

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**



**YEREL BASININ İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE**  
**KULLANDIĞI ANA SAYFA TASARIM**  
**SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ:**  
**ELAZIĞ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN**

**HAZIRLAYAN**  
**Saynur URAL**

**ELAZIĞ-2018**

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

**YEREL BASININ İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE KULLANDIĞI**  
**ANASAYFA TASARIM SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**

**HAZIRLAYAN**

**Yrd.Doç.Dr Tamer KAVURAN**

**Saynur URAL**

Jürimiz, 11/01 2018 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Yrd.Doç. Dr Tamer KAVURAN

2. Yrd.Doç.Dr Feridun NİZAM

3. Yrd. Doç. Dr Mevlüt AKYOL

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun..... tarih ve ..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Ömer Osman UMAR**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

**ÖZET****Yüksek Lisans Tezi****Yerel Basının İnternet Gazeteciliğinde Kullandığı Ana Sayfa Tasarım Sorunları ve  
Çözüm Önerileri: Elazığ Örneği****Saynur URAL****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ-2018; Sayfa: X+80**

Günümüz teknolojileri kitlelerin okuma alışkanlıklarını, fikirlerin aktarımında dil-düşünce ve sosyo-kültürel uygulamalar arasındaki dengeyi, kültürel kodları değişime uğratmıştır. Böyle bir ortamda okurlar gazeteleri metin yığını olarak algılamakta, bilginin sürekli güncellenebilme olanakları talep edilir hale gelmekte, fikir gazeteciliği ve geleneksel gazete kavramı da biçim değiştirmektedir.

İnternet gazetelerinin tasarımı, uzun yılların tecrübesini barındıran gazete tasarımına göre etkili olmasa da “gelecekte gazete olacak mı” tartışmalarının arasında tasarım trendleri sona ermekte; geleneksel gazeteler bireyselliklerini ele geçirmekte ve tasarımlarını yenileyerek okur ile bağlarını güçlendirme yoluna gitmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte gazetecilik alanında da çok büyük değişiklikler olmuştur. Günümüzde bütün ulusal gazetelerin ve çoğu yerel gazetenin internet sitesi bulunmaktadır. İnternet gazeteciliğinde kullanılan ana sayfalar incelendiğinde birtakım tasarım sorunları göze çarpmaktadır. Bu tezin amacı, bu sorunları ele alarak yapılan hatalar üzerine çözüm önerileri sunmaktır.

Böyle bir amaçla ele alınan bu çalışmada, Web tasarım ilkeleri temel alınarak betimsel araştırma ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, Elazığ’da yayın yapan 5 yerel internet haber sitesinin ana sayfa tasarımları incelenmiş, teknik analizleri yapılmıştır. Ele alınan internet haber sitelerinin yayınları takip edilerek görselleri kaydedilmiştir. Yerel basın, internet gazeteciliği ve Web tasarım kavramları araştırılarak

Web tasarımında kullanılan unsurların haber siteleri açısından nasıl uygulanması gerektiği teknik ve estetik kuramlar bağlamında değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamı dahilinde; yerel basın, internet haberciliği, Web tasarım unsurları, internet haber sitelerinin görüntüleri ve tasarım sorunlarına yönelik çözüm önerileri anlatılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel basın, internet gazeteciliği, tasarım, Elazığ



**ABSTRACT****Master Thesis****Design Problems and Suggestions of the Interface Used in Internet Journalism of  
the Local Press: Sample of Elazig****Saynur URAL****The University of Fırat****The Institute of Social Science****The Department of Communication Sciences****Elazig-2018; Page: X+80**

Today's technology has changed the reading habits of the masses, the balance between language-thought and socio-cultural practices in transferring ideas, and cultural codes. In such an environment, when readers perceive newspapers as a mass of text, the possibilities of constant updating of information become demanded, and the concept of idea journalism and traditional newspaper is also changing.

Although the design of Internet newspapers is ineffective according to newspaper design with many years of experience, design trends end in the debate "will the newspaper become a future." Traditional newspapers have taken on individuality and have renewed their designs to strengthen their bonds with the reader.

With the development of technology, there have been great changes in the field of journalism. Today, all national newspapers and most local newspapers have internet sites. When the homepages used in internet journalism is examined, some design problems are puzzling. The purpose of this thesis is to examine these problems and present solutions to the mistakes made.

Descriptive research and content analysis are used in this study. For this purpose, home page designs of 5 internet news sites published in Elazığ were examined and technical analyses were conducted. The publications of these internet news sites were followed and the images were taken. Local press, internet journalism and WEB design concepts were investigated and how the elements used in WEB design should be

applied in terms of news sites were evaluated in the context of technical and aesthetic theories. Within the scope of the research; local press, internet journalism, WEB design elements, images of internet news sites and solutions for design problems.

**Key Words:** Local Press, Internet Journalism, Design, Elazig



## İÇİNDEKİLER

|                                             |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| <b>ÖZET .....</b>                           | <b>II</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                        | <b>IV</b>   |
| <b>İÇİNDEKİLER .....</b>                    | <b>VI</b>   |
| <b>TABLolar LİSTESİ .....</b>               | <b>VIII</b> |
| <b>SİTE EKRAN GÖRÜNTÜLERİ LİSTESİ .....</b> | <b>IX</b>   |
| <b>ÖNSÖZ .....</b>                          | <b>X</b>    |
| <b>GİRİŞ .....</b>                          | <b>1</b>    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

|                                                          |          |
|----------------------------------------------------------|----------|
| <b>1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....</b>                         | <b>3</b> |
| 1.1. Yerel Basın Kavramı .....                           | 3        |
| 1.2. Yerel Basının İşlevi ve Görevi.....                 | 5        |
| 1.3. Türkiye’de Yerel Basının Doğuşu ve Gelişimi.....    | 8        |
| 1.4. Elazığ’da Yerel Medya’nın Gelişimi .....            | 10       |
| 1.5. İnternet Gazeteciliği.....                          | 13       |
| 1.5.1. İnternet Gazetelerinin Hazırlanışı ve Sunumu..... | 17       |
| 1.5.2. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği .....            | 19       |
| 1.6. WEB Tasarım Kavramı .....                           | 21       |
| 1.7. Web Tasarım İlkeleri .....                          | 23       |
| 1.7.1. Görsel Kompozisyon .....                          | 30       |
| 1.7.2. Sayfa Düzenleme .....                             | 31       |
| 1.7.3. Tipografik Ölçütler .....                         | 33       |
| 1.7.4. Metin Düzenleme.....                              | 35       |
| 1.7.5. Grafik ve Görsel Unsurlar.....                    | 36       |
| 1.8. İnternet Haber Siteleri Ana Sayfa Tasarımları ..... | 38       |

### İKİNCİ BÖLÜM

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....</b>               | <b>40</b> |
| 2.1. Problemin Tanımı .....                        | 40        |
| 2.2. Araştırmanın Amacı.....                       | 40        |
| 2.3. Araştırmanın Önemi .....                      | 41        |
| 2.4. Sayıtlılar, Araştırmanın Sınırlılıkları ..... | 42        |
| 2.5. Araştırmanın Yöntemi .....                    | 42        |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.6. Evren ve Örneklem .....    | 43 |
| 2.7. Verilerin Toplanması ..... | 44 |

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3. BULGULAR VE ANALİZLER .....</b>                   | <b>45</b> |
| 3.1. Kurumsal İsim ve Logonun Konumu .....              | 45        |
| 3.2. Menülerin Analizi .....                            | 47        |
| 3.2.1. www.elazighaber.com .....                        | 48        |
| 3.2.2. www.elazigsonhaber.com .....                     | 48        |
| 3.2.3. www.elazigfirat.com .....                        | 49        |
| 3.2.4. www.gunisigazetesi.net .....                     | 50        |
| 3.2.5. www.sondakika23.com .....                        | 51        |
| 3.3. Haberlerin ve Fotoğrafların Yerleşim Analizi ..... | 52        |
| 3.3.1. www.elazighaber.com .....                        | 52        |
| 3.3.2. www.elazigsonhaber.com .....                     | 54        |
| 3.3.3. www.elazigfirat.com .....                        | 55        |
| 3.3.4. www.gunisigazetesi.net .....                     | 56        |
| 3.3.5. www.sondakika23.com .....                        | 57        |
| 3.4. Reklamların Yerleşim Analizi .....                 | 58        |
| 3.4.1. www.elazighaber.com .....                        | 59        |
| 3.4.2. www.elazigsonhaber.com .....                     | 61        |
| 3.4.3. www.elazigfirat.com .....                        | 61        |
| 3.4.4. www.gunisigazetesi.net, .....                    | 61        |
| 3.4.5. www.sondakika23.com .....                        | 62        |
| 3.5. Renklerin ve Boşlukların Kullanımı .....           | 62        |
| 3.5.1. www.elazighaber.com .....                        | 62        |
| 3.5.2. www.elazigsonhaber.com .....                     | 63        |
| 3.5.3. www.elazigfirat.com .....                        | 65        |
| 3.5.4. www.gunisigazetesi.net .....                     | 66        |
| 3.5.5. www.sondakika23.com .....                        | 66        |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>                           | <b>68</b> |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>                                  | <b>74</b> |
| <b>EKLER .....</b>                                      | <b>79</b> |
| Ek 1. Orjinallik Raporu.....                            | 79        |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>                                   | <b>80</b> |

**TABLÖLAR LİSTESİ**

**Tablo 1.** Ana Sayfalarda Yer Alan Haber Sayıları..... 55

**Tablo 2.** İncelenen Sitelerde Yer Alan Reklam Sayıları ..... 59



**SİTE EKTRAN GÖRÜNTÜLERİ LİSTESİ**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <b>Site Ekran Görüntüsü 1.</b> ....  | 47 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 2..</b> .... | 50 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 3.</b> ....  | 52 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 4.</b> ....  | 55 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 5.</b> ....  | 59 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 6.</b> ....  | 60 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 7.</b> ....  | 60 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 8.</b> ....  | 61 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 9.</b> ....  | 63 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 10.</b> .... | 64 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 11.</b> .... | 65 |
| <b>Site Ekran Görüntüsü 12.</b> .... | 66 |

## ÖNSÖZ

Gelişen teknolojinin en son örneklerinden biri olan internet, gazeteciliğe yeni bir boyut kazandırarak ‘internet gazetesi’ kavramını doğurmuştur. İnternet teknolojisi, gazetenin isim olarak yeniden tanımlanmasının yanı sıra birçok yeni kavramları ve içeriksel olarak yeni açılımları da beraberinde getirmiştir. İnternet gazetesi, geleneksel gazetenin sunamadığı birçok olanağı okuyucusuyla buluşturmaktadır. Ancak teknik ve içerik sunumu yönünden farklılıklar gösteren internet gazeteciliğinde görsellik ve tasarım unsurları okuyucuyu sayfada tutma noktasında oldukça önemlidir. Tüm bu gelişmeler çalışmada ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Bu çalışmanın amacı, Elazığ yerel basınının internet gazeteciliği boyutundaki konumunu ortaya koymak, haber sitelerindeki tasarım unsurlarını ele alarak yapılan hatalar konusunda çözüm önerileri sunmak ve Elazığ’daki internet gazeteciliğini tasarım unsurları açısından geliştirecek verilere ulaşmaktır. Yerel basına, internet haber sitelerine ve bunların tasarım unsurlarına değinerek, internet gazeteciliğine yönelik çalışmaların nasıl olması gerektiğini göstermek amaçlanmaktadır. Bu aşamada tasarım ilkelerinden nasıl yararlanılması gerektiği üzerinde de durulmuştur.

Bu amaçla ortaya çıkan bu tezin hazırlamasında ve uygulanmasında her türlü yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN’a ve çalışmanın her aşamasında benden maddi ve manevi yardım ve desteğini esirgemeyen eşim Mahir URAL’a teşekkürlerimi sunarım.

## GİRİŞ

Küreselleşme sürecinin hızlanmasıyla birlikte yeni iletişim teknolojilerinin de hızla gelişmeye başlaması habercilik alanında bir değişim sürecini beraberinde getirmiştir. Söz konusu değişimler Türkiye’yi de etkilemiş, özellikle 1980’li yıllardan itibaren medya dışı alanlarda birikmiş sermayenin medya sektörüne girmesi, ileri teknolojinin yakından izlenmesini mümkün kılmıştır. 1990’lardan itibaren de özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasıyla medya, ekonominin önemli bir sektörü haline gelmiş, bu süreçte, yabancı ortaklıklar, sayısal yayıncılık ve internet yayıncılığı gibi habercilik sürecini etkileyen gelişmeler yaşanmıştır. Medyanın sermaye yapısındaki ve teknolojisindeki değişimler de geleneksel habercilik süreçlerini etkilemiştir. Bu süreçlerdeki değişimler hem izleyici/okuyucunun hem de haber çalışanlarının haber olgusuyla geleneksel ilişkilerini değiştirmiştir. Tüm bu gelişmeler, yeni teknolojiyi yakından takip eden ve teknolojiye büyük yatırım yapan medyanın habercilik pratiklerinde yakından incelenmesi gereken değişimlere neden olmuştur.

Sanal ortam geleneksel iletişim araçlarının iç içe geçmesi anlamında bir değişime neden olmaktadır. Bu sanal ortamda yapılan gazetecilik de “sanal gazetecilik”, “internet gazeteciliği” ya da “on-line gazetecilik” gibi adlar almaktadır. Sanal ortam, haberin hem görüntüsüne hem sesine hem de metnine ulaşmayı olanaklı kılmaktadır. Böylece, haber verme açısından gazetelerdeki yer sınırı, radyo ve televizyonlardaki süre sınırı ortadan kalkmaktadır.

Günün her anında gelişen haberleri vermek için internet gazeteleri sayfalarını sürekli güncellemektedir. Bu sayede bir haber, olay anında internet sayfasından duyurulabilir. İnternet gazeteleri geleneksel gazeteler gibi yarını beklemez, okuyucusuna olayla ilgili gelişmeleri an be an, hatta görüntülü ve fotoğraflı olarak sunar. Aynı zamanda okuyucu habere yorum yaparak etkileşimde de bulunabilir.

Tüm bu gelişmeler, yeni ve farklı konularda araştırma-inceleme yapılmasının da önünü açmıştır. Bu çalışmanın amacı, Elazığ yerel basınının internet gazeteciliği boyutundaki konumunu ortaya koymak, haber sitelerindeki tasarım unsurlarını ele alarak yapılan hatalar konusunda çözüm önerileri sunmaktır. Ayrıca bir diğer amaç, Elazığ’daki internet gazeteciliğini tasarım unsurları açısından geliştirecek verilere ulaşmaktır.

Bu amaçla ortaya çıkan bu araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal çerçeve ele alınmıştır. Yerel Basın kavramının ele alındığı ilk bölümde yerel basının ne olduğu, özellikleri, ortaya çıkışı ve gelişim süreci, Elazığ ilinin yerel basın açısından mevcut düzeni üzerinde durulmuştur. Sonrasında internet gazeteciliği kavramı, internet gazeteciliğinin ortaya çıkışı ile Türkiye’de ve Elazığ’daki gelişim süreçleri, özellikleri, geleneksel gazetecilik ile arasındaki farklılıkları, güncel sorunları, haber yapısı ve internet gazeteciliğinde sayfa tasarımının önemi gibi konular işlenmiştir. Kavramsal çerçevenin son kısmında ise Web tasarım kavramı ele alınmış, Web tasarım ilkeleri ile internet haber sitelerinin ana sayfa tasarımları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, sınırlılıkları ve varsayımlarının ele alındığı araştırmanın metodolojisi incelenmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise Elazığ’da yayın yapan internet haber sitelerinin kurumsal isim ve logolarının sayfa içindeki konumu, menüler, haberlerin ve fotoğrafların yerleşimi, reklamların konumu, renklerin ve boşlukların kullanımı analiz edilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Yerel Basın Kavramı

Kamuoyunda, gazetecilik mesleğinin icra edildiği çevrelerde, siyasi ortamlarda ve kimi zaman da basına ilişkin akademik platformlarda, “Anadolu basını”, “Mahalli Basın” ya da “Taşra Basını” olarak nitelendirilen yerel basın, “sınırları dar ve tanımlanmış bir bölgede - ki bu bölge yalnızca bir kent ya da kasaba olabilir – o bölge halkını haberdar etmeye (bilgilendirmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve o bölgede kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan, bölge halkının iletişim kurumu özelliği taşıyan kitle iletişim aracı ya da araçlarının bütünüdür” (Vural, 1996:1060).

Yerel basın, “yalnızca belirli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler” ya da “genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete” olarak da tanımlanmaktadır (Girgin, 2001:160).

Ünal, yerel basını “yurdun muhtelif yerlerinde özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık veya daha fazla aralıklarla yayınlanan, yayımlandıkları mahallin haber, havadis ve sorunlarını dile getiren, halkın istediklerini ilgililere aksettirmeye hedefleyen yazılı basın organları” şeklinde tanımlamaktadır (Ünal, 1996:1068).

Bir başka tanımda yerel basın “ülke geneli yerine daha dar dağıtımla bir ya da birkaç il ya da ilçedeki okura ulaşan, belirli il ya da bölgeye ilişkin haberlerin yoğunlukta bulunduğu basılı periyodik yayınların bütünü” şeklinde açıklanmaktadır (Yüksel ve Gürçan, 2005:10).

Bir diğer tanımda yerel basın “haberciliği ile yayınlandığı yörenin sesini, sorunlarını yansıtabilen, kendi mahallindeki sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi gelişmeleri sağlıklı şekilde okurlarına aktarabilen, yöresinde kamuoyu oluşturmada etkili olabilen gazeteler bütünü” şeklinde tanımlanmıştır (BYEGM, 1997:179).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere yerel basın, coğrafi olarak dar bir alanda, genellikle il ve ilçe düzeyinde faaliyet göstermektedir. Konu ve içerik olarak yerel

haberler ön plandadır. Örneğin Sakarya’da yayımlanan bir gazetenin içeriği çok büyük oranda Sakarya’da meydana gelen olayların haberleri oluşturmaktadır.

Yerel basının işlediği konular büyük oranda bulunduğu yerel çevreyle ilgilidir. Yerel gazetelerde genel olarak bölge haberleri, toplumsal yaşamı ilgilendiren konular, şehirde olan yenilikler (okul, iş merkezi, alış-veriş merkezi, spor tesisleri, kütüphane, müze açılışları), değişiklikler (örneğin belediye binasının, otobüs terminali yerinin taşınması gibi), ticari hayata ilişkin gelişmeler (alış-veriş merkezi açılışı, dayanıklı-dayanaksız tüketim malları ile ilgili tüketiciyi ilgilendiren haberler, bölgede faaliyet gösteren ve bölge için öncelik arz eden sektörlerle ilgili gelişmeler) ulaşım ile ilgili yapılan geçici düzenlemeler ve sağlık haberleri işlenmektedir (Büyükbaykal, 2005:83).

