

## YEREL BASIN YÖNETİCİLERİNİN PERSPEKTİFİNDEN İNTERNET GAZETECİLİĞİ: AVANTAJLAR VE TEHDİTLER

Berna Arslan\*

### Özet

Geleneksel gazetecilik pratikleri dijital yayıncılığın başlaması ile birlikte önemli değişime uğramıştır. Günümüzde gazeteler haber üretim süreçlerinde farklı teknik ve yöntemler uygulamaktadır. Artık okuyucu ve izleyiciler basılı formatta yayımlanan hikayeleri dijital ortamlarda; akıllı telefonlarından, tabletlerinden ya da bilgisayarlarından okumaktadırlar. Hatta internetin sunduğu bu olanaklar ile okuyucu ve izleyiciler haber hakkında çoklu ortamlarda yayımlanan görüntü ve videolarla daha detaylı bilgi edinme, tartışma ve anında yorum yapma fırsatı bulmaktadırlar. Yeni medyanın toplum tarafından kabul görmesi yerel gazetelerin de internet gazeteciliğine evrilmesine olanak sağlamıştır. Yerel basın sadece yayımlandığı il ya da bölge ile sınırlı haber üreten bir alan değildir. Yerel medya aynı zamanda ilettiği tüm içerikleri ile toplumda katılımı teşvik eder, değerlerin paylaşımını sağlar, ortak bir kültürün oluşmasında etkin olur, kent ve kentlilik bilinci bağlamında sorumlu yurttaşlığı pekiştirir ve bireylerin yaşadığı kente dair aidiyet duygusu oluşumuna katkı sağlar. Yerel gazeteciliğinin bu öneminden hareketle, yeni bir alan olan internet gazeteciliğinin yerel anlamda tartışılması sorunların ve üstünlüklerinin ortaya konması bir gereklilik olarak değerlendirilmekte ve bu çalışmanın sorunsalını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında Mersin İli Valiliği'nin resmi Web sitesinde yayımlanan basın kuruluşları listesinde yer alan günlük yayına sahip yazılı ve çevrimiçi yayın yapan basın kuruluşları ile sadece çevrimiçi yayıncılık yapan kuruluşların internet sayfaları; haber kategorileri, kullanılan format bağlamında içerik analizi yöntemi ile sorgulanarak yorumlanmıştır. Mersin ili yerel medyasında hem basılı hem de internet yayıncılığı yapan 10 yerel medya kuruluşunun ayrıca sadece internet haberciliği yapan 8 kuruluşun yönetici kadrolarında yer alan toplamda 18 yöneticisi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşme metinleri MAXQDA (2022) programı aracılığıyla kodlanarak betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya, İnternet Gazeteciliği, Yerel Basın

<sup>1</sup>Bu çalışma 28-29 Kasım 2023 tarihinde Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen II. Uluslararası İletişim Bilimleri Sempozyumu'nda sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

\*Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi. Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, arslanberna@mersin.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-9601-4479

Geliş Tarihi: 05.01.2023 Kabul Tarihi: 17.02.2023 Yayın Tarihi: 28.02.2023

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Arslan, B. (2023). Yerel Basın Yöneticilerinin Perspektifinden İnternet Gazeteciliği: Avantajlar ve Tehditler. Türkiye Medya Akademisi Dergisi. Cilt: 3 Sayı:5, s. 40-77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7648322>

Finansal destek var mı? Varsa, finansal destek kaynağını belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Hayır**

Çıkar çatışması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Yok**

Teşekkür açıklaması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Yok**

## INTERNET JOURNALISM FROM THE PERSPECTIVE OF LOCAL MEDIA MANAGERS: ADVANTAGES AND THREATS

Berna Arslan\*

### Abstract

*Traditional journalism practices have undergone significant changes with the start of digital broadcasting. Today, newspapers apply different techniques and methods in their news production processes. Nowadays, people read the physically published stories or watch them online on their smart phones, “aily” sor computers. With these possibilities offered by the internet, they have the opportunity to obtain more detailed information, with images and videos published in multiple media, discuss and make instant comments about the news. The acceptance of the new media by the society has of course enabled local newspapers to publish in this direction and evolve into internet journalism. The local press is not an area that produces news limited only to the province or region in which it is published. At the same time, it encourages participation in the society with all the content it transmits, ensures the sharing of values, becomes effective in the formation of a common culture, reinforces responsible citizenship in the context of urban and urban awareness, and contributes to the formation of a sense of belonging to the city in which individuals live. Based on these important features of local journalism discussing the new field of internet journalism locally, revealing its problems and superiorities is considered as a necessity and constitutes the problematic of this study. In the context of the study the web pages, news categories, and the format of press organizations that have “aily” publications in print and online and organizations that only publish online analyzed via the content analysis method. The sample of the study is listed on the list of press organizations published on the official website of Mersin Province Governorship In-depth interviews with 18 managers were conducted, who are in the management cadres of 10 local media organizations that publish both print and internet newspapers and also 8 managers who work for internet journalism organizations in the local media of Mersin. These interviews are coded via the MaxQDA (2022) program and analyzed with descriptive analysis method.*

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

---

\*Corresponding Author: Asst. Prof. Dr. Mersin University, Faculty of Communication, Department of Journalism, arslanberna@mersin.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-9601-4479

Received Date: 05.01.2023 Accepted Date: 17.02.2023 Published Date: 28.02.2023

*Is there financial support? Indicate the source of financial support, if any. (Must be answered): No*  
*Is there a conflict of interest? If so, please specify. (Must be answered): No*  
*Is there a thank you explanation? If so, please specify. (Must be answered): No*

## GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz dijital çağ; toplumsal yaşamı derinden etkileyen, değiştiren, farklı yaşam biçimlerinin ortak zaman ve mekân ortamları gözetilmeksizin paylaşıldığı bir süreci ifade etmektedir. Teknoloji alanındaki gelişmeler sayesinde insanların yaşamına giren ve günümüzün toplumsal yaşam pratiklerinde vazgeçilmez olarak kabul gören internet; dünya üzerinde insanları birbirlerine bağlayan bir ağ olarak işlev görmektedir.

Yeni medyanın tüm özelliklerinin toplandığı internet ortamı günümüzde önem kazanmıştır. Bu ortamda bilgisayar teknolojisinin tüm olanaklarından faydalanılmaktadır. İnternet ortamında yayıncılık yapan haber siteleri bilgisayar teknolojisiyle medyanın enformasyon işlevini üstlenmektedir. İki binli yıllardan sonra cep telefonlarının akıllı telefonlara dönüşmesi bilgisayar teknolojileri ve internet aracılığıyla gerçekleşmiş ve bu sayede haberler insanlara daha kolay ulaştırılmıştır (Çelik, 2018, s. 85). Bilgiye ulaşma, yayma gibi iletişim konusunda sağladığı olanaklar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni mecraı gazetecilik için de vazgeçilmez bir araç olarak yaygınlaştırmıştır (Akyazı, 2018, s. 20). Bireyin bilgi edinme ve haber alma ihtiyacını karşılayan gazeteciliğin, dijitalleşmeden en çok etkilenen mesleklerden biri olduğunu vurgulayan Gezgin (2002, s. 30), internetin mobil cihazlarla uyumlu hale gelmesi ile birlikte her türlü içeriğin bu araçlar aracılığıyla üretilmesi ve dağıtılmasının gazetecilik adına ezberlerin bozularak yeni bir boyut kazandırıldığını ifade etmektedir.

İnternetin sağladığı kolaylıklar toplumsal yaşamda, ekonomi, siyaset, eğitim, kültür sanat, spor, eğlence vb. pek çok alanda küreselleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu küresel oluşumda da kuşkusuz ki medya başat rolü üstlenmektedir. İnternet ile birlikte dijital medya olarak adlandırılan yeni medya ortamlarında içeriklerin üretiminde ve sunumunda farklı deneyimler ortaya koyulmuştur. Geleneksel medya yapılanmasına bir alternatif olarak değerlendirilen internet gazeteciliği haber üretim sürecinde olduğu kadar haberin okuyucu veya izleyicisi ile buluşmasını sağlamada, içerik üretiminde farklı tekniklerin kullanılmasına da olanak sağlamış ve bu yoğun rekabet ortamında medya kuruluşları için bu uygulamaları zorunlu da kılmıştır. Dijital yayıncılık ile birlikte değişen gazetecilik pratikleri internet ortamında okuyucu, izleyici ve dinleyici açısından da yeni deneyim alanları yaratmıştır. Bunların içinde en önemlilerinden birisi etkileşim olanağıdır. Bu etkileşim ortamı da kuşkusuz bir üstünlük sağlarken, beraberinde bazı etik

sorunları da doğurmuştur. Haberin hızlı yayına sokulmasında doğruluk ve gerçeklik ihlallerinin yaşanması en sık karşılaşılan sorunlar arasındadır. Bununla birlikte okuyucu/izleyici açısından artık pasif edilgen bireylerden içerik üreticisine dönüşen ve bu yeni medya ortamında aktif rol alan bireylerin paylaşımları, farklı etik sorunların da tartışılmasına neden olmaktadır.

Yeni medyanın toplumsal yaşamda yer alması ile birlikte öncelikle kitlesel yayın yapan gazeteler bu arenaya dahil olmuşlardır. Ardından da yerel basın da elbette ki bu teknolojik dünyanın içinde olmayı bir zorunluluk olarak görmüştür. İnsanlar yaşadıkları bölgede gelişen ve değişen olaylar, olgular hakkında haberdar olmak, bilgilenmek ve en önemlisi bu sürece dahil olmak isterler. Yerel kamuoyu ile yerel yönetimler arasında karşılıklı etkileşimin sağlanmasında başat rol oynayan yerel basın bu işlevi ile demokrasinin gelişmesi ve yaygınlaşmasına da katkı sağlamaktadır. Yerel basın; yaptığı haberler, haberleri ele alış biçimi, haber söylemi ve yayın politikaları ile demokratik toplumların yaşamsal alışkanlıklarını belirleyen, kamuoyunun oluşmasında ve halkın yaşadığı kente sahip çıkarak aidiyet duygularının gelişmesinde sorumluluğu olan önemli bir yapıdır. Yerel basının yayın yaptığı bölge halkı için taşıdığı önem ve anlam itibariyle de her yönüyle araştırılmaya ve bilimsel çalışmalar yapılmaya değer bir konudur. Yerel basının günümüzde evrildiği internet gazeteciliğinin gerektirdiği yeni gazetecilik pratiklerine ne derecede uyum sağlayıp sağlamadığını, etik ilkeler doğrultusunda habercilik anlayışları çerçevesinde internet gazeteciliğinin sağladığı üstünlükleri ve yaşanan sorunları tartışmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Böylelikle bu çalışmada özünde yerel ama aynı zamanda dijital ortamda küresel yayın yapan yerel basının internet gazeteciliğindeki sorunlarını, tartışma platformuna taşıyarak çözüm önerileri geliştirebilmek amaçlanmaktadır.

## **1. Yeni Medya Ortamında Değişen Gazetecilik Pratikleri**

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeleri toplumsal boyutu ile ele alan Van Dijk Network Society (2006) adlı eserinde, 20. ve 21 yüzyılın başında dijital kodların medyada kullanımı ile birlikte geleneksel medyaya alternatif olarak yeni medya kavramını ayrıntılı bir şekilde ele almaktadır. Van Dijk medyanın dijitalleşmesi ile tüm iletişim etkinliklerinin eş zamanlı, etkileşimsel ve son derece yüksek bir hızda gerçekleşmesini sağlayan iletişim ortamını yeni medya olarak adlandırmaktadır.

Arvas (2019, s. 100) internetin temel işlevini “birbiriyle bağlantılı iletişim ağları üzerinden iki yönlü bilgi akışını sağlamak” olarak ifade etmektedir. Çok kısa bir zaman içinde ise internet gazetecilik uygulamalarına da ev sahipliği yapmaya başlamıştır. Bu süreçte basılı gazeteler internet ortamında da yayınlanmaya başlamış böylelikle okuyucular “internet gazeteleri” ve “haber portalları” ile tanışmıştır.

Sucu’ya göre (2020), yeni medya ve internet 1990’lı yıllarla birlikte iletişim, gazetecilik ve haber alanında önemli değişimlere ve yeni dönüşümlere neden olmuştur. Haberler artık internet portallarında üretilmekte, dolaşıma sokulmakta ve sosyal medya ağlarında da paylaşılarak gündem oluşturulmaktadır. Sucu, artık haberin; çok daha hızlı yayılan, dinamik yapıya sahip, kolaylıkla paylaşılabilen ve bireylerin de “haber içeriği üreticisi” olabileceği bir konuma geldiğinin altını çizmektedir. Böylelikle yeni medya aynı zamanda okuyucuyu edilgen yapıdan, üreten aktif konumda olan kullanıcılara dönüşmesini sağlamıştır.

