

Araştırma Makalesi

**Yerel İnternet Gazeteciliğinde Köşe Yazarlığı Olgusu
“Kars İli Yerel İnternet Gazeteleri”**

Dr. Öğr. Gör. Hakan YÜKSEL
Kafkas Üniversitesi
hakanyuksel25@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4560-6685

ÖZET

Yerel internet gazeteciliği, dijitalleşmenin coğrafi bağlamda yereli temsil eden bölgelerde yazılı basını dönüştürmesiyle ortaya çıkan bir olguyu oluşturmaktadır. Gerek güncel içeriği gerekse interaktif yapısıyla öne çıkan bu mecralarda haber içerikleri kadar köşe yazılarının profili de kullanıcıları etkilemektedir. Nitekim mevcut çalışmanın merkezini bu husus teşkil etmektedir ve yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlığının genel anlamda nasıl bir görünüme sahip olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu amacı yerine getirmek doğrultusunda içerik analizine müracaat eden çalışmada, Kars ilindeki yerel internet gazeteleri örneklem olarak incelenmiştir. Elde edilen nicel ve nitel veriler mevcut analiz yöntemiyle irdelenerek bulgulara yansıtılmıştır ve hazırlanan tablolar üzerinden yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Gazetecilik, Köşe Yazarlığı, Kars, Dijitalleşme.

Atıf Bilgisi: Yüksel, H. (2021). Yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlığı olgusu “Kars ili yerel internet gazeteleri”, *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 2021, 3(1), 93-115.

Sorumlu Yazar, Hakan YÜKSEL , hakanyuksel25@gmail.com

Research Article

Columnist in Local Internet Journalism "Kars Province Local Internet Newspapers"

Dr. Öğr. Gör. Hakan YÜKSEL
Kafkas University
hakanyuksel25@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4560-6685

ABSTRACT

Local internet journalism is a phenomenon represents the local in geographical context by transforming the print media to digitalization in these regions. The profile of the columnist affects the readers as much as the content of news in the channel that stands out with both their up-to-date content and their interactive structure. Thus, this issue constitutes the center of the current study. It is aimed to reveal the general appearance of columnists in local internet journalism. For this purpose, local internet newspapers in the province of Kars were analyzed as a sample in the study applies content analysis. The obtained quantitative and qualitative data were analyzed with the current analysis method, reflected in the results, and interpreted through the prepared tables.

Key Words: Internet, Journalism, Column Writing, Kars, Digitalization.

Citation : Yüksel, H. (2021), Columnist in local internet journalism "kars province local internet newspapers", *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 2021, 3(1), 93-115.

Responsible Author : Hakan YUKSEL, hakanyuksel25@gmail.com

GİRİŞ

Coğrafi olarak belirli bir alanla sınırlı kalan ve bu alan içerisindeki hedef kitleye sunmuş olduğu içeriklerle öne çıkan yerel basın olgusu, her ne kadar gelir dağılımı ve okuyucu kitlesi açısından ulusal basının ardında kalsa da, hatırı sayılır kitlesiyle yerel mecralarda haber dağıtmaya devam etmektedir. Dijitalleşmenin medya sektörüne sirayet etmesi neticesinde tüm medya platformlarının teknolojik minvalde yöndeşmek durumunda kalması ise yerel basını doğrudan etkilemiştir ve okuyucu kitlenin kullanıcı kitleye dönüşmesinin yolunu açmıştır. Böylece yerel haberlerin daha güncel ve hızlı bir biçimde elde edilebildiği aynı zamanda yerelle sınırlı kalmayarak ulusal ve küresel düzeye ulaştığı yerel internet gazeteciliği kavramı karşımıza çıkmıştır.

Yerel internet gazetelerinin aynı kütüğe sahip olan köydeki, kasabadaki, ilçedeki, ildeki ve başka ülkedeki vatandaşları tek bir çatı altında buluşturması ise bu alana olan kullanıcı eğilimini giderek artırmıştır. Kalite olarak sürekli gelişen ve baskı masrafı vb. olmadığından ötürü reklam gelirlerini kurumsal gelişime aktarabilen yerel internet gazetelerinin sadece ajanslara bağımlı kalmaması ise ayrıca önemsenmiştir. Dolayısıyla hem haber içeriklerinde hem de köşe yazılarında güçlü bir biçimde öne çıkmak isteyen sanal mecralar kurgulanmaya başlanmıştır. Yerel anlamda bu niteliğe ulaşmak ve hedef kitle ilgisini çekebilmek için habercilik faaliyetleri geliştirilmiştir.

Köşe yazarları ise yerel internet gazetelerinin bir anlamda öznel ve yorumsal tarafını ortaya koymak açısından ön plana taşınmıştır. Ele aldıkları konu içerikleri, temas ettikleri yerel meseleler ve yazı paylaşımındaki sistematik ilerleyişler köşe yazarlarının mevcut profili açısından ayrıca önemsenmiştir. Bu çerçevede mevcut çalışmanın temel hedefi olarak yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlarının nitel ve nicel açıdan hangi görünüme sahip olduğu sorusuna cevap aranmıştır ve yöntem olarak içerik analizine müracaat edilmiştir. Kars ilinin sanal basını yani yerel internet gazeteleri örneklem alınarak hareket edilen çalışmada, araştırma soruları minvalinde bir süreç kurgulanmıştır ve belirlenen tarihlerde içerik analizi gerçekleştirilerek elde edilen bulgular tablolara yansıtılmıştır. Toplamda on altı yerel internet gazetesi ve kırk üç köşe yazarı tüm yazılarıyla irdelenerek analiz safhası sürdürülmüştür. Akabinde ise son olarak tüm veriler yorumlanmıştır ve yerel internet gazeteciliğinin Kars ilindeki mevcut görünümü yansıtılmaya çalışılmıştır.

1. YEREL GAZETECİLİK MECRASI

Konvansiyonel medyanın yazılı basın unsurları arasında yer alan gazetelerin hedef kitleleri; ülke düzeyinde ve bölgesel eksende olabildiği gibi yerel bağlamda da öne çıkabilmektedir. Nitekim ele aldığı konu itibarıyla il, ilçe ve köylerde cereyan eden haberlerle sınırlı kalan, bununla birlikte mahalli sorunlara yer veren içerikleriyle öne çıkan basılı

mecralar, yerel gazetecilik alanını teşkil etmektedir. Öte yandan gerek yerel gündeme ve yerel politikaya, gerekse kültür, sanat, spor ve ekonomi gibi gelişmelere temas eden yerel gazetelerin belirli bir okuyucu kitlesi bulunmaktadır ve bu gazeteleri dijital medyanın etkisine rağmen ayakta tutan başlıca etmen de okuyucuların söz konusu gazetelere olan eğilimidir.

Zira yerel mecralardaki okuyucuların kültürel bir aidiyet hissedencesine yerel gazetelere ilgi göstermesi (Yaşın, 2009, s. 116), gazetelerin devamlılığı ve dijital gazetelerle rekabeti açısından nitelik arz etmektedir. Aynı zamanda yerel gazeteler halkın sunmuş olduğu haber içerikleriyle halkın tutum ve yaklaşımlarını göz önüne sermektedir ve bu doğrultuda yerel gazetelerin üzerinde durduğu sosyal, kültürel, politik ve iktisadi gelişmeler esasen yöre halkının genel profilinin yazılı basında karşılık bulmuş halini göstermektedir (Gezgin, 2007, s.177). Öyle ki ulusal basın organlarına göre sansasyonel haberlerden kaçınan ve her ne kadar kurumsal anlamda siyasi ve ideolojik tavrı olsa da haber sunumunda içeriği olduğu gibi aktaran yerel gazeteler, halkın doğal halini doğrudan sunabilmeyi başarmaktadır.

Yorum ve tartışmaları ise bilhassa köşe yazarları üzerinden öne çıkaran yerel gazetelerde genelde nesnel bir dil kullanılmaktadır ve yalnızca politik haberlerde taraflı bir yayın anlayışı göze çarpabilmektedir. Seçim dönemlerinde yerel gazetelerin bu tutumunu görmek mümkündür ve özellikle hem siyasi adayların hem de daha önceki süreçte öne çıkan ve sayıları çok daha fazla olan aday adaylarının yerel gazeteleri adeta bir reklam aracı gibi kullanması eleştirilmektedir. Ancak buradaki esas eleştiri yerel gazetelere yapılmaktadır ve asli niteliğinden uzaklaşarak siyaset mekanizmasının aracı konumuna gelmesi üzerinde tartışmalar vuku bulabilmektedir. Ulusal basın kurumları gibi tiraj gelirleri, reklam ve sponsor destekleri yeterince olmayan yerel gazetelerin seçim dönemlerinde siyaset parametreleriyle örtüşen bir izlenim uyandırması ise, ekonomik kaygı gerekçesiyle açıklanabilmektedir.

