim karşısında güncellik ve kalite dengesini koruyarak varlığını sürdürmesi için etkili editoryal süreçlerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

4.3.2. Resmi İlanların Dijitalleşmesi Hakkındaki Tepkiler

Yalova Hayat Gazetesi yetkilisi, dijital ilanların daha geniş kitlelere ulaşma potansiyeli ve yüksek görünürlüğünü olumlu bir gelişme olarak değerlendirmiştir: “İnternet sitelerinde dijitalden ilan yayınlanması daha kapsamlı. Çünkü yerel gazeteler için çok fazla kişi artık gazete alıp okumuyor. Dijital, her şeyden önce daha mantıklı, çünkü daha fazla insana ulaşabiliyor.” Bu ifade, dijital platformların resmi ilanların görünürlüğünü artırdığına dair bir kanıt sunmaktadır.

Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, yönetmelik değişikliğine başlangıçta endişeyle yaklaşmış, ancak zamanla yeni bir gelir modelinin oluştuğunu ve sektöre canlılık kazandırdığını ifade etmiştir: “Başlangıçta bir tedirginlik vardı; mevcut basın ilan pastasının internet sitelerine dağıtılacağı düşüncesine kapıldık. Fakat kanun yürürlüğe girdikten sonra gördük ki yeni bir pasta yaratılmış. Bu durum sektöre canlılık kazandırdı.” Bu görüş, dijital platformlardaki ilanların sektördeki ekonomik yapının yeniden şekillenmesine katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Gazete Adı	Etkiler	Gazete Yetkililerin Görüşleri
Özgür Kocaeli	Yeni gelir modelleri oluşturuldu	“Başta tedirginlik vardı, ancak yeni bir gelir modeli oluştu.”
Bursa Hakimiyet	Tekelleşmenin kırılması	“İlan.gov.tr süreci daha adil bir yapı sağladı.”
Yalova Hayat	Erişim kolaylığı	“Yerel gazeteler için dijital daha mantıklı.”

Tablo 9. Görüşülen Gazetelerin Resmi İlanların Dijitalleşmesi Hakkındaki Tepkileri

Tablo, dijitalleşmenin resmi ilanlar üzerindeki etkilerini ve bu sürecin medya sektörüne kazandırdığı yeni dinamikleri açıkça ortaya koymaktadır. Dijital platformlar, ilanların erişim kolaylığını ve görünürlüğünü artırırken, sektöre yeni gelir modelleri kazandırmış ve daha adil bir yapı oluşturmuştur.

Bununla birlikte, dijitalleşme süreci, çevrimiçi gazeteler için belirli asgari kadro şartlarını da getirmiştir. Bu durum, internet editörlerinin önemini artırmış ve gerekli teknolojik becerilerin önemi vurgulanmıştır. Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, “Yasada en az 8 personel istiyor... Değişen kadrolarımızda internet editörü artık olmazsa olmaz,” diyerek, medya sektöründeki dijital dönüşüm sürecinin iş gücü yapısını dönüştürdüğünü belirtmiştir.

Zorluklar	Örnek	Çözüm Önerileri
Ekonomik	Kadro maliyetleri	BİK'in denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi
Teknik	Dijital beceri eksikliği	Meslek içi eğitimlerin artırılması

<i>Etik</i>	<i>Sahte kadrolar</i>	<i>Daha güçlü denetim mekanizmaları</i>
-------------	-----------------------	---

Tablo 10. Gazetelere Göre Dijital Resmi İlan Yayıncılığın Zorlayıcı Kısımları

Tablo 10'dan da anlaşılacağı gibi, dijitalleşme süreci yalnızca teknik ve ekonomik zorlukları değil, aynı zamanda etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Özellikle, sahte kadrolar oluşturularak haksız rekabete yol açılması, medya sektöründe denetim mekanizmalarının eksikliklerini gözler önüne sermektedir.

Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisinin belirttiği bu durum, sektörde daha şeffaf ve etkili denetim süreçlerinin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra, meslek içi eğitimlerle dijital becerilerin artırılması ve Basın İlan Kurumu'nun denetimlerini güçlendirmesi, bu sorunların çözümüne yönelik önemli adımlar olacaktır.

Ancak yapılan derinlemesine görüşmelerde, BİK'ten ilan alabilmek için sahte kadrolar oluşturulduğu ve bu durumun yeterince denetlenmemesi nedeniyle haksız rekabetin olduğu düşüncesi dile getirilmiştir. Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, "Bütün gazeteler 8 personel çalıştırıyor gösteriyor ama fiiliyatta yok. Bu da bir haksız rekabet," demiştir. Bu, sektörün karşılaştığı etik sorunları ve denetim mekanizmalarının yetersizliklerini ortaya koymaktadır.