Basın, özünde yerel nitelikte doğmuş, daha sonra ulusal ve uluslararası boyut kazanmıştır. Basın tarihi incelendiğinde görülmektedir ki, gazetelerin çok büyük bir bölümü yerel olarak doğmuş, bazıları ekonomik ve teknolojik gelişmelerden yararlanınca, yerel özelliklerini terk ederek ulusal, hatta Avrupa’daki bazı gazeteleri hatırlamak gerekirse, uluslararası olmuşlardır. Nitekim bugün ulusal nitelik taşıyan, hatta Avrupa’da bile baskı yapan birçok Türk gazetesinin, İstanbul dışına gerçek anlamda dağıtım yapmaları, ancak 1960’lı yılların başlarında gerçekleşmiştir (Girgin, 2007:246).

Yerel basını, İstanbul kaynaklı ulusal (veya yaygın) basının dışında tutarak tanımlamanın hiç de yanlış olmayacağını belirten Tokgöz, dağıtım açısından yaygın olan bu basının haber verme anlamında ulusal olmadıklarını dile getirmektedir. Tokgöz: “İstanbul kaynaklı medya kuruluşlarının genelde Ankara, İstanbul kaynaklı haberler ile kısmen İzmir kaynaklı haberleri sunmak bakımından yetkin olabildikleri söylenebilir. Türkiye’nin tümünü haber vererek kapsama yönünden eksiklikleri ise, ulusal medya olmaları bakımından kuşkuvarı içinde barındırır niteliktedir. Dengesizlik işte bu noktada başlamaktadır. Bu kuruluşların eksikliklerini gidermek için fazla çaba gösterdiklerini söylemek zordur. İstanbul kaynaklı medyayı basın dışı sermayenin egemen olduğu medya kuruluşları olarak, Türkiye düzeyinde dağıtım açısından yaygın fakat ulusal medya olamayan kuruluşlar şeklinde tanımlamak tutarlı bir yaklaşımdır” değerlendirmesinde bulunmaktadır (Tokgöz, 2001:8).

Özetle ülkenin tümünü yayın kapsamına alan basına ulusal, bölgesel veya kentsel düzeyde kalanına yerel basın denilmektedir. Yerel basın yerine son yıllarda yerel medya kavramı kullanılmaktadır. Bu bağlamda yerel basın, yerel ölçekte yayın

yapan gazete ve dergilere işaret ederken, yerel medya bunların yanı sıra radyo ve televizyonları da kapsamaktadır. Yerel gazete ve dergiler genel olarak il ve ilçelerdeki yerel konuları ele alır ve o bölgedeki okura ulaşmak için satışa sunulur. Hedef kitlesi yerel halk olan, yerel basın, halkı bilgilendirmek suretiyle, yerel kamuoyunun oluşmasına katkı sağlar.

## **1.2. Yerel Basının İşlevi ve Görevi**

Doğal işlevi haber vermek olan basının önemli bir bölümünü oluşturan yerel basın, mahalli sorunları en ince ayrıntılarına kadar dile getirmek suretiyle yörede yaşayanları olabildiğince haberdar etme yoluyla, bölge halkının toplu sesi olmakta, devlet ile vatandaş arasında kurduğu köprü ile sorunların kamuoyu ve yetkililere yansıtılmasında etkin bir rol oynamaktadır (BYEGM, 1997:173).

Yerel basın, yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktadır (Girgin, 2001:161).

“Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın, bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamlarını sağlamakla yükümlü, dolayısıyla da çok önemli bir görevi üstlenmiş kurumdur. Yerel iletişim çevre koşulları içinde, kitle iletişim araçları açısından en önemli anahtar unsurlardır. Yerel gazeteler bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesidir. Bu gazeteler halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler. Bu nedenlerle modern yerel gazeteler, kitle iletişimi açısından toplumun en öncelikli araçlarıdır” (Girgin, 2007:247-248).

Yerel basının işlevlerini üç ana başlık altında ele alabiliriz. Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru biçimde halka duyurulması yerel basının işlevlerinden ilkidir. Ayrıca, denetim, yönetenin halk adına denetlenmesi, kamuoyu yaratılması yerel basının üzerindeki sorumluluklardan biridir. Beldelerde yerel yönetimlerin hizmetlerinin duyurulmasıyla birlikte yerel yönetim-yurttaş ilişkisinin sağlanması yerel basının önemli işlevlerinden birisidir (Gezgin, 2007:177).

Yaygın basının işlevlerinden biri olan eğitim işlevi; yerel basında toplumsal kimliği ile önem kazanır. Ulusal iradenin doğru ve amaca uygun yansımada gerekli demokrasi kültürünün yerleştirilmesi, yerel basının en önemli işlevlerindendir (Gezgin, 2007:178).

Yerel basının temel işlevi, tüm medyanın olduğu gibi, haberleri kamuoyuna iletmeştir. Toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişimleri yöre halkına aktaran yerel basın, yöre toplumunun ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir. Yerel basın organları vatandaşların, kendi şehir ve beldelerindeki sorunlar, olaylar, ekonomik ve sosyal gelişmeler ve yerel yönetimlerin aldığı kararlar hakkında bilgi sahibi olmaları açısından son derece önemlidir. Yerel basın demokrasinin temeli, halkın sesi ve bilgi kaynağıdır. Yaşadığı yerdeki olaylar ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi bulunan birey, bu sorunlara karşı duyarlılık kazanır. Dolayısıyla bu duyarlılık sorunların çözümünde birlik, ortak amaç ve dayanışmayı doğurur.

Yerel basın yaygın basına malzeme sağlar, uyarıcı görev yapar. Halkla iç içe yaşadığı için bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır, bölgeyi ve halkı iyi tanır. Bu yönü itibarıyla denilebilir ki, yerel basın yaygın basının kılcal damarıdır (Kolaylı, 2003:110). Ulusal basının hemen hemen bütün temsilcileri yerel gazetelerin muhabirlerinden oluşmaktadır. Bu anlamda, yerel basın, ulusal basını besleyen en önemli kaynaktır (Tutar, 1993:112). Yerel basın, vatandaşların kentlerinin seslerini duyurabilecekleri araçlardır. Bir kentteki önemli bir gelişmeyi, önemli bir haberi, olumlu bir atılımı tüm ülkeye duyuracak bir araçtır (Vural, 1998:40).

Yerel basın, bölgenin ve bölgede yaşayanların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getirmekte, böylece yerel yönetim ile merkezi yönetim arasında köprü işlevi görmektedir. Aslında yerel basın, bir yönüyle ülke basınına malzeme sağlamakta, onları uyarıcı görevler üstlenmekte, onlara yardım ortamı hazırlamaktadır (Girgin, 2007:247).

Yerel basının, demokrasi kültürünün yerleşip kökleşmesi açısından vazgeçilmez bir unsur olduğu kabul edilir. Nasıl ulusal düzeyde çok sesli ve özgür bir basın demokratik sistemin korunmasında ve güçlenmesinde yaşamsal bir öneme sahipse, yerel demokrasinin gelişmesinde de yerel basın aynı derecede önemli bir işleve sahiptir (Atabek, 2005:47).

Demokrasilerde çok seslilik, düşünce açıklama özgürlüğü ve yönetimlerin halk tarafından denetlenmesi esastır. Demokrasiye giden yol yerel birimlerden geçer. Yerel birimlerde kök salan demokrasi bilinci, ülke demokrasisine hayat verir. Yerelde yönetenlerle yönetilenler arasındaki etkileşimi sağlayan yerel basın, çok sesliliği ve yönetimin denetimini tam olarak yerine getirirse demokrasi sağlıklı bir şekilde işler (Gürel, 2007:173).

Yerel basın, yerel halk ile yerel yönetimler arasında bir köprü rolü üstlenerek, karşılıklı haber ve bilgi akışını sağlayarak yerel demokrasinin yaşatılması ve yaygınlaştırılması yolunda çok önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Yerel basın bir taraftan yörede yaşayan halkla yerel düzeydeki kamuoyunun hangi konularla ilgilendiğini, yerel siyasal gelişmeleri ve yerel yönetimin çalışmalarını aktararak diğer taraftan da yerel yöneticilerle halkın sorunlarını ve taleplerini ileterek demokrasi kültürünün gelişmesine katkı sağlar. Yerel basın, yerel yönetimlerin ve yöneticilerinin işlevlerini ve görevlerini gerektiği gibi yerine getirip getirmediklerini de kamuoyu adına denetleyerek demokrasi adına çok önemli bir işlevi yerine getirir (Atabek, 2005:53).

İnsanlar yaşadıkları kentte önce kendi çevreleriyle ilgili sorunların çözülmesini istemektedirler. Bu sorunlar çözülmesinde de bir sese, bir sözcüye, bir kulağa, gözlemciye, kısacası sorunların çözülmesinde bir takipçiye ihtiyaç duymaktadırlar. İşte bu takipçi yerel basın olarak ortaya çıkmaktadır. Yerel kamuoyu adına hareket eden yerel basın, kentteki sorunlar hakkında doğru ve yeterli düzeyde bilgilendirmenin yanı sıra, bu sorunların çözülmesi yönündeki girişimleri takip ederek yerel yönetimlerin en saydam ve en büyük denetleyicisi olmaktadır (Vural, 1998:14).

Yerel iletişimin çevre koşulları içinde yerel gazeteler, kitle iletişim araçları açısından en önemli anahtar unsurlardır. Bu gazeteler, halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenler; halkı bilgilendirmek için yayınlanır ama aynı zamanda kanaatleri etkileme ve kamuoyunu oluşturma özelliklerine de sahiptirler. Yerel halkı regüle edici özellikleriyle, diğer kitle iletişim araçlarından çok daha önemli bir konuma sahiptirler. Devletin ve hükümetin temsilcisi durumundaki yerel idarecilerin en önemli kullanım ve propaganda aracı gibi gözükseler de, yine de yerel gazeteler o bölgedeki yöneticilerle yönetenler arasındaki ilişkilerde merkez konumundadırlar. Yerel gazeteler, seçimler ya da diğer etkinlikler döneminde de yerel halkın kanaatlerinin oluşmasında önemli role sahiptir. Aynı zamanda yöredeki sosyal yaşamın en önemli kullanım, paylaşım ve iletişim araçlarıdır (Vural, 2007:340).

Küçülen ve sınırların kalkma eğilimine girdiği dünyada, toplum ve içindeki birey, bir yandan dünyanın her yerinden bütün bir gün boyunca yüzlerce kanaldan gelen haberler ile dünya vatandaşlığını yaşarken, diğer yandan da daha lokal ilişkilerle ve yaşadığı çevreye, kültüre, topluluğa daha yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusu ile yaklaşmaktadır. Bu noktada da yerel basın bireyin en büyük başvuru kaynağı olmaktadır. Yerel basın yöre insanları arasında iletişim sağlarken, seslendiği kitleye

daha sıcak ve birebir mesajlar da gönderebilmektedir. Böylelikle de bir yandan yöre insanına onun bir toplum içinde yaşadığı duygusunu vererek toplumsallaşmasını sağlarken öte yandan da onun hemşehri kimliğini güçlendirmekte ve yaşadığı çevreye katılımını sağlayabilmektedir (Vural, 2007:339).

Yerel medyanın bir başka noktası, kültürel mirasın ve farklılıkların korunmasını sağlayabilecek bir işleve sahip olmasıdır ve genellikle böyle bir özellik de kendisine misyon olarak verilir. Yerel basın, yaygın basının ulaşmakta zorlandığı, göremediği, görmezden geldiği yerel kültürel değerleri haberleştirmekte, bunların aynı zamanda ulusal düzeye yansıtabilmektedir. Yerel basın böylece yöre halkının kültürel kimliğini korumak misyonunu ve yükümlülüğünü üstlenmektedir. Dolayısıyla yerel basın, küreselleşmeyle birlikte ön plana çıkan yerel değerlerin korunmasında, çok önemli bir görev üstlenmektedir (Belovacıklı, 2002:36).

### **1.3. Türkiye’de Yerel Basının Doğuşu ve Gelişimi**

Türkiye’de yerel ve bölgesel gazeteciliğin geçmişi 1860’lara kadar uzanır. İlk bölgesel gazete, Mithat Paşa’nın Tuna Valiliği sırasında çıkardığı Tuna Gazetesi’dir. (Topuz, 1996: 5,39) Osmanlı’nın eyalet sisteminden vilayet sistemine geçmesiyle birlikte özellikle ayrılıkçı hareketlerin baş gösterdiği bölgelerde matbaalar kurulmuş ve vilayet gazeteleri çıkarılmıştır. Önce Tuna, Bosna, Suriye, Erzurum, Halep, Edirne, Trablusgarp gibi vilayetlerde Türkçe ve yöresel dillerde gazeteler yayınlanmıştır. Vilayet gazetelerinin sayısı sonraki yıllarda artmış ve 1860-1908 yılları arasında gerek Anadolu’da gerekse Osmanlı’nın uzak vilayetlerinde 30’un üzerinde vilayet gazetesi yayınlanmıştır.

Vilayet gazetelerinin yayınlandığı bölgeler arasında Konya, Bursa, Edirne, Trabzon, Kastamonu, Adana, Ankara, İzmir, Sivas, Elazığ gibi Anadolu şehirleri ile Beyrut, Şam, Halep, Lübnan, Bağdat, Yemen, Musul, Kudüs, Hicaz gibi Ortadoğu şehirleri ve Girit, Yanya, Selanik, Prizren, Manastır, Hersek, Priştine, Rodos gibi Balkan şehirleri de bulunmaktadır (Koloğlu, 1994:78,80). Bu vilayetlerde kurulan matbaalar devletin kırtasiye işlerini yaptıkları gibi yıllık salnameler yayınlamışlar ve basım masrafını ödeyen özel girişimcilere de hizmet vermişlerdir.

Vilayet matbaaları ve bunların teknik olanaklarını kullanarak yayınlanan yerel gazeteler, Türkiye’de yerel basının temelini oluşturmuştur. Genellikle haftalık olarak basılan ve 500 civarında tiraja sahip olan vilayet gazetelerinin yayını, resmi niteliklerini

kaybettikten sonra özel girişim tarafından sürdürülmüştür (Faraç, 1999:22). Vilayet gazetelerinin devamı olan bazı gazeteler bugün de yayınını sürdürmektedir.

1910'dan sonra sağlanan özgürlük ortamında 100'den fazla yerel gazete yayınlanan bir dönem yaşanmışsa da Birinci Dünya Savaşı döneminde bu gazetelerin büyük bölümü kapanmıştır (Yücel, 1999:174,177).

Yerel gazeteler, Osmanlı'nın son dönemlerinde ve savaş yıllarında zor şartlar altında yayınlarını sürdürmüş olmalarına karşın, özellikle Kurtuluş Savaşı döneminde önemli roller üstlenmişlerdir. 1919'da Ankara'da yayınlanan Anadolu'nun Sesi ve 1920'den itibaren çıkan Hâkimiyet-i Milliye gazeteleri bizzat Mustafa Kemal tarafından kaleme alınan yazıları milli mücadelenin sürdürüldüğü diğer kentlere ulaştırmıştır. Aynı dönemde Sivas, İzmir, Eskişehir, Edirne, Konya, Erzurum, Adana, Balıkesir, Elazığ, Kayseri, Antalya, Giresun, Bartın gibi Anadolu şehirlerinde de milli mücadeleyi destekleyen gazeteler yayınlanmıştır (Faraç, 1999:22).

1919 ile 1938 arasında Türkiye'de 176'sı İstanbul'da, 406'sı taşrada olmak üzere toplam 582 gazete çıkmıştır. Bu gazetelerin yarıya yakını günlük olarak yayınlanmıştır. Demokrat Parti dönemi öncesinde resmi ilanların siyasi görüşe göre dağıtılması uygulaması nedeniyle yerel basının bir bölümü güçlenmiştir. Resmi ilan desteği nedeniyle sonraki dönemlerde de yerel gazetelerin sayısı giderek artmıştır. 1961'de resmi ilana yeni bir düzenleme getirildikten sonra ilan hakkı olan gazetelerin sayısı 1962 ile 1970 arasında 160-200 arasında değişmiş, 1974'te 214'e çıkmıştır.

Resmi ilan desteği gazete sayısını hızla arttırmış ve 1970'te yerel gazete sayısı 1100'e, 1975'te 2600'e kadar çıkmıştır. 1980'lere kadar basın işletmeleri çoğunlukla salt gazetecilik gelirleriyle kendisini çevirirken, 1980'lerden itibaren basın işletmeleri holding çatısı altında çok sayıda sektörde faaliyet gösteren sermaye guruplarının parçası haline geldi. Türkiye'de medyaya sektör dışında ilk sermaye girişi Aydın Doğan'ın 1980 yılında Milliyet'i satın almasıyla başladı. Aydın Doğan'ın ardından Libya'da inşaatçılık yapan Hisarbank'ın sahiplerinden Kozanoğlu-Çavuşoğlu gurubu 1982 yılında Güneş Gazetesi'ni çıkararak sektöre girdi. 1990'lı yıllarda Asil Nadir, Günaydın'ı satın alarak medyaya el attı ve sonra Güneş Gazetesi ve Gelişim Yayınları'nın sahibi oldu. İzmir bölgesinde daha çok yerel gazetecilik yapan Bilgin ailesi de, 1985 yılında İstanbul'a gelerek Sabah'ı çıkarmaya başladı (Erdoğan, 2007:42).

1993 yılında Aydın Doğan'ın Hürriyet'i de almasıyla tekelleşme yoğunlaşmaya başladı. 1990'lar ve sonrası medyada çapraz tekelleşmenin yaygınlaştığı; Doğan, Bilgin,

Çukurova gibi gurupların gazete, dergi, ajans, radyo, televizyon gibi farklı medya işletmelerinin yanı sıra medya dışı sektörlerde de ticari işletmelere sahip oldukları dönem oldu (Erdoğan, 2007:43). Doksanlı yıllarda basın sektöründe tekelleşme hâkim olmaya başlamış ve gazeteci patronun yerine işadamı patron kimliğine geçmiştir. Ulusal basın; Bab-ı Ali'den İkitelliye, medya plazalara taşınmıştır.

Gazete sayısına ilişkin farklı kaynakların verileri, 1980 sonrası dönemde yıllara göre küçük farklılıklar göstermekte; 600 ile 800 arasında gazete yayımlandığını göstermektedir. 80'li yılların ortalarından itibaren yerel gazetelerin sayısındaki artış liberal ekonominin doğurduğu yerel sermaye gücüne bağlanmaktadır. Özellikle belli gelişmişlik düzeyine sahip illerde Adana, Bursa, İzmit, Eskişehir, Antalya, Gaziantep, Malatya, Tekirdağ'da endüstri-sanayi ve ticaretin yarattığı yerel ilan ve reklam potansiyeli ofset teknoloji kullanan yeni gazetelerin oluşumunu sağlamıştır (Şeker, 2007:62-63).

Türkiye'de yerel basın sayısına ilişkin son veri, Basın İlan Kurumu yönetim kurulu 2005 yılı faaliyet raporunda yer almaktadır. Buna göre, kurum şubesi bulunan 8 ilde, 108 il merkezinde, 32'si Büyükşehir sınırları içinde olmak üzere 145 gazete bulunmaktadır. Diğer illerde yayımlanan gazetelerin sayısı ise, 2004 yılı sonu itibarıyla 519'u günlük olmak üzere toplam 875 olarak belirlenmiştir. Bunların 422'si illerde, 453'ü ilçelerde yayınlanmaktadır.