Geleneksel ve dijital medya alanlarının okuyucuları, dinleyicileri, izleyicileri ve kullanıcıları bilgilendirme vazifesinin öncelikli bir husus olduğu dikkate alındığında yerel gazetelerden de beklenen budur ve yaşanan hadiseler hedef kitleye doğru olarak aktarılmalıdır. Yerel gazetecilikte bu bilgilendirmeler diğer medya alanlarına nazaran daha detaylı olarak sunulmaktadır (Ozan, 2003, s. 585). Çünkü yerel gündem genellikle yeterince yoğun bir içerik oluşturmadığından, verilen haberlerin daha detaylı olması ve röportajlarla desteklenmesi sıkça görülen bir durumdur. Ajanslardan elde edilen haberler daha kısa olarak sunulurken, yerel gazete muhabirler tarafından sağlanan ve özel haber olarak yansıtılan haberlerde ayrıntılar öne çıkabilmektedir.

Haber sunumunda yerel gelişmeler detaylı biçimde aktarıldığından ötürü kamu-

yu oluşturabilmek bağlamında bizatihi dikkat çeken yerel gazeteler (Vural, 2007, s. 16), mevcut tüm bilgileri aktarmak adına aynı zamanda ciddi mesailer harcamaktadır. Zira yerel gazeteleri kırsalla sınırlı düşünmemek gerekir ve nasıl ki küçük bir ilçede yayınlanan yerel gazeteler olabildiği gibi İstanbul iliyle sınırlı haberler yapan yerel gazeteler de karşımıza çıkabilmektedir. Aralarındaki fark haber içeriklerinin yoğunluğu ve diğer taraftan satış rakamlarıyla reklam gelirleridir. İlçelerde ve nüfusu az olan illerde ortalama 500 – 2000 arası tiraj yakalayan yerel gazeteler, İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa gibi metropol şehirlerde on binlerce okuyucuya ulaşabilmektedir. Dolayısıyla hedef kitlenin niteliği kadar yoğunluğu da önemlidir ve bu faktör yerel gazetelerin iş temposunu doğrudan etkilemektedir.

Yerel gazetelerde; var olan her konuya temas edilebilmesi ve bu bağlamda gerek medya sahipliğinden soyutlanarak gerekse tekelleşmeden uzak kalarak özgür bir habercilik yaklaşımıyla hareket edilmesi mühim görülmektedir. Bu nedenle toplumun her kademesinden çeşitli statülere sahip bireyler yerel gazetelerde daha kolay haber olabilmektedir ve daha rahat demeçler verebilmektedir (Yılmaz, 2005, s. 104). Yalnızca siyasi içerikli haberlerde değil, diğer haber içeriklerinde de genel anlamda böyle bir izlenim söz konusudur ve yerel gazetelerde sıkça röportajlara yer verilmesinin alt nedenleri arasında bu husus da yer edinmektedir. Şehir merkezleri, ilçe/kasaba/semte mahalleri ve köylerin haber ağına dâhil edildiği yerel gazetelerde (Ünal, 1996, s. 1068) haber kaynağı olarak da söz konusu yerlerin idari birimlerinden fazlasıyla yararlandığı bilinmektedir. Haberlerde resmi kurumların kaynak olarak verilmesi ve bu haberlerin yine resmi makamlardan kişilerin demeçleriyle desteklenmesi olağan görülmektedir.

Yerel gazetelerin bu olağan tutumları, gazeteciliğin temel ilkeleriyle örtüşen bir durumdur ve kaynağı belirsiz olan daha doğrusu iddiadan ibaret bir durum teşkil eden haber içeriklerine pek fazla yer verilmemektedir. Seçim dönemlerinde mali kaygılar gereği asli ilkelerinden uzaklaşan birçok yerel gazetenin diğer süreçlerde gazetecilik mesleğiyle bütünleşmesi ise önem atfedilen bir husustur. Pierre Bourdieu tarafından beyan edildiği gibi; esasen gazetecilik mesleğinin ilkeleri ve kendine has kaideleri mevcuttur. Bu durum özgürce yazım ile bütünleştiğinde gazetelerin içyapısı ayrı bir niteliğe bürünmektedir (Bourdieu, 1997, s. 45). Dolayısıyla etik ilkeler ve temel prensipler her zaman öncü bir durum teşkil etmelidir fakat kimi durumlarda siyasetin ve ekonominin etkisiyle aksi yönde ilerleyen bir gazetecilik icra edilebilmektedir.

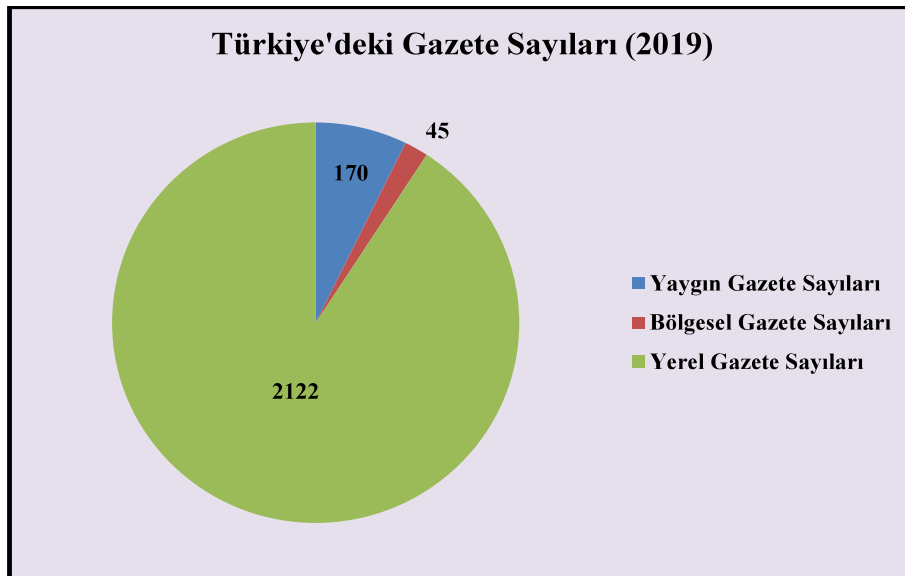
Küresel basında ve ulusal medyada olduğu gibi yerel siyasetin ve ekonominin etkisiyle de vuku bulabilen bu yaklaşım, okuyucu nezdinde yerel gazetelerin güvenilir potansiyelini negatif etkileyebilmektedir. Hâlbuki yerel gazeteler demokrasi olgusunun doğru işleyebilmesi adına güçlü bir yer edinmektedir (Bajohr, 2006, s. 177) ve yerel siyasetin

nabzını doğru ölçmek açısından nitelik taşımaktadır. Ancak burada bahsedilen demokrasi, herkese söz hakkı veren ve hem siyasilerin hem de tabanın görüşlerini önemseyen bir yaklaşımı kastetmektedir. X bir partinin basın unsuru gibi hareket eden yerel gazetelerin bu bakımdan eleştirilerin odağında yer aldığı belirtilebilir. Öte yandan; global dünyada artık birçok yerde tablo böyledir ve medyanın siyasete araç olması alışılır bir noktaya gelmiş vaziyettedir.

Belki de olması gereken ise; Jürgen Habermas’ın yaklaşık otuz yedi yıl önce üzerinde durduğu gibi; yerel medyanın ve bu özelde yerel gazete mecralarının toplumun fertlerine hem fikir bildirmek hem de görüş edinmek adına serbest bir hareket alanı oluşturmasıdır (Habermas, 1984, s. 4). Dijital medyanın yaygın etki oluşturmasıyla geri planda kalan gazetelerin ve aynı zamanda yerel basın unsurlarının halka daha fazla söz hakkı tanıyarak yani serbest kürsü niteliğinde bir ortam oluşturarak yeni bir oluşuma olanak tanınması, Habermas’ın bu yaklaşımını hayata geçirebilir. Keza geleneksel medya unsurlarında ve bu minvalde yerel basında interaktif bir süreç söz konusu olmadığından, böyle bir hamleyle okuyucu geri dönütüne yer verilebilir. Netice olarak; tirajları giderek azalan, baskı masraflarıyla baş edemeyen ve okuyucu sayısı düştüğünden ötürü reklam desteği de kısıtlanan yerel gazetelerin yeniden canlanması adına yerel bölgelerde bu tutum sergilenebilir.

