



Yerel Basılı Gazetelerin İnternet Gazeteciliğine Dönüşümü ve Örnek İnceleme

Transformation of Local Print-Media into Internet Journalism and Case Study

ÖZET

Türkiye’de yazılı basın internet gazeteciliğiyle önemli değişimler geçirmiş; yerel basın da bu değişimden uzak kalmamıştır. Yerel basındaki değişimin başlıca nedenleri olan gelir kaynakları ve bağımsızlık konuları, yaşanan sorunların başında gelmektedir. Dolayısıyla yerel basındaki sınırlı sermaye yapısıyla kâğıt baskılı yerel gazeteler kapanmaya başlamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın problem cümlesi olan; ‘Yerel basılı gazeteler, yerel haberler yaparak, yerel reklam ve ilan olanaklarıyla kaliteli, bağımsız gazetecilik yapabilir mi?’ sorusuna, yerel bir gazete araştırması ile karşılık aranmıştır. Bu amaçla, 1987-2024 yılları arasında yayımlanmış olan Çanakkale Olay gazetesinden tesadüfi örneklemle seçilen sayılar, haber türleri ve konuları, reklam- ilan sayıları, sermaye yapısının içeriği gibi farklı kriterlerle incelenmiştir. Araştırmada, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik tarafsız ve sayısal olarak yapılan, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca çalışma betimleyici analiz yöntemi kullanılarak, başlıklardaki dilsel yaklaşım çözümlemeleriyle desteklenmiştir.

Araştırma sonuçları, bağımsız, basılı bir yerel gazete olan Çanakkale Olay gazetesinin yerel haberler ve reklam gelirleriyle, kamu yararına yerel gazetecilik yapılabildiğini göstermiştir. Ancak teknolojiyle hızlanan dijital rekabet ortamında reklamların azalmasıyla, Basın İlan Kurumu’nun ekonomik desteğinin giderek daha fazla önem kazandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Çanakkale Olay Gazetesi, Bağımsız Gazetecilik, Basın İlan Kurumu, Reklam.

ABSTRACT

The print-media in Turkey has undergone significant changes with the advent of internet journalism; the local print-media has not been left out of this change either. The main reasons for the change in the local print-media are income sources and independence issues, which are among the main problems experienced. Therefore, with the limited capital structure in the local print-media, local print-media with paper print started to close down. In this context, the problem statement of the study, which is; ‘Can local print-media do quality, independent journalism by reporting local news and using local advertising and announcement opportunities?’ was answered through a local print-media research. For this purpose, issues of the Çanakkale Olay newspaper published between 1987 and 2024, selected through random sampling, were examined according to different criteria such as news types and topics, number of advertisements, and the content of the capital structure. This research employed content analysis, a systematic, unbiased, and quantitative method for measuring variables within a text. Additionally, the study was supported by descriptive analysis, specifically focusing on linguistic approaches in the headings.

The research results showed that Çanakkale Olay newspaper, an independent, printed local newspaper, was able to conduct local journalism for the public good through its local news and advertising revenue. However, in the rapidly accelerating digital competition driven by technology and the decrease in advertising revenue, it was determined that the economic support of the Press Advertisement Agency is becoming increasingly important.

Keywords: Local Print-Media, Çanakkale Olay Newspaper, Independent Journalism, Press Advertisement Institution, Advertising.

GİRİŞ

Gazeteciliğin kamu yararına yapılabilmesinin ön koşulu, bağımsız sermaye yapısına sahip olabilmesidir. Oysa internet gazetelerinin yaygınlaşması ve geleneksel gazetelerin baskı giderlerini karşılayamaması nedeniyle bağımsızlık gittikçe ütopyik bir beklentiye dönüşmektedir. Yaygın basının yanı sıra yerel basın da ekonomik sorunlarla baş edemeyip kapanmakta ya da internet gazetelerine dönüşmek, birkaç gazete birleşmek gibi çözümler aramaktadır. Buna karşın farklı görüşleri yansıtan ne kadar çok gazete çıkarılırsa katılımcı demokrasi o kadar sağlıklı yaşatılabilir. Ayrıca, basının ekonomik ve editöryal bağımsızlığı demokrasilerin güçlenmesi ve aktif denetleyici olabilmesinin vaz geçilmez koşuludur. Yerel basın ise; ulusal basının önem ve sorumluluklarına ek olarak, bölgesel sorunları iktidarlara ulaştırmada birincil kaynak olarak etkin bir görevi yerine getirmektedir. Dolayısıyla demokratik bir yönetim yapısı yerel basının bağımsızlığıyla doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, problem cümlemiz olan ‘Yerel basılı gazeteler, yerel haberler yaparak, yerel reklam ve ilan olanaklarıyla kaliteli, bağımsız gazetecilik yapabilir mi?’ sorusuna ekonomik koşullar gözetilerek cevap aranmıştır. Araştırmanın kapsam ve ayrıntılarına geçmeden önce yerel gazetecilik kavramına ve yerel medya kavramlarına bakmakta yarar vardır.

Olcay Uçak¹

How to Cite This Article

Uçak, O. (2026). Yerel basılı gazetelerin internet gazeteciliğine dönüşümü ve örnek inceleme. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 12(2), 163-173. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.19314873>

Arrival: 26 December 2025

Published: 29 March 2026

International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

This journal is an open access, peer-reviewed international journal.

¹ Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İstanbul, Türkiye. ORCID: 0000-0003-2918-9129

Yerel Gazetecilik, Yerel Medya Kavramları

Türkiye’de gazetecilik, basın ve medya kavramları farklı yaklaşımlar ile tanımlanmaktadır. Atabek (2005), yerel medya kavramını, bölgesel sorunlar ve eğlence amaçlı yayınlar ile ilişkilendirirken, gazeteleri ise; yerel basın kavramıyla tanımlamakta ve bunları ‘Anadolu Basını’ ya da ‘Taşra Basını’ olarak ifade etmektedir. (169) Daha kapsamlı bir tanımlama yapan Girgin (2001), yerel basının, büyük şehirler dışında il, ilçe, belde hatta köylerde günlük, haftalık aylık olarak yayınlanan; yörenin haberlerini, sorunlarını isteklerini dile getiren; yetkililere ileten mecra olduğunu ve aynı zamanda kasaba, kent ya da bölge halkını bilgilendirme, eğitme ve kamuoyu oluşturma sorumluluğu olduğunu da belirtmektedir. (160) Yerel basın ayrıca çalışma kapsamı ve hedeflediği okur sayısı doğrultusunda aylık, haftalık ya da günlük, renkli veya siyah-beyaz yayınlanabilir. Bu görüşlere ek olarak, yerel basının toplumda aidiyet duygusu yaratmada birleştirici bir rol oynadığı da kabul edilmektedir Öztürk (1992: 152).

Kanundaki tanımlamasına baktığımızda ise, 5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2. Maddesine göre; ‘yerel süreli yayın’, tanımlaması şöyledir: “*Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayın.*” (BK.mevzuat.gov.tr)

Türk basın tarihi incelendiğinde, gazetelerin ağırlıklı olarak yerel yayınlar yaptığı; bu gazetelerin gelişen teknolojiyle yerel özelliklerini kaybederek ulusal ya da uluslararası yayına dönüştükleri görülmektedir. Ulusal nitelik taşıyan çoğu gazete ancak 60’lı yıllardan sonra İstanbul dışına dağıtılmıştır (Girgin, 2001: 161). Gezin ise (2007) yerel basının işlevini, yöneten-yönetilen ilişkisi, yönetenin halk adına denetlenmesi, yerel yönetim hizmetlerinin duyurulması ve demokrasi kültürünün yerleştirilmesi noktalarında önemli görmüştür. (177) Yerel basını medya kapsamında ele alan Habermas’ın demokrasi tanımı ise şöyledir: “*Yerel medya, vatandaşlara görüş bildirmeleri ve görüş almaları bağlamında demokratik çıkarımlar sunmaktadır.*” (Habermas, 1984: 4).