Türkiye'de ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde yayımlanan gazetelerin ve dergilerin genel yapısını kurumsal ve içerik yönünden değerlendirmek, sunulan hizmetin niteliği, süresi, sıklığıyla ilgili bilgileri derlemek ve karşılaştırmak amacıyla TÜİK tarafından yazılı medya araştırması yapılmaktadır.

Türkiye'de 2012 yılında yayımlanan 7109 gazetenin yüzde 90,4'ü yerel, yüzde 3,4'ü bölgesel ve yüzde 6,2'si ise ulusal yayın yaparken, dergilerin yüzde 35,2'si yerel, yüzde 7,8'i bölgesel, yüzde 57,1'i ulusal yayın gerçekleştirdi. Gazete ve dergilerin yüzde 58,5'i yerel, yüzde 5,9'u bölgesel ve yüzde 35,5'i ise ulusal yayın yapmıştır (www.tuik.gov.tr, 2017).

#### **1.4. Elazığ'da Yerel Medya'nın Gelişimi**

Elazığ'ın yerel medya konusunda köklü bir geçmişe sahip olduğu rahatlıkla söylenebilir. Çünkü ilk şehir gazetelerinin çıktığı illerden birisi de Elazığ olmuştur. İlk basımevi Müzlefezade Rıza Efendi tarafından 1866 yılında kurulmuştur. O yıllarda

Elazığ'da Vali olarak bulunan Hacı İzzet Paşa'nın da basımevinin kuruluşunda büyük yardımları olmuştur. Hacı Süleyman ve Ali Efendilerin yardımları ile işletilmeye başlatılan bu basımevinde ilk olarak da “Kaside-i Bür e” ile Ömer Naimi Efendi'nin “Manzume-i Naimiye” adlı eserleri basılmıştır (Kurtbaş, Doğan ve Göker, 2009:14).

Kurulan bu ilk basımevinde gazete çıkarma imkânı bulunamamış, Vali Hacı Hasan Refik Bey zamanında 1883 yılında madeni harfler getirtilerek, yeni bir basımevi kurulmuş ve ilk gazete “Mamuratül-Aziz” bu basımevinde bastırılmıştır. Basımevinin ilk müdürü Hacı Ömer Bey'dir (www.gunisigazetesi.net, 2017)

Elazığ'da yayınlanan ilk vilayet gazetesi olan, “Mamuratül- Aziz Gazetesi” ilk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekayi'den 62 yıl, ilk resmi vilayet gazetesi olan Tuna'dan 18 yıl sonra yayın hayatına başlamıştır. Bugünkü Elazığ basının öncüsü olan gazete 5 Ekim 1883 tarihinde yayınlanmıştır. 1914 yılına kadar 31 yıl yayın hayatını sürdüren Mamuratül-Aziz Gazetesi bu yönüyle Anadolu'da yayınlanan en uzun ömürlü gazetedir (Doğan ve Göker, 2009:24).

Mamuratül-Aziz Gazetesi'nden bir süre sonra 1918 yılında Şark Gazetesi yayınlanmaya başlamış ancak bu gazete de 1922 yılında yayınlarına son vermiştir. Büyük Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk, Kurtuluş Mücadelesi döneminde yerel gazeteler için "Gazi Basın" unvanını vermiş ve bu gazeteler Kurtuluş Savaşı'nda büyük roller üstlenmişlerdir. Kurtuluş Savaşı dönemine bakıldığında Anadolu'da 22 gazete yayınlanmaktadır. Bunlardan biri de Elazığ'da yayınlanmaktaydı. Bu gazete 1922 yılında yayımlanan Satvet-i Milliye gazetesidir.

Yayın hayatına 24 Şubat 1922'de başlayan Satvet-i Milliye gazetesi hem milli mücadelenin savunucusu hem de şehir sorunlarını sürekli yansıtan bir yayın olarak okurlarına ulaşmıştır. Türk basın hayatı içerisinde önemli bir yere sahip olan Elazığ'da basın hayatı, Cumhuriyetin ilanının ardından yaşamış oldukları zorluklara rağmen her geçen gün daha da gelişme göstermiştir. Elazığ'da yayın yapan ve ülke genelinde en eski beş gazete içinde yer alan 1 Mayıs 1930 yılında kurulan Turan Gazetesi, yayın hayatında bugün 85.yılıni geride bırakmıştır.

Yine Turan gazetesinin ardından Elazığ'ın en uzun soluklu gazetesi Muhsin Parlar'ın kurucusu olup 25 Ocak 1953 yılında kurduğu ve bugün Aydın Meral'ın sahibi olduğu Uluova gazetesidir. Uluova gazetesi de Turan gazetesi ile birlikte yayın hayatını Elazığ'da günlük olarak sürdüren en köklü gazetelerden biridir (Topal, 2016:28).

Elazığ'da günümüzde Günışığı, Hakimiyet, El-Aziz, Fırat, Son Nokta, Turan, HaberKent, Son Baskı, Elazığ Star Haber, Fırat, Gazete Elazığ, Gün Batımı ve Haber gazeteleri olmak üzere toplamda 12 adet yerel gazete yayın yapmaktadır.

Medya sektöründe köklü bir geçmişi bulunan Elazığ'da bugüne kadar Basın Yayın İlan Kurumunun çeşitli nedenlerden dolayı bir şube müdürlüğü açmamış olmaması her ne kadar bir eksiklik olsa da, bunun 2015 yılı içerisinde gerçekleşmiş olması önemli bir gelişmedir.

Günlük yerel gazetelerin en önemli maddi gelir kaynağı olan resmi ilanların yayınlanması için bundan sonra Elazığ Valiliği Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü aracılığıyla değil, Basın İlan Kurumu Elazığ Şube Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır.

Basın İlan Kurumu görevini “Kurum, resmî ilânlarla, kamu kurum ve kuruluşlarına ait reklâmların, vasıfları Genel Kurul tarafından tespit edilen mevkutelerde, fikir ve içtihat farkı aranmaksızın resmi ilanlara yayınlanmasına aracı olmaktadır. Şubelerinin bulunmadığı yerlerde ise aynı esaslar dâhilinde valilikler aracılık etmektedir” (<http://www.bik.gov.tr/kurumsal/gorevi/>) şeklinde açıklarken, şube müdürlüğünün açılmasıyla Elazığ yerel medyasından önemli değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır.

Basın İlan Kurumu'nun Elazığ'da Şube Müdürlüğü açarak resmi ilanlar için gazetelere belirli kriterler koyması her ne kadar yerel medya sahipleri açısından bakıldığında olumlu bir gelişmeymiş gibi görünmese de, yerel medyadaki bu değişiklikler okuyucu ve sektörde çalışması gereken ancak bir türlü değerlendirilmeyen İletişim Fakültesi mezunları açısından son derece olumlu gelişmedir.

Elazığ'da şuanda yayınlarını günlük olarak sürdüren ve okurları ile buluşan 12 gazete bulunmaktadır. Bu gazetelerin 5'i Birlik Medya adı altında aynı yerde hazırlanmakta ve yine aynı yerde basılarak aynı ekip tarafından dağıtılmaktadır. Bu gazeteler Turan, Uluova, Nurhak, Yeni Çağ, ve Birlik Haber gazeteleridir. Kemal Ergun Aslan'ın sahibi olduğu Fırat Gazetesi ise 2014 yılında bu birlikten ayrılan gazete olmuştur. Birlik Haber gazetesi ise 4 gazetenin ortak gazetesi olarak yayınlanmaktadır. Medya ve kartel kelimeleri yan yana değerlendirilecek olursa ve her ne kadar 4 gazete 4 ayrı kişiye ait bir durumda bulunsada, bu durumun meslek etiği açısından olumsuz bir durum olduğu söylenebilir. Ancak Anadolu basının yaşamış olduğu maddi yetersizlikler göz önünde bulundurulduğunda bu durum makul olarak değerlendirilebilir. Yine 16

Aralık 2013 yılında ilk kez okurlarıyla buluşan Elazığ Haber Kent Gazetesi de Elazığ'ın en son yayınlanan günlük yerel gazetesidir (Topal, 2016:31).

### 1.5. İnternet Gazeteciliği

Günümüzde birçok kişi içerik üretmeye yönelik Web sitesi kurarak girişimde bulunmaktadır. Bu girişimler arasında en popüler olanı ise haber sitesi kurmaktır. Çünkü haber siteleri çok geniş kitlelere hitap etmekte, sürekli güncel olmaları sayesinde arama motorlarında daha fazla dikkat çekmekte, ziyaretçi sayısını da daha kolay artırmaktadır.

İnternetin gazetecilik dünyasında kullanılmaya başlanmasıyla, gazetecilere ve okuyuculara yepyeni bir kapı açılmıştır. İnternet sayesinde haber siteleri ve geleneksel gazetelerin kurdukları internet sayfaları oluşturulmuştur. Okuyucular şimdi istediği haberi, istediği anda okuyabilir, habere ait görüntüler varsa izleyebilir, hatta daha sonra kullanmak için isterse arşivleyebilmektedirler.

Günümüzde küreselleşme ve hızla gelişen bilgi teknolojisi sayesinde iletişimin yeni dili internet olmuştur. İnternetin yaşamımıza girmesiyle yalnız toplumsal boyutta değil, kurumsal, kültürel ve ekonomik boyutta, birey ve toplumların hayatını etkilenmiş ve değişmiştir. Yaşanan bu hızlı gelişim ve değişimlere paralel olarak 'bilgi' önemli bir kavram haline gelmiş, bilgiye ulaşım-erişim de bununla birlikte kolaylaşmıştır.

Bilgi teknolojisindeki bu yenilikler her alanı olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da etkilemiştir (Birsen, 2011:37). Dördüncü kuvvet olarak adlandırılan medya dünyası, teknoloji sayesinde hızla değişime uğramıştır. Hem yazılı basında ve hem de görsel medyada kullanılan araçlar, yenilenen teknoloji ile günün gereksinimine cevap vermeye çalışmaktadır.

Yeni medya ve alternatif medya diye adlandırılan bu değişim, internet aracılığı ile yayın yapan gazetecilik türü olarak ortaya çıkmıştır (Bengi, 2002:17). İnternet öncesi iletişim araçlarının geleneksel medya şeklinde ifade edilmesine karşılık, bu yeni habercilik türüne "internet gazeteciliği" denilmiştir. Bu yolla gazeteler internet ortamında, okura yeni bir yöntemle ulaşabilmiştir (İlhan ve Özdemir, 2012:28).

İnternet gazeteciliği olarak tanımladığımız bu yeni medya platformu, yazılı ve görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymadan, habercilik türüne göre daha az maliyetle, günün her saatinde güncel ve interaktif habercilik yaparak yazılı ve görsel medyanın fonksiyonunu yerine getirmektedir. Klasik gazetecilik anlayışından farklı

olan internet gazeteciliği, yeni iletişim teknolojisinin getirdiği gelişmelerle haber metni ve fotoğrafların yanı sıra ses, hareketli görüntüler gibi teknik avantajlar da sağlamaktadır (Çakır, 2007:44).

İnternet üzerinden habercilik yapan sitelerin bazılarında haber yan ürünken bazılarında sunulan ürünün kendisidir. Burada internet gazeteciliğinden bahsedilirken haberin temel ürün olduğu internet haber siteleri ele alınacaktır.

İnternet haberciliğinin en önemli özelliği hipermetinsel olmasıdır. Hipermetinsellik linkler aracılığıyla aynı sayfadaki metnin içinde farklı yerlere ya da farklı sayfalara ulaşılabilir olmaktır (Gürkan, 2002:41). Türkiye’de meydana gelmiş bir trafik kazası haberi internet gazeteciliğinde çok farklı sunulabilir. Okuyucunun bu kaza haberini okuduğunda aklına gelen Türkiye’de her yıl kaç trafik kazası oluyor?, Kaç kişi yaşamını yitiriyor?, Yıllara göre bu oranların değişme durumu nasıldır?, Türkiye’de kara yollarının durumu nasıldır?, Alternatif ulaşım araçları nelerdir? gibi farklı soruların yanıtlarına linkler aracılığıyla ulaşılabilir (Kara, 2008:42). Ayrıca yine linkler yardımıyla bu habere dair görsellere ve videolara da ulaşılabilir. Benzer biçimde AB Katılım Belgesi’nin açıklandığı bir haberde okuyucu linkler yardımıyla AB ile ilgili tüm süreci, bilgileri, belgeleri tam metinleriyle ve yorumlarla okuyabilmektedir (Karakaş, 2002:78).

İnternet gazeteciliği okuyucuya bir haber ile ilgili detaylı ilgilere linkler yardımıyla ulaşabilme yani hipermetinsel olma özelliği sunarken öte yandan okuyucunun aklındaki sonsuz kategorilerle ilgili sınırsız haber bulma özgürlüğü de sağlamaktadır. Kadın haklarıyla ilgili haberleri görüntülemek isteyen bir okuyucudan trafik kazaları ile ilgili haberlere ulaşmak isteyen bir okuyucuya kadar sonsuz istek sınırsız sayıda haber ile karşılanabilmektedir. Böylece internet tüm haberler için bir veri tabanı görevini de görmektedir (Gürkan, 2002:42).

İnternet gazeteciliğinin en önemli diğer üç özelliği ise linkler ve veri tabanı olma özellikleri yardımıyla okuyucuya sınırsız bilgi verme görevini görürken anında olabilmesi, zaman ve yer sınırlaması olmaması ve taşınabilir olmasıdır. İnternet gazeteciliği okuyucu olup bitenden oluş anında ve okuyucuların istediği anda bilgilendirerek eş zamanlı habercilik yapmaktadır. Geleneksel gazetelerde haberler bir önceki geceden hazırlandığı için o gün içerisinde olup biten gazetelerde yer almamaktadır. İnternet gazeteciliğinde ise günün gelişmeleri okuyucuya gün ve gün aktarılmaktadır (İşleyen, 2002:78). Ayrıca okuyucuya istediği anda habere ulaşabilme

imkânını da tanımaktadır. Bu imkân internet gazeteciliğinin taşınabilir olması özelliği ile gerçekleştirilmektedir (Törenli, 2005:208).

İnternet gazeteciliği geleneksel gazetecilikten farklı olarak kâğıda ihtiyaç duymamaktadır ve okuyucunun cebindeki telefon ya da bilgisayarlarda okuyucunun istediği anda görüntülenebilmektedir. Haberin internet ortamında yer alması ona zaman ve mekândan da bağımsızlık sağlamaktadır. Geleneksel yazılı basında haber kendisine ayrılan yeri asla geçemez, televizyon haberciliğinde haber kendisine ayrılan dakikalar dışında yer alamazken internet ortamında haber linkler yardımıyla sonsuz yerde ve sonsuz sürede var olabilir (Karakaş, 2002:77).

İnternet haberciliği yapısı gereği geleneksel habercilikten farklı olurken bu farklılık haberin oluşma sürecinde de kendisini göstermektedir. Geleneksel gazetecilikte çok sayıda muhabirin olay yerlerindeki gözlemlerini aktarmasına dayalı habercilik anlayışı egemenken; internetin habercilikte temel unsur haline gelmesiyle muhabirin önemi ikinci plana atılmaya başlanmış, az sayıda muhabirin edindiği bilgilerin haber ajanslarında biriktirilmesi ve yabancı basından internet üzerinden elde edilen haberlerin çevrilmesiyle gerçekleştirilen ve yorum ağırlıklı bir habercilik başlamıştır.

Haberin yapılış aşamasındaki bu değişim kendisini iki şekilde göstermektedir. İnternetin haberin toplanışından sunuluşuna kadar tüm aşamalarda egemen olması gazetecilere esnek bir çalışma ortamı (Törenli, 2005:206) getirmekte ve okuyucunun da haberin oluşması sürecine katıldığı bir interaktiflik sağlamaktadır.

İnternet ile birlikte gazetecinin ofis içerisinde ya da haber mahallinde bulunmaması durumu da oluşmuştur. Böylelikle gazeteciler evlerinden bile internet üzerinden gerek ajanslardan bilgi toplayarak, gerek yabancı basından çeviriler yaparak, gerekse egemen hale gelmeye başlayan yorumlar yaparak gazetecilik faaliyetlerini yürütebilir hale gelmişlerdir. Öte yandan gazeteci elindeki internete de bağlanabilen cep telefonları ile günlük yaşantısını sürdürürken olayları fotoğraf ile görüntüleyerek anlık olarak haber portallarına yerleştirebilmektedir.

Gazeteciliğin internet ortamında gerçekleşmesi okuyucuların da bizzat haber üretimine dâhil olabilmeleri ile interaktif gazeteciliği ortaya çıkarmaktadır. Gazetecilikte interaktiflik iki şekilde kendisini göstermektedir. İlk olarak okuyucular bizzat yorumlarıyla ve eleştirileriyle habere etki ederler; ikinci olarak ise okuyucuların tepkilerinin farklı yöntemler ile ölçülmesi ile okuyucunun tercihlerinin dikkate alındığı bir haberciliğin geliştirilmesiyle okuyucular haberin oluşumuna katkıda bulunurlar.

Geleneksel gazetelerin haber sitelerinde haberlerin altında bulunan yorum kısımlarına yazdıkları yorumlar ile okuyucular da haberin içerisinde üretici olarak dâhil olmaktadır. Log raporları ile ise internet gazeteleri okuyucuların ilgili alanlarını belirleyerek yayın politikalarını bu doğrultuda yapmaya gayret göstermektedirler (İşleyen, 2002:74).

İnternet ayrıca sosyal medya gibi ortamlar ile gazeteci ile okuyucunun bir araya gelmesini de kolaylaştırarak gazeteciye haber konusunda yönlendirmekte ve okuyucu ile gazeteci arasında bir sadakat ilişkisi de yaratmaktadır (Sözeri, 2012:271).

İnternet gazetesinde, geleneksel gazeteye göre haberlerin anında güncellenebilmesi olanağı sunmakta, gün içindeki gelişmeler anında okuyuculara iletebilmektedir. Diğer yandan internet gazetelerinde söz konusu haberle ilişkili çok sayıda görsel malzemenin kullanılabilmesi, zaman zaman habere ilişkin video görüntülerinin sunulabilmesi, fotoğraf albümlerinin hazırlanması bu yeni iletişim teknolojisini, gelenekselinden büyük ölçüde farklı kılmaktadır.

Ayrıca, geleneksel gazetede haberlerle ilgili ayrıntılı bilgiler bulmak zorken, internet gazetesinde haberin içeriği ve görselliğiyle ilgi daha fazla bilgi ve malzeme bulunmaktadır. Gazeteci, geleneksel gazetede haberini sayfa sınırlılığı nedeniyle farklı formatlarda sunma sıkıntısı yaşarken, internet gazetesinde sayfa sınırlılığı olmaması nedeniyle, gazeteci haberini kesmeden yayınlatabilmektedir. Geleneksel gazetelerde haberle ilgili ses ve video görüntülerini yayınlamak mümkün değilken, internet gazetesi gelişen teknolojiyi en iyi şekilde kullanarak haberle ilişkilendirilen ses ve video görüntülerini sayfasında yayınlatabilmektedir.