Kavramsal olarak değindiğimiz ve mevcut yapısına dair yorumsal değerlendirmelerde bulunduğumuz yerel gazetelerin nicel verilere baktığımızda ise, ulusal basınla eşdeğer düzeyde ve giderek gerileyen bir tablo olduğunu görmek mümkün olacaktır. Zira Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından paylaşılan ve 2019 yılına ait olan son veriler bu durumu net olarak ortaya koymaktadır (TÜİK, 2019):

Şekil 1: Türkiye’deki Gazete Sayıları

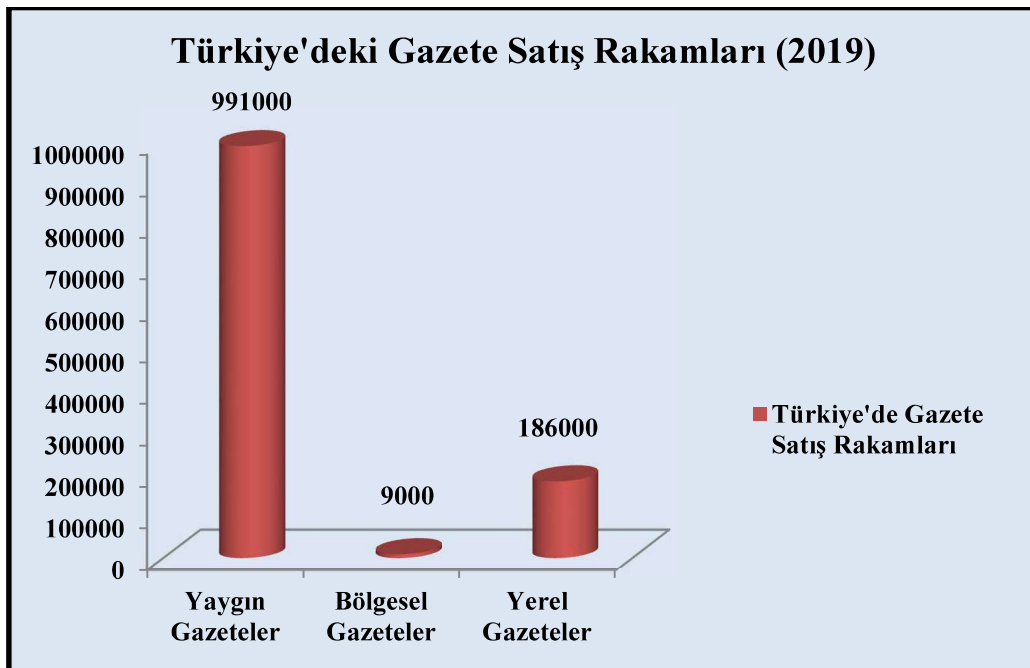


Bir numaralı şekilde öncelikle yerel gazetelerin ulusal gazetelere ve bölgesel gazetelere nazaran sayıca oldukça fazla olduğu görülmektedir ve il/ilçe bazlı değerlendirildiğinde bu sayının makul olduğu düşünülebilir. Yüzdeler olarak bakacak olursak; Türkiye’deki mevcut 2337 gazetenin %90,8 oranını yani 2122 tanesini yerel gazeteler oluşturmaktadır. Yaygın yani ulusal nitelikli gazetelerin sayısı ise 170’tir ve bu gazeteler toplam sayının %7,3’ünü kapsamaktadır. Bölgesel nitelikli gazeteler ise sadece %1,9 oranıyla 45 rakamına ulaşabilmiştir.

Geçmiş yıllara nazaran ve bilhassa son on yılda sayıca ciddi düşüşe geçen tüm gazeteler arasında yerel gazetelerin de olduğunu söylemek gerekir. Öyle ki birazdan değineceğimiz yerel internet gazeteleri mecrası konvansiyonel yerel basını doğrudan etkilemiş durumdadır ve hem gazete sayıları hem de satış rakamları azalmaya başlamıştır. Buna rağmen 2122 rakamıyla öne çıkan yerel gazetelerin sayısal veriler doğrultusunda, ayakta kaldığı görülmektedir.

Bir diğer grafik içeriği ise yerel gazetelerin de yer aldığı satış rakamlarına dairdir. Yine TÜİK verileri bağlamında öne çıkan nicel bulgular, gazete tirajlarının gazete sayılarıyla ters orantılı olabildiğini göstermektedir. Çünkü bir önceki grafikte yer alan verilerde yerel gazeteler açık ara öndeyken bu defa yaygın gazeteler sayıca az ama tiraj olarak çok daha fazladır. Bölgesel gazeteler ise her iki grafikte de satış rakamları açısından son sırada yer almaktadır. (TÜİK, 2019):

Şekil 2: Türkiye’deki Gazete Tirajları



Nicel verilerin ortaya koyduğu gibi yerel gazeteler günlük ortalama 186 bin satış rakamına ulaşmış durumdadır ve bu oran toplam gazete satışının %15,7 oranına denk gelmektedir. Bir önceki grafikte mevcut yerel gazete sayılarının 2122 olduğu dikkate alındığında, ortalama 9 bin civarı günlük satış yapan bir yerel gazete profili olduğu anlaşılmaktadır. Elbette ki bu durum bölgeden bölgeye değişim göstermektedir ve kırsal bölgelerde 300 civarı satış yapan yerel gazeteler olduğu gibi büyük şehirlerde 30 bini aşan rakamları yakalayabilen yerel gazeteler de mevcut bulunmaktadır ve bu gazeteler bazı ulusal gazetelerin dahi tiraj olarak önüne geçmektedir. Her yıl güncellenen ve TÜİK tarafından 2020 verileri henüz paylaşılmayan (2021 yılı temmuz ayında veriler paylaşılacak) yazılı basın verileri son yıllarda her kategoride düşüş eğiliminde olduğu için son bulguların neyi yansıtacağı ayrıca önem arz etmektedir. Böylece dijital basının yerel gazeteler üzerindeki etkisi bir kez daha gözlemlenebilecektir.

2. YEREL İNTERNET GAZETECİLİĞİ

Konvansiyonel gazeteciliğin dijitalleşme bağlamında yaşamış olduğu dönüşümü tanımlayan internet gazeteciliğiyle ilgili literatürde birçok tanıma yer verilmiştir. Hız faktörü, güncellik niteliği ve her ortamda erişim kolaylığı başta olmak üzere artı değerler öne çıkarılarak yapılan tanımlarda aynı zamanda karşılıklı etkileşim ve çoklu uygulamalara temas edilmiştir. Bu bağlamda internet gazeteciliği için; gazetecilik pratiklerini dijital destekli olarak gerçekleştiren ve okuyucuları kullanıcı konumuna getirerek hedef kitleye haber, bilgi ve içerik sunulmasını sağlayan yeni medya ortamı tanımlamasını yapabiliriz.

Bu çerçevede internet gazeteciliği olgusu küresel ve ulusal ölçekte cereyan ettiği gibi yerel gazeteler bağlamında da ayrıca öne çıkmaktadır ve yerel gazeteciliğin internet ortamına taşınmasıyla, yerel internet gazeteciliği kavramı alanyazına girmektedir. Dolayısıyla yerel haberlerin evrensel bir niteliğe ulaşmasıyla beraber, yerel medyanın küresel bir profil niteliğine bürünmesi sağlanmaktadır (Bek, 2005, s. 137). Öyle ki içerik olarak yerel haberlere yer verilse de bu haberlerin internet mecrasında sadece o ildeki yerel halka değil aynı zamanda diğer illerdeki ve dünyanın çeşitli yerlerindeki hedef kitleye hitap etmesi, haber içeriklerini de ulusötesi kılmaktadır. Tam olarak bu noktada yerel internet gazeteciliğinin önemi öne çıkmaktadır ve yapılan haberler kadar sunulan köşe yazıları da yoğun bir kitleye ulaşmaktadır.