Dijitalleşme süreci, yerel gazetelerin gelir modellerini ve iş yapış şekillerini de etkilemiştir. Bursa Hakimiyet Gazetesi yetkilisi, ilan.gov.tr'nin varlığının, resmi ilanların çevrimiçi ortama taşınmasıyla geleneksel gazete yayıncılığındaki tekelleşmeyi kırdığını vurgulamaktadır. Bu platform, resmi ilanların merkezi bir noktada toplanmasını sağlayarak kullanıcıların bilgilere hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmalarını mümkün kılmaktadır.

Son olarak, resmi ilanların aynı anda hem basılı hem de çevrimiçi gazetelere dağıtılması sürecinin hibrit bir yapı olarak geçiş süreci olduğu düşünülmektedir. Kocaeli Gazetesi yetkilisi, bu geçiş sürecini, "Basın İlan dedi ki o widgetı koyun ben size ek gösterge vereyim," şeklinde açıklamıştır. Bu durum,

dijitalleşmenin medya sektöründe sunduğu fırsatları ve dönüşüm süreçlerini ortaya koymaktadır.

4.3.2. Gazetelerin ve Resmi İlanların Dijital Geleceği Hakkında Görüşler

Dijital resmi ilanların geleceği üzerine yapılan değerlendirmeler, medya sektörünün teknolojik dönüşümü ve bu sürecin gazetecilik pratiklerine etkilerini kapsamlı bir biçimde ele almaktadır. Kocaeli Gazetesi yetkilisi, gelecekte basılı gazetelere resmi ilan verilmemesi olasılığını vurgulayarak, dijital platformların artan etkisini belirtmiştir: “Bunu bilme şansım yok ama muhtemelen, ben baskılı gazeteye resmi ilan vermiyorum diyecek, sadece internet üzerinden bu işi yapacağım diyecek.” Bu öngörü, dijital platformların medya sektöründeki rolünün büyüdüğünü göstermektedir.

Yalova Hayat Gazetesi yetkilisi, çevrimiçi gazetelerde resmi ilanların yayımlanmasının geleceği konusunda belirsizlikler olduğunu ifade etmiştir. Yetkili, yerel gazetelere her şehirde eşit şekilde ilan dağıtımının zorunlu olduğunu ve bu sürecin karmaşık yapısına dikkat çekmiştir. Gelecekte, resmi ilanların yayımlandığı daha basit ve merkezi bir platformun oluşturulabileceğini vurgulamıştır.

Bursa Hakimiyet Gazetesi yetkilisi, dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu belirterek, basılı gazeteciliğin yerini çevrimiçi gazeteciliğe bırakacağını ifade etmiştir: “İnternete geçtik, internet sitesinden ilanı vermeye başladık... Hala da aynı şekilde devam ediyor süreç.” Bu değişim, dijital ilanların yaygınlaşmasının basılı medya için ekonomik zorlukları artıracığı endişesini de beraberinde getirmektedir.

Kocaeli Gazetesi yetkilisi, Basın İlan Kurumu'nun politikalarının, Türkiye'deki basılı gazeteciliğin sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Yetkili, “Eğer BİK, basılı gazetelere resmi ilan vermeyi durdurursa, Türkiye genelinde basılı gazetelerin yüzde doksanı kapanabilir,” diyerek bu durumun finansal kaynak üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Ayrıca, BİK'in personel yapısının ve yetkinliklerinin değişen ihtiyaçlarla uyumlu olmadığını ifade eden katılımcılar, BİK'in denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerektiğini dile getirmiştir. Olay Gazetesi yetkilisi, dijital platformlardaki reklam yayınlamanın denetim eksikliklerine dikkat çekerek, bu durumun devletin gelir elde etme kapasitesini ve medya sektörünün şeffaflığını etkilediğini belirtmiştir.

Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi ise, içerik hırsızlığı sorunu ve yasal düzenlemelerin eksikliği üzerinde durarak, "Günlük internete 120 haber giriyoruz. Bunun 20-30 tanesi, mutfağımızda üretilmiş haberler. 10 dakika sonra bu haberler çalınıyor," demektedir. Bu durum, dijital ortamda orijinal haber üretiminin korunması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Gazete	Öne Çıkan Görüş	Etkiler ve Sonuçlar
Kocaeli Gazetesi	Basılı gazetelere resmi ilan verilmemesi ihtimali vurgulanmıştır.	Basılı gazetelerin kapanma riski artabilir; dijital platformların önemi büyümektedir.
Özgür Kocaeli	İçerik hırsızlığı ve yasal düzenlemelerin eksikliği sorunları dile getirilmiştir.	<i>Orijinal haberlerin korunması için yasal önlemler alınması gerekmektedir.</i>
Bursa Hakimiyet	Dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğu ve basılı gazeteciliğin giderek etkisini yitirdiği ifade edilmiştir.	Dijital ilanlar basılı medya için ekonomik zorlukları artırabilir.
Olay Gazetesi	BİK'in denetim eksiklikleri nedeniyle dijital platformların şeffaflığının sorgulanması gerektiği belirtilmiştir.	Devlet gelirleri ve medya sektörü üzerinde olumsuz etkiler gözlemlenebilir.
Yalova Hayat	Gelecekte resmi ilanların daha merkezi ve basit bir platformda toplanabileceği belirtilmiştir.	İlan dağıtımında eşitlik sağlanabilir, ancak belirsizlikler sektörde kaygı yaratmaktadır.

Tablo 11. Gazetecilerin Resmi İlanların Geleceği Hakkındaki Görüşleri

Bu değerlendirmeler, dijitalleşmenin medya sektöründeki dönüşümünü ve bu sürecin gazetecilik pratiklerine etkilerini açıkça ortaya koymaktadır. Dijital platformların artan etkisi, basılı gazetelerin geleceğini tehdit ederken, aynı

zamanda yeni fırsatlar ve zorluklar da sunmaktadır. Dijitalleşmenin getirdiği ekonomik zorluklar, içerik hırsızlığı ve denetim eksiklikleri gibi sorunlar, sektörün geleceğini şekillendirirken çözüm önerilerini de gündeme getirmektedir. Bu bağlamda, dijital platformların şeffaflık ve denetim açısından güçlendirilmesi, medya sektöründe sürdürülebilirliği sağlamak için kritik bir adım olacaktır.

SONUÇ

Araştırmanın bulguları, dijitalleşmenin yerel gazetelerin işleyişi ve resmi ilanların dağıtımını üzerindeki etkilerini çok yönlü bir biçimde ortaya koymaktadır. Gazetelerin dijitalleşme süreci, bir yandan geniş kitlelere erişim sağlarken, diğer yandan geleneksel gazete yayıncılığının karşılaştığı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Yerel gazeteler, teknolojik yeniliklere ve zorlayıcı koşullara, özellikle doğal afetler gibi olağanüstü durumlara, hızla uyum sağlama çabası göstermektedir. Bu dijital dönüşüm, basılı medya ile dijital medya arasındaki sınırları giderek belirsizleştirirken, gazeteciliğin doğasında da büyük değişikliklere yol açmaktadır.

Yerel gazetelerin dijitalleşme sürecinin başlamasında, Kocaeli'deki gazeteler için 1999 İzmit Depremi önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreç, dijital platformlara geçişin temel tetikleyicisi olarak kabul edilmektedir. Gazeteler, dijitalleşme sürecine hızlıca uyum sağlayabilmek için, yeni beceriler edinme zorunluluğu ve iş gücü yapısında köklü değişiklikler yapmak durumunda kalmışlardır. Örneğin, internet editörü gibi yeni iş gücü gereksinimleri, dijital medyanın hızlı, sürekli ve doğru içerik üretme gereksinimini karşılamak için ortaya çıkmıştır. Ancak bu değişim, gazetecilik pratiğinin kalitesini olumsuz etkileyebilecek bir unsur olarak da gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, hızlı haber sunma zorunluluğu ve dijital ortamda içerik üretiminde karşılaşılan hız-kalite dengesizlikleri, gazeteciliğin geleneksel değerlerinden ödün verilmesine yol açabilmektedir.