World Wide Web başlatıldığında, hızla çok popüler olmuştur ve ardından, 1994-1995 tarihlerinde tüm dünyadaki bazı medya şirketleri yayınlarını internet ortamına taşımaya başlamışlardır. Bu anlamda bazı gazeteler Web gazeteciliğinin öncüleri olarak kabul edilmektedir. ABD’de, Chicago Tribune, Mayıs 1992’de, The New York Times On The Web (şimdi sadece The New York Times) Ocak 1996’da piyasaya çıkmıştır. Dünyanın her yerindeki en önemli çevrimiçi medyadan biri ve birçok yönden bir model olan BBC News, 1997 yılında çevrimiçi olmuştur (Noci, 2013, s. 259).

Basılı gazetenin bir yansıması olmayıp, doğrudan internet üzerinden 25 Ocak 1996’da yayımlanmaya başlayan Xn adlı sanal gazete (Çakır, 2007, s. 138; Gürcan, 1998, s. 146) internete özgü ilk gazetecilik uygulamalarından biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye’de ise 27 Kasım 1996’da içeriğinin tamamını internete açan ilk gazete Milliyet gazetesidir. 1997 yılının ilk günlerinde Hürriyet ve Sabah gazeteleri de Milliyet gazetesini takip etmişlerdir. Radikal gazetesi 28 Mart 1998’de, Cumhuriyet gazetesi ise 7 Mayıs 1998’de internete açılmıştır (Arvas, 2019, s. 99).

Çakır (2007, s. 125), “Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği” adlı çalışmasında yeni teknolojilerin; iletişim konusunda sağladığı imkanlar ve getirdiği kolaylıklar nedeniyle habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca internet sadece enformasyonun yayılmasını sağlayan değil aynı

zamanda enformasyonun ve haberin yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir araçtır. Rodríguez, vd. (2022) göre günümüz internet çağına kadar geleneksel medyanın önemli bir parçası olarak kitleye bilgi ulaştırın gazetecilik, yeni medya ile birlikte yaşadığı değişimlerle varlığını sürdürmektedir ve internet ile birlikte gazeteler kâğıda basılmaya gerek kalmadan kitlelere ulaşma imkânı bulmuştur; sonuçta dijital medyanın oluşmasını sağlamıştır.

İnternet gazeteciliğini ortaya çıkaran önemli faktörlerden biri, teknik açıdan internetin hızlı ve ucuz bir iletişim aracı olmasıdır. İnternetin sağladığı hızlı bilgi aktarma, bilgiyi yorumlama, geri dönüşü anında alma gibi özelliklerden dolayı da hızla gelişmeye başlamıştır. Gün geçtikçe artan bilgisayar kullanıcı sayısı ve buna bağlı olarak internet kullanıcılarının artması da internet gazeteciliğinin gelişmesine önemli katkı sağlamıştır. Ayrıca son dönemlerde cep telefonlarının daha üstün teknolojilerle donatılması ve internet ulaşımının bu yolla sağlanması, internet gazeteciliğinin yayılmasına başka bir faktör olarak gösterilebilmektedir (Bulut, 2006, s. 25-26).

Pavlik'e göre (2013), online gazeteciliğin sağladığı en önemli avantajlardan birisi de dinamik içeriğidir. Haber içeriği, online bir ortamda daha akıcıdır ve dinamiktir. Bu durum olayların ve süreçlerin gerçek yaşamda daha iyi temsil edilmesini sağlamaktadır. Günümüzde artık insanlar habere anlık ulaşmayı talep etmektedirler. Bu nedenle gün içinde meydana gelen bir olay hakkında bilgi almak için akşam haberlerini ya da ertesi günkü gazeteyi beklemek istemezler. İnternet ile bu haberlere ulaşabilmek mümkündür. En son gelişmelere erişim sağlamaya alışın okuyucunun beklentilerini karşılamak ise gazeteciler bakımından iki tarafı keskin bir kılıcı temsil eder. Gazeteciler bir taraftan haberi hızlı bir şekilde yazıp okuyucu ile buluşturmak, diğer taraftan da yazdıklarının güvenilir, gerçek bilgiler olması gerekliliğinin bilinci ile hareket ederler. Bu durum Pavlik'in (2013, s. 37) ifadesiyle "Haberi hem daha hızlı hem de en iyi şekilde yazabilmek kaygısını" ortaya çıkartmıştır.

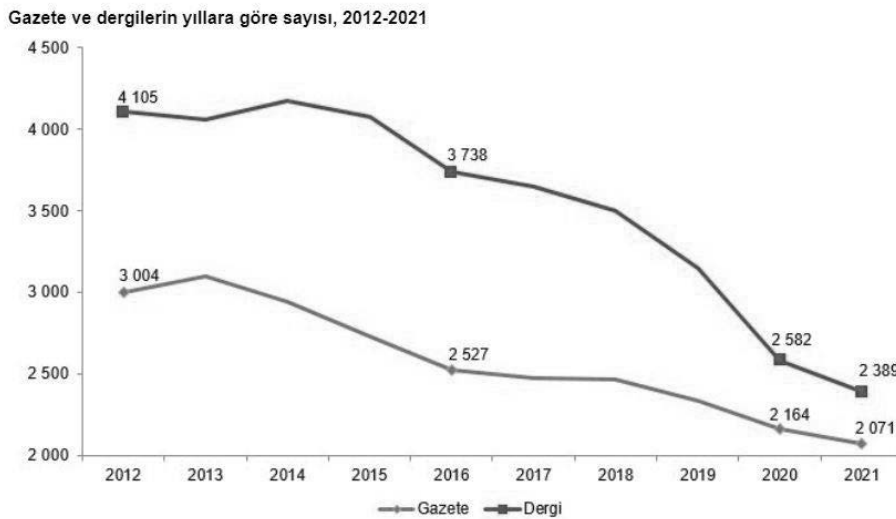
Hızla yaygınlaşın internet gazeteciliği beraberinde birçok imkânı da ortaya çıkartmıştır. Çakır (2007, s. 140-141), İnternet gazeteciliğinin sunmuş olduğu imkanları ana başlıklar ile şu şekilde ifade etmiştir:

- ✓ *Haberi çok hızlı bir biçimde verebilmesi ve sürekli güncellenmesi*
- ✓ *Okurun habere 24 saat, dilediği zaman ulaşabilmesi*

- ✓ *Multimedya temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları kullanma*
- ✓ *Arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme*
- ✓ *Haberle ilgili konularda, web sitelerinin linklerinin verilmesiyle arka plan bilgilerine kolaylıkla ulaşabilme*
- ✓ *Diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme*
- ✓ *Okur ile anında etkileşim sağlayabilmesi*
- ✓ *Yerel medyanın ve kişisel yayıncılık faaliyetleri için olanaklar sunması*
- ✓ *Düşük maliyetler ile güçlü bir bilgisayar sistemi ve iyi bir yazı işleri kadrosuyla dünyanın her köşesine online yayın yapılabilmesi*

Tüm bu olanaklar internet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilik karşısındaki farklılığını ve önemini ortaya koyan özellikleridir. İnternet gazeteciliği haber üretim süreci bağlamında gazetecilik pratiklerini dönüştürdüğü kadar bu haberlerin elektronik ortamda okuyucuya sunulması ekonomik olarak yayıncılık faaliyetlerini de dönüştürmekte ve etkilemektedir.

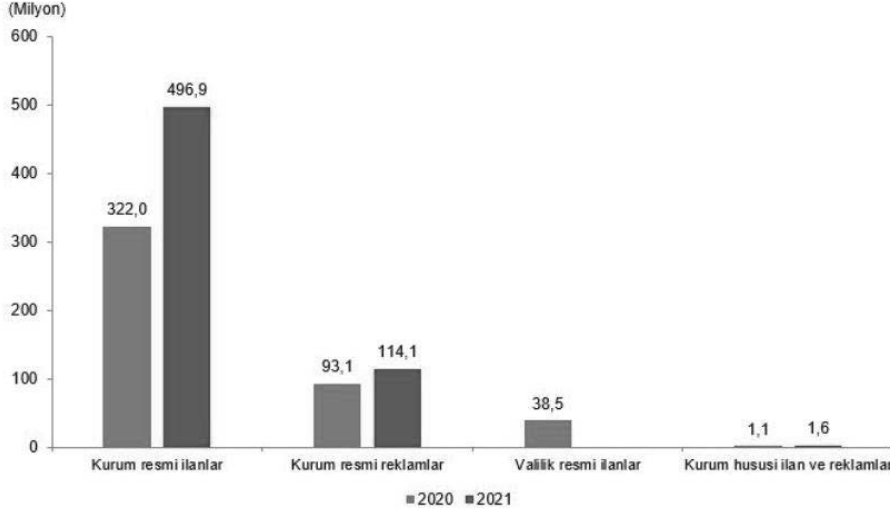
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri (Temmuz 2022) raporunda Grafik 1’de gösterildiği üzere Türkiye’de gazete ve dergi sayısı, 2021 yılında 2020 yılına göre %6,0 azalarak 4 bin 460 olmuştur. Bu yayınların %53,6’sını dergiler oluşturmaktadır (tuik.gov.tr).



**Grafik 1. Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Sayısı (TÜİK Temmuz 2022 Raporu)**

Aynı raporda gazete ve dergi tirajlarının, 2020 yılına göre %7,2 azaldığı belirtilmektedir. Türkiye’de 2021 yılında yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 925 milyon 56 bin 17 olup, bunun %95,3’ünü ise gazeteler oluşturmaktadır.

Resmi ilan ve reklam bedellerinin türlerine göre dağılımı (TL), 2020-2021



**Grafik 2. Resmi İlan ve Reklam Bedellerinin Dağılımı (TÜİK Temmuz 2022 Raporu)**

Raporda resmi ilan ve reklam giderlerinin bir önceki yıla göre artış gösterdiği açıklanmıştır. Grafik 2’de bu oranlar yer almaktadır. Buna göre; Basın İlan Kurumu’nun (tuik.gov.tr) kayıtlarından elde edilen bilgiler; 2021 yılında ilan sahiplerinin gazetelerde yayınlattığı resmi ilanları ile bu kurumların gazete ve dergilerde yayınlattığı resmi reklamlarının toplam bedelinin önceki yıla göre %34,7 artarak 612 milyon 655 bin 609 TL olduğunu göstermektedir.

Basılı gazetelerin sayısının ve tirajının azalmasındaki en büyük etken kuşkusuz ki internet gazeteciliğinin ekonomik anlamda sağladığı maliyet avantajlarıdır. Basım, dağıtım ve insan kaynakları açısından son derece düşük maliyetler gerektiren bu yeni medya ortamı hem medya kuruluşları hem de okuyucular tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Bu yazılı basını her ne kadar tehdit ediyor gibi görünse de reklam verenlerin tercihlerinin internet gazetelerine daha fazla yoğunlaşması, maliyetlerin azalması yayıncı kuruluşlar açısından da internet gazeteciliğine doğru bir evrilmeyi zorunlu ama aynı zamanda da istekli kılmaktadır. Basılı medyanın dijital mecralara doğru evrilmesi ile değişim sadece bu alanda kalmamıştır. Bu süreçte okuyucuların medya kullanım alışkanlıkları da önemli ölçüde değiştirmiştir.

Dünya genelinde ve ülkeler bazında özel olarak yayınlanan We Are Social (2022) raporuna göre Türkiye’de bireylerin internet kullanımı günlük 8 saattir. Bu oran bir önceki



yıl ile kıyaslandığında %5,9'luk bir artış göstererek 69,95 milyon internet kullanıcılarına ulaşmıştır. Rapora göre; internet kullanıcılarının %95,5'i mobil telefonlarını tercih etmektedirler. Bilgisayarda geçirilen süre; 3 saat 31 dk. Sosyal medyada geçirilen süre 2 saat 59 dk. olarak belirlenmiştir. İnsanların %80,7'lik bir oranı interneti kullanma amaçlarının bilgi almak olduğunu ifade etmiştir. Sosyal medyayı kullanma amaçlarının ise ilk sırasında arkadaşları ve aileleri ile iletişim kurmak, ikinci sırada ise haberleri okumak olarak belirtmişlerdir. Rapora göre Türkiye'de en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp %93,2, Instagram %92,5, Facebook %78,1 ve Twitter %69,6 oranında belirlenmiştir (wearesocial.com).

Bu veriler de gösteriyor ki; internet gazeteciliğinin giderek artan okuyucu oranı vardır ve okuyucuların haberlere ulaşmada tercih ettikleri yöntem sosyal medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu durum hem ulusal çapta yayın yapan hem de yerel medya organlarının hemen hemen hepsinin sosyal medya linklerinin okuyucuya ulaştırılması ve takipçi olmalarını sağlamak adına yoğun çaba göstermelerinin altında yatan sebeplerden biri olarak yorumlanabilir.