Yerel bağlamda gerçekleşen bir haberin oluşturduğu problem ağının global açıdan da mesele oluşturması (Önür, 2002, s. 164), yerel internet gazeteciliğinin oluşturduğu yankıya dikkat çekmektedir. Örneğin X bir il özelinde öne çıkan yerel internet gazetesinin gündeme getirdiği herhangi bir problemlili hadisenin, dünyanın bir başka ucunda o ilin kütüğüne ait olan vatandaşları etkilemesi, haberin de problemin de küresel etki oluşturmasına olanak tanımaktadır. Bu durum diğer taraftan yerel medya ve ulusal medya arasındaki

farkı giderek yok etmektedir (Değirmencioğlu, 2011, s. 29) ve artık her iki mecranın da internet ortamında yer almasıyla beraber temel farklılık sadece haber içeriklerinde kabul görmektedir. Bunun dışında kalan ve dijital medyanın pratikliklerini sunan tüm niteliklere yerel internet gazetelerinin de sahip olması, mevcut rekabeti tirajdan ziyade kullanıcı/takipçi sayısında devreye koymaktadır. Haber içeriklerinin zenginliği noktasında ise hedef kitle rağbeti önemsenmektedir.

Zira metropol şehirlerde yayın faaliyetlerini sürdüren yerel internet gazetelerinin birçok ulusal nitelikli internet mecrasından daha fazla ilgi görmesi, artık sadece hedef kitlenin eğiliminin önem arz ettiğini göstermektedir. Dolayısıyla yerel/genel farkını haber içerikleri kadar belirleyen bir kullanıcı faktörü bulunmaktadır. Teknik donanımına sahip çalışanların ve gerekli olan dijital altyapının sağlanmasıyla yerel basını internet basınına dönüştüren bir sürecin inşa edilmesi (Yaşın, 2009, s. 142), yerel internet gazeteciliğinin yaygın etki sağlamasına ve artık sadece gazetecilerin değil her kesimin bu alanda söz sahibi olabilmesine zemin hazırlamaktadır.

Nitekim internet ortamında medya kurumlarının yanı sıra gazeteciliğe ilgi duyan bireyler de küçük çaplı haber siteleri kurmaktadır ve başlangıçta ajanslardan elde edilen bilgilerle hazırlanan ve amatör sayılabilecek köşe yazılarıyla desteklenen bu siteler, zamanla profesyonel düzeye erişebilmektedir. Gelir elde etmek noktasında ise diğer online mecralar gibi reklamlardan yararlanılmaktadır. Bu doğrultuda 'banner' olarak adlandırılan sanal reklamlar (Halıcı, 2003, s. 164) mühim bir ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Dolayısıyla yerel nitelikli internet gazetelerinin güçlü bir biçimde ayakta kalabilmesi adına ciddi etki teşkil eden reklamların artması, o haber sitesinin giderek gelişmesine ve kadrosunu güçlendirmesine imkân verebilmektedir.

Öte yandan yerel internet gazeteleri her ne kadar haber içeriği olarak yerele hitap etse de internet ortamlarında 'yerel' ifadesinin artık karşılık bulmaması (Söyler, 2012) kavram söylemi açısından muğlak bir duruma yol açmaktadır. Bu nedenle sanal basın, internet basını ve internet medyası söylemleri daha fazla tercih edilerek şehirlerle aynı içerikte kullanılmaktadır, örneğin 'Kars Sanal Basını' gibi bir söylem yerel internet gazetesi yerine tercih edilebilmektedir.

Yerel internet gazetelerin ulusal basın mecraları gibi holdingler bünyesinde yer almayıp daha mütevazı bir kurumsal yapıyla kitlelere sunulması ise, tekelleşme problemini ortadan kaldırdığı için (Karaman, 2010, s. 31) ilgili sanal gazeteler her kesimden demokratik görüşlerin rahatça ifade edilebilmesinde tercih sebebi olmaktadır. Bununla birlikte internet mecralarının demokrasi olgusunun yerleşmesinde katkısı olmasına rağmen bu süreçte global güçlerin internet gazetelerini de yönlendirebilmesi online kullanıcıları pasif kılmıştır (Stewenson, 2008, s. 357) fakat yerel mecralarda daha ılımlı bir tablonun var

olmasıyla süreç daha farklı işlemektedir.

Yerel internet gazetelerinin sosyal medyayla bütünleşmesi ve sunulan haberlerin yine sosyal medya destekli olarak platformlarda görünüm elde etmesi ise artı bir katkı olarak değerlendirilebilir. Küresel dünyada mobil internet kullanıcılarının giderek arttığı ve Türkiye özelinde bu sayının dünyadaki oranların da üzerinde olduğu düşünüldüğünde, hedef kitle ağının aynı zamanda sosyal medyayla birlikte ciddi bir rol teşkil ettiği dikkate alınabilir. Böylece dünyanın her bölgesinden internet sitesine ya da sosyal medya sayfalarına girerek memleketindeki gelişmeleri takip eden kullanıcıların güçlü bir aidiyet hissi yaşamasına fırsat verilebilmektedir (Akbulutgiller, 2013, s. 87). Ayrıca yerel internet gazetelerinin resmi sosyal hesaplardan link paylaşımı yaparak haberin detaylarını ana siteye aktarması internet kullanıcılarının yönlendirilmesini sağlayabilmektedir. Zira reklam geliri elde etmek ve reklamları görünür kılmak adına yerel internet gazeteleri için bu durum mühim niteliktedir.

Yerel internet gazeteciliği minvalinde öne çıkan ve geleneksel yerel gazeteciliğe nazaran pratiklik teşkil eden hususları ise şöyle sıralayabiliriz:

- Yerel internet gazeteciliğinde sayfa sınırı olmaması ve haber içeriklerinin sadece metinsel ve görsel değil aynı zamanda hareketli görüntülerle desteklenmesi, internet kullanıcıları açısından olumlu bir izlenim oluşturmaktadır.
- Yerel internet gazetelerinde muhabirlerin sahaya inmeden ve masa başında haber üretebilmesi hız ve pratiklik açısından değer arz etmektedir.
- Yerel internet gazetelerinin dünyanın her yerinde erişime açık olması, yerel sınırları evrensel niteliğe ulaştırmıştır ve bu durum aynı yörenin insanlarını buldukları coğrafyalar farklı olsa bile tek bir platformda buluşturmaktadır.
- Yerel internet gazetelerinde basılı gazetelere nazaran reklam alım sınırı olmadığı için hedef kitle genişledikçe reklam portföyü de giderek artabilmektedir.
- Yerel internet gazetelerinin haber arşivleme yetisinin olması ise yerel haberlere dair önemli bir veri niteliği taşıdığı gibi belge erişimi bağlamında kolay ve hızlı bilgi elde etmeye olanak sunmaktadır.
- Yerel halkların her konuya dair sunulan haber içeriklerine interaktif olarak yerel internet gazeteleri üzerinden geri dönüt yapabilmeleri, kullanıcıların yazılı basındaki pasifliğini aktif duruma getirmektedir.
- Yerel internet gazetelerinin haberleri anında düzeltebilme niteliğinin olması ise olası aksaklıkların hemen toparlanabilmesine imkân vermektedir.

3. MEDYA ALANLARINDA KÖŞE YAZARLIĞI OLGUSU

Gerek geleneksel medya gerekse yeni medya araçlarında sunulan haber ve bilgi içeriklerinin öznel olarak değerlendirilmesi bağlamında, köşe yazıları öne çıkmaktadır. Nitekim köşe yazıları, içerik minvalinde kanıtlayıcı gayesi olmadığından ve yorumsal olarak ön plana çıktığından ötürü haber metinlerinden farklı değerlendirilmektedir (Özdemir, 2002, s. 116). Ayrıca haber metinleri olayı net olarak sunarken köşe yazıları bu haberleri derinlemesine yorumlamak üzerine kurgulandığı için okuyucuları aydınlatıcı nitelikte bir görünüme sahip olmaktadır (Tokgöz, 2003, s. 305).

Köşe yazarlığı ise bu yorumlamaların çeşitli haber içeriklerine göre oluşturulduğu ve köşe yazarlarının öznel yaklaşımıyla gerçekleştirildiği bir alanı teşkil etmektedir. Yazılı basın mecralarında olduğu gibi artık haber kanallarında bile var olan köşe yazarlığı olgusu medya alanlarının tartışma ve değerlendirme köşesi olarak lanse edilebilmektedir. Örneğin, Habertürk kanalının basım faaliyetlerini bitirmesine rağmen köşe yazarı ifadesiyle internet sitesindeki yazarlarını ekrana çıkarması bu sıfatın her mecrada yaygın olarak kullanıldığını göstermektedir.