Bununla birlikte, dijitalleşmenin olumsuz etkileri, basılı medyanın etkisinin azalması ve tiraj kaybı gibi sorunları da gündeme getirmektedir. Basılı

gazetelerin yerini dijital platformların alması, bu süreçte gazetelerin ekonomi modellerini de değiştirmiştir. Dijitalleşme sayesinde, gazeteler daha geniş kitlelere ulaşabilirken, haberlerin hızla yayılması sağlanmış, ancak bu durumun beraberinde getirdiği denetim eksiklikleri, sahte haber ve içerik hırsızlığı gibi etik sorunlar da meydana gelmiştir. Yalova Hayat Gazetesi yetkilisinin ifade ettiği gibi, dijital ilanların daha geniş bir kitleye ulaşma potansiyeli, basılı gazeteler için büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Ancak dijitalleşmenin sunduğu ekonomik fırsatlar, gazetelere yeni gelir modelleri yaratma imkânı da sağlamıştır. Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, başlangıçta dijital platformların ilan dağıtımını konusunda bir tedirginlik olsa da süreç ilerledikçe dijitalleşmenin sektöre yeni bir canlılık kazandırdığını ifade etmiştir.

Dijitalleşmenin resmi ilanlar üzerindeki etkileri, yerel gazetelerin görüşleriyle farklı boyutlarda ele alınmıştır. Özgür Kocaeli Gazetesi yetkilisi, dijital ilanların ekonomik açıdan yeni fırsatlar sunduğunu ve bu süreçle birlikte sektörün canlılık kazandığını vurgulamıştır. Dijital ilanlar, daha geniş bir erişim sağlarken, yerel gazetelerin gelir modellerinde değişikliklere neden olmuş, bunun sonucunda daha adil bir ilan dağıtım yapısı oluşturulmuştur. Örneğin, Bursa Hakimiyet Gazetesi yetkilisi, ilan.gov.tr platformunun ortaya çıkmasının, geleneksel medya üzerindeki tekelleşmeyi kırdığını ve ilanların daha adil bir şekilde dağıtılmasına olanak tanıdığını ifade etmiştir.

Bunun yanı sıra, dijital platformların yaygınlaşması, gazetelerin iş gücü yapısında da değişikliklere yol açmıştır. Dijital medya, belirli teknik becerilere sahip uzman kadrolarına duyulan ihtiyacı artırmış, bu da gazetelerin personel yapısını değiştirmiştir. Özellikle internet editörleri gibi yeni iş gücü gereksinimleri, medya sektöründe dijitalleşmenin hızına ayak uydurabilmek için kritik bir rol oynamaktadır. Bu dönüşümün etkisi, yalnızca yerel gazetelerin iş gücü yapısını değil, aynı zamanda gazetecilik sektörünün genel yapısını da dönüştürmüştür. Ancak bu dönüşümün, denetim eksiklikleri ve etik sorunlar gibi olumsuz yanları da vardır. Gazetelerin internet platformları üzerinden resmi ilanlar yayınlanırken, bazı gazetelerin sahte kadrolar oluşturması ve buna yönelik denetim eksiklikleri, sektördeki etik sorunları gözler önüne sermektedir. Bu tür

uygulamalar, haksız rekabetin oluşmasına yol açmış ve dijital platformların şeffaflık düzeyini sorgulanabilir hale getirmiştir.

Araştırma bulguları, dijitalleşmenin gelecekteki etkileri konusunda da önemli ipuçları sunmaktadır. Yerel gazetelerin dijital platformlardaki ilan yayıncılığının artan etkisini kabul etmeleriyle birlikte, gelecekte basılı gazetelere resmi ilan verilmemesi ihtimali güçlenmektedir. Kocaeli Gazetesi yetkilisi, basılı gazetelere resmi ilan verilmemesi olasılığının arttığını belirtirken, dijital platformların ön planda olacağını öngörmüştür. Bu öngörü, dijitalleşmenin gelecekteki etkilerinin sadece gazete yayıncılığı değil, aynı zamanda medya sektörünün genel iş yapış biçimlerini de değiştireceğini göstermektedir.

Yalova Hayat Gazetesi yetkilisi, dijital ilanların geleceği hakkında belirsizlikler olduğunu, ancak bu sürecin karmaşık yapısının zaman içinde daha basit ve merkezi bir platforma dönüşebileceğini belirtmiştir. Bu, yerel gazeteciliğin dijitalleşme sürecinde karşılaştığı zorlukların daha merkezi ve daha düzenli bir sistemle aşılabileceğine işaret etmektedir. Ayrıca, Bursa Hakimiyet Gazetesi yetkilisi, dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu ve basılı gazeteciliğin yerini çevrimiçi gazeteciliğe bırakacağını ifade etmiştir. Bu değişim, medya sektörünün geleceği üzerinde derin etkiler yaratacak ve basılı gazeteciliğin finansal sürdürülebilirliği konusunda yeni soruları gündeme getirecektir.