Geleneksel gazetelerde arşivleme ve arşive ulaşım oldukça zorken, internet gazeteleri oluşturdukları sistem sayesinde arşiv oluşturmayı ve arşive ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Bu da okuyucu ve araştırmacıya internet gazetelerinin sağladığı en önemli kolaylıklardan biridir.

Geleneksel gazetelerin birçoğu dağıtım sorunları nedeniyle yurtdışında ve il dışında bulunan okuyucu kitlesine ulaşmada büyük zorluklar yaşamaktadır. İnternet gazeteleri bu yaşanan zorlukları ortadan kaldırarak yurtiçinde ve yurtdışındaki internet kullanmayı bilen tüm okuyuculara ulaşma olanağı sağlamıştır.

İnternet gazeteleri, okuyucu açısından da yeni olanaklar sağlamaktadır. Geleneksel gazeteler belirli periyotlarla yayınlanırken internet gazeteleri günün her saatinde güncellenerek okuyucuya daha yeni haberler sunmaktadır. Günlük yayınlanan

geleneksel gazeteler haberi okuyucuya ertesi gün ulaştırabilmektedir. İnternet gazetesi ise gelişen teknolojinin olanaklarını kullanarak haberi okuyucuya anında ulaştırabilmektedir.

“Teknolojinin matbaanın keşfinden günümüze kadar olan gelişmelere bakıldığında şu anda insanların uzak gördüğü e-kağıt, e-mürekkep uygulamalarının bir gün ulaşılabilir olacağı aşıkardır. Fakat günümüz için bu teknolojinin basını köklü değişikliklere uğrattığı açık olarak gözlenirse de basılı gazetelerin ortadan kalkacağını söylemek şimdilik söylemek mümkün değildir. İnternet ve internet medyası tüm basın sektörü için önemli bir yere sahiptir” (Eldeniz, 2010:147).

Medyanın ortaya çıkış amacı halka doğru haber sunarak onu bilgilendirmek ve bunun sonucunda kamuoyu oluşturmaktır; ancak küreselleşme ve neoliberal politikaların sonucunda dünya koşulları da hızla değişmiş ve bu değişim medyaya da yansımıştır. Piyasa koşullarının değişmesi ve kapitalist sistemin etkisi altında kalan medya ticari bir işletme olarak faaliyet göstermeye başlamıştır.

Yeni medyanın ortaya çıkışı ile birlikte ise internetin geleneksel/ana akım medyada sesini duyuramayanların sesi olabileceği düşünülen mecralara yer verebileceği, onun üretim güçlerinden ve üretim ilişkilerinden uzak bir alternatif medya olabileceğine dair olumlu düşünceler oluşmuştur.

### **1.5.1. İnternet Gazetelerinin Hazırlanışı ve Sunumu**

Gazeteciliğin gerçek alandan sanal alana geçmesiyle birlikte haberin toplanmasından, gazetenin basılmasına kadar geçen tüm aşamalar da dönüşüme uğramıştır. Haberin kaynağına ulaşmada internet teknolojisi temel araç olarak kullanılmaya başlanmış, Web sayfalarında haberin yazım biçimi değişim geçirmiş, yazı işlerinin işleyişi de sanallaşmaya başlamıştır.

İnternet çağında gazetecilerin muhabirlik görevi olay mahallerinden gazete binalarına, haber odalarına ve hatta kendi evlerine taşınmaya başlanmıştır. Gazeteci internet alanında sınırsız kaynağa sahip olduğu için sokağa çıkmanın yanı sıra linkler yardımıyla sonsuz haber kaynağına erişebilmektedir. Gazeteci internet ortamında kurum veya kişilerin Web sayfalarından bilgi toplamakta, Web sayfalarında belirtilen kişilere e-posta göndererek yanıt istemekte, kurum ve kuruluşların Web sitelerinde yayınladıkları açıklama ve raporları kullanmaktadırlar (Araslı, 2011:96).

Gazeteci habere dair fotoğrafları da dijital makinesiyle çekerek doğrudan anında haber sitesine aktarmaktadır. Röportajlar e-posta yoluyla ya da chat odalarında on-line olarak gerçekleştirilmektedir. Görüşmeler video ya da ses dosyası olarak kaydedilerek yine anında WEB sayfasına yerleştirilmektedir (Gürkan, 2002:54-55).

Haberler internetin aracılığı ile linkler yardımıyla birkaç tık ile editörlerin havuzunda toplanarak yazım aşamasına geçilmektedir. Yazım aşaması da internet çağının gerektirdiği biçimde gerçekleştirilerek yazı işleri aşaması tamamlanmaktadır.

İnternet haberciliğinde haber yazım tekniklerinin bir kısmı geleneksel gazetecilikteki gibi devam etmekte ancak internetin kendi özelliklerine göre bazı haber yazım teknikleri de kullanılmaktadır. İnternet gazeteciliğinde kullanılan ilk haber yazım modeli T modelidir. T modeline göre T'nin yere paralel kısmında haberdeki olayın sonucu özetlenmekte, T'nin bacak kısmında ise ayrıntılar verilmektedir. Ters piramit modeli de internette haber yazımında kullanılan bir diğer kuraldır. Buna göre okurun haberi okumadan sayfadan uzaklaşmaması için girişte haberin önemli unsurları ve sonucu verilirken, detaylara ise ileriki sayfalarda yer verilmektedir (Araslı, 2011:100).

Ters piramit modelinin internet gazeteciliğine uyarlanmış hali ise on-line piramit modelidir ve bu modelde Web sitesinin ilk ekranına başlık ve özetten oluşan paragraf yerleştirilmekte, ardından fotoğraf ve biyografiler, olaya ilişkin detaylar, görüşme metinleri, ses ve görüntü dosyaları gibi detaylar katmanlar halinde yer almaktadır. İnternet haberciliğinde doğrusal olmayan yazım modeli kullanılmaktadır. Buna göre haber içindeki unsurlar sırayla verilmek yerine hipermetinlik özelliğinin sunduğu avantajlarla haber parçalara ayrılarak farklı linklerle görüntülenmektedir (Araslı, 2011:102).

Bir diğer internet haberciliği yazım modeli kümeleme modelidir. Kümeleme modelinde haberler Web sitesinde tarih sırasına göre yer almaktadır. Son dakika haberleri sitenin en üstünde yer alırken diğer haberler de zamanına göre kümelenerek sayfadaki yerlerini almaktadır.

Haberde haber ile ilgili anekdot ve diyalogların yer almasına dayalı olan öyküsel anlatım modeli de internet gazeteciliğinde kullanılan haber yazma tekniklerindendir.

İnternet gazeteciliğinde kum saati modeli ismi verilen ve özellikle polisiye ve adliye haberlerinde kullanılan haberin özetinin geçtiği ilk bölüm, detaya kısaca geçişin yapıldığı ikinci bölüm ve öyküsel anlatımla olayın detaylı olarak anlatıldığı üçüncü

bölüm olmak üzere üç bölümde aktarılan bir model de kullanılmaktadır (Araslı, 2011:100).

İnternet gazeteciliğinde haberin toplanmasından basılmasına kadar geçen süreçte yazı işlerinin işleyişi baştan sonra dönüşüme uğramıştır. Yazı işlerinde muhabirler, editörler, yazı işleri müdürü ve genel yayın yönetmeni arasındaki bağlantı da telefonlar ve bilgisayarlar yardımıyla gerçekleşmektedir ve farklı konularda araştırma yapanlar birbirlerini günlerce görmeksizin sadece internet aracılığıyla iletişim kurmaktadır.

Yazı işleri çalışanları oturdukları yerden hiç kalkmadan internet aracılığı ile enformasyon kaynaklarına ulaşarak bilgiyi derleyebilmektedirler. Ayrıca yazı işleri çalışanları yine internet aracılığıyla, bir yerde yaptıkları araştırmalardan elde ettikleri bulguları, grup paylaşımı çerçevesinde diğer arkadaşlarına ve editöre gecikmeksizin ulaştırabilmektedirler (Araslı, 2011:93).

Gazetecilik internet çağında geçirdiği bu dönüşüm sonucunda sahip olduğu özellikler anlamında da değişime uğramıştır. Geleneksel gazeteciliğin kurallara daha bağlı ve ofis içi çalışma ortamı özelliklerinin tersine internet gazeteciliği döneminde gazetecilik ademi merkezileşerek esnek örgütlü hale gelmiştir.

Enformasyon kaynağı ve hedefi arasında aracı rolü oynayan gazeteci figürü ortadan kalkarak kaynak ve hedef birbirine yaklaşmıştır. Ters piramit kuralına uygun şekilde yazılan haber metinleri hipermetinsellik içerisinde parçalara ayrılarak sunulur biçime gelmiştir. Tüm bu dönüşümler gazeteciliği temel kurallarının devam etmesinin yanı sıra ona teknolojiye dayalı yeni özellikler de eklenmesiyle sonuçlanmıştır.

### **1.5.2. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği**

İnternet gazeteciliğinin Türkiye’de ortaya çıkışı ve gelişmesi dünya genelinde internet gazeteciliğinin tarihi ile benzer bir çizgiye sahip olmuştur. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de internet gazeteciliği üç dönemde incelenebilir. İlk dönem gazete ve televizyon kanallarıyla yayın yapan kuruluşların internetteki uzantılarının oluşmaya başladığı ilk dönemdir. Bu dönemde ntvmsnbc.com, hürriyet.com, milliyet.com, zaman.com gibi siteler oluşmuştur. İkinci dönemde geleneksel gazetelerin internetteki uzantılarının yanı sıra sadece Web’te yayın yapan internet gazetelerinin de oluşmaya başladığı dönemdir. İkinci dönemde sadece internet üzerinden yayın yapan haber3.com, nethaber.com, internethaber.com, bianet gibi internet gazeteleri ortaya çıkmıştır. Önceki iki dönemi de kapsayan son dönemde ise medyaya dair enformasyon veren journal.net,

medyatava.com, haysiyet.com, dorduncukuvvetmedya.com gibi internet siteleri oluşmuştur.

İlk dönemde yerel gazeteciler haber içeriğini internet gazeteleri için üretmek yerine, kendi geleneksel gazeteleri için ürettikleri haber içeriklerini Web sayfalarına taşımışlardır. Bu dönemde internetin Türkiye’de kullanılması ve yaygınlaşmasıyla mevcut gazete ve dergiler yayınlarını internete taşımaya başlamışlardır (Karaduman, 2002:90-91). Türkiye’de bu anlamda internet gazeteciliği ilk olarak 1995 yılında başlamıştır. İnternette yayınlanan ilk haber biçimi gazete değil dergi şeklinde olmuştur. İlk defa Türkçe yayın olarak internette Aktüel dergisi yer almıştır. Aktüel’i Leman Dergisi izlemiştir (Kara, 2008:39). İnternette yayınlanan ilk gazete ise 1996 yılında yayınlanan Zaman gazetesidir (Basım, 2002:15).

1997 Kasım’ında Milliyet ise içeriklerinin tamamını internete aktaran ilk gazete olmuştur. Hürriyet ve Sabah gazeteleri Ocak 1997’de, Radikal Mart 1998’de internetteki yerlerini almışlardır. Turkish Daily News 1996 yılında internete geçerken Cumhuriyet gazetesi Mayıs 1998’de kuruluş yıldönümünde on-line yayın hizmeti vermeye başlamıştır (Karaduman, 2002:39). İlk dönemde büyük medya grupları, o dönem için yeni ve ticari olarak riskli bir mecra olan internet yayıncılığına, küçük yatırımcıların gerçekleştiremeyecekleri büyüklükte altyapı, personel ve reklam harcamaları yaparak başladıkları için Türkiye’de ilk aşamada küçük girişimcilerin bu alana girmeleri mümkün olmamıştır (Araslı, 2011:85).

Türkiye’de internet gazeteciliğinin içinde bulunduğumuz son döneminde ise bir yandan mevcut medyaya enformasyon sağlayan haber siteleri oluşmuş, öte yandan interaktif gazetecilik gelişmiş, ayrıca internet gazeteleri de sayı ve nitelik bakımından artış göstermiş ve geleneksel gazetelerin internet yayınları da kullanıcılar tarafından daha sık kullanılır olmuştur.

Türkiye’de 1995’te başlayıp 1990’lar boyunca hızla ilerleyen ve 2000’lerde internete dair özel içeriklerin üretilmesiyle farklı bir boyuta ulaşan internet gazeteciliği Şubat 2001’de yaşanan kriz sonrasında düşüşe geçmiştir. Bu dönemde birçok internet yayını kapanmak zorunda kalmıştır. Ancak kısa bir süre sonra 2002 yılından itibaren internet gazeteleri tekrar çoğalmaya başlamıştır (Karaduman, 2002:40).

### 1.6. WEB Tasarım Kavramı

Web sayfası, elektronik ortamda kurum, kuruluş ve insanların dış dünyaya açılan bir penceresi durumundadır. Uygun bir gösterici programın anlayabileceği HTML komutları denilen özel komutlardan oluşur. Metinler, fotoğraflar, sesler, hatta video görüntüleri bir Web sayfasına konabilir (Boyut Yayıncılık, 2005:5).

Web sitesi internet üzerinde yer alan bir iletişim aracıdır (Boyut Yayıncılık, 2005:4). Web, internet üzerindeki servislerden birisidir. İnternet üzerinde yazı, grafik, resim, ses ve hareketli görüntülerden oluşan dokümanları uzaktaki bilgisayarlara iletir. Bu hizmetin görülebilmesi için geri planda çalışan birçok yazılım vardır. Web artan bilgiyi yaymada ve çok sayıda kişiye ulaştırmada bir aracı olarak işlev görür. Kişiler Web aracılığıyla her konuda paylaşım yapabilmektedirler. Bilgisayar ekranında, interneti açtığımızda gördüğümüz bütün yazılı-görsel dokümanlara Web sayfası denmektedir. Tasarlanan Web sayfalarını bir araya getirerek bir Web sitesi oluşturulabilir.

İnsanın daha önceki algılama tecrübelerinin de yardımıyla zihninde oluşturduğu biçimi başkalarının algılayabileceği şekilde görselleştirmesine Web sayfası tasarımı denilebilir. Web sayfasına aynı anda bir veya birden fazla yazı, fotoğraf, çizim, reklam, ses ve video gibi her türlü metin istenilen kombinasyonlar ve tasarımlarla kullanılabilir. Pek çok kullanım çeşidini saymak mümkündür.

Farklı kullanıcıların farklı talepleri olması sebebiyle, istenilen mesajı etkili bir biçimde ileten bir Web sitesi tasarlamak için siteyle ilgili bazı temel uygulamaların belirlenmesi gerekir. Bunlar; Web sitesinin içeriği, hedef kitlesi, sitenin hangi amaç dâhilinde kullanılacağı, siteyle nasıl iletişime geçileceği, sitenin güncellenme süreleri ve yorumların denetlenmesi gibi bilgiler içermektedir.

Bir Web sitesi tasarlanırken, üç temel faktörün göz önünde bulundurulması gerekir: organizasyon, sunum ve etkileşim/geri bildirim. Bu sebeple tasarımcıların sitelerinin nasıl yapıldığı, nasıl sunulduğu ve kullanıcılara nasıl dönüt yapıldığı noktalarında planlama yapmaları gerekmektedir (Yılmaz, 2006).

Renkler, boyutlar, içerik ve yazı tipleri/tipografik özellikler iyi düşünülmüş olmalı ve kullanıcıyı Web sitesini nasıl kullanacağı ve yorumlayacağı konusunda yönlendirmelidir. Bir web sayfası tasarlandığında, hitap edilen kitlede rahatlık ve güven duygusu oluşturmalıdır. Web ortamında görsel kullanışlılığın önemi büyüktür. Bunun için gelişigüzel ya da sadece teknik yönden çok iyi tasarlanmış, estetik görünen bir Web

sayfası hazırlamak yeterli değildir. En önemlisi, sayfalardaki görsel elemanları doğru kullanarak karşı tarafa doğru mesajı iletebilmek, ziyaretçiye etkileyebilmektir.

Web sayfalarının tasarımında sayfaların planlanması, tasarım işlevi, metin yapıları, göz hareketleri ve online okuma alışkanlığı da dikkate alınmalıdır. Görsel tasarım ile ilgili önemli görülen alanlar, dengeler, başlıklar, çizgiler, tablolar, renk, tipografi, boş alanlar, fotoğraf ve reklam gibi konularda, kullanıma yönelik farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmalıdır.

Web sayfaları; kişilerin, kurum ve kuruluşların tanıtımını yapan, birbirleriyle ilgili bilgi alışverişini sağlayan, reklâmını yapan alanlar olarak tanımlanmaktadır. Web sayfaları ikiye ayrıldığında şu şekilde adlandırılırlar (Yücel, 2007:20):

- **Statik WEB Sayfaları:** Genelde bilgi vermeye yönelik kurulan sayfalardır. İnteraktif bir iletişim yoktur. Sitedeki bilgilerin belirli aralıklarla güncellenmesi gerekmez. Sayfa sayısının az olduğu, ziyaretçi etkileşimin ve geri dönütün olmadığı, tanıtım ve bilgilendirme amaçlı olarak tasarlanan siteler için kullanılmaktadır. Dinamik sayfaya göre pratik değildir. Kişiler gerekli bilgileri aldıktan sonra ihtiyaç duymadıkça siteyi tekrar ziyaret etmez.

- **Dinamik WEB Sayfaları:** “Sayfa ziyaretçisiyle interaktif iletişimi olan Web aynı sayfa üzerinden hedef kaynağa geri dönüşümün yanı sıra ekstra bilgi gönderme gibi çeşitli imkânları bulunmaktadır” (Yücel, 2007:20). ASP (Active Server Pages, Aktif Sunucu Sayfaları), PHP (Hypertext Preprocessor) gibi programlama dilleriyle yazılmış Web siteleridir. Site sahibinin, içeriğini kendisinin oluşturmasına, güncellemesine ve ziyaretçilerin de buna katlı sağlamasına imkan sağlar. Bu sitelerde bilgiler bir veri tabanında bulundurulur ve istenildiği zaman üzerinde düzenleme yapılabilir. İnternet haber siteleri de dinamik Web sayfaları içinde yer alır.

Web sitesi sahipleri arama motorlarında kolay bulunabilme ile ilgili çalışmalar da yapmak zorundadır. Hem çevrim içi hem de çevrim dışı olarak siteyi canlı tutma ile ilgili çalışmalar yapılmalı bu şekilde kullanıcılar siteye çekilmelidir. Web siteleri, e-magazinler, banner (şerit) reklamları, ödüllü siteler, arama motorları ve başka siteden bağlantılar/linkler aracılığıyla çevrim içi tutundurulurlar.

“Web sitelerinde kolay bulunabilirlik için, site içeriğini yansıtıcı anahtar kelime iyi seçilmeli ve arama motorlarına da kayıtlı olmalıdır” (Keş, 2009:72). Ayrıca sık sık güncellenen sitelerin arama motorlarında üst sıralarda çıkma ihtimali de artmaktadır. Böylece ziyaretçi sayısında da artış olacaktır.