Görüldüğü üzere yerel basının ulusal ve yerel düzeyde demokrasiye katkılarının son derece önemli olması devlet kurumları tarafından desteklenmesi gereğini zorunlu kılmaktadır. Bu gerekçeler ile Türkiye’de Osmanlı döneminden itibaren basını düzenleme ve destekleme amacıyla kurumlar oluşturulmuştur. Çalışmamızın araştırma kapsamında da bu kurumlardan sonuncusu olan Basın İlan Kurumu (BİK) dikkate alınacaktır.

Basın İlan Kurumu (BİK) Kuruluşu ve Kararları

Basının bağımsız olması ve objektif yayıncılık yapabilmesi amacıyla, Osmanlı döneminden itibaren yönetimler farklı isimlerde resmi kurumların oluşturulmasını sağlamıştır. Bu temel yapısal özellik basının ilerleyen yıllardaki özgürlük ve ekonomik sorunlarıyla ilişkilendirilmektedir. Resmi ilanların yayımlanması 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi, 1862’de Matbuat Müdürlüğü (Bugünkü Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü), 1909’da Matbuat Kanunu ve 1925’te Müttekaidin-i Askeriye Anonim Şirketi tarafından düzenlemiştir. (BİK, 2025). Resmi ilanların Resmi İlan Şirketi aracılığıyla yayımlanmasına 1943’te Basın Birliği ile başlanmıştır. Ayrıca ihale yasası değiştirilerek, ilanların yayımlanacağı gazeteler doğrudan hükümet tarafından seçilmiştir. (Şeker, 2005: 108).

Hıfzı Topuz (2003), 1958 yılında hükümet tarafından yayımlanan bir kararname ile ilan ve reklamların tek elden dağıtımının kabul edildiğini, tepkiyle karşılanan bu karar sonucunda ilanların bazı gazetelerde azaldığını, bazılarında ise yükseldiğini belirtmiştir. (202) Resmi ilanların dağıtılması amacıyla son olarak 1961’de Basın İlan Kurumu kurulmuştur (bik.gov.tr).

Günümüze geldiğimizde, yerel basının ekonomik sorunlarına çözüm bulmak ve etkinliğini arttırmak için, Basın İlan Kurumu tarafından benzer çizgide yayın yapan yerel gazetelerin birleşmeleri 2012’de, Erzurum’da 16 gazetenin, 4 gazeteye dönüşmesiyle başlamıştır (Işık, 2014: 60). Alınan bu kararın 2024 yılına kadar yeni güncellemeler ile uygulanmaya başlandığını ve yerel gazete birleşmelerinin devam ettiğini, BİK kararları doğrultusunda yerel gazetelerin internet yayını olarak değişim geçirdiğini, BİK tarafından reklam ve ilanların dağıtımının internet gazeteleri denetimiyle yapıldığını görüyoruz. Bu değişim süreci ayrıntılarına bakmakta yarar vardır.

Basın İlan Kurumu ve Yerel Basın Gelirleri

Yerel basının yıllar içinde tirajlarının düşmesi dolayısıyla reklam gelirinin azalması ve yönetim ile ilişkilendirilen resmi ilan gelirlerinin azalması, gazetelerin ekonomik sorunlarının büyümesine ve kapanmalarına neden olmaktadır. 1982-1992 yılları arasında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı olan Nezih Demirkent’e göre (1998), güçlü bir yerel medya ile demokrasi sağlanabilir; bunun için de Devlet idarecilerinin yerel basını desteklemeleri gerekmektedir. (33) İrfan Erdoğan ise (2007); yerel basının ekonomik sorunlarının artmasında en önemli etkenlerin, sermaye yetersizliği, ortak çözüm üretmemek ve teknolojiye uyumlu eleman eksikliği olduğunu belirtmiştir. (62) 2019 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarında ise (Uçak & Erkal); yerel basının değişen teknolojiye uyum sağlamada sorunlar yaşamaya başladığı, bu değişime uyum sağlayamayan gazetelerin kapandıkları tespit edilmiştir. (92-122) Ayrıca yerel basılı gazetelerin internet gazetelerine göre reklam ve ilan sayılarını karşılaştıran 2018 tarihli

araştırmada, yerel basılı gazetelerin daha fazla haber, reklam ve ilan içerdikleri sonucuna varılmıştır (Erkal & Uçak, 2018: 2521-2527).

Yerel basının en önemli gelir kaynakları reklamlar ve resmi ilanlar vasıtasıyla sağlanmaktadır. 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanunun 29. Maddesine göre, reklam mahiyetini taşımayan ilanlar, resmi ilan sayılırlar. Ancak özel hukuk tüzel kişilerinin yayınlanması zorunlu olan ilanları resmi ilan olarak kabul edilmezler (İçel, 2021: 259).

Türkiye’de 2023 yılında resmi ilan ve reklam yayımlayan gazete sayısı 855 olmuştur. Bu yayınların %96,3’ünü yerel yayınlar oluşturmuştur. BİK’nun 2018’de başlattığı, “*Gazetelerimize ait internet haber sitelerinin iyileştirilmesi*” isimli projenin sonuçları 29 Mayıs 2024 tarihli 32. Dönem 6. Genel Kurul Toplantısında değerlendirilmiş; 1 milyar 130 milyon Türk lirası tutarında ilan ve reklam yayımladığı, gazete ve dergiler ile 4 milyar TL’nin hedeflendiği, mecraların çeşitlenmesiyle istihdam olanaklarının artmasına ve nitelikli yayıncılığa önem verildiği belirtilmiştir. BİK ilan ve reklam kararları, 2023 yılından itibaren ‘*BİK Analitik*’ isimli bir yazılım ile verilmektedir (bik.gov.tr). BİK’nun projesi kapsamında Çanakkale Olay gazetesi de 21 Ağustos 2000’de canakkaleolay.com adresiyle internetteki yayınına başlamıştır. 1987 yılında basılı gazete olarak başlayan Çanakkale Olay gazetesi 2024 yılı Eylül ayında kapanmıştır.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Amaç

Çalışmanın amacı temel soru cümlesi olan; ‘Yerel basılı gazeteler, yerel haberler yaparak, yerel reklam ve ilan olanaklarıyla kaliteli, bağımsız gazetecilik yapabilir mi?’ sorusuna, basılı yerel bir gazetenin kuruluşundan, internet gazeteciliğine dönüşümü ve kapanış tarihine kadar cevap aramaktır. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye’nin en eski yerel gazetelerinden birisi olan gazetenin, yıllar itibarıyla geçirdiği sahiplik değişimleri, hangi konularda haberler yaptığı, haberlerin ne kadarının yerel ya da ulusal haberler olduğu, yazı türlerinin neler olduğu, kaynak kullanımı, haber sayfaları ile reklam ve ilan sayfalarının oranı yan sorularına cevap aranmıştır.

Yöntem

Çanakkale Olay gazetesi, 1987-2024 basılı arşivinden oluşturulan örneklem ile 793 haber, toplamda 507 sayfa, haber türleri ve konuları, reklam- ilan sayıları, Basın İlan Kurumu (BİK) desteği, içerik analizi ve betimsel içerik analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Araştırma yöntemi olarak tercih edilen içerik analizi, yazılı ve sözlü olarak ifadelerin kategorileştirilmesiyle birlikte, metinlerde ne sıklıkla yer aldığını, elde edilen bulgular ile sağlamaktadır (Balcı, 2001). Başka bir ifadeyle; kitaplar, dergiler, internet ortamındaki web siteleri, çeşitli arşivler ve istatistik kaynaklarında içerik analizi yöntemi uygulanabilmektedir (Aziz, 2008: 61-72). Betimsel İçerik Analizi Yöntemi, belirli bir konuda ya da alanda birbirinden bağımsız olarak yapılan nitel ve nicel çalışmaların derinlemesine incelenip düzenlenmesi anlamına gelir. Böylece o konu ya da alandaki genel eğilimler belirlenmektedir (Ültay, Akyurt & Ültay, 2021:188).