Bununla birlikte gazetelerde ve televizyonlarda olduğu gibi yerel internet mecralarında da köşe yazarlığı olgusu önemli bir yer edinmektedir ve birçok kullanıcı haberlerden ziyade internet sitelerindeki köşe yazılarını takip etmek için bu alanlara yönelmektedir. Ayrıca köşe yazarlarının hedef kitle nezdinde sadece haber yorumcusu olarak değil ekonomiden spora kadar her konuya dair söz sahibi olan bir analist olarak değerlendirilmesi (Kaya, 2009, s. 355), bilgi açıklayıcılığı açısından köşe yazarlığını güçlü bir yere koymaktadır.

Köşe yazarlarının medya mecralarında genel olarak gazeteciler arasından çıkması ise işin mutfağından gelerek haberleri yorumlama analizine sahip olan kişilerin bu alanda daha aktif bir hareket alanı bulabildiğini göstermektedir. Hatta gazetelerde genel yayın yönetmenleri ve bazı editörlerin köşe yazıları yazması, haber sunumundaki nesnel söylemleri köşelerinde daha esnek ve yorumlayıcı biçime dönüştürmektedir. Ancak bazı durumlarda bu esnek yaklaşımlar, iddiadan ibaret olan ve karşı tarafı zan altında bırakabilecek içerikleri barındırabilmektedir ve bu minvalde genellikle siyasi isimlerle davalık olan köşe yazarları söz konusu olabilmektedir. Haber kaynağı gizliliğinin bir ilke olarak benimsenmesi ise bu dava süreçlerini uzatabilmektedir.

Diğer taraftan medya camiasında toplumun seçkin kişileri olarak değerlendirilen köşe yazarlarının her konuya dair demeç vermesi ve afetlerden ekonomik gelişmelere, sportif faaliyetlerden politik gündemlere ve hatta kültür sanat aktivitelerine kadar her alanda görüşlerine başvurulmuş bir statüyü temsil etmesi görünürlük etkisi sunmaktadır.

Objektif olmaktan uzak ve gerek siyasi gerek ideolojik yaklaşımları ekseninde hareket etmeye müsait bir alan olmasına rağmen köşe yazarlarının demeçlerine değer verilmesi, analiz yetisi ile ilişkilendirilebilir.

Yerel basın mecralarında da bu durum benzer şekilde vuku bulmaktadır ve denilebilirse kanaat önderi niteliği atfedilen bazı köşe yazarlarının değerlendirmelerine neredeyse her konuda müracaat edilebilmektedir. Söz konusu köşe yazarlarının idari ve siyasi liderlerle haber ve röportaj bağlamında yakın temas kurması ise, haber kaynağı olarak kendilerine yoğun baskı uygulanmasına zemin hazırlamaktadır. Diğer medya mecraları da köşe yazarlarının duyularını önemli bir haber içeriği olarak kitlelere aktarabilmektedir ve özellikle siyasi kulislere ilişkin hususlarda bu tarz durumlar sıklıkla gerçekleşebilmektedir.

Nihayetinde köşe yazarlarının gündem belirleme yetisi mevcut durumdadır ve bu anlamda medya olgusunu destekler niteliktedir. Zira esasında medyanın gündemi oluşturma gücü dikkate alındığında, bu gücün yalnızca atılan manşetlerle değil yazılan köşe yazılarıyla da devreye girdiği söylenebilir. Hatta bazı durumlarda basılı gazeteler manşet haber olarak verdikleri haberin ayrıntılarını hem iç sayfalarda hem de köşe yazılarında okuyuculara aktarmaktadır. Yeni medya alanında da benzer şekilde köşe yazarlarının mevcut yazılarıyla gündem oluşturmaları ve yazıların basın sınırlarını aşarak küresel bir olguya dönüşmesi dikkat çekicidir.

Netice olarak köşe yazarlığının medya alanında yorum ve analiz mecrası olduğu üzerinde durmak gerekir. Bu analizler her zaman doğru sonuç sunmasa ve taraflı bir izlenim oluştursa da kitlelerin ilgisi devam etmektedir. Öyle ki köşe yazarlarından ötürü okunan basılı gazeteler, izlenen haber kanalları ve takip edilen internet siteleri mevcut durumdadır ve ayrıca sosyal medya hesapları üzerinden ciddi bir hedef kitleye ulaşarak kendi kurumdan bile daha fazla takipçiye ulaşan köşe yazarları bulunmaktadır. Güvenilirlik bağlamında da taraflı olmalarına rağmen hedef kitle rağbeti gören köşe yazarları, bu ilgi ekseninde yerel ve ulusal basında görev icra etmeyi sürdürmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN DESENİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlığı olgusuna temas eden çalışmanın araştırma sürecinde, Kars ili örneklem alınarak hareket edilmiştir ve bu ildeki yerel internet gazetelerin mevcut durumu içerik analiziyle irdelenmiştir. Dolayısıyla araştırma safhasının temel amacı Kars'taki yerel internet gazetelerinin nicel ve nitel profilini ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda hangi yerel internet gazetesi hangi içerikleriyle öne çıkıyor ve köşe yazarlarına ne derece yer ayırıyor soruları başta olmak üzere, araştırma soruları bağ-

lamında süreç işlenmiştir ve ilgili sorulara yanıtlar aranması hedeflenmiştir. Öte yandan çalışmanın köşe yazarlığına yerel internet gazeteleri üzerinden yaklaşması literatürde özgünlük teşkil ettiği için ve şimdiki dek yapılan tek çalışma olduğu için, bilimsel minvalde çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu minvalde yapılacak olan yeni çalışmalar bağlamında ise ışık tutmaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Yürütülen çalışmada analiz modeli olarak nitel analiz yöntemleri arasında sıkça tercih edilen içerik analizinden yararlanılmıştır ve elde edilen veriler tablolara yansıtılarak ayrıca değerlendirilmiştir. İçerik analizi sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda daha fazla tercih edilmektedir. Nitekim sosyal gerçeği elde etmeye çalışan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır ve gerçeği elde etmek isterken içerik özelliklerini irdeleme ve bu özelliklerden yararlanma yolunu seçmektedir (Gökçe, 1994, s. 24). Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla beraber ise, içerik analizi yönteminden daha fazla yararlanıldığı gözlemlenmiştir ve bilhassa iletişim çalışmalarında bu analizden faydalanılmıştır (Aziz, 1990, s. 105). Mevcut çalışmada da Kars ilindeki yerel internet gazetelerinin güncel durumunu ve araştırma soruları ölçeğinde öne çıkan diğer verileri ortaya koyabilmek açısından içerik analizine müracaat edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yayın yapan ve yerel niteliğiyle öne çıkan internet gazeteleri oluşturmuştur. Bu evreni temsil etmesi bakımından ise örneklem olarak amaçlı örneklem modeli tercih edilmiştir. Zira nitel analiz uygulanan çalışmalarda belirlenen örneklem sayısı genel olarak azdır ve amaçlı örneklem tercih edilerek hareket edilmektedir.

Bununla birlikte araştırmanın amacı bağlamında örneklem sınıflandırması yapılmaktadır (Marshall ve Rossman, 2014). Bu çalışmada da araştırmanın amacı doğrultusunda Kars ilindeki yerel internet gazeteleri örneklem olarak belirlenmiştir ve Tablo 1’de yer alan on altı yerel internet gazetesi derinlemesine incelenmiştir. Öte yandan araştırma sürecinde yerel internet gazetelerinin ele alınması, diğer yerel medya mecralarını araştırma sınırlılığının dışında bırakmıştır ve çalışma kapsamında yalnızca yerel internet gazetelerine odaklanılmıştır.