### 1.7. Web Tasarım İlkeleri

Web tasarım ilkeleri, amacına uygun bir site yapma konusunda göz önünde bulundurulması gereken unsurları kapsar. Tasarımın özgün olması, amacını yansıtması, kurumsal kimliliğin yansıtılması, dengeli ve yalın sayfa, tasarımda mesaja dikkat çekme ve yoğunlaşma, renk kullanımı, sitede keyifle dolaşma, amblem/logonun amaca uyumu, sloganların yerleşimi ve akılda kalıcılığı, yazı karakteri ve puntosu, sitede harita bulunması, detaylı arama seçeneklerinin bulunması, künye ve iletişim bilgilerinin yer aldığı bir linkin varlığı gibi durumlar, sitenin ziyaretçi sayısında önemli paya sahiptir.

Etkili Web tasarımı, etkili iletişimi beraberinde getirir. Kullanıcılar genellikle, kendilerine karmaşık gelen ara yüzlere sahip Web sitelerinden kolaylıkla vazgeçerek, benzer içerikteki bir başka Web sitesini tercih etmekte, bu da bazı Web sitelerinin kullanılabilirliğini ve ziyaretçi sayısını olumsuz yönde etkilemektedir (Uçak ve Çakmak, 2009:280).

Kullanıcılar Web sitelerini beş saniyeden daha az bir sürede ziyaret etmekte ve Web sitesinden mümkün olduğunca kısa sürede ayrılma eğilimi göstermektedir. İnternet, geçmişten bugüne teknik ve görsel yapısı yönünden önemli ölçüde değişikliğe uğramıştır. Bugün gelinen durumda ise, doğru etkileşim tasarımları üretme noktası önem kazanmıştır. Doğru tasarım, kullanıcıların Web sitesinden istediklerini daha kolay alabilmelerini sağlar (Yılmaz, 2006:2).

İyi bir Web tasarımcısı olmak için teknik, yapısal ve görsel özelliklerin doğru şekilde bir araya getirilebildiği siteler tasarlamak gerekir. Web sayfaları yazı, fotoğraf, etkileşim, hareket ve ses gibi kendi iletişim unsurlarına sahiptir. Web sayfası tasarımında tipografinin kullanımı iletişimin önemli bir noktasıdır. İyi düşünmek ve düşüncelerini şekillere/çizgilere, noktalamalara doğru şekilde yansıtmak gerekir. Tasarımcının, anlatmak istediğini Web dilinde nasıl ifade edeceğini düşünmesi ile doğru ve etkili mesaja ulaşılabilir. Web sayfasında iletilmek istenen içerik için; illüstrasyon ve fotoğrafların, yazıların, hareketli ve sesli unsurların doğru ve etkili tasarlanmış sayfaların bir araya nasıl getirilecekleri planlanmalıdır.

Etkili ve estetik nitelikleri olan Web siteleri için, genel tasarım ilkeleri geliştirilmiştir. Bu tasarım ilkelerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

#### **Yalınlık**

Hedef kitlenin zihnini karıştıracak ve görsel/zihinsel algılamasını zorlaştıracak her türlü karmaşadan kaçınılmalıdır. Web sayfası yaparken gereğinden fazla ses,

görüntü ve metin kullanımından, karmaşıklıktan kaçınılmalıdır. Görüntü öğeleri ve metinler, verilmek istenen içerik için etkili olarak kullanılırsa, kullanıcının Web sayfasını algılaması kolaylaşır ve sayfanın içinde kaybolması engellenir. “Basitlik, gereksiz yazıyı ve görsel efektleri elemekten geçer. Gereksiz yazıları elerken yazma becerinizin geliştiği gibi, gereksiz görsel efektleri çıkarırken de tasarım beceriniz gelişir. Gerçek daima açık ve basit olmalıdır” (Parker, 1999:30).

“Görsel iletişim tasarımı ürünlerinde, tasarım ürününün özgünlüğü, dikkat çekiciliği, mesajı ile hedef kitleye uygunluğu vb. dışında, görsel / güzel iletinin kolay bir biçimde aktarılması ve anlaşılır kılınması da önemlidir” (Keş, 2009:28).

İletmek istenilen görsel ve sözel unsurlar kadar grafik ve metinler de kullanılmalıdır. Gereksiz öğeler, görsel algılamayı olumsuz yönde etkiler. Renk ve metinlerin fazla çeşitlilik göstermesi, öğrenmeye yardımcı olmaktan ziyade insan zihnini karıştırır. Canlandırma ve ses gibi çoklu ortam araçları iletiyi destekleyecek nitelikte kullanılmalıdır (Pettersson, 2002:50).

Kullanılan görüntü öğeleri ve metinler uygun ve net olmalıdır. Kullanılan görüntü öğelerinin (fotoğraf, illüstrasyon vb.) ne amaçla kullanıldığı daima belirtilmelidir. Görüntü öğeleri ve metinler, kolay okunabilir ve anlaşılabilir olmalıdır (Pettersson, 2002:50).

### **Açıklık**

Anlaşılır site tasarımlarının önem taşıyan öğelerinden biri olan açıklık, görsel olarak sayfaların açık, net, belirgin olmasıdır. Kullanılan metin ve görsellerin okunabilir, anlaşılabilir ve algılanabilir olması açıklık ilkesini ifade etmektedir. Açıklık ilkesi, içerikte kullanılan dil ile ilişkilendirilebileceği gibi, metnin okunurluğu için kullanılan yazı karakteri ve puntosu ile de ilişkilidir. “Bu yüzden metinde, rahatlıkla algılanabilecek ve okunabilecek ideal bir ölçü ve yazı karakteri kullanılması gerekir. Örneğin kitapta yazının okunabilmesi için 9-12 punto etkili iken, ekran için biraz daha büyük olması gerekir. Ayrıca bilgilendirme açısından görüntü öğelerinin de okunurluğa gereksinimi vardır” (Pettersson, 2002:48).

Açıklık ilkesine bağlı kalarak oluşturulacak bir haber sitesinde, bozuk şiveden ve bilimsel dilden kaçınılmalıdır. Özlü içerikler sunulmalıdır. Kısa, anlaşılır ve devrik olmayan cümlelere yer verilmelidir. Mümkün olduğu kadar anlaşılır simgelerle işaret biçimi kullanılmalıdır. Resmi olmayan dil kullanılmamalıdır. Haber metinleri, haber

yazma kurallarına uygun yazılmalıdır. Toplumun her kesimini kapsayan bir dil kullanılmalıdır (Keş, 2009:33).

Sonuç olarak açıklık ilkesi, yazıların ve görsel anlatımın anlaşılır bir şekilde izleyiciye iletilmesiyle sağlanır. Görsel dilin doğru, cümlelerin akıcı şekilde ifade edilmesi ile açıklık ilkesi tam anlamıyla sağlanmış olur.

### **Tutarlılık**

“Tutarlılık, çoklu ortam ve Web sayfa tasarımında en fazla dikkat edilmesi gereken tasarım ilkesidir. Tasarımda tutarlılık, izleyiciye ya da okura okuma-izleme ve tasarlanan ürün içinde dolaşım kolaylığı sağlamaktadır” (Keş, 2009:28). Tutarlılık, birbirinden farklı görsel dil kullanarak sayfalar arasında ani değişikliklerle ziyaretçilerin şaşırtılmaması, algılamalarının zorlaştırılmamasıdır.

Göz, tasarım yüzeyinde belirli ilkeler doğrultusunda hareket eder. Göz hareketlerinin uygun ve doğru şekilde belirlendiği bir tasarım daima hedefine ulaşır. Göz hareketi soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri dikey hareketlerine göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz büyüktür küçüğe, renkliden renksiz, koyu renkten açık renge, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir yol izler. Göz Web sayfasında bir unsurdan diğerine kesintisiz geçişler yapabiliyorsa, devamlılık sağlanmış demektir (Becer, 2005:70).

Ana sayfadan diğer sayfalara geçerken sunum biçimi birbirini takip etmelidir. Bütün site tek elden çıkmış izlenimi yaratmalıdır. Kullanıcıyı zorlamamalı, siteyi daha önce ziyaret ettiğinde öğrendiği düğmelerin işlevleri değiştirilmemeli, farklı simgeler konulmamalı ve tutarlılıkları sağlanmalıdır. Renklerin kullanımında, işaretlerin ve yazının kullanımında, yazının renginde, kalınlığında ya da inceliğinde, eğikliğinde, puntosunda ve grafiklerin biçiminde tutarlılık ve süreklilik sağlanmalıdır (Keş, 2009:30).

Tasarımı yaparken; düğmelerin gruplanması ve yerleştirilme biçimi, görsel yardım bilgilerinin uyumu, fotoğraf ve yazıların birbirine oranı ve ayrıca sayfa düzeni tutarlı tasarımın önemli aşamalarındandır. Aynı zamanda biçim, renk ve tarz benzerliği tutarlılığı artırır. Web sitelerinde tutarlılığı sağlamak için renk kodlarından faydalanılır. Oluşturulan renk kodları sayesinde yazı ve arka plan renklerinde tutarlılık sağlanmaktadır. “Tutarlılık, ayrıca ana metindeki hizalama, yazı ailesi, başlıklar, arka plan etkileri ve grafik öğeleri üzerindeki özel etkilerin aynı kalmasıyla sağlanır.

Tasarımda genel tasarım iskeleti / çatısı bozulmamak koşuluyla diğer sayfalarda içeriğe uygun renkler kullanılabilir” (Keş, 2009:31).

Tutarsızlık, tasarıma profesyonellik ve güzellik katmaz. Kullanıcıların site dışına çıktıklarını sanmalarına neden olabilir.

### **Denge**

“Denge, iki zıt yöne doğru uygulanan iki kuvvetin birbirini bütünlemesidir” (Yücel, 2007:51). Denge, kompozisyon içindeki nesnelerin bıraktığı görsel ağırlıkla da ilişkili olarak, verilen tasarım içindeki nesnelerin düzenlenmesidir.

Denge, yalnızca nesnelerin ölçüsüyle değil, aynı zamanda onların değerleriyle de ilgilidir. Bir düzlemdeki nesneler eşit ağırlıkta olduklarında dengededirler. “Bir sanat yapıtını oluşturan öğelerin, bütün içinde kompozisyon düzenini bozmayacak biçimde dağılışı”na (Sözen ve Tanyeli, 2001:65) denge denir.

“Hayali bir çizgi ya da düzlemle ayrılmış iki yönlü biçim benzerliği” (Becer, 1997:65) simetrik dengeyi tanımlamaktadır .

Tasarlanan yüzeydeki görüntülerin dengesi duyguları olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir. Dengelenmemiş bir tasarımda görsel öğeler, sanki devrilecekmiş gibi gerilim hissi yaratabilir.

Denge, öğelerin yatay ve dikey olarak sayfaya eşit ağırlıkta yerleştirilmesi yoluyla oluşturulur. Denge 2 şekilde yapılabilir:

- **Formal (Simetrik):** Bir materyalin ortadan ikiye bölündüğünde öğelerin simetrik olarak her iki tarafta da birbirinin aynısı olacak şekilde konumlandırılmasıdır.
- **İnformal (Simetrik Olmayan):** Ağırlık olarak her iki taraf da eşittir; fakat kullanılan öğeler farklıdır. Dengenin informal şekilde sağlanması materyale belirli ölçüde hareketlilik kazandırabilmektedir.

Bu dengeler, kullanılan malzemeye göre seçilebilir. Bazı tasarımlarda simetrik denge daha estetik dururken, bazı tasarımlarda ise simetrik olmayan dengenin göze daha hoş geldiği ve mesajı doğru iletmede etkili olduğu söylenebilir.

### **Görsel Hiyerarşi**

“Görsel hiyerarşi, "tasarım içindeki görsel unsurları, vurgulamak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir” (Becer, 2005:69). Tasarımcı, yaptığı görsel tasarımlarda iletmek istediği mesaja göre öncelikleri belirler ve tasarımını ona göre hazırlar. “Tasarım süreci içerisinde görsel hiyerarşiyi etkileyen özellikler vardır; renk, büyüklük, açıklık-koyuluk, uzaklık-yakınlık ve konum gibi” (Uçar, 2004:154).

Tasarımcı görsel hiyerarşiyi etkili bir şekilde uygulayabilirse, mesajını izleyicisine daha rahat aktarabilir ve görsel algılamada ziyaretçiyi tasarım üzerine yönlendirebilme ve sayfada uzun süre tutabilme fırsatı yakalayabilir.

Görsel hiyerarşinin doğru kurulduğu bir sitede göz, bilgi akışına göre sayfadaki hareketliliği rahatlıkla yakalayabilmektedir.

### **Vurgu**

“Her türlü görsel tasarım, etkin bir vurgu ögesine gereksinim duyar. Vurgu etkisi boyut, titreşim, renk, doku ile sağlanabileceği gibi beyaz alan kullanılarak da sağlanabilir” (Uçar, 2004:155). Tasarımda vurgulayıcı unsurun ne olacağı ve tasarımın neresinde kullanılacağı daha önceden saptanmalıdır.

Vurgulayıcı unsur; konuya, sitenin amacına, ziyaretçinin tutumuna ve hedef kitlenin özelliklerine göre değişebilir. Görsel ağırlığı, görüş açısını ve boşluğu belirleyen vurgu, bir tasarıma bakıldığı zaman ilk göz hareketlerinin olduğu yeri netleştirir. Baskı ve dijital ortam tasarımlarında vurgu ihtiyaç duyulan bir ilkedir.

“Bir tasarımda vurgulayıcı unsurun ne olacağını saptamak başlı başına bir sorundur. Vurgulayıcı unsur, iletmek istenen iletinin önemi belirler. Diğer önemli bir nokta da vurgunun tasarımın neresinde kullanılacağıdır. Vurgunun tasarımın optik merkezinde yer alması yerinde bir karardır” (Becer, 2005:74).

### **Uyum, Bütünlük**

Tasarım ilkelerinin en önemlisi olarak da nitelendirebileceğimiz ilkelerden biri bütünlüktür. Bir tasarım içindeki görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyondaki dağınıklığın ve parçalanmanın önüne geçilmiş olur.

Görsel bütünlük şeklinde açıklayabileceğimiz uyum ilkesi, tasarımın en önemli etkenidir. “Uyum, bir bütünü oluşturan parçalar arasındaki benzerlik ve ilgililiktir. Öğelerin kendi aralarında içsel değerleriyle etki-yapı-ilgi olarak birbirine uygun olması, yan yana gelen parçaların net zıtlıklar ve çelişkiler göstermemesidir” (Atalayer, 1994:123).

Web tasarımcı, oluşturacağı kompozisyonunda bir arada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırmalı ve bunları birbirleriyle uyum sağlayacak biçimde düzenlenmelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar. Göz, benzer nesneler gördüğünde, bunları doğal olarak gruplandırır. “Benzerliğe dayalı bir bütünlük içindeki farklı unsur,

dikkati çeker. Farklı olanı öne çıkararak algılamayı sağlamak için, diğer tasarım unsurlarının bir bütünlük içinde bulunmaları gerekir” (Becer, 2002:72).

### **Ritm**

Nesnelerin tasarımda uyum oluşturacak ve benzer şekilde birbirini takip edecek yapıyla dengelenmesidir. Gözün tasarımdaki önemli parçaları yakalamasını ve mesajının kolaylıkla algılanmasını sağlayan ilkedir. “Ritim, tekrar ya da tasarım öğelerinin birbirini izlemesi, tasarım öğeleri arasındaki aralıklar olarak da açıklanabilir” (Keş, 2009:38).

Ritm aynı zamanda “gözün, tasarım yüzeyinde bir görsel elemandan diğer görsel elemana kesintisiz geçiş yaptırılıp devamlılığın sağlanmasıdır” (Becer, 2005:70). Ritim, desen ve doku oluşturmakla birlikte yine bunların etkisiyle oluşturulabilir. Tasarımda güçlü bir hareket duygusu yaratabilir.

Bir kompozisyonda farklı öğelerin sıra ile ve belli aralıklarla birbirlerini tekrar ve takip etmesi de ritim duygusunu oluşturur. Ritim çeşitleri şu şekilde sınıflandırılabilir (McClurg, 2005):

- **Düzenli ritim (Regular):** Benzer ağırlık ve şekildeki öğelerin arasında düzenli aralıklar varsa düzenli ritm oluşur.
- **Akan ritim (Flowing):** Akan ritim, hareket duygusu uyandırır ve doğada sıklıkla rastlanmaktadır.
- **Aşamalı ritim (Progressive):** Aşamalı basamaklar boyunca biçimlerin ardıllığını gösterir.

Tasarımda izleyicinin ilgisini çekmek, onu konuya yönlendirmek, ziyaretçinin sayfa içinde rahat dolaşımını sağlamak ritim ilkesiyle yani görsel devamlılıkla sağlanır. Emre Becer, ritim duygusunun şu yöntemlerle yakalanabileceğini ifade etmektedir:

- Görsel unsurlar gözün normal hareketlerine uyacak bir yönde yerleştirilmelidir.
- Algılama yönü, okuyucunun dikkatini dağıtmayacak biçimde düzenlenmelidir.
- Göz alışkanlık gereği soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler.
- Gözün yatay hareketi dikey harekete göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz büyükten küçüğe koyu tondan açık tona renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir algılama izler (Becer, 2005:70).

### **Oran / Orantı**

Oran, boyut ile şekil arasındaki ilişkidir. Bir tasarımı hazırlayabilmek için bir araya getirilen görsel öğeler farklı boyutlarda oldukları için birbirlerini,

etkilemektedirler. Bu etkiler tasarımcının karşısına oran ve orantı sorunları olarak çıkmaktadır. “Tasarımcı, görsel unsurların orantısal ilişkilerinde değişken yapılar kurmaya çalışmalıdır. Bir tasarımda uyumlu orantılara ulaşabilmek için matematiksel verilerden yararlanmalıdır” (Becer, 2002:68).

“Sözel hiyerarşi; tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt - başlık, slogan gibi sözel bilgiler, arasında izleyiciyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır” (Becer, 2002:202).

“Bir çizgi herhangi bir yerinden bölündüğünde küçük parçanın büyük parçaya oranı, büyük parçanın bütüne oranına eşittir, sözü ile açıklanan “Altın Oran” sayısal olarak 3:5, 5:8, 8:13 gibi diziler ile gösterilebilir” (Becer, 2002:69). Tasarımlarda uyumu yakalayabilmek için dikkat edilmesi gereken parça ile bütün arasındaki ilişkidir. Altın oranın çoğu tasarımda farkında olarak ya da olmayarak kullanıldığını görmek mümkündür.

### **Hizalama**

Hizalama, görsel materyallerin daha kolay algılanmasında, öğeler arasında kurulan ilişkilerin daha rahat anlaşılmasında önemli rol oynar. Materyal içinde düzenli şekilde yerleştirilmiş öğeler, dikkat çekme ve algılamada kolaylık sağlar. Tasarlanan sayfada hizalama sırasında, öğeler arası hizalamanın yanı sıra tüm öğelerin ana görsele göre hizalanmasına da özen gösterilmelidir (Güven, 2008:165-213).

Kılavuz çizgilerin kullanıldığı tasarımlarda hizalama bu çizgilere göre yapılabilir. Sütunlar ya da satırlar da hizalamada belirleyici unsurlardır. Kullanılan görsel ve yazılı malzemeler de birbirlerine göre hizalanabilir.