Araştırma Kriterleri

Araştırmanın nicel verilerini toplamak amacıyla belirlenen kriterler şunlardır; gazetenin sahiplik durumu ve bu süreçlerdeki değişim, haberlerin yerel, ulusal ya da küresel olması, yazı türlerindeki haber, köşe yazısı ve röportaj oranı, haber konularının dağılımı (ekonomi, siyaset, spor, eğitim, çevre, magazin, asayiş, sanat, turizm, sağlık, kadın), haber kaynakları (muhabir, haber merkezi, haber ajansı, diğer kurumlar), reklam ve ilan oranı, sayfaların haber, reklam ve ilan olarak dağılımı. Ayrıca araştırmanın nitel veri elde edilmesi amacıyla sekiz örnek haber üzerinde; başlıklar, haber konuları ve içerik özellikleri kriterleri kapsamında betimsel analiz yapılmıştır.

Sınırlılık

Araştırma, Çanakkale Olay gazetesinin 1987-2024 basılı arşivinden oluşturulan örneklemdeki 793 haberin yanı sıra, köşe yazıları, reklam ve ilanları içeren toplamda 507 sayfa kapsamında sınırlandırılmıştır.

BULGULAR

Gazetenin Çıkışı ve Sahiplik Durumu

Çanakkale Olay Gazetesi, 1987 yılından 2024 yılına kadar imtiyaz sahipliği ve sermaye yapısı bakımından değişikliklere uğramıştır. 1987 yılında kurucusu Turhan Narler yönetiminde yayın hayatına haftalık olarak başlayan gazete, 1988’deki, 34. sayısından itibaren kapanma tarihine kadar (2024) günlük olarak basılmıştır. Sloganı, ‘Günlük, tarafsız, siyasi, haber gazetesi’ dir. Gazetenin ‘Çıkarken’ başlıklı başyazısında çıkış sebebi; Çanakkale’nin sesini, meydana gelen olayları, ekonomik gelişmeleri, olayların perde arkasını, kısır çekişmelerden uzak, objektif bir biçimde halka ulaştırmak olarak belirtilmiştir. 2002 yılı başında gazetenin İmtiyaz Sahibi Aynur Narler olmuş; 2012

yılında Aynur Narler ismi soyadı değişikliğiyle Aynur Ganiler olmuştur. 2021’de gazete yeni İmtiyaz Sahibi Mehmet Özkurnaz’a satılır. 2024 Eylül ayında gazetenin baskısına son verilir ve sadece canakkaleolay.com adresinde yayına devam edilir. Çanakkale Olay basılı gazetesi, Kalem gazetesi ve Çanakkale Gündem gazeteleriyle birleşip, ‘Çanakkale’de Bugün’ basılı gazetesi olarak çıkmaya başlar.

Gazetenin Genel Özellikleri ve Başlıca Değişim Aşamaları

1987’de Başlangıç Sloganı, ‘*Haftalık tarafsız siyasi gazete*’ dir. Gazetenin en önemli özellikleri, haberlerin eleştirel bakış açısıyla yapılması ve çevreci haberlerin yoğunluğudur. Gazete 8 sayfa ile 20 sayfaya kadar değişen sayfa sayılarında basılmıştır. Gazetenin ilk sayısındaki birinci sayfasında bulunan dört haberin hepsi yerel haberlerden oluşmuştur. Kullanılan dil genel olarak düzeyli ve eleştirel bir dil olarak tanımlanabilir. Olay gazetesi 1988’de, 34.sayıda günlük gazete olmuş ve sloganı, ‘*Günlük tarafsız siyasi haber gazetesi*’ olarak değiştirilmiştir.

Gazete ilk sayılardan itibaren resmi ilan ve reklam almaya başlamış; siyasi partilerin seçime yönelik reklamları da dahil ortalama 10 reklam ile başlamış. 5. sayıda reklamlar arka tam sayfaya alınmış ve renkli olarak basılmış; ikinci yılda reklam sayıları ortalama 7-8 adet olarak azalmıştır. 2005 yılında siyah-beyaz basılan gazetenin bazı reklamları renkli olarak basılmaya başlanmıştır.

Gazetenin 23.06.1992 tarihli sayısındaki arka sayfasında, ‘*Basın Konseyi Üyesi, Basın meslek ilkelerine uymaya söz vermiştir*’ yazısı ile okur şikayetleri köşesi ve okur mektubu başlamıştır. Ayrıca röportaj-söyleşi sayfası ve kültür sanat sayfası eklenmiştir; 1991 de başlayan ekonomi sayfası devam etmektedir.

Muhabirler 28.01.1994’te spor, kültür sanat, politika sayfaları gibi birer sayfayı hazırlamaya başlamış, imzasız haberler azalmıştır. Sürmanşet kullanımı 18.09.1995 tarihinde görülmektedir. Ayrıca gazete başka gazetelerden alıntı haber kullanmaya başlamıştır. 1996 yılı 9 Ocak tarihinde, Sabah gazetesinden alınan haber buna bir örnek oluşturmaktadır. Gazetenin logosuna 10.06.2010’da “1956’dan Günümüze Basında Güven” yazısı eklenmiştir ki; bu tarih kurucusu Turhan Narler’in gazeteciliğe başladığı tarihtir. Künyede 10.11.2015’te yapılan bir değişiklik, kurucu Turhan Narler’in ismiyle birlikte, Basın Konseyi üyeliği ifadesi kaldırılmıştır.

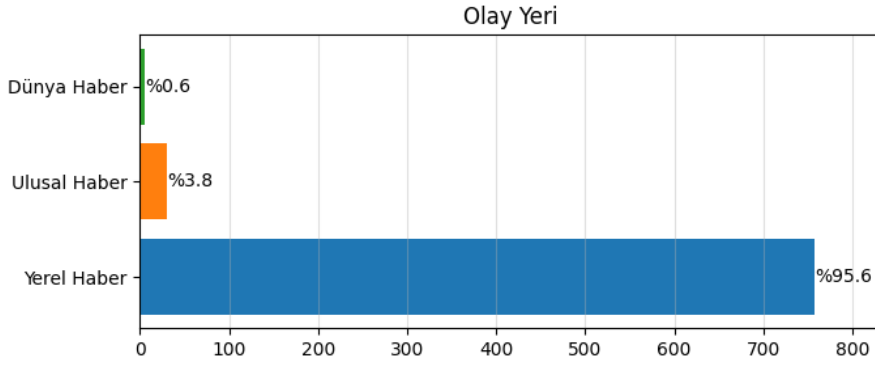
Gazete 2020 yılı başlarında özgün haberlere yer vermek yerine, diğer gazetelerden daha fazla alıntı yapmaya başlamıştır. Bu yıl aynı zamanda ülkede pandemi sürecinin yaşanmaya başladığı tarih olarak, ekonomideki önemli değişimlerin de başlangıç tarihidir. Gazete 2020 yılı ağustos ayında basılı gazete yanında internet gazetesi olarak da hizmet vermeye başlamıştır. Aynur Ganiler’den sonra gazetenin yeni imtiyaz sahibi 2021 yılı başında Mehmet Özkurnaz olmuş; gazetede gittikçe sayısı azalan reklam sayfaları tamamen kalkmıştır.

Gazetenin kağıt baskısına 2024 yılı Eylül ayında,10.699. sayısında son verilmiş; sadece internet gazetesiyle devam kararı alınmıştır. Bundan sonra gazete 2000 yılında başladığı canakkaleolay.com adresinde, BİK’nun küçük şehirler için belirlediği 4. Kategori şartlarına göre ilan olarak yayına devam etmektedir. Bu kategori, 3 bin tık, 15 bin görüntülenme zorunluluğu getirmektedir. Gazete hakkında verilen genel özellikler aşağıda nicel bulgular ve haber başlıklarındaki çözümlemelerde somut olarak sunulacaktır.