Sonuç olarak, dijitalleşme süreci, yerel gazeteciliğin dinamiklerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Dijital platformların artan etkisi, gazeteciliğin geleceği hakkında önemli soruları gündeme getirmiş, aynı zamanda sektördeki denetim eksiklikleri ve etik sorunlar gibi çözülmesi gereken meseleleri de ortaya koymuştur. Dijitalleşmenin getirdiği fırsatlar, gazetecilik pratiğinin kalitesini koruma ve etik sorunları çözmeye gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, dijital platformların şeffaflık ve denetim açısından güçlendirilmesi, medya sektöründe sürdürülebilirliği sağlamak için kritik bir adım olacaktır.

Kaynakça

Anadolu Ajansı. (2022, Ağustos 11). Basın İlan Kurumu resmi ilanların sosyal ağlarda paylaşım esaslarını açıkladı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/basin-ilan-kurumu-resmi-ilanlarin-sosyal-aglarda-paylasim-esaslarini-acikladi/2659000>

Arslan, B. (2023). Yerel basın yöneticilerinin perspektifinden internet gazeteciliği: Avantajlar ve tehditler. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(5), 40-77.

Atçeken, K. (2018). Resmi ilan desteği ve yerel basın ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-dergi*, 1(2), 25-32.

Basın İlan Kurumu. (2022a, Ağustos 10). Gazetelerin internet sitelerinde resmi ilanları haber olarak kullanmasına dair usul ve esaslar. <https://bik.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Internet-Sitelerinde-Resmi-İlanlari-Haber-Olarak-Kullanmasina-Dair-Usul.pdf>

Basın İlan Kurumu. (2022b, Ağustos 10). Gazetelerin sosyal ağlarda resmi ilanları haber olarak kullanmasına dair usul ve esaslar. <https://bik.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Sosyal-Aglarda-Resmi-İlanlari-Haber-Olarak-Kullanmasina-Dair-Usul-ve-Esa.pdf>

Basın İlan Kurumu. (2023a, Şubat 28). İnternet haber sitelerinden başvurular alınmaya başlandı. <https://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/internet-haber-sitelerinden-basvurular-alinmaya-basliyor/#:~:text=Resmi%20ilan%20yay%C4%B1mlama%20hakk%C4%B1%20bulunan,resmi%20ilan%20yay%C4%B1mlama%20hakk%C4%B1%20kazanacak>

Basın İlan Kurumu. (2023b, Ağustos 28). BİK analitik ölçüm verileri internet haber siteleriyle paylaşıldı. <https://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/bik-analitik-olcum-verileri-internet-haber-siteleriyle-paylasildi/>

BirGün. (2023, Aralık 8). Yerel ve ulusal gazetelerin satış fiyatının alt sınırı güncellendi. <https://www.birgun.net/haber/yerel-ve-ulusal-gazetelerin-satis-fiyatinin-alt-siniri-guncellendi-489295>

Deniş, H. E. (2019). Türk basınında vesayet rejimi ve Basın İlan Kurumu (Yayınlanmış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dosyahaaber.com. (2017, Ocak 13). Resmi ilanlar elektronik ortamda alınıp dağıtılacak. <https://dosyahaaber.com/post/resmi-ilanlar-elektronik-ortamda-alinip-dagitilacak-h11722#:~:text=Ekonomi%20G%C3%BCncelleme%20Tarihi%3A%2013%20Oca,2017%20tarihli%2029946%20say%-C4%B1s%C4%B1nda%20yay%C4%B1mland%C4%B1>

Eşidir, O. V. (2016). Türk basın sektörünün finansmanında Basın İlan Kurumu'nun yeri ve önemi (Yayınlanmış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ilan.gov.tr. (tarih yok). Nasıl üye olurum. <https://www.ilan.gov.tr/yarim-nasil-uye-olurum>

ilangovtr. (2023). YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCoLna6joUEuJ4eO7bjCP_Bw

Mevzuat. (2017, Ocak 12). Resmi ilan ve reklamların elektronik ortamda alınıp dağıtılmasına dair yönetmelik. *Resmi Gazete*, (29946).

Resmi Gazete. (2016, Ekim 5). Resmi ilan ve reklamlar ile bunları yayınlayacak süreli yayınlar yönetmeliği.

Resmi Gazete. (2020, Aralık 12). Basın İlan Kurumu ilan portalı yönetmeliği. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/12/20201212.pdf>

Resmî Gazete. (2023, Şubat 1). Resmi ilan ve reklam yönetmeliği.