Ulusal çapta yayın yapan büyük medya kuruluşlarında olduğu kadar yerel basın alanında yayıncılık yapan kuruluşlarda da basılı gazete sayıları azalırken sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinin sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Bu niceliksel değişim ve dönüşüm niteliksel anlamda yerel basında farklı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ilerleyen bölümlerinde internet gazeteciliği yerel bağlamda ele alınmış ve incelenmiştir.

## **2. Yerel Basın ve İnternet Gazeteciliği**

Yerel basın kavramı iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte dönüşüme uğramış ve internet ortamında yayın yapması yerel medyaya daha fazla önem kazandırmıştır (Çelikbaş ve Özsoy, 2022, s. 3). Yurdigül ve Yüksel (2012, s. 149) internet gazeteciliğinin okuyucuya interaktif bir ortam sunduğunu vurgulayarak internet gazeteciliğinin, zaman sınırı tanımadığı gibi mekân sorununun da olmadığını belirtmişlerdir. İnternet aracılığıyla, dünyanın en ücra köşesinde dahi haber niteliği taşıyan bir olay, bir anda evrensel değer kazanabilmektedir. Dolayısıyla internet gazeteciliği yerel haberi, ulusal ve hatta küresel boyuta taşımaktadır.

Yerel boyutta yayın yapan basın kurumlarının haberlerinin ulusal ve küresel kaynaklı olanlarının yanında önemli bir kısmı bulunduğu bölge ile alakalıdır. Dolayısıyla yerel medya bulunduğu bölgenin kültüründen izler taşır. Ulusal ve küresel basın kurumlarıyla kıyaslandığında yerel medyanın gelirleri sınırlıdır. Sınırlı gelir kaynağına sahip olan yerel basın kurumları için de bölgesel içeriğe ulaşmak ve hakkında bilgi sahibi olmak da kısmen daha kolay, ulaşım maliyetleri bakımından da daha ucuzdur. Ancak internette yayın yapmak takipçilerinin ya da diğer bir deyişle okuyucularının yelpazesinde bir değişime yol açacaktır (Baysal ve Karakulak, 2020, s. 459).

Yerel gazetelerin internet yayıncılığı basılı gazetelerinin genel görünümünün her bir sayfasının web sitesinde yayınlanması ile başlamıştır. Aral'ın (2019), ifade ettiği üzere *“Bu nedenle, daha çok internet gazetesi olarak değil gazetenin ‘internet sitesi’ olarak varlıklarını sürdürmüş ve anılmışlardır.”* (Aral, 2019, s. 159). Daha sonraları ise web sayfalarını yenileyerek, anlık haber akışı sağlamışlardır. Özellikle de basın ilan kurumunun basılı gazetede yayınlanan ilanların web sayfasında da yayınlanması ve ek gösterge olarak faydalandırması nedeniyle internet gazeteciliği formatına yavaş yavaş bir geçiş olmuştur. Günümüzde yerel olarak yayın yapan internet gazetelerinde hem basın ilan kurumunun ilanları yayınlanmakta hem de reklam verenlerin daha çok tercih ettikleri bir alan olan “banner” kullanılmaktadır. Ayrıca yayınladıkları özel haberler ile yerel kamuoyunu bilgilendirme işlevini de yerine getirmektedirler.

Online gazetecilik, çok sayıda multimedya araçlarını bünyesinde barındırmaya başlamıştır. Özellikle bir basılı gazetesi ve basın işletmesi olan online haber işletmeleri multimedya içeriği yaratmakta geniş çaplı geleneklere, üretime başlayabilmek için ise kültüre ve kaynağa henüz sahip değillerdir. Dolayısıyla da çok sayıda işletmenin, multimedya yetenek ve deneyimine sahip çalışanın olmadığı bilinmektedir. Bu yüzden internet gazeteleri habercilerini yazılı basın işletmeleri için çalışan kişilerden oluşturmaktadırlar (Pavlik, 2013, s. 12).

Multimedya içeriği üretimi bir uzmanlık alanıdır ve gazetecilerin çoklu teknolojik donanıma sahip olmalarını bir zorunluluk haline getirmektedir. Görsel hikâye anlatma aracı olarak videonun, kamera kullanma, düzenleme yapma ve kurgu yapma gibi pek çok teknolojik beceriyi aynı anda kullanmayı gerektirmesi bakımından gazeteciler açısından zorlu bir alan olduğunu da belirtmek gerekir (Şen, 2020, s. 211). Yerel medya açısından

online gazeteciliğin olmazsa olmaz koşulu olan video haberciliği yerine getirilmesi oldukça zor bir uzmanlık alanıdır. Pavlik'e (2013) göre yerel habercilik için kaliteli videoların üretilmesi bir baskı oluşturmakta fakat bu alandaki en küçük bir gelişim bile özellikle yerel düzeyde kaliteli gazetecilik anlamında yayıncılığı on yıl ileriye taşıyacak bir ilerlemenin işaretidir. 21. yüzyılın başında gazetecilikte büyük değişiklikler meydana gelirken bu gelişmelerin çoğu sosyal medyanın hızla yükseldiği dönemle aynı süreçte yaşanmıştır. Sosyal medya ağları geleneksel ve çevrimiçi habercilikte gün geçtikçe hem haber oluşturma hem de haberin dağıtım aşamasında daha fazla kullanılmaktadır (Duman, 2019)

Sosyal medyada haber paylaşımı bir taraftan haberin çok sayıda kitleye ulaşmasını sağlarken, haber hakkında yapılan yorumların paylaşılma olanağını da arttırdığı için giderek tercih edilen bir yöntemdir. Özellikle Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya platformları ve haberin paylaşıldığı haber siteleri ve forumlar haberin çok hızlı bir sürede paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Gazeteler için de uygun bir ortam yaratmaktadır (Sucu, 2020, s. 56-60). Bu nedenle web sayfalarında mutlaka logonun sağında, sayfanın en altında ya da dikkat çekici bir şekilde konumlandırılmış olan sosyal medya hesaplarının linkleri bulunmaktadır. Sosyal medya hesapları okuyucuların yorum yapmalarına olanak sağlanan bir platform olarak da işlev görmektedir.

Yeni medya sosyal ağlar aracılığıyla okuyucuların etkileşime girmesine olanak sağlamaktadır. Bu etkileşim pratiği Hastjarjo'ya göre (2017) 3 şekilde gerçekleşmektedir. Bunlar; okuyucular ile gazeteciler/editörler arasında, okuyucuların diğer okuyucularla kurdukları etkileşim veya okuyucuların kendi hikayelerini ya da haber medyasının yayınladığı haberleri dolaşıma sokarak kitle ile kurdukları etkileşim olanaklarıdır. Bu yüzden her yerel medyanın aynı zamanda sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Böylelikle okuyucularına yorum yapma imkânı tanınmıştır.

Bir gazeteyi diğerlerinden ayıran en önemli unsurlardan biri "özel haber" kategorisidir. Özel haberler kuruluşun kendi imkanları ile ürettiği, şekillendirip okurlarına sunduğu ve genellikle diğer gazetelerde olmayan haberlerdir. Bu türden bir yayıncılık da tecrübeli bir kadro ile mümkündür (Çakır, 2007, s. 144). Yerel medya için bu konu rekabette öncelik sağlamaktadır. İnternet sayfalarında yayınladıkları haberlerin çeşitliliğinin yanı sıra yerel medya editörleri için sayfalarında paylaştıkları "özel

haber”ler okuyucuların dikkatini ve ilgisini çekmek adına belirleyici bir unsurdur.

İzleyicinin “haber” üretme kabiliyeti de gündem belirleme sürecini etkiler. Klasik gündem belirleme modelinde, medya ve politika yapıcı, belirli konuları bir kamu gündemi haline getirmek için seçen ve çerçeveleyen kişilerdir. Şu anda, sosyal medyada bireysel yayın görüşünün olduğu birçok durum söz konusudur. Haber popüler olduğu veya viral olduğu sürece ana akım medya tarafından yakalanır ve yayımlanır (Hastjarjo, 2017).

Gürcan ve Bekiroğlu’na göre (2007, s. 29), “*internet siteleri yerel basın için âdetâ dünyaya açılan pencere işlevi görebilen bir iletişim mecrası*” olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla internet ortamında yerini alan bir yerel basın için sınırların buharlaşarak ortadan kalktığını söylemek mümkün olmaktadır.

Bu bağlamda internet gazeteciliği; yerel medyada yayınlanan ve kitlelere ulaşabilen haberlerin, yerelden ulusala hatta küresel ölçekte paylaşılması ve dolaşıma girmesini sağlamaktadır. İnternet yayıncılığının tüm bu sağladığı olanakları ile birlikte elbette ki yayıncılık anlamında tehdit unsurları barındıran yönleri de vardır. Yerel internet yayıncılığını tehdit eden en önemli konulardan birisi dezenformasyon ve dijital manipülasyondur. Haberin en kısa sürede hatta anlık paylaşılması, haberi ilk veren olma isteği ve bu konudaki aşırı heves, haberin doğrulanmadan yayınlanmasına neden olabilmektedir. Teyit edilmeden yayınlanan haberler ise toplumda infial yaratabilecek ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bunun yanı sıra gazetecilik mesleği ile bir bağı bulunmadığı halde web sitesi açarak gazetecilik faaliyetleri yürütmek isteyenlerin bu tür paylaşımları ve takipçilerinin bu haberleri yayması da mesleği yıpratıcı ve toplumda güven erozyonu yaratan bir durumdur.

### **3. Mersin İli Yerel Basını**

Mersin ili gazetecilik mesleği adına köklü bir tarihe sahiptir. Mersin ilinde ilk gazete 1877 tarihinde Tarsus’ta Müezzinzade Mehmet Tahir (Öncü) tarafından basılmıştır. Tarsus’ta bulunan Mıgırdıçyan’ın matbaasını satın alan Öncü, matbaayı genişleterek 1908 yılında “*Tarsus*” isimli gazetenin yayımına başlamıştır. 1912 yılından itibaren de Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti’nin sözcülüğünü üstlenerek Millî Mücadeleyi destekleyen yazıları kadar zengin içeriği ile de tanınmış, etkili olmuştur. Mersin ilinde

matbaa ilk kez 1890 tarihinde gayrimüslimler tarafından kurulmuştur. Papazın Matbaası olarak anılan bu matbaa tek pedallı basit makineden oluşmuştur (Artan, 1996, s. 9, akt. Bulut, 2007, s. 141). Günümüze gelinceye dek elbette birçok gazete kurulmuş bir süre yayınlandıktan sonra kapanmıştır\*. Araştırma kapsamında yer alan, 1952 yılında kurulan Hakimiyet Gazetesi halen yayın hayatını sürdüren en eski ve köklü gazetedir. Mersin’de ilk kez 1975 yılında Mersin Gazeteciler Cemiyeti kurulmuştur.

Mersin’de 2000 yılı öncesi, her yıl yeni gazetelerin çıktığı ve yayınına devam eden eski gazeteler dikkate alındığında, bu kentin gazetecilik konusunda epey deneyime sahip olduğu görülmektedir. 2000 yılı sonrası da bu gelenek devam etmiş; çok sayıda gazete Mersin’de yayın hayatına başlamıştır. Mersin’in sosyal, siyasi ve ekonomik yaşamına önemli katkıda bulunan ve Mersin’i yönlendirdikleri gibi sorunlarını da gündeme getiren gazeteler, Mersin’in gazetecilik kültürü açısından önemli bir kent olduğunu ortaya koymaktadır (Bulut, 2007, s. 158). Bu durum Mersin yerel basını ele alan çalışmalarda farklı boyutlarıyla incelenmiştir. Mersin Yerel basını ile ilgili yapılmış olan Atçeken’in (2020), “Kentsel Siyaset Tartışmasında Mersin Basını ve Yerel Aktörler” çalışmasında 1980 sonrasında Mersin yerel basının haber yapma pratiklerinde değişimlerin başladığına, kent insanına ulaşma kaygısının azaldığına ve buna karşılık yerel basının yerel aktörlerle kurduğu ilişki düzeyinin arttığına vurgu yapılmıştır. Yine Atçeken’in (2020) “Yerel Demokrasi Tartışmasında Mersin Basını” konulu çalışmasında ise Mersin basınından iki gazetenin ilk sayfalarında yer alan haberler içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Mersin basınının kent gündemini yansıtan haber çeşitliliğine yer verdiği, buna rağmen haberlerin düzenlenme biçiminde gazetelerde olay haberlerin ağırlıklı olarak yer aldığı araştırma haberlerine ise yer verilmediği bulgulanmıştır. Genel olarak Atçeken Mersin yerel basınının kent gündemini yansıtmadaki işlevini yerine getirdiğini fakat olayların derinlemesine aktarılması konusunda yetersiz kaldığını saptamıştır. Ürettiği içerikleri ile kent gündeminin belirlenmesinde ve yerel aktörlerle ilişkiler kurulmasında önemli misyonlar üstlenen Mersin yerel basını özellikle 2000’li yılların başlarında ekonomik nedenlerden dolayı niceliksel olarak önemli değişimler yaşamıştır.