Tablo 1: Örneklem Konumundaki Yerel İnternet Mecraları

Örneklem Niteliğindeki Yerel İnternet Gazeteleri (KARS)	
Kars Manşet	Kars'tan Havadis
Kars Olay	Kars Pusula
Kars 36 Haber	Kars Hâkimiyet
Kars Haber	Kars Güncel
Haber Ölçek	Kafkas Haber Ajansı
Haber Değer	Gazete Kars
Lider Haber Ajansı	Kars Medyası
PolitiKars	Kağızman'ın Sesi

4.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma safhasında, mevcut analiz verileri irdelenmeden önce üzerinde durulan varsayımlar belirlenmiştir ve bu ekseninde aşağıdaki varsayımların söz konusu olabileceği değerlendirilmiştir:

- Yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarları, haber sitesinin siyasi ve ideolojik profilinin dışına çıkamamaktadır.
- Yerel internet gazeteciliğinde ağırlıklı olarak yerel siyasetin gündemini teşkil eden haber içeriklerine yer verilmektedir.
- Yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlarının düzenli ve periyodik bir yazı akışına tam olarak uymadığı düşünülmektedir.

4.5. Araştırmanın Soruları

Çalışmada; mevcut varsayımlar dikkate alınarak araştırma soruları da belirlenmiştir ve ilgili sorular ekseninde içerik analizi safhasına geçilmiştir:

- Kars ilindeki yerel internet gazetelerinin tümünde köşe yazarlarına yer verilmekte midir, eğer verilmiyorsa mevcut sitelerde var olan köşe yazarlarının genel tabloya oranı nasıldır?
- Kars'taki yerel internet gazetelerinin köşe yazarları, konu içeriği olarak genelde hangi hususlar üzerinde durmaktadır?
- Köşe yazarlarının mevcut örneklem haber sitelerinde yazı yazma aralıkları genel ölçekte nasıl işlemektedir?
- Yerel internet gazetelerinin imtiyaz sahipleri, genel yayın yönetmenleri ve editörleri aynı zamanda ilgili yerel internet gazetesinde köşe yazarı olarak yer almakta mıdır?

Netice olarak yukarıdaki araştırma soruları üzerinden çalışmanın analiz süreci kurgulanmıştır ve 28 Mart 2021 - 30 Mart 2021 tarihlerinde gerçekleşen güncel analizler sonucunda elde edilen bulgular görsel destekli olarak ve nicel veriler bağlamında tablo- larla yansıtılmıştır.

4.6. Araştırmanın Problem Cümlesi

Mevcut haber içeriklerinde ve aktüel olaylara dair sunumlarında özgün haberlere/ güncel gelişmelere yer verdiği gibi genel olarak ajans haberlerine yönelim gösteren yerel internet gazetelerinde; köşe yazarlarının yazı içerikleri bu yaklaşım çerçevesinde yete- rince özgün müdür ve yazı içeriklerinde yerel konulara ne derecede temas edilmektedir?

4.7. Araştırmanın Bulguları

Araştırma bulguları elde edilirken öncelikle on altı yerel internet gazetesi ayrı ayrı incelenmiştir ve ilk olarak bu platformların köşe yazarlarına yer verip vermedikleri öğre- nilmeye çalışılmıştır. Nihayetinde söz konusu on altı mecranın büyük bir kısmının yani on bir tanesinin köşe yazarlarını bulundurduğu diğer beşinde ise köşe yazarı olmadığı gözlemlenmiştir. Hangi sitede kaç köşe yazarı olduğuna dair veriler ise aşağıdaki tabloda karşımıza çıkmıştır:

Tablo 2: Yerel İnternet Gazetelerinde Köşe Yazarları

Yerel İnternet Gazeteleri ve Köşe Yazarları (KARS)	
Kars Manşet – 5 Köşe Yazarı	Kars’tan Havadis – 3 Köşe Yazarı
Kars Olay – 5 Köşe Yazarı	Kars Pusula – 1 Köşe Yazarı
Kars 36 Haber – 2 Köşe Yazarı	Kars Hâkimiyet – 3 Köşe Yazarı
Kars Haber – 5 Köşe Yazarı	Kars Güncel – Köşe Yazarı Yok
Haber Ölçek – 4 Köşe Yazarı	Kafkas Haber Ajansı – Köşe Yazarı Yok
Haber Değer – 7 Köşe Yazarı	Gazete Kars – Köşe Yazarı Yok
Lider Haber Ajansı – 7 Köşe Yazarı	Kars Medyası – Köşe Yazarı Yok
PolitiKars – 1 Köşe Yazarı	Kağızman’ın Sesi – Köşe Yazarı Yok

Tablo verileri bağlamında ilk neticeler gözlemlendiğinde ‘Haber Değer’ ve ‘Lider Haber’ Ajansı mecralarının yedişer köşe yazarı bulundurarak Kars ilindeki yerel internet gazeteciliğinin en fazla köşe yazarına sahip siteleri olmuştur. ‘Kars Manşet’, ‘Kars Olay’ ve ‘Kars Haber’ siteleri ise beşer köşe yazarı ile bu siteleri takip etmiştir. Diğer sitelerde köşe yazarı sayıları giderek azalmıştır ve incelenen beş mecrada köşe yazarı bulunma- maktadır. İncelemelerde dikkat çeken bir nokta, aynı köşe yazarlarının farklı tarihlerde birkaç haber sitesinde birden yazılar paylaşmış olmasıdır dolayısıyla köşe yazarı geçişleri mevcut yerel internet gazeteciliği mecraları arasında görünür düzeyde yaşanmıştır. Öte

yandan sadece bir köşe yazarına sahip olan ‘PolitiKars’ sayfasının mevcut yazarının aynı zamanda sitenin imtiyaz sahibi olarak karşımıza çıkması bir diğer dikkate çeken husus olmuştur.

İçerik analizi sürecinde bir sonraki adımda mevcut internet mecralarının köşe yazarları bağlamında hangi konulara daha fazla ağırlık verdiği bilgisi edinilmeye çalışılmıştır ve bu çerçevede köşe yazarı bulunmayan beş internet sitesi devre dışı bırakılarak diğer on bir yerel internet basınının köşe yazısı içerikleri değerlendirilmiştir. Ağırlıklı olarak yerel siyaset ve yerel gündem içeriklerinin dikkat çektiği analiz tablosu aşağıda paylaşılmıştır ve veriler yorumlanmıştır:

Tablo 3: Yerel İnternet Gazetelerinde Köşe Yazısı İçerikleri

Yerel İnternet Gazeteleri ve Köşe Yazısı İçerikleri (KARS)	
Kars Manşet	Yerel Siyaset, Yerel Gündem, Sağlık, Dini İçerikler
Kars Olay	Yerel Siyaset, Yerel Gündem
Kars’tan Havadis	Yerel Siyaset, Yerel Gündem, Kültür
Kars Pusula	Sağlık
Kars 36 Haber	Yerel Siyaset, Yerel Gündem
Kars Hâkimiyet	Yerel Siyaset, Yerel Gündem
Kars Haber	Yerel Gündem
Haber Değer	Yerel Siyaset, Yerel Gündem, Kültür, Sanat
Haber Ölçek	Yerel Gündem, Sağlık
Lider Haber Ajansı	Yerel Siyaset, Yerel Gündem, Sağlık, Spor
PolitiKars	Yerel Siyaset, Genel Siyaset

3 numaralı tablonun nitel verileri göstermektedir ki; Kars ilinde yerel internet gazeteciliğinin ana gündemi genel olarak yerel siyasetteki gelişmelerden ve güncel konulardan oluşmaktadır. Zira örneklem mecraların birçoğunda mevcut tablo bu şekilde dışa yansımaktadır. Bu tablo özelinde üzerinde durulması gereken ve dikkat çekici olarak öne çıkan birtakım hususlar ise ayrıca öne çıkmaktadır:

- Köşe yazarlarının içerik olarak spor ve eğitim konularını Lider Haber Ajansı dışında neredeyse hiç işlememeleri dikkat çeken bir detay olarak görülmektedir ve gerek il bazında gerekse ilçe ve köyler özelinde spor ve eğitim gündeminin yalnızca haber içerikleriyle sınırlı kalması göze çarpmaktadır. Dolayısıyla yerel

politika konularıyla sınırlı kalan ve bunun dışına şehrin gündemini oluşturan meselelere yorumsal olarak yaklaşan bir köşe yazarlığı profili ön planda bulunmaktadır. Sağlık içerikli köşe yazılarına son dönemde daha fazla yer ayrılmasının alt gerekçesi olarak ise, küresel dünyayı etki altına alan salgın gündeminin zemin hazırlaması söylenebilir.