Sayısal Bulgular

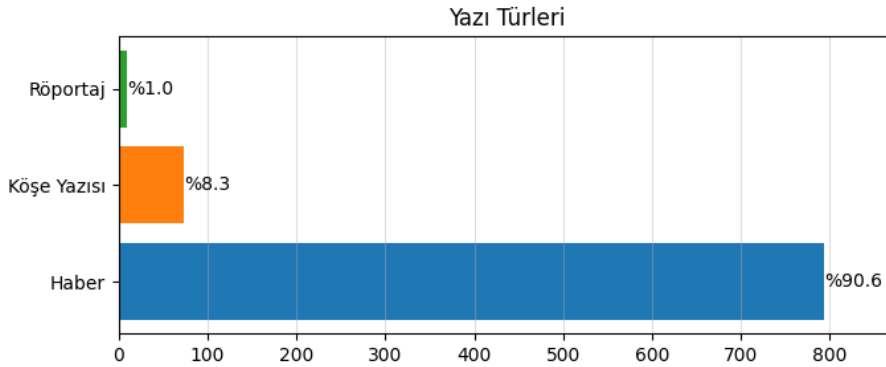
Bulguların değerlendirilmesi amacıyla başlangıç olarak 39 tablonun sayısal verileri ve grafikleri oluşturulmuştur. İncelenen bütün gazetelerin haber fotoğrafları 1443 adet olarak tespit edilmiş ve bunları çeken kişinin imzası görülmemiştir.

Araştırmanın cevap aranan sorularının başında gelen yerel unsurların ağırlığını tespit etmek amacıyla sınırlılık dahilindeki haberlerde olayların nerede geçtiğine bakılmıştır. Bu inceleme sonuçlarına göre Çanakkale Olay gazetesinin haberlerinin (793 haber), yüzde 95,6 gibi çok yüksek oranda yerel olayları içeren haberlerden (758 haber) oluştuğu görülmüştür. Yerel haberleri tamamlayan ulusal haberlerin ise; (30 haber), yüzde 3,8 oranında azınlıkta kaldığı, bu haberlerin ülkenin genelini etkileyen siyaset, ekonomi kararları ya da spor karşılaşmaları gibi, kamu yararı görülen ve halkın ilgisini çeken kararlar ve olaylardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Dünya genelinde olaylarla ilgili haberlerin ise yine Dünya Kupası, pandemi gibi geneli ilgilendiren olaylardan seçildiği, ancak bu seçimlerin sadece beş haberle, genel haber seçimini etkilemekten uzak kaldığı görülmüştür.

Grafik 1: Çanakkale Olay gazetesi haberlerinin yerel, ulusal ve dünya haber dağılımı.

Gazetenin hangi metinlerden oluştuğu o gazetenin haber ya da yorum ağırlıklı bir gazete olduğunu göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Röportajlar da bir gazetenin birinci kaynaklardan bilgi edinilmesi ve bu bilginin aracı olmadan okuyuculara ulaştırılması bakımından önemli görüldüğü için inceleme sınırlarına dahil edilmiştir. Ayrıca röportajlar, olaylardaki farklı taraflara söz verme ve haberlerde denge kurulması bakımından da yine gazetelerde yer verilmesi gereken önemli yazı türleri arasındadır.

Çanakkale Olay gazetesindeki yazı türleri dağılımına baktığımızda, incelenen arşivdeki metinlerin yüzde 90,6 oranında haberlerden (793 haber) oluştuğu; gazetenin yorumdan ziyade haber gazetesi özelliği taşıdığı tespit edilmiş; dolayısıyla logoda bulunan ‘Günlük, tarafsız, siyasi, haber gazetesi’ tanımlaması amaçlanmıştır. Diğer metinlerin ise; yüzde 8,3 oranında köşe yazılarından (73 köşe yazısı) ve kalan çok az kısmının ise; tespit edilen 9 röportaj ile periyodik olmayan bir dağılımda röportajlardan oluştuğu görülmüştür.

Grafik 2: Çanakkale Olay gazetesindeki yazı türleri dağılımı.

Gazetelerin haber konuları, o gazetenin özelliklerini ve uzmanlık alanlarını belirleyen önemli veri kaynaklarıdır. Çanakkale Olay gazetesinin başlangıçtan kapanma tarihine kadar sloganı olan, ‘Günlük, tarafsız, siyasi, haber gazetesi’ tanımlamasının ne derece sağlandığını görmek bakımından haber konuları dağılımı incelenmiştir. Bu aşamada haberlerin siyaset, ekonomi, spor, eğitim, çevre, sanat, sağlık, asayiş, turizm, magazin ve kadın konularında yoğunlaştığı görüldüğünden araştırmada bu kriterler esas alınmıştır.

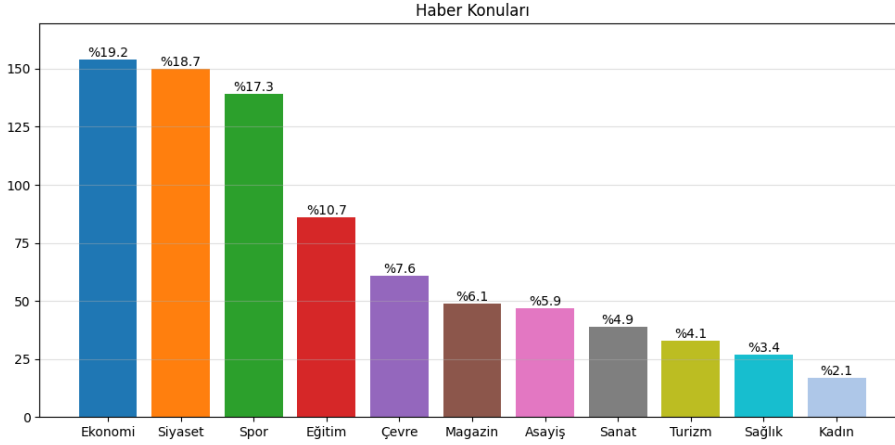
Çanakkale Olay gazetesindeki haber konuları logodaki siyasi haber gazetesi tanımlamasını yüzde 18,7 oranında (150 haber), doğrulamakla birlikte, gazetenin çıkışından kapanma tarihi olan 2000’lere doğru ekonomi haberlerinde artış olduğu, bazı yıllarda ekonomi haberlerine özel 1-2 sayfanın ayrıldığı tespit edilmiş; dolayısıyla araştırmada ekonomi haberleri oranı yüzde 19,2 (154 haber) ile siyaset haberlerinin önüne geçmiştir. Gazetenin yayına başladığı yıllarda siyaset haberlerinin yoğunlukta olduğu, bu durumun giderek ekonomi ve diğer haber konularıyla değiştiği görülmüştür.

Spor haberleri gazetenin her zaman tercih ettiği ve bu nedenle özel sayfaların ayrıldığı, kadroda özel muhabirlerin bulunduğu uzmanlaşma konularının başında gelmektedir (139 haber). Bu haberlerin içerikleri arasında Çanakkale Spor futbol takımındaki gelişmeler, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi’ndeki spor karşılaşmaları, şehirdeki voleybol, yüzme, kürek, atletizm gibi diğer spor etkinliklerinin yoğunluğu sayılabilir. Yine gazetecilikte uzmanlaşmanın önemli konularından eğitim haberleri yüzde 10,7 oranıyla (86 haber), gazetede süreklilik arz eden konuların başında gelmektedir. Çanakkale’nin, her kademedeki sahip olduğu eğitim kurumlarının yoğunluğu şehrin belirleyici özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Şehrin bir diğer özelliği Kaz dağları ve bu zenginliğe bağlı olarak

turizm potansiyelinin yüksek oluşu, bu konularda haber seçimini yoğunlaştırmış; dolayısıyla gazetenin yayın politikasına uygun çevreci duruşunu ve kamu yararını gözetin haberciliğini belgelemiştir (61 haber).