---

\*Mersin yerel basın tarihine ilişkin ayrıntılı bilgi için Bkz. Gündüz Artan, Mersin Basın Tarihi, Mersin Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1996 ve Bulut, M. (2007). Mersin’in Yerel Gazete Tarihi, Suat Gezgin (Ed.), Türkiye’de Yerel Basın içinde (s.139-164). İstanbul: Doğan Ofset. ISBN 978-975-404-785-1

Mersin ilinde 2012 yılında Basın İlan Kurumundan resmi ilan almaya hak kazanan gazete sayısı 16'dan 8'e düşmüştür. Araştırmanın gerçekleştirildiği günümüzde (2022) ise Mersin Valiliği resmi internet sayfasında (mersin.gov.tr) Mersin ili merkezinde günlük olarak yayın yapan basın kuruluşları listesinde 10 gazete yer almaktadır. Bunlardan sadece 8'i resmi ilandan faydalanabilmektedir.

Arvas (2019, s. 103) "Dijital Haberleşme Çağında Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlar" adlı çalışmasında yerel gazetelerin en önemli gelir kaynaklarından birinin resmi ilanlar olduğunu vurgulayarak gazetelerin yerine getirmesi gereken kriterleri açıklamıştır. Buna göre, "*Basın İlan Kurumu tarafından dağıtılan ilan ve reklamlardan faydalanmak için gazeteler yayımlandıkları şehir, türü, yayım süresi, sayfa yüzölçümü, günlük fiili satış ortalaması ve içerik yönünden incelemeye tabi tutulmaktadır. Mevcut haliyle Basın İlan Kurumu'nun bünyesinde dağıtılan resmi ilanları alabilmenin ön koşulu gazetelerin basılı yani matbu olmasıdır.*" Baskı ve dağıtım faaliyetlerinin yüksek maliyetler gerektirmesi yerel gazeteciler için internet ortamını son derece cazip kılmaktadır. Ancak resmi ilanlardan elde edilecek olan gelirden olmamak amacıyla birçok yerel gazete basılı olarak yayım yapmaktan vazgeçememektedir.

18 Ekim 2022 tarihinde yürürlüğe giren "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" uyarınca İnternet haber sitelerinin resmi ilan ve reklamlardan pay almasına ilişkin düzenleme getirilmiştir. 7418sayılı kanunun 23. maddesine eklenen geçici maddede "*İnternet haber sitelerinde resmî ilan ve reklam yayınlacakların taşınması gereken vasıflar ve yerine getirmesi gereken sorumluluklar ile yayına ilişkin usul ve esaslar bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı ay içinde Kurum Genel Kurulu tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.*" (resmigazete.gov.tr) ibaresi yer almaktadır. Dolayısıyla Basın İlan Kurumu tarafından 2023 yılında belirlenecek olan kriterleri yerine getiren ve internet yayıncılığı yapan haber siteleri de resmi ilan ve reklamlardan pay alabileceklerdir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde Mersin İli yerel basın yöneticileri ve internet gazetecileri, kanunun bu maddesi ile daha nitelikli bir yayıncılık yapılabileceği konusunda görüş bildirmişlerdir.

#### 4. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Dijital medyanın giderek artan okuyucu ve izleyici oranları yerel gazetecilik bağlamında bazı fırsatları ve zorlukları da beraberinde getirmiştir. Yerel medyanın günümüze dek tartışıla gelen temel sorunlarının (ekonomik, teknolojik, nitelikli insan gücü, reklam gelirlerinin azlığı vb.) internet gazeteciliği ile birlikte nasıl değişiklik gösterdiği, yerel medya endüstrisinde gazetecilik pratiklerini nasıl etkilediği bu çalışmanın sorunsalını oluşturmaktadır. Yeni medya ortamı ile birlikte multimedya üretiminin yerel habercilikte sağladığı avantajların ve yerel medya için yarattığı tehdit unsurlarının neler olduğunu, yerel medyanın dijital yayıncılık alanında yaşanan gelişmelerden ve karşı karşıya kaldığı sorunlardan nasıl etkilendiği, buna yönelik çözüm yollarının ve stratejilerinin neler olduğunu Mersin ili yerel basın kuruluşları örneğinde araştırmak bu çalışmanın temel amacıdır.

Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Mersin ili internet gazetelerinde okuyucuların ilgisini çekmek amacıyla içerik ve formatta hangi unsurlar kullanılmaktadır?
2. Mersin ili internet gazetelerinin daha çok okuyucuya ulaşması yönünde yapılan çalışmalar nelerdir?
3. Mersin ili internet gazetelerinde okuyucu etkileşimi nasıl sağlanmaktadır?
4. İnternet gazeteciliğinin Mersin ili yerel basını için sağladığı avantajlar ve dezavantajlar nelerdir?

#### 5. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma kapsamında yöntem olarak öncelikle kuramsal ve kavramsal yapının oluşturulması açısından kapsamlı bir literatür çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında ise internet gazetelerinde ve haber sitelerinde yer alan haberler, kategorileri bağlamında içerik analizi yöntemi ile sorgulanarak yorumlanmıştır. Araştırmada ayrıca yüz yüze derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır.

İçerik analizi, yazılı ve sözlü olarak ifade edilenlerin kategorileştirilerek metinlerde ne sıklıkla yer aldığını saymaya dayalı bir analiz yöntemi olmakla birlikte, elde edilen bulgulardan veriler üretilmesini sağlamaktadır (Balcı, 2001). Aziz'in (2008, s. 61-72), belirttiği üzere, "Tarama modeline dayalı içerik analizi kitaplara, dergilere,

*internet ortamındaki web sitelerine, çeşitli arşivlere (kamusal-yöresel vs.), istatistik kaynaklarına uygulanabilmektedir.”*

Araştırmada kullanılan bir diğer yöntem ise nitel analiz yöntemidir. Nitel araştırma; *“Gözlem görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır.”* (Glaser, 1978.akt: Yıldırım ve Şimşek, 2021, s. 37). Araştırma yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemde araştırmacı, hazırladığı sorular konusunda daha ayrıntılı bilgi almak amacıyla ek sorular sorma, soruların sırasını değiştirebilme, ihtiyaç durumunda bazı konuların ayrıntısına girebilme özgürlüğüne sahip olduğu sohbet tarzı bir yöntem benimseyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021, s. 130).

Araştırmada elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Bu bağlamda çalışma kapsamında Mersin ili yerel medyasında hem basılı hem de internet yayıncılığı yapan 10 yerel medya kuruluşunun, ayrıca sadece internet haberciliği yapan 8 kuruluşun yönetici kadrolarında yer alan 18 yöneticisi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yerel basın yöneticilerinin internet gazeteciliğine ilişkin uygulamalarını ele alan bu çalışmada görüşme soruları açık uçlu sorular olarak tasarlanmıştır. Görüşmeler araştırmacı tarafından bireysel olarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında konu ile ilgili hazırlanan sorulara ve uygulamaya ilişkin pilot bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan 18 soru bu pilot uygulama ile sınanmış ve revize edilmiştir. Görüşmeler 2022 yılı Kasım ayında katılımcının tercih ettiği mekanlarda yüz yüze, gerçekleştirilerek kayıt altına alınmıştır. Her bir görüşme yaklaşık 45dk. sürmüştür. Görüşmelerin deşifresi yapılarak yazılı metinler MAXQDA (2022) programı aracılığıyla, analiz birimleri cümle ve paragraf olarak belirlenmiş tema ve kodlar ile etiketlenmiştir. Bu temalar kuramsal kısımda internet gazeteciliği bağlamında tartışılan konular ile birlikte ele alınarak betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

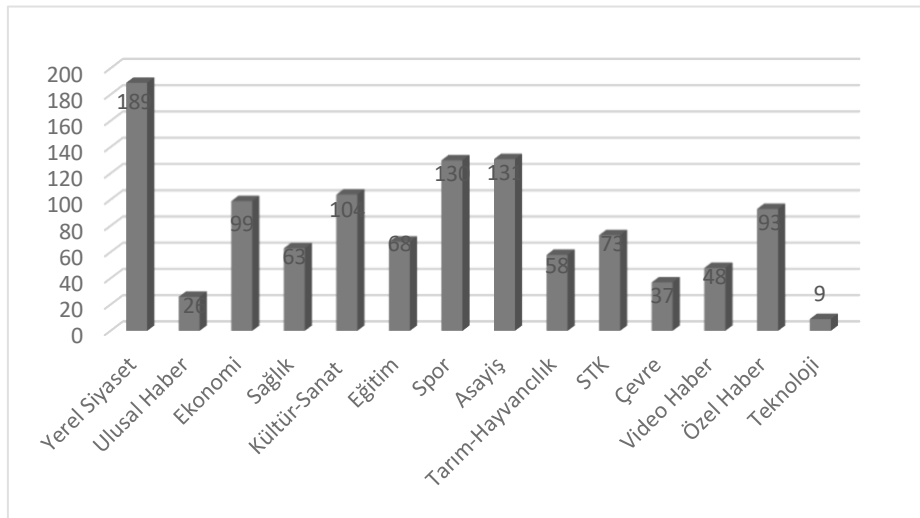


## 6. Bulgular

Çalışma kapsamında Mersin ili yerel medyasında hem basılı hem de internet yayıncılığı yapan 10 yerel medya kuruluşunun (Hakimiyet, Güney, Çukurova, Haberci, Mersin, Mersin İmece, Akdeniz, Yeni Güney, Tanık Haber ve Günlük gazeteleri) ve sadece internet haberciliği yapan 8 haber sitesinin (İnovatifhaber, Klashaber, Mersintimes, Minsanhaber, Sonses, Acilhaber, Mersinyaşam ve Mersinekspress) resmi internet sayfaları incelenmiştir. Bu internet sitelerinde 1-8 Kasım 2022 tarih aralığında yayınlanan haberler, kategorileri bağlamında içerik analizi yöntemi ile sorgulanarak yorumlanmıştır.

### 6.1. Mersin İli İnternet Yayıncılığı Yapan Gazetelere İlişkin İçerik Analizi

Mersin ilinde internet gazeteciliği yapan 10 gazetede 1-8 Kasım tarihleri arasında toplam 826 haber okuyucularla buluşmuştur. Her ne kadar haber sitelerinde kategori başlıkları bulunsu da haberler yoğunlukla “gündem” ve “güncel” kategorilerinde yer almaktadır. Çalışmanın içerik çözümlemesinde her bir haber okunarak kategorilerine göre yeniden ayrıştırılmıştır. Toplam 826 haber içerik çözümlemesi çerçevesinde oluşturulan kategoriler kapsamında değerlendirilmiştir. Bazı haberlerin birden fazla kategoriye değindiği tespit edilmiştir. Bu nedenle tüm kategorilerin genel haber toplamı 1128 olarak bulgulanmıştır.

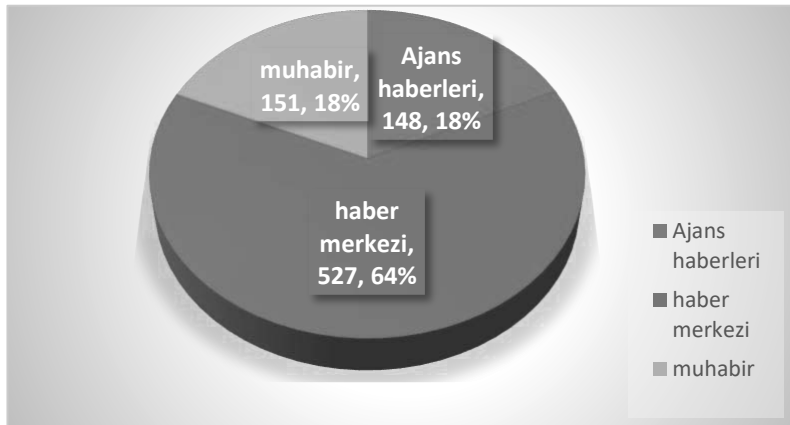


**Grafik 3. Mersin İli Yerel Gazetelerin İnternet Sitelerinde Haberlerin Kategorilerine Göre Dağılımı**

Mersin ilinde internet yayıncılığı yapan gazetelerin içerik analizinin konu kategorileştirmesinde en fazla haberin “Yerel Siyaset” kategorisinde (%17) yer aldığı

tespit edilmiştir. Daha sonra sırasıyla asayiş ve spor haberleri %12, kültür sanat ve ekonomi haberleri %9, sağlık, eğitim, sivil toplum kuruluşlarına yönelik haberlerin oranı %6, tarım hayvancılığa yönelik haberlerin ise %5 oranında yer aldığı bulgulanmıştır. Özel haber kategorisinde ise %8 oranında (93 haber) yayınlandığı tespit edilmiştir. Mersin ili gündemi yerel yöneticilerin yaptıkları faaliyetler ve açıklamalar doğrultusunda belirlenmektedir. Asayiş haberleri emniyet yetkililerinden alınan bilgiler de yine Mersin gündeminin belirleyici unsurlarıdır. Spor faaliyetleri Mersin ilinde oldukça yoğun ve okuyucu tarafından da ilgi gören haberler arasındadır. Ayrıca incelenen tarih aralıklarında Mersin ilinde gerçekleştirilen Narenciye festivali nedeniyle kültür sanat haberleri de gündemde yer almıştır. Sağlık, eğitim, tarım ve hayvancılık ile ilgili haberler ise en az işlenen konular arasındadır. Mersin ili yerel basını yerel haberlere odaklanmaktadır. Ulusal haberlerin tüm haberler içindeki dağılımı incelenen dönemde sadece 26 haber ile sınırlıdır. Bu haberler ise siyasi aktörlerin Mersin iline yönelik yaptıkları faaliyetler ile ilgilidir.