### **Yakınlık**

Tasarımlarda belirli bir kavramı ifade edebilmek, mesajı iletebilmek için birden fazla öğe kullanılabilir. Bu öğelerin arasındaki ilişkiyi öğelerin birbirleri arasındaki uzaklıkları ve yakınlıkları belirler. Birbirleri ile yakın öğeler ilişkili, uzak olan öğeler ise ilişkisiz olarak anlamlandırılırlar (Güven, 2008:165-213).

Birbiriyle bütünlük sağlanması istenen ve birlikte anlam kazanması gereken unsurlar yakın konumlandırılmalıdır. Birbirinden farklı anlamlar taşıyan ya da yakın yerleştirilmelerinin yanlış anlamlara yol açabileceği bilinen unsurların uzak konumlandırılmaları gerekir.

### 1.7.1. Görsel Kompozisyon

Estetik, insanın çevresinde bulunan, pratik faaliyetlerinde oluşturduğu ve gerçekliği yansıtan sanatta saptanabilen tüm estetik değerlerin zenginliğini araştıran bilimdir (Kagan, 1982: 5).

Web ortamı, görsel olarak zengin bir ortam olduğu için, Web sitesinin sunumu da pek çok sözel olmayan unsurlar içerir. Sadece anlatılan konunun açık ve anlamlı cümlelerle ifade edilmesi yeterli değildir. Görsel dilin de etkili olması gerekir. Her Web sayfasında farkında olarak ya da olmayarak, amacına uygun ya da aksini yansıtan bir mesajın bulunması mümkündür. Bu mesaj renkler, yazılar, sesler, fotoğraflar ve reklamlar gibi unsurlarla iletilir ve kullanıcı tarafından anlamlandırılır.

#### Renkler

Web sitelerinde sayfalar için tutarlı, iyi seçilmiş ve birbiriyle uyumlu renkler kullanmak önemlidir. Web sayfa tasarımlarında renklerin doğru kullanımı başarılı olmada etkili bir rol oynamaktadır. Arka plan, metin, grafik ve ağ tarama araçları için kullanılan renkler birbirleriyle uyumlu çalışmalı, gerektiğinde ilgi çekecek kadar ayırt edilebilir olmalıdır. Renkler; ayırt ediciliği ve yön göstericiliği ile Web sayfalarının en önemli öğelerinden biridir.

Tasarım yapan kişiler, bilgiyi akılda tutmak, dikkati tasarım yüzeyinde yoğunlaştırmak ve etkileşimi sürekli kılabilmek için sık sık renk ögesine başvururlar. Renk mesajı doğru iletmeyi sağlayan en önemli tasarım aracıdır. Ekran tasarımlarında gözlerin odak noktası renktir. İlk önce renk, sonra resim, semboller, amblem, logo sözcük ve tümceler gelir. Rengin fark edilirliliği diğer görsel elemanlara kıyasla daha fazladır. “Yoğun kullanımı ile ilgiyi dağıtmakta, zeminde yanlış kullanımıyla okunurluğu, bağlantılarda yapılan hatalarla dolaşımı etkilemekte, yetersizliğiyle de ölü bir doğa görüntüsü sergileyebilmektedir” (Keş, 2009:118).

Web tasarımında renk kullanımı ekstra bir maliyet yaratmayacağından, tasarımcılar olabildiğince çok renk kullanmakta, bu da Web sitesinin tasarım formuna zarar vermektedir.

“Renk, tanımlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile Web sayfalarının en önemli öğelerinden biridir. Okuyucuyu etkiler, ilgiyi diri tutar. Web sayfası tasarlanırken hem gözü yormayan arka plan, hem de okunması kolay yazı renkleri seçilmelidir. Okunurluk açısından harf ve zemin arasında en az %70 ton farkının gerekli olduğu da unutulmamalıdır” (Canay, 2016: 47).

“Web üzerindeki renkler, monitörden okuyucunun gözlerine direk olarak yansır. Parlak renklerin aşırı kullanımı, Web sitesi ziyaretçisinin, gözlerini ve sabrını zorlar. Göz yorgunluğu özellikle, Web sitesi metninin okunmasını zorlaştıran beyaz veya parlak renkli arka plan kullanımı sonucu oluşur” (Parker, 1999:237).

Kullanılan sıcak renkler yakınlık hissi verir ve ekrandaki verilerin daha çabuk algılanmasını sağlar. Soğuk renkler ise uzaklaşma hissi uyandırır. “Örneğin mavi ve mor zemin renklerinin hakim olduğu bir sayfada kullanılacak başlık yazısı sıcak bir renk yardımıyla, ön plana çıkarılabilir veya ton değerleri değiştirilerek aşırı öne çıkması ve sayfada yanlış bir görsel hiyerarşi oluşturmaları engellenebilir” (Uçar, 2004:46).

Sayfa içinde ziyaretçiye gezdirmek, görsel bilgiyi sunmak için onun uyarıcı zıtlıklardan faydalandırılması gerekmektedir. Eğer tasarımda renk, boyut ve biçim zıtlıkları yok ve sayfa hareketsiz tasarlanmış ise ziyaretçi sayfadan ayrılma eğilimi gösterecektir. Web sitenizde arka plan fazla dikkat çekmemeli; siteyi ziyaret eden kullanıcılar arka planınızdan etkilenmeli ama farkına da varmamalıdır. İlgiyi kendi üzerine çekmeden devamlılığı sağlamalıdır. Metni okunulur hale getirebilmek için, arka plan renklerine dikkat etmek gerekir (Parker, 1999:238).

Web sayfalarında arka planda çoğu zaman parlak renk kullanmamaya özen göstermek gerekir. Çünkü kullanıcıların gözlerine ekrandan yansıtılmış parlak renk, kağıt üzerinde yansıyan parlak renklerden çok daha rahatsız edicidir. Web sayfasındaki bembeyaz bir arka plan insan gözünü yorar. Desenli ya da metin içerikli arka planı da kullanırken çok dikkat edilmesi gerekir. Hazırlanan Web sitesinin tamamında aynı arka planı kullanmakta kararlı olunmalıdır. Bu durum ayrıca tutarlılığı da sağlamada etkilidir (Keş, 2009:31).

Renk kontrastlıkları ile tasarıma hem canlılık getirilebilir hem de algılamada seçicilik arttırılabilir.

### **1.7.2. Sayfa Düzenleme**

Görselliği iyi kullanılan bir Web sitesi, ilgili haber sitesini en iyi seviyede temsil edebilir, sitenin habere ne derece ciddi yaklaştığını da gösterir. Amaca uygun olarak derlenmiş bir bilgi; doğru düzenlenir, iyi sınıflandırılır ve etkili şekilde sunulursa alıcısı tarafından o kadar kolay algılanır. Düzensiz yerleştirilen yazı, fotoğraf ve reklamlar algılamayı ve iletişimi güçleştirir, yanlış anlaşılmalara da neden olabilir (Pektaş, 2001:7).

İyi bir kullanıcı grafik arayüzü tasarımında 2 önemli prensip vardır. Bunların ilki görünürlüktür. Kullanıcı hedeflediği bilgiye erişebilmek için gerekli olan anahtar sözcük ya da görüntüyle karşılanmalıdır. Bu iletişim, bilgiye erişimin nasıl olacağının ipucunu veren görünen şeklidir. İkincisi ise eylemsel özelliktir. Kullanıcının arayüzden istediği bilgiye kolaylıkla ulaşabilmesi için kendilerine sunulan görsel unsurların ne olduğunu ve ne işe yaradığını bilmesi gerekir. Kontrol mekanizmalarının yani görsel unsurların bu özelliğine eylemsel özellik adı verilir (Özcan, 2008:25).

Ziyaretçiler site içerisinde istedikleri bilgiye, sayfaya ya da konuya kolayca ulaşabilmelidir. Site içerisinde kullanılan pop-up menülerin sayısı fazla olmamalıdır. İnsanın gözünü rahatsız eden, bir biri ardına açılan sayfalar bir süre sonra karışıklığa neden olabilir. Ziyaretçinin, istediği yere ulaşabilmesinde olması gereken link bağlantılarını doğru yere yerleştirmek gerekir.

Altyapı kısmını ziyaretçi her ne kadar görmese de, siteye bir sayfa eklenilmesi gerektiği durumlarda bazı zorluklar çıkabilir. Düzenli şekilde çalışılması sorunsuz tasarımlar üretebilmek adına önemlidir. Örneğin, fotoğraflar bir klasörde toplanabilir. “İyi bir Web sitesinin dış güzelliği kadar iç güzelliği ve düzeni de önemlidir” (Balaban, 2008:9).

Site içeriği düzenli aralıklarla güncellenmelidir. Site yapım aşamasından itibaren hiç güncellenmeyen veya yenilenmeyen siteler bir defalığına ilgi çeker. Ziyaretçi ikinci kez siteye girmez. Sitenin dinamik bir içeriğe sahip olması sitenin ziyaretçi sayısının artmasında ve uzun süre ayakta kalabilmesinde oldukça etkilidir (Balaban, 2008:9).

Yardım, arama, site haritası gibi linkler her sitede bulunmalıdır. Her yerden servis ve Web sayfasına (örneğin harita, arama, yardım) ulaşılabilir konumda olmak gerekmektedir.

Web sayfalarında ziyaretçinin istediği yere kolaylıkla ulaşabilmesi önemlidir. Kullanıcılar ihtiyaçları doğrultusunda çeşitli bilgi ve belgeye ulaşmak için öncelikle arama motorlarında (Yandex, Google gibi) anahtar kelimeleri yazarak araştırma yapmaktadır. Arama motorları, anahtar kelimelerin bulunduğu Web sitelerini listelemektedir. Kullanıcı gerekli olan Web sitesi bağlantısını tıklayarak aradığı bilgiye ulaşabilmektedir.

### 1.7.3. Tipografik Ölçütler

Tipografi, bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin estetiğe ve mizanpaja yönelik özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir.

Tipografi, harften basıma, çalışmanın sanatı ve işlemidir. Günümüz teknolojisi, sanatı daha çok mekanikleştirerek, hızlı bir biçimde tipografi uğraşısını bir bilim yapmıştır (Sarıkavak, 1997:145).

Tipografi, en yaygın ve vazgeçilmez grafik iletişim unsurlarındandır. Birincil fonksiyonu okunur halde tasarlanmasıdır. Estetik olmak tipografinin ilk şartı değildir. Asıl amaç anlaşılır bir üründür (Becer, 2013:176).

Başlık ve paragraflarda kullanacağınız yazı tiplerinde değişimli (alternating) yazı karakterleri uygundur. Örneğin, başlıklar için serifli bir yazı tipi (Times New Roman, Times vb.), paragraflar için de serifsiz bir yazı tipi (Arial, Helvetica vb.) iyi olabilir, ya da tam tersi uygulanabilir. Harflerin alt ve üst kısımlarında bulunan tırnak biçimindeki çıkıntılar serif olarak adlandırılır (Becer, 2013: 177)

“HEPSİ BÜYÜK” ve “Sadece İlk Harfleri Büyük” başlıklar ve cümle kurulumlarından kaçınmak gerekir. Ziyaretçilerin gözlerinde gereksiz yere harekete yol açacağı için gözü yoracaktır. Yazı tipi efektleri, altı çizili, italik, hepsi farklı renkli, parlak ya da sürekli değişen, yanıp sönen yazıların kullanılması okunabilirliği azaltacaktır.

Metin içinde büyük harf kullanımından kaçınılması okunurluğu artırır. Küçük harflerle yazılmış bir yazı daha hızlı okunur. Sürekli büyük harf kullanılmış bir sitede, dikkat dağınıklığı meydana gelir. “Web sitesi kullanıcıları, büyük harflerle yazılmış metinleri küçük harflere oranla daha yavaş okumaktadırlar” (Demircan, 2001:86).

“Bir ürün tasarlanırken kullanıcısının onu rahat, kolay ve verimli kullanması düşünülmelidir. Bütün bunlar kullanılabilirlikle ilişkilidir” (Keş, 2009:43). Kullanışlılık, kullanılacak ürünün özelliklerinin kullanıcı için verimli ve memnun edici olup olmaması ile ilgilidir. Yazı tiplerinin doğru seçimi, içeriğin sunumunu kolaylaştırır.

Web sitesinde okunurluğu sağlayabilmek için yazının büyüklüğünün iyi ayarlanması gerekir. Jakob Nielsen bu konuda, yeterince büyük fontlar kullanmasını önermektedir. “Ayrıca küçük ölçekli fontların ise, hemen hemen kimsenin okuma ihtimali olmadığı dipnotlarda kullanılması gerektiğini” vurgulamaktadır (Nielsen, 2000:125-126).

Yazının boyutu ve satır aralığı ile ilgili araştırma denemelerinde; tek, 1,5 ve çift olmak üzere üç çeşit satır aralığı ve 10, 12, 14 olmak üzere üç farklı puntoda metin kullanılmıştır. 10 punto yazının okunurluğunun hayli düşük olduğu gözlemlenmiştir. Tek ve 1,5 aralıklı okumalarda 14 punto çift aralıklı okumalarda ise 12 punto değeri ile en iyi sonuç alınmıştır. Tek ve 1.5 satır aralığı 10 punto için en kötü değeri verirken aralık sayısı arttırıldığında okunabilir hale gelmektedir. Eğer tasarım yaparken CSS (Casecade Still Sheets) ile satır aralığı 1,75 yapılırsa 12 ve 14 punto için uygun ayar yakalanabilir (Demircan, 2001:86).

Beyin anlama işlemini yaparken, kelimeyi harf veya hece olarak değil, anlamı önceden belirlenmiş bir şekil olarak algılamaktadır. Gözün her defasında algılayacağı alan bellidir. Bu alan içinde yazıların puntosu çok büyük olursa her bakışta algılanacak sözcük sayısı azalır. Çok küçük olursa da harfler seçilemez.

Tipografide; harf arası boşluk, sözcük arası boşluk ve satırlar arası boşluk olmak üzere 3 tür boşluktan bahsedilir. Tasarım boyunca tipografik yapı içinde kullanılan boşluklarda tutarlı davranılmalı, belirlenmiş boşluk limitinde süreklilik sağlanmalıdır (Becer, 2013:180).

Harfler arasındaki boşluk, sözcükler ve satırlar arasındaki boşlukların nedenlerinden biridir. Örneğin, eğer bir satırdaki harf boşluk düzeni gereğinden fazla ise, satırlarda harf boşluğu daha dar sözcük boşluk düzeni yaratılarak çoğaltılabilir. Bu tür uygulamalar gazetelerde kullanılan genel bir uygulamadır. “Yazılan harf boşluk düzeninde yapılacak değişiklikler, artmalar ya da azalmalar, kullanıcıyı, düzeltme gerektiren sözcük boşluk düzeninden daha çok rahatsız edecek ve okumayı karmaşık bir hale getirecektir. Birbiri ile yakın mesafede olmayan harfler ayrı ayrı algılanacak, bir kelime hissi uyandırmayacak ve okuyucu bunu anlamlandıramayacak, tekrar okuma isteği duyacaktır” (Eraslan, 2008:14).

Tipografik unsurların okunaklığı; kontrasta, yalınlığa ve orantıya bağlıdır. Harf aralarında bırakılan uygun boşluklar da okunaklığa katlı sağlar. Harflerin birbirlerine uygun şekilde yakınlaştırıldığı yazılarda göz daha rahat hareket edeceği ve algılama hızı artacağı için hızlı ve anlamlı okuma sağlanabilir. Birbirine çok yakın yazılmış harfler algılamayı zorlaştıracığı için, birbirinde uzak yazılmış harfler ise bütünlük sağlamakta zorluk çekileceği için okuma hızını düşürecektir (Becer, 2013:186).

#### 1.7.4. Metin Düzenleme

“Tasarım, Web sitesi oluşturulurken kullanmış olduğunuz materyallerin bileşimidir. Bir Web sitesini oluşturmak için birden fazla sayfa tasarımı yapılır. Ana sayfada yer alan menü ile Web sitesinin sayfaları arasında gezinti sağlanabilir” (Gelişken, 2009:57). Her bir sayfa üzerinde bulunan link, köprü gibi bağlantılar ile diğer sitelere de bağlantı kurulabilir.

Sayfada kullanılan renkler önemlidir. Zemin rengi seçerken özellikle dikkatli olunması gerekir. İnsanın gözünü yoran parlak renklerin değil de, mat renklerin kullanılması uygun olacaktır. Zemin rengi için okunurluğu artırmak adına genel anlamda mat renkler tercih edilmelidir. “Örneğin mavi zemin rengi üzerine beyaz yazı ilk bakışta güzel görünebilir. Fakat belli bir süre sonra göz, harfleri ayırt edemez ve yorulur. Zemin rengi kadar öne çıkan unsurlardan biri de zemin resmidir. Zemine koyacağınız küçük boyutlu bir resim siteyi göze hoş gösterirken kötü de gösterebilir (Balaban, 2008:8).

Çoğu kullanıcı girdiği Web sitesini öncelikle tarar, sonra okur. Web sayfası kullanıcıların hazırlanan sayfayı hızlı algılamasına uygun olarak hazırlanmalıdır. Başlıkta kullanılan yazı ve içerikteki bilgiler uyumlu olmalı, belirli bir düzen içerisinde tutulmalıdır. Bir satırda 70-100 karakterden fazla kullanmamaya çalışılmalıdır. Kitaplar ve gazeteler bu fikri yüzyıllardır kullanmaktadır.

“Yazı ve fon için zıt renkler kullanılmalıdır. Renklerin RGB (Red, Green, Blue) kodlarına bakarak zıtlıkları (contrast) ayarlanabilir” (Sarısakal, 2006:15). Web sayfası fonu için resim kullanılması durumunda, sayfanın fon renginin belirtilmesi ve fon resmine yakın bir renk seçeneği kullanılması daha yerinde olacaktır.

Okuma bir anlam kurma süreci olarak tanımlandığına göre; bu süreç sonucunda bireyler okudukları metinle ilgili çeşitli anlamlar çıkarmalı ve belirli yargılara varmalıdır. Okuma, yazılı metinlerdeki karakterleri çözmenin ötesinde metinde verilmek istenen mesajı, duygu ve düşünceleri anlamaktır.

Tasarımdaki temel amaçlar, izleyenlerin/ziyaretçilerin aktif katılımını sağlamak ve iletilmesi istenen mesajda ana kilit noktasına odaklanılmasını sağlamaktır.

Bilgi aktarımı ve iletişimi sağlamak Web sitelerinin önemli amaçlarından biridir. Bu da içeriğin etkili sunumu ve verilen metnin okunmasıyla mümkün olmaktadır. Bilgisayar ekranının yaydığı parlak ışıktan dolayı kullanıcıların metni okumaları

zorlaşmaktadır. Teknik açıdan bakacak olursak, bilgisayar ekranından metni okuma kağıt üzerindeki metni okumaktan gözler için daha yorucu ve %25 daha yavaştır.

Günümüz teknolojinin ilerlemesi, ipad ve akıllı telefonların gündelik yaşantımızda yer alması ve sürekli kullanılması gibi, Web sitelerinde hızlı şekilde sörf yapılmasına, bilginin daha rahat şekilde okunaklılığına ortam sağlamasına yol açmıştır. Okunaklık arka plan ve metin arasında uyumlu renklerin ve kontrastlıkların hazırlanmasıyla sağlanmaktadır.