Çanakkale aynı zamanda bir kültür ve sanat şehridir. Tarihin önemli zaferlerinden birisine, Çanakkale Deniz savaşına tanıklık eden şehir, ülkenin tarihsel kimliğini belirleyen ve bütün dünyanın ilgisini çeken, kültürlerarası zenginlikleri günümüze taşıyan ayrıcalıklı bir konumdadır. Ayrıca, Truva ören yeri ve buna bağlı olan etkinlikler de seçilen haber konularını yüzde 10 oranına (39 haber) yaklaştırmaktadır.

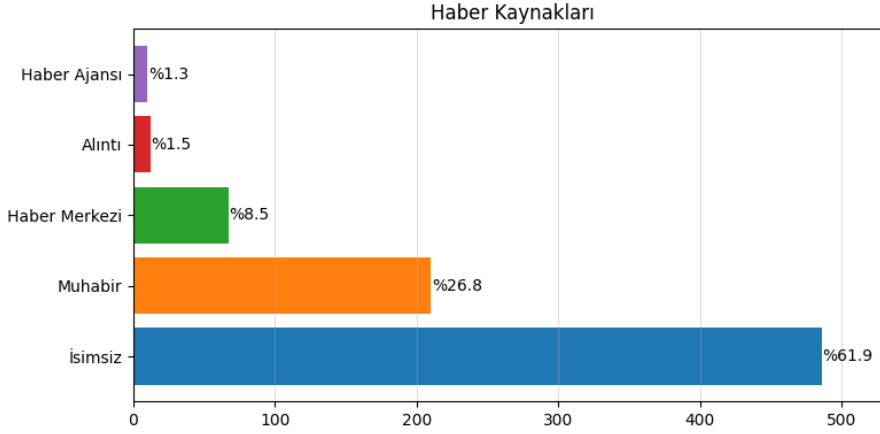
Grafik 3: Çanakkale Olay gazetesindeki haberlerin konulara göre dağılımı.



Gazetenin haber konuları arasında bulunan magazin, yine 2000’li yıllarda artış göstererek yüzde 6,1’e (49 haber) ulaşır. Haber seçiminde dikkat çeken bir başka özellik, gazetelerin çoğunda görülen, asayiş olaylarına ve üçüncü sayfa haberlerine 47 haber (yüzde 5,9) ile daha az yer verilmesi durumudur. Sağlık haberleri 2020’de 27 haber ile (yüzde 3,4) pandemi döneminde artış göstermiş, bir diğer uzmanlaşma haberi konusudur.

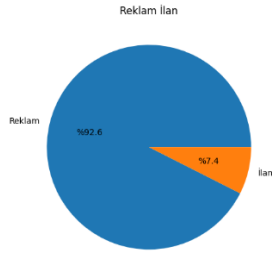
Kadın haberleri etkinliklerde öne çıkan, 8 Mart kutlamaları gibi tarihlerde artan oranıyla gazetenin kadına bakış açısını ve pozitif duruşunu belirleyen konumdadır. Gazetenin kadın haberleri yüzde 2,1 oranına (17 haber) ulaşır. Ancak 2000’li yıllar öncesinde, çalışanlarda kadın muhabir sayısının erkek çalışan sayısına göre azınlıkta kaldığı görülmüştür.

Gazetenin nitelikli bir yayın olmasındaki belirleyici unsurlardan birisi de haberlerin hangi kaynaklarla oluşturulduğudur. Gazetenin kendi öz kaynakları olan muhabirler ya da haber merkezi çıkışlı haberler o gazetenin kimliğini belirleyen başlıca kaynaklardır. Çanakkale Olay gazetesinin haberleri bu unsuru araştırmak üzere haber ajansı, muhabir, haber merkezi, diğer yayınlardan alıntılar ya da bu kaynakların hiç birisine gönderme yapmayan isimsiz haberlerden mi oluştuğunu araştırdığımızda, isimsiz metinler yüzde 61,9 gibi (486 adet), dramatik bir sonuç göstermektedir. Ancak bu isimsiz haberlerin gazetenin ilk kuruluş yılları olan 80’lerin sonunda ve 90’lı yılların başında yoğunluk kazandığı, 2000-2020 tarih aralığında muhabir imzalarının ve diğer kaynakların artmaya başladığı görülmüştür. Muhabirlerin özel haberlerini de vurgulayan bu oran yüzde 26,8 ile (210 haber) gazetenin kaliteli yayıncılık yapmasına katkıda bulunurken, bu durum kadronun muhabir sayıları bakımından artış göstermesinin ve ekonomi, spor, kültür ve sanat haberciliği gibi uzmanlık alanlarının da başladığını kanıtlamaktadır. Öte yandan gazetenin haber merkezinde hazırlanan haberler yüzde 8,5 olarak (67 haber) tespit edilmiştir. Gazetenin diğer medya kurumlarından çok fazla alıntı haber kullanmadığının göstergesi yüzde 1,5 oranında (12 haber) alıntı haberlerdir. Gazetenin kapanmadan önceki son yılları olan 2020’den sonra ise haber ajanslarından haberler kullanmaya başladığını, yüzde 1,3 oranında (10 haber) görmekteyiz.

Grafik 4: Çanakkale Olay gazetesindeki haberlerin kaynaklara göre dağılımı.

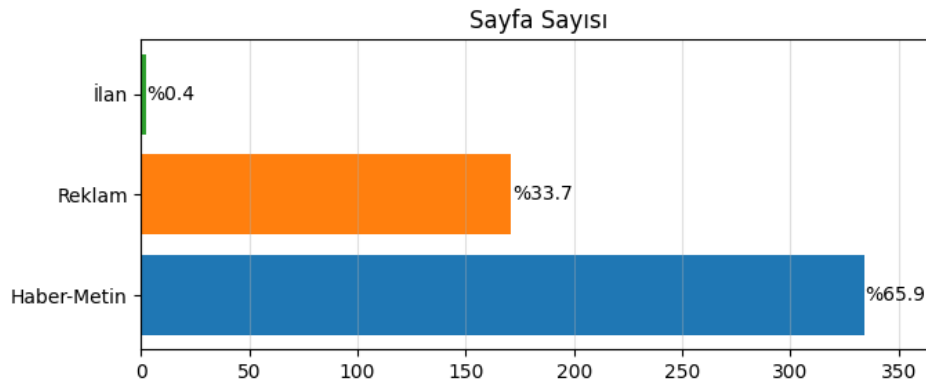
Çanakkale Olay gazetesinin abonelikler dışındaki gelir kaynakları olan reklam ve ilan gelirlerinin miktarı da araştırmanın önemli kriterleri arasındadır. Gazetenin aldığı reklam miktarının ilan miktarından her zaman yüksek olduğu, bu farklılığın gazetenin kuruluşundan kapanma tarihi olan 2024 yılına kadar değişmediği görülmüştür.

Gazetenin gelir kaynaklarını gösteren bir başka veri reklam ve ilan için ayrılan sayfaların miktarıdır. Bu durum da reklam ve ilan sayılarına paralel olarak, reklam sayfalarının çoğunlukta olduğu şeklinde belirlenmiştir. Gazetenin imtiyaz sahipliğinin değiştiği yıllarda toplam sayfa sayısı 8-22 olarak değişiklik gösterse de reklam ilan sayfalarının genel dağılımının değişmediği tespit edilen bir başka sonuçtur. Gazetenin incelenen sayılarında 323 reklama karşılık (%92,6), 26 ilan (%7,4) tespit edilmiştir.

Grafik 5: Çanakkale Olay gazetesindeki reklam-ilan sayılarına karşılık gelen oranlar.

Gazetenin bağımsızlığının en önemli göstergelerinden olan tam sayfa reklam ve ilan gelirlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan incelemede sınırlılık kapsamındaki 507 sayfanın 334 sayfasının yazılı metinlerden oluştuğu (%65,9), kalan sayfaların reklamlar (171 sayfa) ve ilan (2 sayfa) sayfaları olarak dağıldığı tespit edilmiştir.