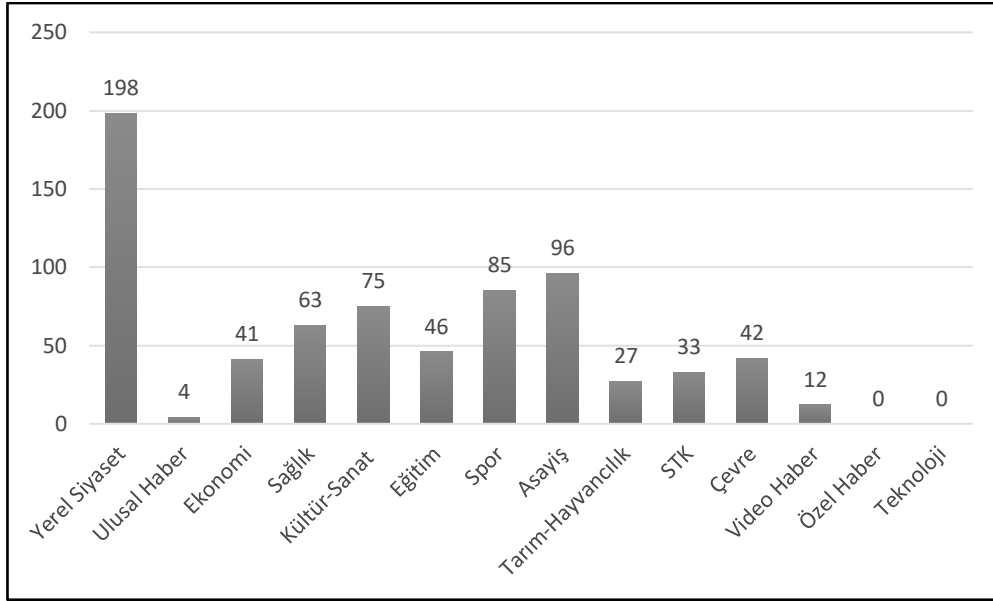
İnternet haberciliğinin en önemli ayırt edici özelliği video haberlerin yayınlanmasıdır. Yapılan içerik analizinde video haberlerin sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Tüm haberler içinde video destekli haberlerin oranı %4 olarak belirlenmiştir. Bu durum Mersin internet medyası için, teknik alt yapı ve video haber üretecek donanımına sahip insan kaynağı açısından henüz yeterli düzeyde olmadığı bir göstergesi olarak yorumlanabilir.



**Grafik 4. Mersin İli Yerel Gazetelerin İnternet Sitelerinde Haberlerin Kaynağına Göre Dağılımı**

Haber kaynakları bakımından ise değerlendirildiğinde; haberlerin yoğunlukla haber merkezi (527 haber), ve muhabir kaynaklı (151 haber) olduğu, ajans haberlerinin sayısının ise 148 olduğu tespit edilmiştir.

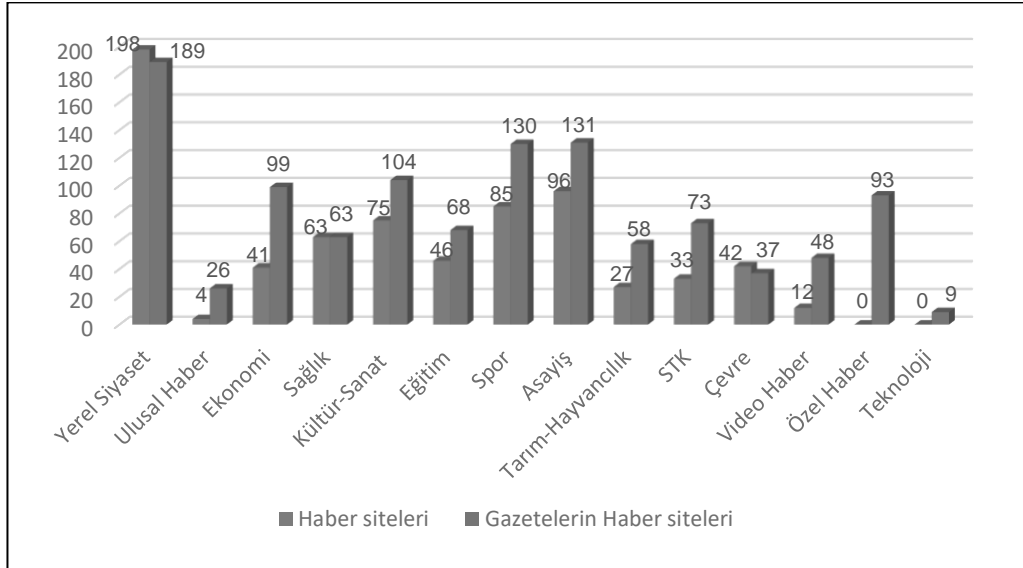
Mersin ili yerel gazetelerine yönelik Arslan ve diğer araştırmacılar tarafından (2019) gerçekleştirilmiş olan “Kent ve Kentleşme Çerçevesinde Yerel Basında Toplum ve İnsan” başlıklı çalışmada Mersin ili yerel yazılı basınında yer alan haberlerin %59,1’inde ikincil el haber kaynaklardan yararlandığı belirtilmiştir. Aradan geçen yaklaşık 3 yıllık bir süreçte Mersin ili internet gazetelerinde yoğunluklu olarak birincil el haber kaynağından yararlanılmış olması yerel gazetecilik bakımından olumlu bir gelişmeyi işaret etmektedir. Bu durum Mersin ili için yerel habercilik bağlamında gazetecilerin günümüzde kendi yaptıkları haberler ile gündemi belirledikleri ajansa bağımlı haberciliği tercih etmedikleri şeklinde de yorumlanabilir.



**Grafik 5. Mersin İli İnternet Yayıncılığı Yapan Haber Sitelerinde Yer Alan Haberlerin Kategorilerine Göre Dağılımı**

Mersin ilinde sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinde belirlenen tarih aralıklarında toplamda 523 haber yayınlanmıştır. Bazı haberlerin birden fazla kategoriye değindiği göz önünde bulundurulduğunda kategorilerine göre analiz edilen haber sayısı toplamı 722’dir. Bu haberler içerisinde en fazla yerel siyaset (%27) kategorisinde haberlerin yayınlandığı tespit edilmiştir. Daha sonra sırasıyla %12 oranında spor haberleri, %13 oranında asayiş, %10 oranında kültür sanat, %9 oranında sağlık haberleri

yayınlanırken %6 oranında çevre, eğitim ve ekonomi haberleri yer almaktadır. Sivil toplum kuruluşları ile ilgili haberlerin oranı %5 iken, tarım hayvancılık konularındaki haberlerin dağılımı %4 oranındadır. Haber sitelerinde en az ulusal haberler (%1) yer alırken, teknoloji kategorisinde hiçbir haber yayınlanmamıştır. Bununla birlikte özel haber kategorisinde belirlenen tarih aralığında hiçbir haber yayınlanmamıştır. İnternet yayıncılığı yapan haber sitelerinde video haberlerin oranı %2 olarak tespit edilmiştir. İnternet haber siteleri çok sınırlı sayıda gazeteci tarafından yayınlanmaktadır. Dolayısıyla da daha çok birincil el haber kaynakları ile haber üretmekte ve gündeme dair rutin haberleri yayınlamaktadırlar.



**Grafik 6. Mersin İli Yerel Gazetelerinin İnternet Siteleri ve Sadece İnternet Yayıncılığı Yapan Haber Sitelerinde Yer Alan Haberlerin Karşılaştırmalı Analizi**

Mersin ili yerel gazetelerinin internet siteleri ve sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinde yer alan haberlerin karşılaştırmalı analizi yapıldığında yerel gazetelerin haber sitelerinde haberlerin niceliksel bağlamda fazla sayıda olmasının sebebi; haber ajanslarına abone olmaları ve bunun ötesinde insan kaynakları olarak bünyelerinde çok daha fazla gazetecinin çalışıyor olmasına bağlıdır. İnternet yayıncılığı yapan haber siteleri ise henüz bu kurumsal yapıya kavuşmadıkları için, gazetecilerin kendi öz kaynakları ile habercilik çabalarının gelişmeye ihtiyaç duyduğunun açıkça bir göstergesidir. Her iki mecra haber kategorileri çerçevesinde değerlendirildiğinde; sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinin, yerel gazetelerin internet sitelerine oranla daha fazla yerel siyaset haberlerine ilgi duyduğu görülmektedir. Dikkat çeken bir diğer bulgu ise sadece internet

yayıncılığı yapan haber sitelerinin belirlenen tarih aralığında “Özel Haber” kategorisinde hiçbir özel habere imza atmamasıdır. Aslında bu durum söz konusu sitelerin çok sınırlı bir insan kaynağı ile yayın hayatlarını sürdürdüklerinin de açık bir göstergesidir.

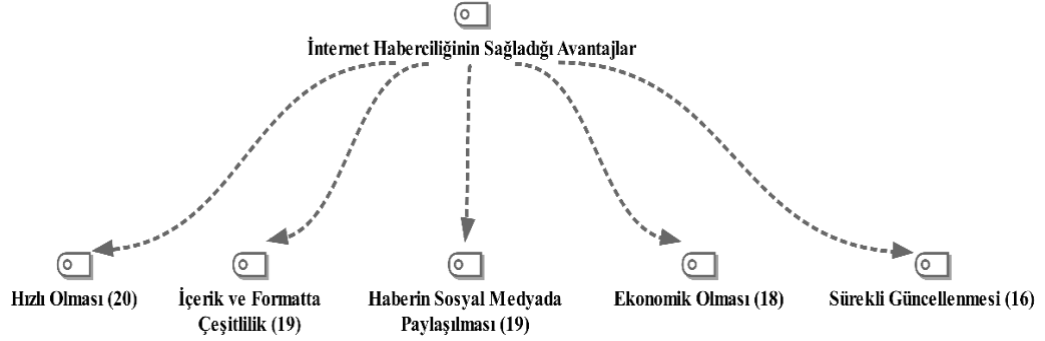
## **6.2 Mersin Yerel Basın Yöneticilerinin İnternet Gazeteciliği Üzerine Değerlendirmeleri**

Araştırmanın bu bölümünde Mersin yerel basınında internet gazetelerinden sorumlu, yazı işleri müdürleri, editörler; gazete ve internet yayıncılığı yapan haber sitelerinin sahipleri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeye katılan gazeteciler genel olarak değerlendirildiğinde çalışma yılları ortalama 25 yıldır. Aralarında 45 yılın üstünde gazetecilik mesleğini yapanlar da mevcuttur. Gazetecilerden ikisi kadın olmak üzere; bu kadın gazetecilerin biri gazete sahibi, diğeri ise 22 yıldır gazetecilik yapan yazı işleri müdürüdür. Çalışma yılları göz önünde tutulduğunda, Mersin ilinin deneyimli gazetecilere sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Bu çalışmada toplam 18 medya yöneticisi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin deşifresi yapılarak MAXQDA (2022) programı aracılığıyla analiz birimleri cümle ve paragraf olarak belirlenmiş tema ve kodlar ile etiketlenilmiştir. Katılımcıların kimliklerinin saklı kalması amacıyla görüşmelerdeki ifadeler her bir yönetici K1’den K18’ekadar kodlanarak verilmiştir (K1, K3, K4, K5, K6, K7, K13, K16, K17, K18 yerel basının internet gazetesi yöneticilerini, K2, K8, K9, K10, K11, K12, K14, K15 ise sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinin yöneticilerini temsil etmektedir.) Bu görüşmeler sonucunda öne çıkan temalar internet haberciliğinin sağladığı avantajlar ve tehditler olarak başlıklandırılmıştır.

### **6.2.1. İnternet Haberciliğinin Sağladığı Avantajlar**

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin metinleri MAXQDA (2022) programı ile analiz edildiğinde Şekil 1’deki sonuçlar elde edilmiştir. Bu analizde kodlara ilişkin frekans dağılımında internet haberciliğinin sağladığı avantajlar temasında “hızlı olması” (20) ilk sırada yer almaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılar tarafından; içerik ve formatta çeşitlilik (19), haberin sosyal medyada paylaşılması (19), ekonomik olması (18) ve sürekli güncellenmesi (16) internet haberciliğinin sağladığı temel avantajlar olarak ifade edilmiştir.