“Renk kontrastlığı ile ilgili araştırma denemelerinde ekranda yapılan okumalarda yüksek kontrastlı negatif ve pozitif aydınlatmalarla okunurluk etkisi ölçülmeye çalışılmış, deneyler sonucunda, yüksek kontrastlı değerlerde “negatif aydınlatma” (beyaz zemin üzerine siyah yazı) hem metinlerde hem de resimlerde keskin görüş sağlamış, bilgi alışverişi ve iletişimde en iyi değerin bu olduğu saptanmıştır” (Keş, 2009:48).

#### **1.7.5. Grafik ve Görsel Unsurlar**

Biçim, birçok çizginin bir arada bulunuşu, tek bir çizgi içindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler; bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır (Becer, 1997: 62).

Web siteleri oluştururken kullanımının ve anlaşılmasının kolay olmasına dikkat etmek gerekir. Siteye daha fazla ziyaretçi çekmek için, göz alıcı ama uygun grafik ve kategori ile ana sayfanın tasarımını tamamlamak gerekir. Gözü yoran renkleri, grafikleri fazla kullanmanın veya rahatsız etmeyecek tarzda kullanmanın yani minimalist bir yaklaşım benimsemenin daha etkili olduğu görülmektedir.

Web sitelerinde oluşan bilgi yoğunluğu nedeniyle kullanıcı nereden hangi bilgiye ulaşacağı konusunda sıkıntı yaşamaktadır. Amaç; daha çok, mümkün olan en uygun şekilde ziyaretçinin bilgiye erişim sağlaması olmalıdır.

Web sitelerinde bağlantı için metinler, daha önce hazırlanmış düğmeler ve rollover düğmeler kullanılabilir. Web sayfalarında rollover düğmelerin üzerine tıklandığında renkler değişir. Tasarımda kullanıldığı yere göre farklılık oluşturabilir. Tasarımda butonlar sağa hizalı, sola hizalı veya ortalı şekilde yerleştirilir. Sayfada butonların nerede yer aldığı tıklanma konusunda kullanıcıyı etkileyebilir. Örneğin haber sitesinde aktif olan kullanıcıyı önceki sayfaya götürecek bir geri butonu, sonraki sayfaya götürecek bir devam veya ileri butonu kullanılır.

Buton tasarımı kullanıcılara, tıklandığında ne olacağı konusunda bilgi vereceği gibi aynı zamanda harekete geçirecek özellikte olmalıdır. Web sayfasına özgünlük ve renk katar. Görsel bir çekiciliğe sahiptir. Kullanıcının gözünü sayfada hatta sitede gezdirebilir. Buton tasarımlarının en büyük avantajı çabuk algılanabilmeleridir.

Web sitesinde duran görüntü ya da metin yanında, hareketli görüntü veya grafik elemanı kullanıcının dikkatini çeker. Kelimelerin yetersiz kaldığı durumlarda, mesajı animasyon ile vermek büyük kolaylıktır. Banner tasarımlarında kullanılacak animasyonun dikkat çekmedeki başarısı yadsınamaz bir gerçektir.

“Hareketsiz bir görüntüye uzun süre bakmanın kötü etkisi, hareket eden bir görüntünün devreye girmesiyle bir an için dağılacak ve kullanıcının bir süreliğine algısını farklı bir yere yönlendirerek dikkatini diri tutmasına yardımcı olacaktır” (Türer, 2003:27). Kullanılan animasyon bilginin önüne geçtiği an kullanıcının dikkatini dağıtır ve amacına ulaşamamasına sebep olur.

Bilgi ağırlıklı sitelerde hareketli görüntüler kullanıcının bilgiye odaklanmasını zorlaştırmaktadır. Animasyonun sitede yoğun şekilde kullanılması görsel kirliliğe sebep olmaktadır. Animasyonun etkili olacağı durumlar şu şekilde sıralanabilir:

- “Dönüşümdeki sürekliliği göstermek,
- Dönüşümdeki boyutluluğu göstermek,
- Zaman aşımalarını açıklamak,
- Çok bölmeli görüntülerde,
- Grafikselsunumların zenginleştirilmesinde,
- Üç boyutlu yapıların görselleştirilmesinde,
- Dikkat çekmek için kullanılır” (Keş, 2009:138).

Sayfalarda kullanılan resimlerin hard disk üzerinde kapladığı alana dikkat edilmesi gerekir. Resimlerin boyutu en fazla 20 KB olmalıdır. Daha büyük boyutlu resimler sayfanın yüklenme süresini uzatır. Resim dosyalarının boyutlarının 20 KB olmasının geçerli olmadığı durumlar da vardır. Örneğin resim galerilerindeki resimlerin boyutları daha büyüktür. 400-500 KB'lara çıkabilen resimlere galerilerde rastlamak mümkündür. Yüksek çözünürlüklü resimlerin olduğu sayfalarda kullanıcının sıkılmaması için özgün loadingler tasarlanabilir (Güngür, 2014:18).

Animasyonun bir sayfada çok fazla kullanılmaması gerekir. Fazla kullanılan animasyonlar ziyaretçinin ilgisini belli bir süre sonra dağıtır.

“Bazı Web tasarım uzmanları bir sitenin insanları cezbetmek için tam 10 saniyesi olduğunu tahmin etmişlerdir. Yavaş yüklenen siteler Web sörfçüleri için büyük bir hayal kırıklığıdır şeklinde tanımlanır” (Rosen ve Purinton, 2004:793).

### **1.8. İnternet Haber Siteleri Ana Sayfa Tasarımları**

Web sitelerinin en önemli parçalarından biri, sistem ve kullanıcı ile etkileşimin başladığı, kullanıcının ihtiyaç duyduğu bilgilere ulaşabildiği arayüzdür. Program ve kullanıcı arasındaki iletişimin asıl kaynağı, arayüz ve arayüzün nasıl tasarlandığı üzerinedir.

Tasarımları oluşturabilmek için günümüzde çeşitli programlar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, Adobe Flash, Adobe Dreamweaver, Microsoft FrontPage ve bunlara destek veren Adobe Photoshop gibi resim işleme programlarıdır. İletişim ve etkileşimin söz konusu olduğu arayüz tasarımlarında Web tasarım önemli bir yer tutar (Güngür, 2014:16).

Kullanıcıya sunulan sitenin görselliğini ifade eden Web arayüzü, çoklu ortamlar, tasarımcılara, kullanıcı arayüzlerinin zenginliğini artırabilmelerinde olanak sağlamaktadır. Bu zenginlik arayüzde bazı durumlarda çok fazla bilgidan kaynaklanan kalabalık ve karmaşıklık ortaya çıkartabilmektedir. Arayüz tasarımlarında ortam ile mesajın uyumlu olması ve önemli bilgilerin etkili şekilde kullanıcıya aktarılması sağlanabilir.

Genel düşünce, kullanıcı ile program arasındaki iletişimi sağlayan arayüzde ihtiyaç duyulabilecek her şeyin bulunmasıdır. Mizanpajdaki görüntünün estetik kalitesine özen göstermek gerekir. Bilgiler, metin, grafik, ses ya da video gibi farklı çoklu ortam bileşenleri ile sunulabilmektedir. Önemli olan hangi aracın hangi amaç için kullanıldığıdır. Metin, canlandırma, ses, film ve animasyon bileşenlerinin, özellikleri dikkate alınarak seçilmelidir. Bu bileşenler kullanılırken kullanıcıların bilgiyi rahat şekilde kavraması dikkate alınmalıdır.

Sayfalardaki metin ve boşlukların yerleşiminde, tutarlılık göz önünde bulundurulması gereken bir unsurdur. Kullanıcılar, ilgilendikleri ya da aradıkları haberle, konuyla, bilgiyle ilgili detaylı bilgi ister. Sitede kendilerine sunulan konuyu en kısa zamanda öğrenmeyi talep eder.

Burada sözü edilen; sayfada belirli aralıklarla düz bir renk boşluk bırakmak değildir. Metinler, resimler ve diğer öğeler arasına yerleştirilecek boşluğu çeşitli

formlarda, görsel dengeyi bozmayacak şekilde kullanmak gerekir. Alt alta, yan yana bir sürü bitişik resim yerleştirmek ya da satır satır verilmiş onlarca yazı arasında konudan konuya geçişleri vurgulamak görsel yoğunluğa sebep olur. Tek düzelik yaratmamak için boşluklardan yararlanmak, okuyucunun kafasını karıştırmayacak, okumayı ve sayfadaki işine yarayacak bilgiyi ayırt etmeyi kolaylaştıracaktır (Güngür, 2014:41). Ayrıca, ziyaretçinin sayfa içerisinde daha rahat dolaşmasını, aradığını daha rahat bulmasını sağlayacaktır.

Web site ziyaretçileri, uzun okuma yapmak yerine tarama yapmayı tercih etmektedirler. Yapılan araştırmalarda kullanıcıların %79'unun okuma yerine tarama yaptıkları, %16'sının da satır satır okuduğu görülmüştür. Kullanıcı eğilimlerine dayanarak Nielsen Web sayfalarında taranabilir metin yazımının esaslarını şöyle öngörmektedir (Keş, 2009:53-54):

- Makalelerdeki başlık kullanımı iki ya da üç seviyeli (genel, yan ve alt başlık), büyüklükleri fark edilebilir olmalı,
- Okurun sayfa ya da bölümde ne bulacağını anlatan anlamlı başlıklar kullanılmalı),
- Kullanıcının görsel algısı dikkate alınarak önemli sözcüklere vurgu yapılmalıdır. Renkli, ışıklı sözcükler ya da metinler; ikonlar, altı çizgili üst metin bağlantıları (hipertext link) daha vurgulayıcıdır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

#### 2.1. Problemin Tanımı

İnternet gazeteciliği yerel basın kuruluşları için daha geniş okur kitlesine ulaşmak için imkan sağlamaktadır. Buna rağmen internet gazeteciliği donanım, nitelikli çalışan ve diğer gereksinimleri karşılandığında uygulanabilmektedir. Özellikle Web tasarımı konusunda yeterli donanıma, tecrübeye ve bilgi birikimine sahip olmayan çalışanlar, internet haber sitesinde bulunması gereken teknik ve estetik özellikleri uygulama konusunda yetersiz kalmaktadır. Okurun dikkatini çekmeyen, haberi okutamayan ve ziyaretçinin haber sitesinde uzun süre kalmasını engelleyen tasarımlar sebebiyle internet gazeteciliği uzmanlaşma noktasında yetersiz kalmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan Elazığ'da bulunan internet haber sitelerinde de benzer problemler bulunmaktadır. Oluşturulan örneklemeler üzerinden internet haber sitelerinin arayüzleri ele alınacak ve analizleri yapılacaktır.

#### 2.2. Araştırmanın Amacı

Günümüzde internet gazeteciliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte, gazetecilik alanı da yeni bir boyut kazanmıştır. Gazeteler, teknolojik gelişmelerdeki hızlı ilerlemenin sonucu olarak geleneksel gazete yayımlarının yanı sıra, internet kanalıyla okurlarına yeni bir yöntemle ulaşabilmenin fırsatını elde etmişlerdir. Aynı şekilde ulusal gazetelerin yanı sıra, yerel gazeteler de sayfalarını internet ortamına hızlı bir şekilde taşımışlardır.

Teknolojik gelişmeler kendini iletişim alanında da etkin olarak göstermiş, özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte gündelik hayatta önemli bir yere sahip olmuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler gazete, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarında önemli değişikliklere yol açarak daha geniş kitlelere, daha fazla enformasyonu daha hızlı ve etkileşimli şekilde sunmaya başlamıştır. Özellikle gazetecilik alanında görünen bu değişikliklerden biri internet gazeteciliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazetecilik formlarının internete uyarlandığı, sunum ve yapılarıyla değişiklik gösteren internet gazeteciliği, yerel medyaya da dönüştürücü ve geliştirici potansiyeller sunmaktadır. Tüm bunlardan yola çıkarak çalışmada, Elazığ

yerel medyasının kullandığı internet haber sitelerinin tasarımları, tasarım sorunları ve bunlara yönelik çözüm önerileri üzerinde durulacak, veriler tasarım ilkelerine uygun bir yaklaşımla ele alınacaktır.

Bu tezin amacı, Elazığ yerel basınının internet gazeteciliği boyutundaki konumunu ortaya koymak, haber sitelerindeki tasarım unsurlarını ele alarak yapılan hatalar konusunda çözüm önerileri sunmak ve Elazığ'daki internet gazeteciliğini tasarım unsurları açısından geliştirecek verilere ulaşmaktır. Yerel basın, internet haber siteleri ve bunların tasarım unsurlarına değinerek, internet gazeteciliğine yönelik çalışmaların nasıl olması gerektiğini göstermek amaçlanmaktadır. Bu aşamada tasarım ilkelerinden nasıl yararlanılması gerektiği üzerinde de durulacaktır. Araştırma, Elazığ'daki internet gazeteciliğini geliştirecek verilere ulaşmayı hedeflemekte, ayrıca literatüre katkıda bulmayı amaçlamaktadır.

### **2.3. Araştırmanın Önemi**

Yeni medyanın gelişiminde rol oynayan teknik altyapı ve haber medyasında yaşanan değişim ya da böyle bir değişimin olup olmadığı araştırılmaya ve incelenmeye değer görülmektedir.

Geleneksel medyaya ilginin azaldığı günümüzde yeni medya araçları gazetecilik alanında da etkin olarak kullanılmaktadır. Kişiler ulusal basının yanında yerel basın haberlerini de takip etme ihtiyacı duymaktadır. Bu sebeple yerel haber siteleri de ziyaret edilmektedir. Ancak tasarım sorunları olan haber sitelerinde habere dikkat çekmek, haberi okutmak ve site içerisinde geçirilen süreyi uzun tutabilmek zordur. Yerel basının haber sitelerinde tasarım sorunlarının olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma ile internet haber sitelerinin ana sayfa tasarımlarının nasıl olması gerektiği gösterilmeye çalışılmıştır. Haber sitesi tasarımlarının amacına uygun, teknik ve estetik açıdan doğru şekilde hazırlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışmanın, internet haber sitesi tasarımı kullanıcılarının sorunlarına ışık tutacağı, mevcut Web sayfa tasarımlarının yeterlilikleri üzerinde düşünme, tartışma, olanağı yaratacağı, Web sayfa tasarımı ile ilgili bilgilerin geliştirilmesi ve ilgili kaynak kitapların hazırlanmasına yardımcı olacağı, araştırma sonucunda elde edilecek bulguların bu konuda yapılacak diğer araştırmalara da yol göstereceği, gazetelerin Web sayfalarını güncelleme ve yenilemede kaynak olarak yararlanılacağı düşünülmektedir.

Daha önce bu alana yönelik bir çalışma yapılmamış olmasından dolayı özgündür ve öneriler sunarak hem günümüz gazetecilerine yol göstereceği hem de bundan sonra yapılacak çalışmalarda da kullanılabileceği için önemlidir. Araştırma, haber sitesi tasarımlarında tasarım unsurlarının etkili şekilde kullanılmasına ve öğretimine bir kaynak olması açısından, ayrıca çözüm önerileri sunması bakımından da önem arz etmektedir.

#### **2.4. Sayıtlar, Araştırmanın Sınırlılıkları**

- İnternet gazeteciliği açısından haber sitelerinin arayüz tasarımı önemlidir.
- Haber sitelerinde habere dikkat çekip haberi okutmanın önemli olduğu varsayıldığında, site tasarımının oluşumunda algılama ilkeleri göz önünde bulundurulmazsa habere dikkat çekme zorlaşır.
- Araştırmada yer alacak bilgi ve öneriler, araştırmanın amacını karşılayacak nitelikte olacaktır.
- Çalışmanın kapsam geçerliliği için, seçilen örneklem yeterli sayılacaktır.
- Seçilen örneklem ekran görüntüleri %100 oranıyla alınmıştır. Harf ve fotoğraf büyüklükleri bu orana göre değerlendirilecektir.
- Site ekran görüntüleri sadece masaüstü ve dizüstü bilgisayarlarda görülen ekran formatından alınmıştır. Sitelerin mobil uyumlu cihazlardaki görüntüleri dâhil edilmemiştir.

Bu araştırma internet gazeteciliğinde kullanılan haber sitelerinin incelenmesiyle, Elazığ'da yayın yapan 5 internet haber sitesinin ana sayfa tasarımlarının ele alınması ile sınırlıdır.

#### **2.5. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma, betimsel araştırma ve Web tasarım ilkeleri temel alınarak içerik analizi yöntemiyle hazırlanmıştır. Betimsel araştırmanın bilime ve uygulamaya büyük katkısı bulunmaktadır. Betimsel araştırma, çalışılan konunun mevcut durumuna ilişkin hipotezler test etmek için veya sorulara cevap bulmak için veriler toplamayı gerektirir. Betimleyici veriler, genellikle gözlem, anket, görüşme veya test gibi bilgi toplama yolları ile elde edilir.

İçerik analizi, özellikle sosyal bilimlerde kullanılan bir araştırma yöntemi ve bu yöntemine uygun olarak kullanılan bir araştırma tekniğidir. İçerik analizi, başta toplum

bilimlerinde olmak üzere kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla iletişim çalışmalarında önem kazanmıştır (Aziz 2015:133). Sözel veya yazılı verilerin belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli değişkenler veya kavramlarının ölçülmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılması olarak da tanımlanan içerik analizi yönteminde çeşitli sözel-yazılı iletişim araç ve ortamlarını veya bunların seviyeleri, nitelikleri karşılaştırılmaktadır.

Geleneksel gazeteciliği yapısal olarak dönüştüren internet gazeteciliği, yerel sınırları aşabilmeyi amaçlamaktadır. Bunu da günümüz yeni medyasını etkin şekilde kullanarak gerçekleştirmeye çalışmaktadır. İnternet haber sitelerinde habere dikkat çekebilme, haberi okutabilme ve diğer haberlere geçişi kolaylaştırma gibi unsurlar önemlidir. Bunun gerçekleşmesi için etkili ve işlevsel bir tasarım yapılması gereklidir. Yeni iletişim teknolojilerinin yerel medyaya etkisi ve yerelde internet gazeteciliğinin durumu göz önüne alındığında teknik ve estetik açıdan Web tasarım sorunlarının var olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada, Web tasarımının teknik ve estetik boyutları incelenerek bir internet haber sitesinde tasarım unsurlarının nasıl kullanılacağı, haber siteleri hazırlanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği sorunsalına, Elazığ ilinde yayın yapan 5 internet haber sitesi incelenerek yanıt aranmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), [www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com) ve [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net) haber sitelerinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü ekran görüntüleri alınmıştır. Buna göre, kurumsal logo ve ismin konumu, menüler, haberlerin ve fotoğrafların yerleşimi, reklamların konumu, renklerin ve boşlukların kullanımı incelenmiştir.

## 2.6. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Elazığ'da yayın yapan bütün internet haber siteleri oluştururken, örneklemini ise [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), [www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com), [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net) internet haber sitelerinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü yayınladıkları ana sayfalar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, Elazığ merkezde yayın yapan 19 haber sitesi içinden, en çok takip edilen ilk 5 site oluşturmaktadır.