Dolayısıyla gazetenin tam sayfa ilan kapasitesinin azınlıkta kaldığı, sayfa gelirlerinin büyük oranda şehirdeki yerel kişi ve kurumların reklamlarından ya da küçük ilanlardan oluştuğu görülmüştür. Bu durum yerel bir gazetenin yerel kaynaklarla ekonomik bağımsızlığını sağlamasında önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir.

Grafik 6: Çanakkale Olay gazetesindeki sayfaların dağılımı.

Çanakkale Olay gazetesi araştırmasının nicel verileri ve bu veriler üzerinden varılan tespitler kadar gazetenin niteliğini ve bakış açısını belirlemede haber içerikleri ve başlıklar önem kazanmaktadır. Bu bağlamda gazetenin

konumunu belirlemede nitel verileri oluşturmak amacıyla, haber örnekleri betimsel içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek, seçilen örneklerdeki haberlerin metin özellikleri açıklanmıştır.

Haber Başlıkları ve İçerikler

Başlıklar, metindeki diğer kısımlarla birlikte ideolojik çatı ve politik yön üretir. Haber dili değerlendirilirken, gazetecinin olaylara ve kişilere mesafesini ortaya çıkaran ifade biçimleri, haberlerin objektif ya da subjektif yazıldığı durumları belirleyen önemli göstergeler olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda gazetenin haber başlıklarında ve girişlerinde hangi temaları öne çıkardığı incelemesi esasına dayanan yöntemin somut örneklerini haber alıntılarıyla sunmak gerekmektedir. Haberin bilgi içerikli, düşündürücü ya da eğlendirici bir içerik sunması, bir görüşü savunan ya da reddeden yapısı gazetenin yayın politikasını ve söylemini belirlemede önemlidir.

Çanakkale Olay basılı arşivinden her yılı temsilen, bir sayının baş sayfası tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmiş ve başlıkları incelenmiştir. Evrendeki eleman türlerinin her birinden örnekleme girenler konuya bakılmaksızın alınmıştır. 36 başlıktan 20 tanesi olumlu, 3 tanesi olumsuz, 4 tanesi ise sorgulayıcı ifadeler içermektedir. Bu sonuç gazetenin kamuoyuna olumsuz mesajları vermediğini buna karşın olumlu ve yapıcı mesajları vermeyi tercih ettiğini göstermektedir. Başlıklardaki noktalama işaretlerine baktığımızda ise; bir başlıkta alıntı yapıldığını gösteren tırnak işareti kullanıldığı, çoğunlukla soru işareti kullanıldığı görülmektedir. Gazete “İş dünyası olarak rahatsızız” örneğinde olduğu gibi, tırnak işareti koyarak burada kendi ideolojisi ve söylemine uygun olmayan sınıflamaya karşı okurunun dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Eğer ifadenin gerçek olmadığından şüphe eden okurlar var ise; onların yorumunu kolaylaştırmaktadır. Böylece okurlar bu ifadenin gazete dışından aktarıldığının farkına varırlar Uçak (2020: 160).

Gazete başlıkları incelemesi araştırmanın nicel veri sonuçlarıyla da karşılaştırma olanağı yaratacaktır. Şöyle ki, nicel veriler haber konularının sırasıyla ekonomi ve siyaset ağırlıklı olarak dağıldığını göstermiş; bu konuların haber başlıklarında da yine belirgin olduğu görülmüştür. Spor haberleri toplamda önemli bir katkı sağlasa da belli ki, hiçbir spor haberi birinci sayfada yer alacak kadar önemli görülmemiştir. Diğer önemli haber konuları olan eğitim ve çevre haberleri birinci sayfa haberleri olarak gazetenin yayın politikasında en çok önem verilen konular arasına girmiştir. Öte yandan sanat ve turizm, yine şehir kimliğiyle birlikte gazetenin kimliğini pekiştiren önemli temalar olarak birinci sayfa başlıklarında ağırlıklıdır. Aynı zamanda sağlık ve kadın konuları da gazetenin uzmanlık alanlarını birinci sayfadaki başlıklarda vurguladığı diğer belirgin konulardır.

Başlıkların haber içerikleri Çanakkale Olay gazetesinin bir haber ve fikir gazetesi olarak biçim kazandığını; dolayısıyla eğlendirmek ya da hoş vakit geçirmek amacıyla düzenlenmediğini kanıtlamaktadır. Gazete söylemi, sosyal demokrasiyi, özgür düşüncüyü, çevre sorunlarına duyarlı bakışı, kadın haklarını savunan, ekonomi ve siyasete eleştirel yaklaşan bir genel çerçeve çizmektedir. Bu söylemin en belirgin işareti başlıklarda yerel yöneticilerden hesap soran, sorgulayan, soru cümleleridir. Kamu yararına yapılan, denetleme görevini yerine getiren, çok kültürlü toplum yapısını, sosyal hakları, çağdaş eğitimi savunan, eleştirel bir gazetecilik için bu cümle yapıları önemli göstergelerdir. Gazetenin bu haber seçimi ve söylemi yerel halk adına yapılan özgün bir habercilik örneği olarak kabul edilebilir. İncelenen yıllar itibarıyla imtiyaz sahipliğinin değişmesine rağmen gazetenin genel yayın politikası ve haber söyleminde daha ılımlı olduğu, ekonomik kriz dönemlerinde özgün haber ve uzmanlık haberi sayılarının azaldığı görülmüştür. Çanakkale Olay gazetesi yerel bir gazetedir ve araştırmanın sorularından olan, yerel haberlerin oranı, başlıklardan alınan sonuçlar bağlamında tamamen yerel haberlerden oluşmakta; dolayısıyla nicel verileri desteklemektedir.

Örnek 1: *Çanakkaleli avukatlar Tekeli dize getirdi* (24.10.1988) başlıklı haberde, ‘Çanakkale Barosu’na kayıtlı üç avukat tarafından 1986 yılındaki tekel zamlarının iptali için açılan dava, Tekel istediği zammı yapar, denetimi yoktur, görüşü ve alışkanlığının değiştirilmesi bakımından büyük aşama olarak kabul ediliyor.’ spotu ile özetlenmiştir. Olayda kamu adına hesap sormanın bir örneği görülmektedir. Avukatlar Hilmi Baydar, Rafet Erdem ve Işık İşgüden tarafından açılan davanın henüz bilirkişiye gönderilme aşamasında olduğu, bu aşamada bir yaptırım ya da geri dönüş kararını içermediği, buna rağmen soyut bir ifade ile tutum değişikliğine işaret ettiğini görüyoruz. Dolayısıyla bu konuda açılan ilk ‘zam davası’ olmasıyla haberin kamu yararını gözetmesi önemlidir.

Örnek 2: *DYP’de start verildi* (20.02.1991) başlıklı haberde, DYP Çanakkale İl Başkanı Sefa Baki Günen ülkede yapılması muhtemel bir erken genel seçim hazırlığı konusunda görüşlerini bildirmektedir. Günen, gençlerin ve kadınların ülke yönetiminde önemli görevleri olduğunu belirtilmektedir. Haber, Günen’in açıklamalarını birinci kaynak aktarımıyla, yorum yapılmadan, olduğu gibi aktararak doğru bir yöntem içermektedir.

Örnek 3: *Bu gecikmenin hesabını kim verecek? 4,5 milyara çıkacak hastane, 92 milyara ihale edildi* (18.09.1995) başlıklı haber, Çanakkale Devlet Hastanesi ek bina inşaatı ihalesi hakkındadır. İçerik, 5 yıl önce 4,5 milyara çıkacak

hastanenin 92 milyara ihale edildiğini ve bu durumun nedenlerini sorgulayan, yetkililerden halk adına hesap soran, ekonomik zararı ve yerel sağlık sorunlarını vurgulayan bir bilgi aktarmaktadır.