Şekil 1. İnternet Haberciliğinin Sağladığı Avantajlar

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde ön plana çıkan internet haberciliğinin sağladığı avantajlara ilişkin kodlar katılımcılar tarafından aşağıdaki biçimde detaylandırılmıştır.

✓ **Hızlı ve Ekonomik Olması**

İnternet gazeteciliği, zaman, mekân, maliyet ve coğrafi uzaklıkları ortadan kaldırdığı için, daha özgür ve demokratik bir ortam vaat etmektedir. Olaylar gerçekleştikleri andan itibaren internet ortamına aktarılmaktadır. İnternet kullanıcıları, istedikleri anda yerel/ulusal/uluslararası haberlere sanal ortamda erişebilmektedirler Korkmaz (2011, s. 7).

Bunun yanı sıra basılı gazeteler ile kıyaslanamayacak derecede hem üretici hem de okuyucu açısından maliyeti düşük bir kitle iletişim aracıdır. Yapılan görüşmelerde internet gazeteciliğinin avantajları arasında öne çıkan tema da bu yönde olmuştur.

**K8:** “İnternet gazeteciliği, gazetecilik mesleğinde bir değişime neden oldu. Ancak teknolojik gelişmişlikler ile birlikte hayatımıza giren internet gazeteciliği hem okuyuculara hem de gazetecilere hız kazandırdı. Artık yaşanan gelişmelere anlık olarak internetin kullanılabildiği her an cep telefonu, tablet ve bilgisayar gibi cihazlar ile ulaşabiliyoruz.”

**K12:** “Gazetede bir haberi yayınlamanın birçok kişinin mesaisini harcadığını düşünürseniz, matbaadan tutun haberi yazan muhabir ve editöre kadar, sayfa sekreterine kadar birçok kişi mesai harcıyor. Ama internet sitelerinde iki kişi ile bu işi yapmak mümkün”

**K15:** “Basılı gazete çok maliyetli ama maalesef okunmuyor. Sosyal medya üzerinden paylaşıyorum haberleri ve devamı ayrıntıları gazetede olduğunu

*vurguluyorum. İnternet ise son derece ekonomik. Aynı alanda yeniden ve yeniden haber yayınlanamaz mümkün.”*

Katılımcılar yıllarca basılı gazetelerde çalışmış deneyimli gazetecilerdir. Yaptıkları yorumlarda dikkat çeken unsur internet gazetelerinin ekonomik olması nedeniyle tercih edilmesi ve hız konusunda hem gazetecilik pratiklerinde bir dönüşüm yaratmış olduğu hem de okuyucuda da habere hızlı ulaşabilme konusundaki beklentisinin gün geçtikçe arttığı yönündedir.

#### ✓ **İçerik ve Formatta Çeşitlilik Sağlanması**

Mersin ili internet gazetelerinde okuyucuların ilgisini çekmek amacıyla gazeteciler içerik olarak daha çok haber başlıklarını dikkat çekici bir şekilde yazmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

**K2:** “Daha dikkat çekici görseller, başlıklar spotlar yazıyoruz. Tamamıyla habercilik terimleri deyimleri kullanarak haberimizi yazıyoruz.”

**K16:** “Özellikle haberi başlık okutur. Başlıklara önem veriyoruz. Özel haberler üretiyoruz. Gazetecilikte ve internet gazeteciliğinde maalesef çok erozyon yaşandı. Haberini kendi üretenler azaldı. Toplum doğru bilgilendirmek esastır. Özel haberler üretmek toplumu bilgilendirmeliyiz. Bunun yanı sıra da objektif olduğunuzu okuyucuya hissettirmelisiniz. Çok sayıda hatta yüzlerce internet sitesi var. Ama doğru güvenilir habercilik yapmak gerekiyor. Gazetecilik sadece gelen bültenleri yayınlamak değildir. Gazetecilik bir meslek değil bir yaşam tarzıdır.”

#### ✓ **Sürekli Güncellenebiliyor Olması**

İnternet gazeteciliğinde okuyucu ile etkileşim sağlamak için gazetenin imajına olumlu katkı sağlayacak görsel anlamda olumlu bir ilk izlenim yaratmak son derece önemlidir. Etkileşim ne kadar çok olursa, okuyucu kendini haber sürecine dahil hisseder. Bu da internet gazeteciliğini geleneksel medyadan ayıran en temel özelliktir (Öz Pektaş, 2011, s. 63).

Yerel medya yöneticileri, internet sitesinin formatında ise okuyucuların istedikleri habere kolayca ulaşabilmeleri ve ilgi çeken bir web dizaynı olmasına önem verdiklerini ifade etmişlerdir.

**K8:** “Burada en çok dikkat edilmesi gereken nokta yazılım ve arayüz diye adlandırdığımız sitenin görünümü. Yazılımınızın ne kadar güzel ve profesyonel olursa okuyucu da sitenizde o denli fazla vakit geçirir.”

Mersin ili internet gazetelerinde okuyucu etkileşimini sağlamak için haberlerin sürekli güncellendiği vurgulanmıştır. Gazeteciler çoğunlukla gün içinde birkaç kez ve saat başı sayfalarını güncellediklerini, bunun yanı sıra son derece önemli toplumsal olaylar yaşandığında ise olay yerinden anlık haber girişi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca güvenilir gazetecilik çizgisini koruduklarını belirtmişlerdir. Haberlerin güncellenebilir olmasını doğrulamak adına avantaj yarattığını belirtenler de olmuştur.

**K18:**“...Sağlam ve güvenilir bir habercilik ile bu etkileşimi sağlıyoruz.”

**K8:**“Sitenin dinamik olması gerekir. Sürekli güncellenmesi de bu konuda size artı değer katar.”

**K13:** “Gazete basıldıktan sonra tek yol tekziptir. Ana internette yayınlanan haberi değiştirme şansı olması avantaj.”

**K14:** “Özellikle pandemi döneminde insanlar dijital dünya ile daha çok tanıştı. Yazılı basın için bazı okuyucular özellikle ellerine gazeteyi alıp onun kokusu eşliğinde gazeteyi okumak isterler. Ama internet gazeteciliğindeki hız okuyucuyu cezbediyor. Sabah ilk haberleri aldıktan sonra gün boyu gelişmelerden haberdar olmak istiyor.”

Katılımcılar internet gazetelerinin tercih edilmesinde güncel haberlere ulaşmanın önemine değinmişlerdir. Ayrıca dünyada yaşanan Covid-19 salgını sürecinde alınan önlemler ve karantina uygulamaları insanları kamusal alanlardan özel alanlara zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla da özellikle bu dönem dijital medya olanaklarından en fazla yararlanan ve insanların etkileşim sağladıkları iletişim ortamları olmuştur. Bu bakımdan da haberlerin sürekli güncellenmesi ayrı bir önem taşımaktadır.

#### ✓ **Haberin Sosyal Medyada Dolaşıma Girmesi**

Mersin ili internet gazetelerinin daha çok okuyucuya ulaşması adına haberlerin sosyal medya platformlarında paylaşıldığı ifade edilmiştir. Ayrıca değinilmesi gereken önemli bir nokta da haberin daha çok takipçiye ulaşmasını sağlamak adına sponsorlu olarak yayınlanmasıdır. Sponsorlu habere temkinli yaklaşan ve bu konunun etik olarak tartışılması gerektiğini vurgulayan gazeteciler de olmuştur.

**K1:**“Haberleri girdiğimiz anda okuyucunun önüne düşebiliyor. Haberlerimiz mobil bildirim için girdiğimiz haberler direkt mesaj olarak okuyucuya iletiliyor.”



**K16:** “Sosyal medya ile okuma alışkanlığı iyice azaldı. Basılı gazetelerin tirajları iyice düştü ama dijital platformlarda daha çok okuyucuya ulaşıyoruz. Yorumlar sosyal medyadan daha çok oluyor”

**K5:** “İnternet gazetesi kullanılıyor ama çok fazla dikkat çekmiyor. Bugünün internet gazetelerinde ne haberler var diye merak edilmiyor maalesef. Her gazetenin sosyal medyası var. Instagram, Facebook ve Twitter’ı var. Okuyucular sosyal ağlarda haberi gördüğünde haberin linkine tıklayarak gazeteye ulaşıyor.”

**K11:** “Gazeteyi okumuyorlar ama sosyal medyayı her an takip ettikleri için haberi oradan görüp internet sayfasına ulaşıyorlar.”

**K17:** “Sansasyonel haberler genellikle çok tıklanır. Özel olarak okunmasını istediğimiz bir haberi sponsorlu olarak paylaşıp daha fazla okuyucuya ulaşabiliyoruz.”

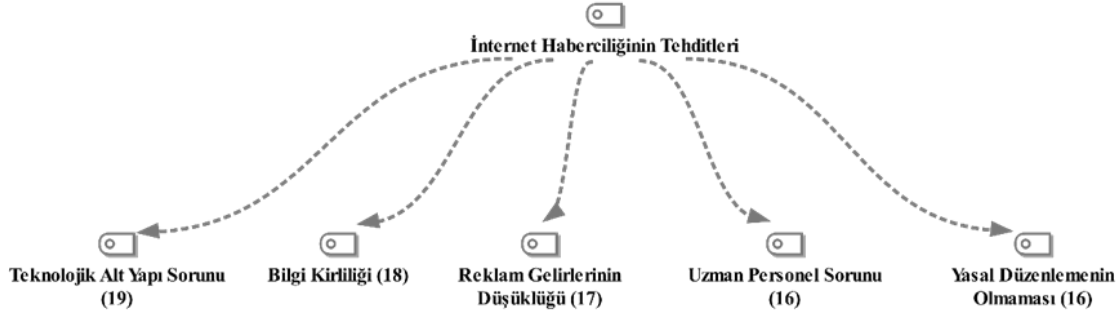
**K18:** “Sponsorlu habercilik konusuna mesafeliyiz. Etik ilkelere uygun olduğunu düşünmüyoruz.”

Görüşmede gazeteciler okuyucu etkileşimini sağlamak adına sayfalarını sürekli analiz ettiklerini, okuyucuların en çok okudukları haber kategorilerini, hangi saatlerde sayfayı ziyaret ettiklerini ne kadar süre ile sayfada kaldıklarını düzenli aralıklarla sorguladıklarını açıklamışlardır. İnternet haber siteleri ve internet gazetelerinin reklam pastasındaki payını arttıran bu etkileşim süreci gazetecilerin önem verdikleri bir diğer konudur.

Sosyal medya paylaşımları da okuyucu ile etkileşim sağlanmasında önemli bir etkidir. Çünkü okuyucu yorumları yoğunlukla sosyal medya üzerinden yapılmaktadır. İnternet gazeteciliği habercilik dilini de dönüştürmüştür. Gazetecilerin haberlerin sosyal medyada “çok okunması” yerine “çok tıklanması” olarak tercih ettikleri söylem biçimi ile gelenekselin okuyucu oranlarının internet ile birlikte tıklanma oranlarına evrildiği açıkça görülmektedir.

### **6.2.2. İnternet Haberciliğinin Yol Açtığı Tehditler**

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin metinleri MAXQDA (2022) programı ile analiz edildiğinde Şekil 2’deki sonuçlar elde edilmiştir. Bu analizde kodlara ilişkin frekans dağılımında internet haberciliğinin yol açtığı tehditler temasında “teknolojik alt yapı sorunu” (19) ilk sırada yer almaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılar tarafından; bilgi kirliliği (18), reklam gelirlerinin düşüklüğü (17), uzman personel sorunu (16), yasal düzenlemenin olmaması (16) internet haberciliğinin tehditleri olarak ifade edilmiştir.



Şekil 2. İnternet Haberciliğinin Tehditleri

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde ön plana çıkan internet haberciliğinin yol açtığı tehditlere ilişkin kodlar katılımcılar tarafından aşağıdaki biçimde detaylandırılmıştır.

✓ **Bilgi Kirliliği**

İnternet haberciliğinde bir haber sitesinin tercih edilmesindeki en önemli etken elbette ki haberi hızlı ve güvenilir bir şekilde okuyucuya ulaştırmasıdır. Ancak sosyal medyada paylaşılan birçok bilgi dezenformasyona uğramış olabiliyor. Bunun haricinde haberi ilk veren olmak adına haber siteleri etik anlayıştan uzak, doğruluğu kanıtlanmamış birçok haberi yayımlayabiliyorlar. Görüşmeye katılan Mersin ili gazetecileri de en çok bu sorun üzerinde durmuşlardır. Genel olarak mesleklerini hızlı habercilik üzerine değil güvenilir habercilik üzerine kurguladıklarını belirtmişlerdir.

**K10:** “Önceden polis telsizleri dinlerdik anonlardan son dakika haberi yapardık. Şimdi ise bu hızlı habercilikte bilgi kirliliği çok oluyor. Etik olarak haberlerde halkı infiale sürükleyecek unsurlara yer vermiyoruz.”