- Köşe yazılarının bilhassa siyasi içeriklere yer verirken mevcut yerel internet gazeteleriyle doğrudan örtüştüğü görülmektedir nitekim iki sonraki tabloda temas edeceğimiz üzere söz konusu mecraların imtiyaz sahipleri ve genel yayın yönetmenleri de köşe yazarı olarak öne çıktığı için köşe yazarı kadrolarının yazı içerikleri birbiriyle örtüşmektedir.
- İncelenen yerel internet gazetelerinde haber metinleri genel olarak nesnel bir dille yansıtılırken köşe yazılarının yukarıdaki tablo özelinde öne çıkan konular doğrultusunda öznel ve eleştirel bir yaklaşımla dışa vurulduğu görülmektedir. Görüşlerin özgürce aktarılması bağlamında önem arz eden bu durum, siyasi konularda ise taraflı bir söyleme dönüşmektedir.

Üzerinde durulan bir diğer husus ise içerik analizi safhasında incelenen köşe yazılarının belirli bir tarih aralığı dikkate alınarak yazılıp yazılmadığıdır ve bu durumun yerel internet gazeteleri arasında nasıl bir şekilde icra edildiğidir. Öyle ki 4 numaralı tablodan yansıyan bulgular düzenli bir yazı akışının neredeyse hiçbir mecrada söz konusu olmadığını göstermektedir:

Tablo 4: Köşe Yazılarının Yayın Periyotları

Köşe Yazılarının Yayınlanma Aralığı (KARS)	
Kars Manşet	Serbest ve Uzun Aralıklı
Kars Olay	Serbest ve Kısa Aralıklı
Kars'tan Havadis	Serbest ve Uzun Aralıklı
Kars Pusula	İki Haftada Bir
Kars 36 Haber	Serbest ve Kısa Aralıklı
Kars Hâkimiyet	Serbest ve Uzun Aralıklı
Kars Haber	Serbest ve Uzun Aralıklı
Haber Değer	Serbest ve Kısa Aralıklı
Haber Ölçek	Serbest ve Uzun Aralıklı
Lider Haber Ajansı	Serbest ve Kısa Aralıklı
PolitiKars	Serbest ve Uzun Aralıklı

Mevcut bulgular yalnızca Kars Pusula adlı haber sitesinde yani yerel internet gaze-

tesisi mecrasında diğer alanlara göre daha düzenli bir köşe yazısı yayın akışının olduğunu göstermektedir. İki haftada bir yazılan sağlık içerikli yazılar bu bağlamda periyodik bir akışla kullanıcılara sunulmaktadır. Diğer örneklem siteler ise serbest bir köşe yazarlığı mantalitesiyle hareket etmektedir ve bu minvalde üç ila beş gün aralıklı yazılar yayınlayan kısa aralıklı olarak ifade ettiğimiz mecralar olduğu gibi ayda bir hatta daha fazla süre aralığıyla öne çıkan uzun aralıklı siteler olarak da göze çarpmaktadır.

Köşe yazılarındaki bu düzensizlik, internet mecralarının basılı gazeteler gibi yeterince kurumsal olmadığıyla ilişkilendirilebilir. Zira gündem meşgul olmasına rağmen köşe yazıları oldukça serbest bir görünüm oluşturmaktadır ve yazı planlama yetkisinin köşe yazarlarında olması, bu tabloyu karşımıza çıkarmaktadır. Bu nedenle yerel basını takip etmek isteyen ve bu ekseninde köşe yazarlarının yorumlarını merak eden hedef kitleler, internet yerine basılı gazetelere yönelebilmektedir.

Analiz sürecinde son olarak yerel internet gazetelerinin kurumsal yapısında görev icra edenlerin köşe yazısı yazıp yazmadıklarına bakılmıştır:

Tablo 5: Köşe Yazarlarının Statüleri

Köşe Yazarlarının Kurumsal Statüleri (KARS)	
Kars Manşet	İmtiyaz Sahibi ve Yayın Yönetmeni Köşe Yazısı Yazmaktadır
Kars Olay	İmtiyaz Sahibi ve Yayın Yönetmeni Köşe Yazısı Yazmaktadır
Kars'tan Havadis	Yalnızca Köşe Yazarları Yazı Yazmaktadır
Kars Pusula	Yalnızca Köşe Yazarları Yazı Yazmaktadır
Kars 36 Haber	İmtiyaz Sahibi ve Yayın Yönetmeni Köşe Yazısı Yazmaktadır
Kars Hâkimiyet	Haber Editörü Köşe Yazısı Yazmaktadır
Kars Haber	İmtiyaz Sahibi ve Yayın Yönetmeni Köşe Yazısı Yazmaktadır
Haber Değer	İmtiyaz Sahibi ve Yayın Yönetmeni Köşe Yazısı Yazmaktadır
Haber Ölçek	Yalnızca Köşe Yazarları Yazı Yazmaktadır
Lider Haber Ajansı	Yalnızca Köşe Yazarları Yazı Yazmaktadır
PolitiKars	İmtiyaz Sahibi Köşe Yazısı Yazmaktadır

Tablo verilerinden algılandığı kadarıyla Kars özelinde yerel internet gazeteciliği köşe yazarlığı, ulusal basına eşdeğer bir izlenim sunmaktadır. Zira ulusal gazetelerde de genel yayın yönetmenleri başyazar olarak köşelerinde yazılar paylaşmaktadır. Fakat yal-

nızca patronsuz gazetelerde imtiyaz sahipleri köşe yazısı yazdığı için yerel internet mecrasının bu anlamdaki benzerli patronsuz gazetelerle örtüşmektedir. Farklı olan nokta ise aynı mecrada hem imtiyaz sahibi hem de genel yayın yönetmeninin aynı kişi olmasıdır. Dolayısıyla bir yazı ile iki statü temsil edilmektedir.

Haber Değer adlı mecrada ise imtiyaz sahibi ve genel yayın yönetmeni farklı kişilerdir, buna rağmen her ikisi de köşe yazılarıyla öne çıkmaktadır. Diğer örneklem mecralar arasında yer alan Kars'tan Havadis, Kars Pusula, Haber Ölçek ve Lider Haber Ajansı adlı platformlarda sadece köşe yazarları rol üstlenmektedir. Haber Editörü tarafından köşe yazısı yazılan Kars Hakimiyet ve İmtiyaz Sahibi'nin aynı zamanda tek köşe yazarı olduğu PolitiKars sayfaları farklı bir yapıyla göze çarpmaktadır.

Sürdürülen mevcut çalışmanın içerik analizi aşamasında öne çıkan diğer bulgular ise şu şekilde karşımıza çıkmaktadır:

- Kars'taki yerel internet gazeteciliğinde yazılarıyla kullanıcılarla buluşan köşe yazarlarının asli meslekleri arasında; Akademisyenlik, Avukatlık, Diyetisyenlik ve Emekli Memurluk statüleri fazlasıyla yer almıştır.
- Köşe yazıları irdelenirken internet kullanıcılarının görüşlerine ve taleplerine pek fazla yer verilmemiştir ve genel olarak önceden belirlenmiş standart yazı içerikleri tercih edilmiştir.
- Köşe yazarlarının yer almadığı diğer beş mecranın (Kars Güncel, Kafkas Haber Ajansı, Kağızman'ın Sesi, Kars Medyası ve Gazete Kars) üçünde haber sitesi tasarımı içerisinde yazarlar kategorisi olmasına rağmen köşe yazarları ve köşe yazılarına rastlanmamıştır. Bu siteler; Kars Güncel, Kafkas Haber Ajansı ve Kağızman'ın Sesi adlı yerel internet gazeteleridir.
- Son olarak; incelenen on altı yerel internet mecrasının on biri köşe yazılarıyla öne çıkmıştır ve bu internet sitelerindeki toplam kırk üç köşe yazarının yazıları detaylı olarak incelenmiştir. Site ve yazar sayısı denklemi üzerinden hareket edilerek sayısal veriler dikkate alındığında Kars yerel internet gazeteciliğinde bir sitenin ortalama olarak dört köşe yazarına sahip olduğu neticesi göze çarpmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yerel internet gazeteciliğine yakından temas ederek literatür verilerinde gerek bu hususa değinen gerekse genel anlamda yerel basın mecrası üzerinde duran mevcut çalışmanın, söz konusu süreci nitel analizle neticelendirmesi çalışma bütünlüğü açısından destekleyici olmuştur. Öyle ki yürütülen çalışmanın ana teması yerel internet gazeteciliğinde köşe yazarlığı olgusunu öne çıkarmak olduğu için, analiz sürecinde bilhassa köşe yazarlığının yerel internet mecralarındaki konumu irdelenmiştir. Elde edilen neticeler, araştırma deseninde vurgulanan varsayımlarla genel anlamda örtüşmüştür. Bu doğrultuda varsayım ve netice uyumu üzerinden çalışmanın genel değerlendirmesini yapmak mümkündür.