Örnek 4: *Ekonominin gerçek yüzü-Buna ne diyeceksiniz?* (18.01.2007) başlıklı haberde, Çanakkale Çarşı Caddesi'ndeki 8 iş yerinin devren kiralık tabelası astığı bilgisi yer alıyor ve bu durum ekonominin geldiği nokta olarak tanımlanıyor. 2008 yılı, ekonomik kriz dönemi olması itibarıyla sorunların çoğaldığı bir sürece işaret ediyor; ancak yine de bu durum haberde yapılan genellemenin doğru olduğu anlamına gelmemektedir. Genellemeler, haberde soyut yaklaşımları ve önyargıları yaratabilir. Bu haberde dönemin uygulanan ekonomik programından şikâyet eden işyeri sahiplerinin sözleri yer alsa da, habercinin ekonomik program hakkında bilgi vermesi ekonomi uzmanlık haberi olarak daha fazla değer kazanabilirdi.

Örnek 5: *20 günde bir fatura nasıl oluyor?* (07.02.2013) başlıklı haberde ise, elektrik hizmetlerinin özelleştirilmesini ve bu özel şirkete dönüşen Uludağ Perakende Elektrik Satış A.Ş. hakkında bir eleştiriyi, elektrik faturası fotoğraf örnekleriyle yapmaktadır. Haber, tüketicilerin şikâyetlerini onlar adına hesap sorarak dile getirmektedir.

Örnek 6: *CHP ve Saadet Partisi İl Başkanları: 16 milyon İstanbullu haksızlığa sandıkta cevap verdi* (09.07.2019) başlıklı haberde, CHP Çanakkale İl Başkanı İsmet Güneşhan'ın 23 Haziran 2019 İstanbul seçiminin ardından siyasi partileri ziyaret etmesi ve son olarak Saadet Partisi İl Başkanı Süleyman Saçıkara ile görüşmesi bilgisi tek bir cümle yapısı içerisinde verilmekte. Haberin devamında ise her iki konuşmacının kendi görüşleri ayrı ayrı yorum yapılmadan sıralanmaktadır.

Örnek 7: *Emekçiler 1 Mayıs'ta alanlardaydı: 'Bu düzeni değiştireceğiz.'* (02.05.2023) başlıklı haber, 1 Mayıs İşçi Bayramı kutlamaları hakkındaki ayrıntıları içermektedir. Haberin, birinci sayfanın yarısını kaplayan ve 2. Sayfadan devam eden yazı ve fotoğrafları gazetenin bugünün anlam ve önemine verdiği değeri göstermektedir. Haber başlığı da bu kutlamalar sırasında atılan sloganlardan birisi olduğu için doğru bir biçimde, tırnak içinde verilmiştir. Tırnak işareti, ifadenin gazetenin kendi görüşü olmadığını ve başka bir kişi ya da kişilerin görüşünü yansıttığı anlamını taşımaktadır.

Örnek 8: *Çanakkale yeni bir gazeteye kavuşuyor* (13.09.2024) başlıklı haber, Çanakkale Olay gazetesinin yayın değişimlerini; bu tarihten sonra 3 ayrı gazetenin, Çanakkale Olay, Kalem ve Çanakkale Gündem'in birleşeceğini; basılı tek bir gazete olarak, 'Çanakkale'de Bugün' adıyla, 17 Eylül 2024 tarihinde, yayın hayatına başlayacağını okuyucularına duyurmaktadır. Bu haber aynı zamanda Çanakkale Olay gazetesinin kağıt baskısının da sona ereceğini, 2000 yılında başlayan internet gazetesinin ise; gazetede 1994 yılında grafiker olarak çalışmaya başlayan, Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Yusuf Sonkurt ile ayrı bir internet gazetesi olarak yayınına devam edeceği anlamını taşımaktadır.

Haber başlıklarındaki isimleri ve fiilleri dil özellikleri bakımından incelediğimizde; isimlerin çoğunlukla kişisel ve kurumsal isimlerden oluştuğu (10), soyut isim kullanımının az olduğu (2) görülmektedir. Bu durum gazetenin kullandığı dilin somut kişi ve kurumları işaret ettiği, haberin soyut ifadelerden çok kanıtlanabilecek olayları bildirdiği görülmektedir.

Kullanılan kurumsal isimlerin özelliklerine baktığımızda, siyasi parti isimlerinin öne çıktığı, ideolojik olarak marjinal bir yapıyı göstermediği, sağ görüşlü partilerle sosyal demokrat parti isimlerine yer verildiği görülmekte; fiil tercihleri; isim kullanımına paralel biçimde sağ görüşlü veya sosyal demokrat kesimlerin beklenti ve eylemlerini içermektedir.

SONUÇ

Teknolojinin hızlı değişimi bütün sektörleri olduğu gibi basın sektörünü de önemli değişim kararları almaya zorlamaktadır. Bu çalışmada, yayımlanmaya basılı bir gazete olarak başlayan yerel Çanakkale Olay gazetesinin, teknolojiye hızlı değişim nedeniyle kapanma kararı almasına kadar olan süreç incelenmiştir. Bu süreçte elde edilen verilere göre, yazılı metinlerin çoğunluğunun haber olduğu ve haberlerin yerel haberlerden oluştuğu, diğer metinlerin köşe yazısı ve röportaj olduğu, bu bulguya göre gazetenin haber gazetesi ve fikir gazetesi kimliği kazandığı görülmüştür. Haber türleri oran sıralamasına göre, ekonomi, siyaset, spor, eğitim, çevre sorunları, magazin, asayiş, turizm, sanat ve kadın uzmanlık alanlarındadır.

Gazetenin ilk yıllarında haberlerin çoğunlukla imzasız olarak yayımlandığı, ileriki yıllarda muhabir imzalı özgün haberlerin çoğaldığı, haber ajanslarından ve diğer kaynaklardan alıntılarının sınırlı kullanıldığı; başlıca gelir kaynaklarının yerel reklam ve ilanlardan oluştuğu, bunların yer aldığı, sayfa sayısının ise haber metinlerinden daha az olduğu görülmektedir.

İncelenen haber başlıklarından 36 tanesinin çoğunluğu (20) olumlu haberlerden, 4 tanesi sorgulayıcı, eleştirel ve 3 tanesi olumsuz mesajlar veren haber başlıklarından oluşmaktadır. Haber başlıklarındaki isimlerin çoğunlukla kişisel ve kurumsal isimlerden oluştuğu (10), soyut isim kullanımının daha az olduğu (2) tespit edilmiştir. Çalışmanın temel sorusu olan, 'Yerel basılı gazeteler, yerel haberler yaparak, yerel reklam ve ilan olanaklarıyla kaliteli, bağımsız

gazetecilik yapabilir mi?’ sorusuna karşılık, yerel haberler ve yerel reklamlar ile yayımlanan gazetenin, BİK’nun 2018’de aldığı kaliteli internet siteleri kararı ve 2020 pandemi sürecinde reklam-ilan sayılarındaki azalma nedeniyle, 2024 yılından sonra sadece internet gazetesi olarak yayın kararı aldığı; Kalem gazetesi ve Çanakkale Gündem gazeteleriyle birleşerek, ‘Çanakkale’de Bugün’ basılı gazetesi olarak çıkmaya başladığı görülmüştür.

Çanakkale Olay, BİK’dan gelen ilanlarla değil, kendi aldığı yerel reklam ve ilanlar ile yayın hayatına devam etmiş, bunlar arasında tam sayfa reklam ve ilan sayısı her zaman azınlıkta kalmış; haber sayfaları her zaman reklam ve ilan sayfalarından daha fazla olmuştur. Çanakkale Olay gazetesinin manşet ve başlıkları gazetenin yayın politikası ve söylemini anlamada en önemli kaynaklardandır. Başlıklar, gazetenin çok yönlü haberciliğini, eleştirel ve sorgulayan yaklaşımını, gündem yaratan özgün haber konularını ele aldığını kanıtlar niteliktedir. İncelenen haber sayılarındaki değişime baktığımızda, imtiyaz sahipliği ve kadro değişimiyle doğru orantılı olarak, 2000’lerin başında ve pandemi sürecinde yaşanan durgunluklar gibi, ülkenin genel ekonomik durumu ile de yakından ilgili olduğu görülmektedir. Ekonomik nedenler ile ve BİK’nun da yerel gazetelere önerileri arasında bulunan, reklam ve ilan sorunlarına çözüm olarak daha ekonomik yayın seçeneği olan, canakkaleolay.com internet gazetesi 2000 yılında başlamıştır.