**K3:** “İnternet gazeteciliğinin daha çok dezavantajını görüyoruz. O da bilgi kirliliği. Hız uğruna etik ihlaller çok yapıyor. Bu işin bir de vicdani boyutu var. Kulaktan dolma bilgilerle haber yapılmaz. İnsanların duygu ve düşüncelerini önemsemek gerekiyor.”

**K18:** “İlk gelen bilgilere göre yapılan haberler var. Kısa ve öz olarak bu bilgileri veririz daha sonra olay netleşince ya da gelişmelere göre haberi detaylandırıyoruz. Hızlı ama en önemlisi doğru ve güvenilir habercilik yapmak bizim ilkimiz. Yıllar sonra da okunduğunda kaynak olması bizim için önemli. Basılı gazeteler bir tarihsel bellek ise biz de internet gazetelerimizde aynı düşünce ile hareket ediyoruz.”

**K12:** “Ne kadar hızlı olursanız olun sizden önce bir şeyleri duyuracak mutlaka birileri olacaktır. Sosyal medyadaki herhangi bir Facebook kullanıcılarından hızlı olmak mümkün değil. Ama onda olmayan olanak da biz de var. O olanak da geleneksel olarak bu haberi doğrulamak ve teyidini almak. Bütün unsurları oluşturduktan sonra yayınlamak. Bu noktada hız konusunda yarışma çabasına girmeden doğru içerik üretme çabasına giriyoruz. Tabii ki

*burada da olabildiğince hızlı olmaya çalışıyoruz. Haberi daha sonra verelim ama doğrusunu verelim. İnsanlar referans olarak bizi görsünler.”*

**K7:** “Hızın en önemli sorunu teyit bu konuda çok zorlanıyoruz. Giderek çoğalan haber sitelerinin bu konuda bir otokontrole ihtiyacı var.”

✓ **Teknolojik Alt Yapı ve Uzman Personel Sorunu**

İnternet gazeteciliğinin sunduğu olanaklardan en önemlilerinden birisi kuşkusuz ki video haberciliğidir. Okuyucuya habere ait videolar ile desteklenerek sunulması etkileşimi arttırmakta ve habere ilişkin daha fazla güvenilirlik kazandırmaktadır. Sosyal medya platformları video haber dağıtımında etkin bir rol üstlenmektedirler. Özellikle yerel medyada teknik alt yapı sorunları ve güçlü bir servis sağlayıcının eksikliği nedeniyle YouTube üzerinden video paylaşımını tercih etmektedir. Gazeteciler de bu yönde görüş bildirerek video haberlerini sosyal ağlar aracılığıyla dolaşıma soktuklarını belirtmişlerdir.

**K14:** “Video haberleri için YouTube’u kullanıyoruz. Sayfamızda link vererek video haberleri yayınlıyoruz. Video haberciliği için gerekli alt yapının ve elemanın olması gerekiyor. Bunun için ciddi anlamda maddi imkanların olması gerekiyor.”

**K3:** “...Bir farkındalık oluşturmak için video haber yapıyoruz. Maalesef bu konuda yetişmiş eleman yok. Bu tabii ki büyük bir eksiklik. Bazı haberlerde duygu ve heyecanı vermek gerekiyor. Fotoğrafla bunu yapamazsınız. Video haberciliğinde bunu yapmak mümkün. Coşkuyu ve heyecanı insanların duygularını aynı anda verebiliyoruz.”

**K12:** “Yakın zamana kadar internet sitesinin kendi servis sağlayıcısı üzerinden görüntü ortamını siteye ekleyerek yapıyorduk. Ama bu server’ın kapasitesini aşıyor. Şimdi YouTube kanalı üzerinden gerçekleşiyor. Yoğunlukla kendi çektiğimiz videoları kullanıyoruz ajanslara ayrı bir ücret ödemek gerekiyor o da maliyetli oluyor.”

**K7:** “Video haberciliği gazete ile çok uyuşmuyor. Hala daha oturmadı çünkü biz haber yazmayı, fotoğraf çekmeyi biliyoruz sayfa tasarımını biliyoruz ama video çekmek işte kurgu ve montaj kısmını çoğu arkadaş bilmiyoruz. Gazete başka bir iş televizyonculuk başka bir iş. Öğrenmeye başladık. Kendimizi geliştirmeye çalışıyoruz. Yazılım bilmek gerekiyor. Kodlama bilmek gerekiyor. Bu alanda uzmanlaşmış kalifiye kişilerin video haberciliği için ayrı içerik ve metin kısmı için ayrı kişilerin istihdam edilmesi gerekiyor. Bu alanda uzmanlıkların oluşması gerekiyor.”

Görüşme yapılan gazetecilerden biri aynı zamanda İnternet Gazetecileri Derneği Başkanı Abdülvahap Şehitoğlu’dur. Kendisinin alaylı bir gazeteci olduğunu ama dijital yayıncılıkta eğitimli gazetecilere daha çok ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Şehitoğlu bu konuda şunları söylemiştir: “İnternet gazeteciliği ile eğitimli gazetecilere daha çok

*ihtiyaç duyulacak. Alaylı gazeteciler yerine, geleceğin gazetecileri artık onlar olacak. Temennim de iyi eğitim almış olan gazetecilerin bu mesleği yapmaları.” Ayrıca Şehitoğlu nitelikli gazeteci sayısının artması internet yayıncılığında yaşanan sorunlara da çözüm olacağını ifade etmiştir.*

Dolayısıyla; video haberciliği dijital medyada geleneksel yöntemin sunduğu metinsel ya da fotoğraflarla desteklenmiş bir sunumdan öte yöndeşme avantajı nedeniyle üstünlük sağlamaktadır. Ancak yerel medyanın halen çözüm bulunamamış (teknik alt yapı, insan kaynağı ve ekonomik) yetersizlikleri nedeniyle video haberciliğinin internet gazeteciliği adına gerektiği şekliyle yerine getirilememiş olması sorun olarak değerlendirilmektedir.

#### ✓ **Reklam Gelirlerinin Düşüklüğü ve Yasal Düzenlemenin Olmaması**

Reklam gelirlerinin az olması yerel basın sürekli gündeminde olan sorunlarından biridir. Basın ilan kurumunun ilan ve reklamlarından elde ettikleri pay ile ekonomik anlamda ayakta kalmaya çaba göstermektedirler.

**K9:** “Yerel anlamda internet gazetecilerinin basın ilan kurumundan aldığı ilan gelirleri henüz yok. Özel ilanlar oluyor. Belediyelerin ilanları oluyor. Reklam gelirleri az olduğu için de profesyonel gazetecilik faaliyetlerini olumsuz etkiliyor. Nitelikli habercilik yapmak için gerekli ekipmanları almak ve insan kaynağını oluşturmak adına olumsuzluklar yaşıyoruz. Kişisel öz kaynaklarımızı kullanmak zorunda kalıyoruz. Büyük bir özveriyle çalışıyoruz.”

**K4:** “Basılı gazeteler internette çok daha önünde. Henüz internette yeterince reklam alınamıyor.”

**K18:** “Basılı gazetenin reklam gelirleri daha yüksek çünkü daha saygınlığı var. İnternet portalında çok fazla yayın yapan site olduğu için reklam gelirlerindeki pasta küçülüyor.”

Görüşmeye katılan gazeteciler, internet haberciliğinin günümüzde giderek artan bir hızla geleneksel medyanın yerini aldığını vurgulamıştır. Geleneksel habercilik anlayışına uygun olan etik ilkelerin internet haberciliğinde yaşanan sorunlar için her zaman yeterli olmadığını, etik ihlallerin mesleği de olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir.

**K6:** “Şu anda gazeteciliğin meslek tanımının olmaması yasal bir sıkıntı.”

**K16:** “Yasal statülerinin henüz belirlenmemiş olması nedeniyle farklı meslek grubunda çalışanların dahi bir internet sitesi kurarak habercilik yaptığını görüyoruz. Ben ise gazeteciyim. Başka meslek yapamam. Bu işin ahlakını edebini

*bilerek bu işi yapıyorum. Gazetecilik bir yaşam biçimidir.”*

**K3:** “İnternet haberciliğinde maalesef binlerce site var. Bu sitelerin çoğunluğu farklı sitelerden haber çekenler. Fakat biz kendi haberlerimizi kendimiz yapıyoruz. Ajanstan aldığımız haberi dahi araştırıp düzenliyoruz. Haberin içeriğindeki bir ayrıntıdan yola çıkarak araştırıp özel haber yapıyoruz.”

**K17:** “Sizin emek verip hazırladığımız ve servis ettiğiniz bir haberi başka bir haber portalı anında çalıp kendi haberiymiş gibi servis etmesi...”

İnternet haberciliği sağladığı sınırsız özgürlük alanı içinde, gazeteciliğin kamuoyuna karşı taşıdığı sorumluluk bilinci ile yerine getirilmesi gereken bir meslektir. Dolayısıyla Mersin ili gazetecileri de bu sorumluluk anlayışından hareketle çalışmanın yapıldığı dönemde gündemde “dezenformasyon yasası” olarak yer bulan 7418sayılı kanunun 23. maddesi ile ilgili yasal düzenlemenin bir gereklilik olduğunu belirtmişlerdir. Böylelikle getirilen düzenleme ile reklam gelirleri bakımından ekonomik anlamda hissettikleri baskının azalacağını ve etik kurallar çerçevesinde yayın yapan nitelikli haber sitelerinin daha etkin olacakları yönünde görüş bildirmişlerdir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada yeni medya ile birlikte değişim ve dönüşüme uğrayan ve internet gazeteciliğine evrilen gazetecilik pratiklerinin yerel medyadaki yansımaları Mersin ili özelinde araştırılmıştır. Mersin’de yayınlanan 10 yerel gazetenin internet sitesi ve sadece internet yayıncılığı gerçekleştiren 8 haber sitesinin internet sayfaları yayınladıkları haber kategorileri bağlamında içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Ayrıca örnekleme oluşturan yayınların yönetici kadroları ile görüşmeler yapılarak internet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilikten farklı yönleri, avantajları ve tehditlerinin neler olduğu sorgulanmıştır. Çalışmada gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde katılımcılar internet gazeteciliğinin avantajlarını “*Hızlı ve Ekonomik Olması, İçerik ve Formatta Çeşitlilik Sağlanması, Sürekli Güncellenebiliyor Olması, Haberin Sosyal Medyada Dolaşımına Girmesi*” ana temaları ile ifade etmişlerdir. Katılımcılara göre internet gazeteciliğinin sorunsallı ve tehdit oluşturabileceği noktaları ise “*Bilgi Kirliliği, Teknolojik Alt Yapı ve Uzman Personel Sorunu, Reklam Gelirlerinin Düşüklüğü ve Yasal Düzenlemenin Olmaması*” temalarında yoğunlaşmıştır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi neticesinde; Mersin ili yerel gazetelerinin internet sitelerinin, sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerine göre daha fazla haberi okuyucularına aktardığı görülmektedir. Kurumsallaşmış yapıları ve nispeten insan kaynakları bakımından internet yayıncılığı anlamında daha yetkin olmalarına rağmen gazetelerin internet yayıncılığı için henüz ayrı bir kadro oluşturmadıkları, gazetenin mevcut kadrosu ile internette yayın faaliyetlerini sürdürdükleri ifade edilmiştir. Dolayısıyla gazetelerin basılı formatlarında yer alan haberler çoğunlukla internet gazetelerinde de benzer biçimde yayınlanmaktadır. Sadece internet haberciliği yapan haber siteleri ise son derece sınırlı insan kaynağı ile habercilik faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bunun neticesinde de niceliksel olarak haber sayılarının daha az olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca mevcut haber kategorileri standart olarak belirlenmiş haber kategorileri ile sınırlı kalmıştır. Yerel gazetecilik anlayışı ile haber kategorilerinin bu yönde belirlenmesinin gerekliliği söz konusu olmakla birlikte; internetin doğası gereği bir anlamda küresel yayıncılık yapıyor olması da göz önünde bulundurularak, haber kategorilerinde çeşitliliğe ihtiyacın olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte sadece internet yayıncılığı yapan haber sitelerinde özel haber kategorisinin olmaması yeterli insan kaynağının olmayışının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. İnternet yayıncılığının en önemli farklılıklarından biri olan video haberlerin üretileniyor olması her iki kurumsal yapı için de sorun teşkil etmektedir. İnsan kaynakları açısından teknolojik bilgi birikimi ve donanıma sahip gazetecilerin istihdamının sağlanması ve video haberciliği, internet sitesinin tasarımı, daha sık güncelleme yapılması ve farklı boyutlar katılarak okuyucunun ilgisinin çekilmesi gerekliliği internet gazeteciliği açısından çözüm bekleyen sorunlar arasında olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen sonuçlar ise şu şekildedir. İnternet gazeteciliği geleneksel haber dilini de değiştirmiş durumdadır. Haberlerin sosyal ağlarda paylaşılabılır olması ya da internet ortamında kolay ve hızlı erişilebilir olması, diğer haberlerin önüne geçip arama motorlarında üst sıralarda yer alabilmesi için haber yazım teknikleri bu dijital mecranın önkoşullarına bağlı kalarak haberin yazılmasını bir anlamda zorunlu kılmaktadır. Bu da haberin tek tipleşmesine neden olabilmektedir. Ayrıca haberler sosyal medya ağları ile okuyuculara ulaştırılmaktadır. Böylelikle okuyucular haber sitelerine çekilerek diğer haberlere erişim

olanağı sağlanmaktadır. İnternet gazeteciliği ile birlikte “okuyucu” yerini “takipçi”ye bırakmış durumdadır.