İlk olarak köşe yazarlarının yazı içeriğinde yerel siyasete fazlasıyla temas ettiğini söylemek gerekir. Bu bağlamda yazı içerikleri tek tek irdelendiğinde belli bir siyasi çizgi savunularak hareket edildiği görülmektedir ve bu durum, yerel siyasete temas eden tüm örneklem haber sitelerinde aynı şekilde vuku bulmuştur. Siyasi çizgi olarak ise farklı görüşlere sahip mecralar olduğu ancak kendi içlerinde aynı haber ve yazı dilini kullandıkları anlaşılmıştır. Çünkü birçok mecrada imtiyaz sahibi ve genel yayın yönetmeninin köşe yazıları yazması ve yazı içeriklerinin belli bir düşünceyi ortaya koyması, o mecranın kurumsal ideolojisini göstermek açısından yeterlidir. Ayrıca içerik analizinde verilerin güvenilirliğini sağlamak açısından haber içerikleri ve kullanılan haber dili de gözlemlendiği için, kurumların siyasi ve ideolojik profilleri net bir biçimde algılanabilmektedir.

Dolayısıyla aynı mecra içerisinde yer alan köşe yazarlarının siyasi içerikteki yazıları her ne kadar farklı eleştiriler üzerinden kurgulansa da genel yapı itibarıyla aynı anlayışı savunmaktadır. Bu doğrultuda incelenen köşe yazarları içerisinde kurumsal ideolojiye muhalif bir tutum sergileyen yazara rastlanmamıştır. Siyasi ağırlıklı yazıların ekonomi, eğitim, sanat ve spor gibi ana başlıkları oldukça kısıtlaması ise dikkat çeken bir durum olarak gözlemlenmiştir. Şehrin gündeminde ve dolayısıyla haber içeriklerinde bu konular olsa dahi köşe yazılarının içerik olarak söz konusu meselelere temas etmemesi farklı bir yaklaşım olarak karşılanmıştır. Bu nedenle yerel politikanın doğrudan etki altına aldığı ve köşe yazılarıyla denilebilirse belirli bir hedef kitleye hitap ettiği köşe yazarlığı olgusu öne çıkmıştır.

Nihayetinde araştırma safhasında ikinci varsayım olarak üzerinde durulan ve yerel internet gazetelerinin siyasi içeriklerle bütünleştiği hipotezi, köşe yazıları bağlamında örtüşmüştür. Çalışmanın merkezi köşe yazarlığı olmasına rağmen içerik analizinde haber içerikleri de gözlemlendiği için, bu varsayımın da doğru olarak öne çıktığı söylenebilir. Kars ilindeki yerel internet gazetelerinde neredeyse her gün parti il başkanlarının açıklamalarına yer verilmesi en azından siyasi gündemin yalnızca bir kısmını yansıtmaktadır.

Elbette ki yerel gündemi meşgul eden ve il merkeziyle sınırlı kalmayıp ilçe ve köylerdeki sorunlara yer veren haber anlayışı fazlasıyla güdülmektedir. Fakat bu defa da söz konusu sorunların haber içeriklerinde sınırlı kaldığı ve köşe yazılarında yeterince yer bulamadığı belirtilebilir.

Son varsayım olarak yansıtılan ve köşe yazılarının belirli bir sistematik yapıyla kurgulanmadığını belirten yaklaşımın da tablo verilerine bakıldığında doğrudan uyumlu olduğu görülmektedir. Nitekim incelenen kırk üç köşe yazarının yalnızca biri hariç olmak kaydıyla tamamının düzensiz ve serbest aralıklarla köşe yazıları yazması dikkat çeken bir etmen olmuştur. Her ne kadar haber içeriklerinde ağırlıklı olarak ajanslardan kaynak edinilmesine rağmen yine de güncel bir süreç inşa edilse de köşe yazılarında bu güncellikten bahsetmek söz konusu değildir. Zira internet haber sitesi değil de adeta blog sayfası görünümündeki gibi, istenildiğinde köşe yazılarının paylaşıldığı bir tabloyla karşılaşmıştır. Bu durumun yerel haberlerle doğrudan ilgilenen gerek il bazındaki gerekse ulusal ve küresel düzeydeki internet kullanıcılarını kurumsal intiba açısından etkileyebileceği düşünülmektedir.

Netice olarak medya sektörü genelinde köşe yazarları herhangi bir haber içeriğini derinlemesine aydınlatmak ve yeni bir bakış açısıyla bakabilmenin yolunu açmak açısından önemli bir görevi teşkil etmektedir. Bu görev tanımlaması yerel basın ve internet mecraları için de geçerlidir. Bu nedenle güncelliğiyle diğer medya alanlarının önüne geçen ve bilhassa basılı gazeteleri saf dışı bırakan internet gazetelerinin köşe yazılarında da bu güncelliği yakalaması ehemmiyet teşkil etmektedir. Fakat çalışma bağlamında örneklem olarak incelediğimiz yerel internet gazetelerinde bu güncelliğin genel olarak yakalanmadığı görülmektedir. Yalnızca; farklı görev icra eden (doktor, diyetisyen vb. gibi) ve köşe yazılarıyla sanal medya kullanıcılarına bilgi veren köşe yazarlarının planlı ve sistematik olarak köşe yazıları paylaştığı gözlemlenmektedir. Bu yaklaşımın diğer köşe yazarlarına da ilke ve prensip olarak sirayet etmesi önemlidir.

KAYNAKÇA

Akbulutgiller, B. (2013). *Yerel gazetelerin internet ortamında görünüşleri: Erzurum ve İzmir örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. Erciyes Üniversitesi SBE. Kayseri.

Aziz, A. (1990). *Araştırma yöntemleri, teknikleri ve iletişim*, Ankara: İlad Yayınları.

Bajohr, W. (2006). *Medya ve demokrasi: medya merceğinde Almanya ve Türkiye*, İstanbul: Konrad Vakfı Yayınları.

Bek, M. G. (2005). *Yerel politika ve yerel medya*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yay.

Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine*, (Turhan I. çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yay.

Değirmencioglu, G. (2011). *Yerel basında yeni medya ve sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı: Kocaeli’de yayımlanan yerel gazetelerin internet siteleri üzerine bir inceleme*, *Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 19-31.

Gezgin, S. (2007). *Türkiye’de yerel basın*, İstanbul: Doğan Ofset Yayıncılık.

Gökçe, O. (1994). *İçerik çözümlemesi*, Eskişehir: Turkuaz Yayıncılık.

Habermas, J. (1984). *Reason and the rationalization of society*, Boston: Beacon.

Halıcı, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve medya: online gazetecilik*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Karaman, E. (2010). *İnternet gazeteciliği ve yerel medya: Muğla örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara Üniversitesi SBE, Ankara.

Kaya, A. R. (2009). *İktidar yumağı medya sermaye devlet*, Ankara: İmge Kitabevi.

Marshall, C. and Rossman, G. (2014). *Designing qualitative research*. New York: Sage Publication.

Ozan, R. (2003). *Yerel televizyon derken*, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (16), 577-590.

Önür, N. (2002). *Küreselleşen dünyada iletişim ve toplum*, İstanbul: Alp Yayınevi.

Özdemir, E. (2002). *Edebiyat bilgileri sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Söyler, A. (2012). *Yerel internet gazeteciliği ve tarafsızlık*, Erişim adresi (26.03.2021) : golbasiajans.com/154-yerel-internet-gazetecigi-ve-tarafsizlik.html

Stewenson, N. (2008). *Medya kültürleri: sosyal teori ve kitle iletişimi*, Ankara: Ütopya Yayınları.

Tokgöz, O. (2003). *Temel gazetecilik*, (5. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi

Tüik (2019). *Yazılı medya istatistikleri*, Erişim adresi(25.03.2021) : data.tuik.gov.tr/bulten/index?p=yazili-medya--istatistikleri-2019-33620

Ünal, Ş. (1996). *Yerel basın ve sorunları*, *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*.

Vural, A. M. (2007). *Türkiye’de yerel basın*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

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

Yılmaz, H. (2005). *Alternatif yayıncılık açısından yerel basın*, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, (22), 103-107.