Ancak istikrarlı ve sürdürülebilir bir sermaye yapısının olmaması internet gazetesinin de sorunları çözmesine yeterli olmamış, imtiyaz sahipliği değişikliklerini getirmiştir. Teknolojinin değişmesiyle ve sosyal medyanın etkinlik kazanmasıyla reklam sektöründeki tercih değişimleri ve daralmalar da yine gazetenin reklam potansiyelini düşüren etkenler olmuştur. Bütün bu nedenler göz önüne alındığında, kuruluş yıllarından itibaren gazeteyi çıkaran ailenin imtiyaz sahipliği sona ermiştir. Gazetenin imtiyaz sahipliği değişikliğinden sonra alınan yeni bir karar da yine BİK’nun önerileri doğrultusunda, Çanakkale Olay, Çanakkale’de Gündem ve Kalem yerel gazetelerinin birleşerek, Çanakkale’de Bugün adlı tek bir gazeteyi çıkarma kararıdır. Bu karar sonrasında Çanakkale Olay basılı gazetesi kapanmış sadece internet yayınına devam etmiştir.

Öneriler

Teknolojinin değişimi kaçınılmaz olarak devam edecektir. Bu değişim gazeteler üzerinde ekonomik sorunlar getirirken hızlı olmak gibi avantajları da vardır. En önemli avantajlarından biri de yerel basının özgün yapısını internet ile dünyaya duyurmak ve paylaşmak olabilir. Ancak bu yapılırken farklı gazetelerin farklı yayın politikalarıyla çok sesli bir yayın kültürü geliştirmelerine destek olunması gerekir. Böylece, kamu yararına olabilecek her türlü düşüncenin özgürce sunulabileceği bir demokrasi ortamının sürdürülmesi mümkün olabilir. Özgün habercilik yapan ve kamuoyunun sesi olabilen gazetelerin internet ortamında okuyucuya ulaşabilmesi sağlanmalıdır. Sosyal medyanın güvensiz ve sakıncalı ortamına karşın, internet gazeteleri editoryal süreçlerden geçen haberleriyle güvenilir iletişim alternatifi yaratabilirler. Bu sürecin devam edebilmesinin en önemli güvencelerinden birisi, nitelikli gazetecilik yapılması amacıyla kurulmuş olan ve bu amaç ile çalışmalarına devam eden BİK’nun yeni çözüm önerileri olacaktır.

BİK’nun çözüm önerileri doğrultusunda, internet gazetelerinin en az basılı gazeteler kadar nitelikli ve özgün habercilik yapmaları hedeflenmelidir ve gelecekte BİK denetimleri bu doğrultuda ağırlık kazanmalıdır. Ayrıca BİK dışında toplumun bütün kurumlarının demokrasinin gelişmesi ve denetimi bakımından yerel basına destek olması önemlidir. BİK’nu günümüze kadar getiren kurumlara bakıldığında, BİK’nun, basının bağımsız ve objektif olabilmesi için demokrasiye katkı sağlamak amacıyla kurulduğu görülmektedir. 2012’de BİK’da alınan kararlar, her ne kadar benzer çizgideki gazetelerin birleşmesi ve yerel gazetelerin ekonomik sorunlarına çözüm bulmak amaçlansa da, yayın politikası benzer çizgide olmayan gazetelerin birleşmesi farklı fikirlerin topluma ulaşmasını engelleyen bir uygulamaya dönüşebilir. Ayrıca, Çanakkale Olay örneğindeki gibi, birleşen gazetelerin reklam-ilan pastasından daha fazla yararlanması amaçlansa da bu kararın üç farklı yayın politikasına sahip gazetenin birleşmesiyle gelecekte yeni sorunlara yol açması ihtimal dahilindedir.

Gazetelerin internet haber sitelerinin iyileştirilmesi projesiyle başlayan dönüşümde amaçlanan iyileşme kriterlerinin “tık” ile ölçülmesi yerine özgün, bağımsız ve nitelikli habercilik kriterlerinde ağırlık kazanması gerekmektedir. Böylece BİK kurum mevzuatının, yayınların içeriklerine daha fazla odaklanmasıyla kaliteli yayıncılık teşvik edilip geliştirebilir.

KAYNAKÇA

Atabek, N. (2005). Tarihsel süreçte Türkiye’de yerel basın ve yerel yönetimler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 23, 63–74.

Aziz, A. (2008). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Nobel Yayın Dağıtım.

Balcı, A. (2001). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Pagem Yayınevi.

- Basın Kanunu. (n.d.). *T.C. Resmî Gazete*. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5187.pdf> (Erişim tarihi: 17 Şubat 2025)
- Basın İlan Kurumu. (2025). Resmi ilan tarihçesi. <https://bik.gov.tr/kurumsal/resmi-ilan-tarihcesi/> (Erişim tarihi: 13 Şubat 2025)
- (2024). Resmi reklam ve ilan yönetmeliği değişiklikleri, 19 Eylül 2024. <https://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/yonetmelik-degisiklikleri-resmi-gazetede-yayimlandi/> (Erişim tarihi: 13 Şubat 2025)
- (2024). 32. Dönem 6. Genel Kurul Toplantısı, 29 Mayıs 2024. <https://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/basin-ilan-kurumu-genel-kurulu-sona-erdi-3/> (Erişim tarihi: 13 Şubat 2025)
- Çanakkale Olay Gazetesi. (1987–2024). *Basılı arşiv*. Çanakkale İl Halk Kütüphanesi.
- Demirkent, N. (1998). Yerel gazeteciliğe genel bakış. *Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi*, 6, 33–50.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye’de gazetecilik ve bilim iletişimi*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erkal, A., & Uçak, O. (2018). Türkiye’deki basılı yerel gazeteler ile dijital yerel gazetelerin haber, reklam ve kendi kendini denetim yaklaşımlarının karşılaştırması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(4), 2511–2529.
- Gezgin, S. (2007). *Türkiye’de yerel basın* (S. Gezgin, Ed.). İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları.
- Girgin, A. (2001). *Türk basın tarihinde yerel gazetecilik*. İnkılap Kitabevi.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press. <https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf> (Erişim tarihi: 15 Şubat 2025)
- Işık, M. (2014). Ocak 2012 gazete birleşmelerinin Erzurum basınının gelişim süreci içerisindeki yeri ve önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 47, 51–74.
- İçel, K. (2021). *Kitle iletişim hukuku* (14. baskı). Beta Yayıncılık.
- Öztürk, Y. (1992). *Yerel Anadolu basını*. Yerel Basın Kurultayı Bildiriler. Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Şeker, M. (2005). Yerel gazeteler ve resmi ilan. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(1), 101–115.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut’tan holdinglere Türk basın tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). Süreli yayın istatistikleri – 2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sureli-Yayin-Istatistikleri-2023-53810> (Erişim tarihi: 13 Şubat 2025)
- Uçak, O. (2020). *Medya ve Adil Yargılanma Hakkı*. Eğitim Yayınevi.
- Uçak, O., & Erkal, A. (2019). Osmanlı’dan günümüze Türkiye’de yerel basının gelişim süreci. *Selçuk İletişim*, 12(1), 92–122. <https://doi.org/10.18094/josc.397938>
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 188–201. <https://doi.org/10.21733/ibad.871703>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. basım). Seçkin Yayıncılık.