Mersin ili gazetecilerin genel görüşü; internet gazeteciliğinin yakın gelecekte basılı gazetelerin yerini önemli oranda alacağı yönündedir. Dolayısıyla da internet gazeteciliğinin okuyucu bağlamında en önemli etkisi okuyucuların dijital medya okuryazarlığı konusunda bilinçlenmelerine katkı sağlamasıdır. Bilgi kirliliğine yol açan haberlerin bilinçli okuyucular tarafından elimine edilmesinin, gazeteciliğe olan güvenin tesisinde de son derece önemli olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Yerel basının sürekli karşı karşıya kaldığı ekonomik, teknolojik, istihdam gibi sorunları internet yayıncılığında da devam etmekte ve bu durum yerel medyayı halen tehdit etmektedir. Buna karşın internetin sağladığı en önemli avantaj okuyucu sayısındaki artıştır. Yerel gazetelerin tirajının düşmesine rağmen internet yayıncılığı ile devam eden yerel habercilik artık daha çok okuyucuya ulaşma imkanını sağlayan bir mecrada devam etmektedir. İnternet haberciliği ile ilgili 7418 sayılı Kanunun 23. maddesinde yapılacak yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi Mersin ili yerel gazetecilerinin beklentileri arasında yer almaktadır. Bu durumun hem okuyucunun doğru ve güvenilir habere erişimini sağlayacağı hem de reklam gelirlerindeki artış ile birlikte; teknolojik alt yapı ve dijital yayıncılık için uzman personelin istihdamına olumlu katkılar sunacağı düşünülmektedir. Çağın gerekliliği olarak kabul edilen bu mecrada daha nitelikli haberciliğin yapılması adına Mersin ili yerel gazetecilerinin sorunların çözümüne yönelik yenilikçi bir çizgide ve değişime ayak uydurmaya yönelik güçlü bir motivasyona sahip oldukları söylenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akyazı, A. (2018). Gazetecilikte Dijitalleşme ve Haber Üretimine Yansımaları: Robot Gazeteciler. O.Uçak (Ed.). *Dijital Medya ve Gazetecilik*, içinde (s. 15-30).Konya: Eğitim Yayınevi.
- Artan, G. (1996). Mersin Basın Tarihi. Mersin Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
- Aral, E. (2019). Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği: Facebook ve Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 153-175. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/43342/527447>.
- Arslan, E., Arslan, B. & Eroğlu, A. Y. (2019). Kent ve Kentleşme Çerçevesinde Yerel Basında Toplum ve İnsan, *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, (1), 99-120. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/insan/issue/52637/693280>.
- Arvas, İ. S. (2019). Dijital Haberleşme Çağında Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 97-110. Doi: 10.17680/erciyesiletisim.459851
- Atçeken, K. (2020). Kentsel Siyaset Tartışmasında Mersin Basını ve Yerel Aktörler. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives* 8 (1), 18–33.
- Atçeken, K. (2020). Yerel Demokrasi Tartışmasında Mersin Basını. *Süleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences. Vol.25, No.2.,153-166*
- Aziz, A. (2008). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Balcı, A. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma; Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pagem Yayınevi.
- Baysal, H. ve Karakulak, A.C. (2020). Yerel Basında Dijital Haberciliğe Dönüşüm Süreci: Isparta Yerel Basın Örneği, Proceedings of the 17th International Symposium Communication in the Millennium, E-Book. ISBN:978-605-83703-9-5. s.454-471.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu, Mutlu Binark (der). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bulut, M. (2006). *Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet*, Ankara: Tek Ağaç Yayınları, ISBN:975-8888-45-5.



- Bulut, M. (2007). Mersin'in Yerel Gazete Tarihi, Suat Gezgin (Ed.). S. *Türkiye'de Yerel Basın* içinde, İstanbul: Doğan Ofset, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları*, ISBN 978-975-404-785-1.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı: 22/1, s.123-149.
- Çelik, H. (2018). *Dil ve Yeni Medya*. İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Çelikbaş, S. & Özsoy, S. (2022). Dijitalleşme Sürecinde Yerel Medyanın Sorunları: Bolu Örneği. *SDÜ İFADE*, 4 (1), 1-33, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduifade/issue/71057/1032559> Erişim Tarihi: 15 Ekim 2022.
- Duman, K. (2019). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 3, Uluslararası Türk Dünyası Basın Sempozyumu Özel Sayısı, s.1637-1654, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder/issue/51145/583735>, Erişim Tarihi: 14 Şubat 2023.
- Van Dijk, j. (2006). *The Network Society*. London: Sage Publications
- Hastjarjo, S. (2017). Local Journalism in the New Media Landscape: Opportunities and Challenges, *The International Conference on Design and Technology, KnESocialSciences*, 21–27. DOI 10.18502/kss.v2i4.863.
- Gezgin, S. (2002). Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği, S.Yedig ve H. Akman, (der.) *İnternet Çağında Gazeteciliğinde*, (s.29-36). İstanbul: Metis Yayınları.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity*. San Francisco: University of California. Akt: Yıldırım, A. ve Şimşek, H. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 12. Basım Ankara: Seçkin Yayıncılık, ISBN:978-875-02-6982-0.
- Gürcan, H.İ. (1998). Sanal Gazete ve Gazetecilik, *Kurgu Dergisi*, Sayı:15, 143-153.
- Gürcan, H.İ., Bekiroğlu, O. (2007). Türkiye'de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel Basının Genel Görünümü ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme, *Selçuk İletişim Dergisi*, s.22-29.<https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19015/200718>.
- Korkmaz, A. (2011). İnternet Gazeteciliğinin Kamuoyu Oluşumuna Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1 (2), <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiletisim/issue/5861/77575>.
- Mersin Valiliği <http://www.mersin.gov.tr/basin-kuruluslari-listesi>, Erişim Tarihi: 11.08.2022

- Noci, J.D. (2013). A History of Journalism on the Internet: A State of the Art and Some Methodological Trends, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, no:1, Vol.1, s. 253-272.
- Öz Pektaş, H. (2011). An Analysis of Interactivity Possibilities in Online Journalism. *Folklor/ Edebiyat Dergisi*, 17(66), 57- 64. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/255337>.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Çev: M. Demir ve B. Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınları (Özgün çalışma 2001).
- Resmi Gazete, Basın Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/10/20221018-1.htm> Erişim Tarihi: 15.11. 2022.
- Rodríguez, R. R, López, S.F, Vicente, A.D&Pazos, D.R. (2022): Digital Opportunities for Local Journalism: A Panel Data Analysis on the Economic Performance of Online-Only vs. Print Newspapers, *Digital Journalism*, Doi: 10.1080/21670811.2022.2103009.
- Sucu, İ. (2020). İletişimde Yeni Medyanın Getirdiği Değişimler, *Gazetecilik ve Haber İletişiminde Dönüşüm*, Suat Gezgin, Hasan Çiftçi (Ed.). *Dijital Çağda Değişen Gazete ve Gazetecilik* içinde (s.39-67). Ankara: İksad Yayınevi, ISBN: 978-625-7914-19-2.
- Şen, A.F. (2020). Bir Dijital Gazetecilik Uygulaması Olarak Video Gazeteciliği ve çevrimiçi Haber Videoları. Özlem Erkmen, Bora Ataman ve Barış Çoban (der.) *Yeni Gazetecilik Mecralar, Deneyimler, Olanaklar* içinde (s.117-215). İstanbul: Epsilon Yayınevi, 978-625-799-411-8, s. 117-215.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-ve-Uluslararası-Standart-Kitap-Numarasi-Istatistikleri-2021-45833> Erişim Tarihi: 12 Ekim 2022.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 12. Basım Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yurdigül, Y. & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 140-161. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48077/607866>.

We Are Social (2022). “Global Digital Reports”, <https://wearesocial.com/>.

## EXTENDED ABSTRACT

The digital age we are in points out a process in which different lifestyles, that deeply affect and change social life, are shared regardless of common time and space. The internet, which has entered people's lives due to the developments in technology and is accepted as essential in today's social life practices, functions as a network connecting people around the world.

With the new media taking place in social life, first of all, mass media took part in this arena. Following the mass media, the local press, of course, saw it as a necessity to be in this technological world. The local press is the most important mass communication tool that contributes to create urbanity consciousness in the region and social structure. People want to be informed about the developing and changing events and phenomena in the region they live in, and most importantly, they want to be involved in this process. Based on this understanding, this study intends to contribute to the literature by discussing to what extent the local press adapts to the new journalism practices required by internet journalism which has evolved today. In the context of social responsibility, it is thought that discussing the advantages and problems that this environment provides while performing internet journalism within the framework of journalism understandings in line with ethical principles will also contribute to the literature. Thus, our aim is to develop solutions to the problems related to online journalism of the local press, local in itself, but at the same time global.

Within the scope of the study, official web pages of 10 local media institution (Hakimiyet, Güney, Çukurova, Haberci, Mersin, Mersin İmece, Akdeniz, Yeni Güney, Tanık Haber and Daily newspapers) and 8 news sites that only broadcast online in the local media of Mersin province (İnovatifhaber, Klashaber, Mersintimes, Minsanhaber, Soneses, Acilhaber, Mersinyaşam ve Mersinekspress) were analysed. The news published on these websites between 1-8 November 2022 were questioned and analysed in the context of their categories via the content analysis method. In addition, semi-structured interviews were conducted with the administrators of these websites. The interviews were coded via MaxQDA (2022) and themes were determined.

The results of the content analysis reveals that the highest number of news (17%) were published in the category of "local politics" in total 826 news published on the websites of online newspapers. News about health, education, agriculture and stock

farming are among the least covered topics. Exclusive news made by journalists is 8%. The most important distinguishing feature of internet journalism is broadcasting video news. Content analysis showed that video news is limited. Among all news, the rate of news supported by video is 4%. Therefore; this situation can be interpreted as an indication that Mersin internet media is not at a sufficient level yet, in terms of technical infrastructure and human resources equipped to produce video news.

In the province of Mersin, 523 news were published on the specified date on internet broadcasting news sites. Among these news, it was found out that most of the news were published in the category of local politics (27%), the rate of video news has been determined as 2%. No news has been found in the technology and exclusive news category within the specified date.

It is obvious that the websites of the local newspapers of Mersin convey more news to their readers than the news sites that only broadcast on the internet. The fact that they publish on the internet with the staff of the current newspaper provides an advantage in this regard. News sites that only broadcast on the internet, on the other hand, carry out journalism activities with extremely limited human resources. Consequently, that the number of news is quantitatively less. The inability to produce video news, which is one of the most important distinguishing features of internet broadcasting, constitutes a problem for both institutional structures. In terms of human resources, it has been determined that the employment of journalists with technological knowledge and equipment and video journalism, the design of the website, the need for more frequent updates and the necessity of attracting the attention of the reader by participating in different dimensions are among the problems waiting for a solution in terms of internet journalism.

Participants expressed the advantages of internet journalism with the main themes of *"Fast and Economical, Providing Diversity in Content and Format, Constantly Updating, and Circulating the News on Social Media"*. The fact that the news can be shared on social networks or being easily and quickly accessible on the internet ensures more readers to be reached. Despite the decrease in the circulation of local newspapers, local journalism, which continues with internet broadcasting, now continues in a medium that provides the opportunity to reach more readers. However, in order to rank higher in

the results of search engines in terms of content and format, news writing techniques require the writing of the news by adhering to the prerequisites of this digital medium. This may cause the news to be monotype.

According to the participants, the problematic and threatening points of internet journalism are *"Information Pollution, Technological Infrastructure and Expert Staff Problem, Low Advertising Revenues and Lack of Legal Regulation"*. The general view of the journalists of Mersin is that internet journalism will take the place of print newspapers in the near future. Therefore, the most important effect of internet journalism in the context of readers is that it contributes to the awareness of readers about digital media literacy. It is an undeniable fact that the elimination of news that leads to information pollution by conscious readers is also extremely important in establishing trust in journalism.

Problems such as economic, technological and employment that the local press constantly face continue in internet broadcasting and this situation still threatens the local media. It can be said that local journalists of Mersin follow an innovative path to solve all these problems and have a strong motivation to keep up with the change in order to make more qualified journalism in this medium, which is accepted as the necessity of our era.