Sitelerin takipçi sayıları, sosyal medya hesaplarından olan Facebook üzerinden 18 Eylül 2017 Pazartesi günü alınmıştır.



www.sondakika23.com sitesi: 25,9 bin



www.elazigsonhaber.com: 8,4 bin



www.gunisigigazetesi.net: 4,8 bin



www.elazighaber.com: 4,7 bin



www.elazigfirat.com: 2,4 bin

## 2.7. Verilerin Toplanması

Araştırmanın örneklemini oluşturan haber siteleri [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), [www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com) ve [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net)'in 25 Eylül 2017 Pazartesi günü ekran görüntüleri alınmıştır. Çalışma, bu görüntüler üzerinden yapılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. BULGULAR VE ANALİZLER

#### 3.1. Kurumsal İsim ve Logonun Konumu

Web sitesinin adresi kısa ve net olmalıdır. Akılda kolay kalacak bir isim kullanılması ziyaretçilerin siteyi kolay hatırlamasını sağlayacaktır. Örneğin “www.manset.com” gibi.

www.elazighaber.com sitesinin ismi yerel haberciliği net bir şekilde belirttiği için uygun görülmektedir. www.elazigfirat.com internet haber sitesi ise yereli belirtmekte; fakat habercilik ve gazetecilikle ilgili herhangi bir kelime bulundurmamaktadır. www.elazigsonhaber.com sitesi yerel basını ve haberciliği ifade etmektedir; fakat uzun denilebilecek bir isimdir. www.gunisigigazetesi.net adresi ise haberciliği ve gazeteciliği temsil etmekte, yerel ya da ulusal basınla ilgili herhangi bir ip ucu vermemektedir. Ayrıca oldukça uzun bir isimdir. www.sondakika23.com internet haber sitesi ise, amacına uygun bir isimdir. Yerel habercilik yaptığını ise, Elazığ ilinin plaka koduyla belirtmeyi tercih etmiştir. Böylece isminin daha kısa ve akılda kalıcı olmasını sağlamıştır.

www.elazighaber.com, www.elazigfirat.com, www.gunisigigazetesi.net siteleri logolarını kurumsal isimlerinin sol tarafında konumlandırmışlardır. www.elazigsonhaber.com ve www.sondakika23.com siteleri ise logo kullanmamış, bunun yerine kurumsal isimlerini şekillendirmiştir.

Haber sitelerinde profesyonel logo kullanımı önemlidir. Arayüzde ve sitenin bütün sayfalarında kullanılan en önemli unsur olan logoda kullanılan font ve slogan seçimine dikkat edilmelidir. Profesyonelce hazırlanmış bir logo, haber sitesinin kimliğini en iyi şekilde temsil eder.

www.elazighaber.com sitesinde yuvarlak logo kullanılmış ve isim yuvarlak şekilde konumlandırılmıştır. Tam ortaya ise Elazığ’ın yerel özelliklerinden olan çayda çıra oyununu simgeleyen 3 adet mum yerleştirilmiştir. Elazığ Spor’un da kullandığı bordo ve beyaz renkler kullanılmıştır. Böylece logo sitenin amacını yansıtabilmiştir. Büyük kalın harflerle, beyaz zemin üzerine okunaklı olacak renkler tercih edildiği için tipografik olarak da uygun görülmüştür.

[www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com) sitesi, logosunda Türk bayrağı ve Elazığ'ın tarihi kalelerinden olan Harput Kalesi'ni kullanmıştır. Sloganı ise bu görsellerin arasında konumlandırmıştır. Türk bayrağı pek çok gazetede ve habercilik yapan kurumlarda sıkça kullanılmaktadır. Kırmızı rengin hakim olduğu logo haber sitesinin özelliklerini yansıtmakta yeterlidir. Açık mavi zemin üzerine beyaz, büyük ve kalın harfler kullanılmış, okunaklığı artırmak amacıyla da yazıya siyah gölge verilmiştir. Böylece tipografik unsurlara uyum sağlamıştır.

[www.gunisigazetesi.net](http://www.gunisigazetesi.net) sitesi beyaz zemin üzerine sadece Türk bayrağı kullanmış, sloganı ise bayrağın altında konumlandırmıştır. Bu sebeple sitenin amacını ve özelliklerini yansıtmakta yeterli değildir.

[www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com), üstte siyah, araya kırmızı çizgi ve altına da yine kırmızı renkte büyük ve kalın harflerle yazılmış ismi tercih etmiştir. Ancak bütün harflere ve çizgiye gölge verilmesi tasarım unsurlarından sadeliğe ters düşmektedir. Harflerin birbirine yakın konumlandırıldığı tasarımda gölgelerin de yoğun olması tipografiye de uygun değildir.

[www.gunisigazetesi.net](http://www.gunisigazetesi.net), bordo zemin üzerine küçük ve kalın harfler kullanmıştır. Renk ve harf büyüklüğü okunaklık açısından tipografiye uygundur. Ancak üstte yazılan sloganın puntosu çok küçük olduğu için okunaklığı düşmüştür, tipografiye uygun değildir.

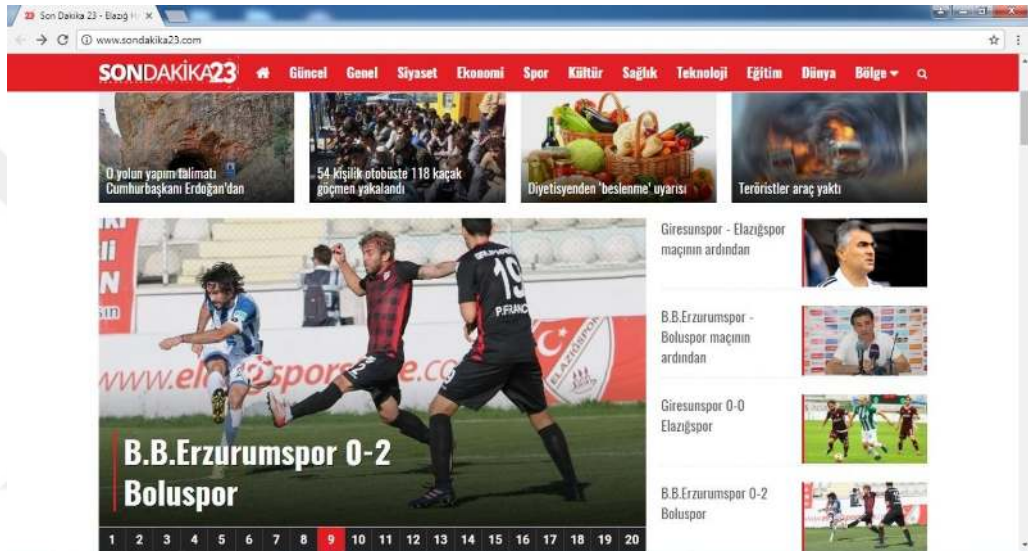
[www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), habercilik alanında en sık kullanılan kırmızı ve beyaz rengi tercih etmiştir. Harfler büyük ve okunaklıdır. Yazının altında gittikçe belirsizleşen noktalar kullanılmıştır. En sağda yer alan saat figürü son dakika haberciliğini çağrıştırmaktadır. Tipografik olarak uygundur ve tasarım ilkelerine de uyum sağlamaktadır.

[www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com), [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) siteleri slogan kullanmayı tercih etmemiştir. [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), [www.gunisigazetesi.net](http://www.gunisigazetesi.net) ise sloganlarını, logo ve isimlerinin yakınına konumlandırmıştır. Böylece kurumsal kimlikleriyle bütünlük sağlamıştır.

İncelenen 5 yerel internet haber sitesi, kurumsal isimlerini ve logolarını sayfanın arayüzünde sol üst köşede, satırın ortalama dörtte biri kadarlık alanda konumlandırmıştır. Online okuma alışkanlıklarına göre göz, öncelikle sol üst köşeye odaklanmaktadır. Konum bakımından doğru olsa da, boyutları sayfaya oranla küçük kaldığı için dikkat çekicilikleri azalmıştır. Özellikle [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) sitesinde,

kurumsal isim, menülerin de bulunduğu ince bir satıra yerleştirildiği için dikkat çekme noktasında yetersiz kalmıştır (Site Ekran Görüntüsü 1).

Ayrıca incelenen sitelerde, sadece [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) adresinde, kurumsal ismin yer aldığı bölümün üzerine farklı amaçlardaki düğmeler yerleştirilmemiştir. [www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com), [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net) sitelerinin kurumsal isim ve logolarının yer aldığı kısmın üzerine bir satır halinde; anasayfa, reklam, iletişim, hava durumu, galeri, son dakika, arşiv gibi ana menülerde yer almayan farklı amaçlardaki düğmeler konumlandırılmıştır.



**Site Ekran Görüntüsü 1.** [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

Kurumsal isim ve logolar incelenen bütün internet haber sitelerinde alt sayfalarda da kullanılmış, sol üst köşede ana sayfada olduğu şekilde konumlandırılmıştır. [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) sitesinde alt sayfalar açıldıkça, ilk sayfada yer alan logo ve isimle bütünleştirilmiş menüler de tam satır halinde en üstte görülmektedir.

### 3.2. Menülerin Analizi

Menüler ve diğer kategoriler; dikkat çekici, kolay bulunan ve en çok ihtiyaç duyulan konulara cevap verecek şekilde yerleştirilmelidir. Ziyaretçi sayfayı açtığında ilk görmek istediği yerlerden biri menü seçenekleridir. Çok küçük düğmeli, rengi soluk, yazısı küçük ya da sayfanın alt kısımlarına yerleştirilen menüler dikkat çekmez ve

kullanışsızdır. İncelenen 5 haber sitesinde menü, sayfanın üst kısmına, kurumsal ismin yakınına konumlandırılmıştır.

### 3.2.1. www.elazighaber.com

www.elazighaber.com sitesi mavi zemin üzerine, beyaz renkli ve büyük harflerle yazılmış menü kullanmıştır. İmleç istenilen düğmeye geldiğinde, düğmenin rengi beyaza dönmektedir. Dikkat çekme ve aranılan konunun kolay bulunmasında yeterlidir. Tasarım unsurlarından yalınlık ve açıklığa uygun tasarlanmıştır. Menüde; güncel, asayiş, siyaset, ekonomi, spor, eğitim, sağlık, kültür, yerel, Türkiye, teknoloji, yazarlar ve diğer kategorileri yer almaktadır. Tüm satırı kaplayan menünün sağ kısmında tek düğmelik boş yer bırakılmıştır. Bu sebeple, tasarım unsurlarından olan dengeyi sağlama noktasında yetersiz kalmıştır.

Menünün hemen üzerinde yine tam satır halinde son dakika haberleri akmaktadır. Galeriler ve sosyal medya hesaplarına ulaşım düğmeleri de burada yer almaktadır. Sayfanın en üstüne ise; ana sayfaya ulaşım simgesi, günün haberleri, arşiv, sitene ekle, iletişim, piyasa, hava durumu ve site içi arama düğmeleri yerleştirilmiştir. Bunlar; renk uyumu, orantı ve dikkat çekme konularında tasarım unsurlarına uygundur.

Sayfanın alt kısımlarına doğru sırayla; editörün seçtikleri, çok okunanlar, günün gazete manşetleri, PTT 1. lig puan durumu, Elazığ'ın yerel TV kanallarına ulaşım için büyük harflerle yazılmış düğmeler yerleştirilmiştir. Sayfanın en sonunda ise, ana sayfa, künye, iletişim, sık kullanılanlara ekle, RSS, ziyaretçi defteri ve sosyal medya hesaplarına ulaşım düğmeleri yerleştirilmiştir. Tüm bunlar, mavi zemin üzerine küçük harflerle yazılmıştır ve tasarım unsurlarına uygundur.

### 3.2.2. www.elazigsonhaber.com

www.elazigsonhaber.com haber sitesinde menüler, beyaz zemin üzerine siyah ve büyük harflerle yazılmıştır. İmleç istenilen düğmenin üzerine geldiğinde yazılar kırmızıya dönüşmektedir. Bu sayede okunaklık ve dikkat çekicilik artmıştır. Menü tam satır halinde yerleştirilmiştir; ancak sağ kısımda 2 düğme daha sığacak şekilde boşluk bırakıldığı için dengeyi yakalamada yetersiz kalmıştır. Ayrıca; ana sayfaya ulaşımı sağlayan düğmeyi sadece 1 simgeyle; galeri, video ve yazarlar düğmelerini hem yazı hem simgeyle; gündem, özel haber, dünya, ekonomi, spor, siyaset ve teknoloji

düğmelerinin sadece yazıyla gösterilmesi tasarım unsurlarından uyum, denge ve orantının sağlanamamasına sebep olmuştur.

Sayfanın en üstüne hava durumu, piyasa, son dakika haberlerinin aktığı bir satır eklenmiş, bu satırın sonuna arama ve üyelik düğmeleri simge halinde yerleştirilmiştir. Kırmızı zemin üzerine yerleştirilen bu kategoriler dikkat çekici olsa da, tasarım unsurlarından dengeyi sağlama noktasında yetersiz kalmıştır.

Sayfanın altına doğru ilerledikçe; günün manşetleri, bugün en çok okunanlar, tüm gazeteler, bu ay en çok yorumlananlar düğmeleri dağınık şekilde yerleştirilmiştir. Çok uzun olan ana sayfanın ortalarına tekrar menü yerleştirilmiştir. Bu menüde, lacivert zemin üzerine büyük beyaz harflerle yazılmış gündem, özel haber, dünya, ekonomi, spor ve yaşam düğmeleri bulunmaktadır. Sayfa çok uzun olduğu için bu kısma da menü yerleştirilmesi kullanışlılık açısından uygun olabilir fakat çok uzun sayfalar internet haberciliğinde tercih edilen bir durum değildir. Ayrıca, sayfanın sağ alt kısmında hiç kaybolmayan ‘Yukarı Çık’ düğmesi bulunmaktadır. Bu da uzun sayfayı daha kullanışlı hale getirmek için yapılan bir uygulamadır. Sayfada aşağı doğru inildikçe futbol puan durumu, anket, son yorumlar düğmeleri bulunmaktadır. Fakat kullanılan beyaz zemin, sayfa boşluklarıyla karıştığı için düğmeler dikkat çekmemektedir.

Sayfanın en sonuna ise gri zemin üzerine siyah ve küçük harflerle mobil, künye, iletişim, sitene ekle düğmeleri simgelerle birlikte yerleştirilmiştir. Bu kısım dengeli, açık, yalın ve düzenlidir.

Site, istenilen düğmeye ya da habere tıklandığında, içeriği yeni bir sayfada açmaktadır. Bu uygulama, birden fazla haber okunduğu zamanlarda, sayfa yığılmasına ve karışıklığa sebep olmaktadır. Bu durum, incelenen diğer sitelerde bulunmamaktadır.

### **3.2.3. www.elazigfirat.com**

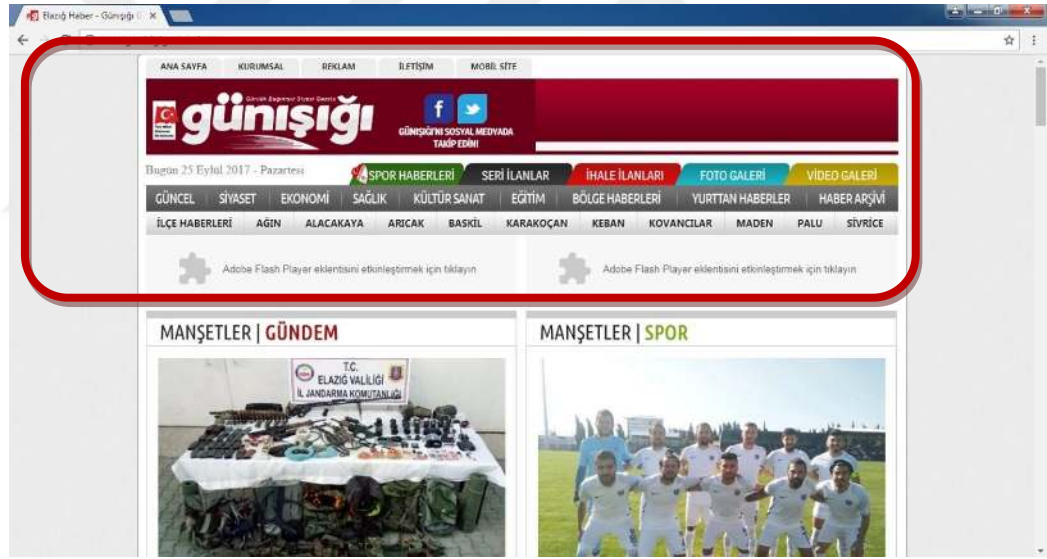
www.elazigfirat.com sitesi menüyü, açık mavi zemin üzerine küçük ve beyaz harflerle göstermiştir. Menüde; ana sayfa, güncel, siyaset, ekonomi, spor, kültür, sağlık, teknoloji, eğitim, dünya, yaşam, remi ilanlar, künye ve iletişim bulunmaktadır. Menü tam satır halinde yerleştirilmiş; fakat en sağda bir menü sığacak kadar boşluk bırakılmıştır. 14 tane düğme bir menü için fazladır, sayının çok olması düğmelerin küçülüp yazının da daralmasına yol açmıştır. Bu sebeple tipografiye uygun değildir. Üzerine imlecin geldiği düğmenin bordo renge dönmesiyle dikkat çeken menü, karışıklığı engellemekte, menüyü kullanışlı hale getirmektedir.

Sayfanın en üstünde galeri, video, yazarlar ve son dakika düğmeleri simgeleriyle birlikte yer almaktadır. Haber başlıkları ise sağ tarafta akmaktadır. Siyah zemin üzerine beyaz ve sarı renklerin kullanıldığı bu menü kullanışlıdır. Sayfanın alt kısmına doğru inildikçe, tam satır halinde piyasa verilerinin yer aldığı siyah bir zemin göze çarpmaktadır. Sayfayı kesen bu alan dikkat dağınıklığına yol açmaktadır. Çünkü üstünde ve altında farklı konulardan haberler yer aldığı için bütünlüğü bozmaktadır.

Sayfa boyunca menüde yer alan başlıkların ayrıca verildiği kısımlar bulunmaktadır. Uzun tutulan ana sayfa dikkat dağınıklığına sebep olmaktadır.

### 3.2.4. www.gunisigazetesi.net

www.gunisigazetesi.net kurumsal ismin üzerinde 1 adet, altında ise 3 adet menüyü alt alta kullanarak okuyucunun dikkatini toplayabilmesini engellemiştir. Birçok düğme arasından aradığını bulmak zorlaşmaktadır (Site Ekran Görüntüsü 2).



**Site Ekran Görüntüsü 2.** www.gunisigazetesi.net sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

Sayfanın en üstünde bulunan menü beyaz zemin üzerine siyah, kurumsal isim ve logonun altında bulunan menü 5 farklı zemin rengi üzerine beyaz, onun altında bulunan menü siyah zemin üzerine beyaz ve onun da altında bulunan menü ise gri zemin üzerine siyah harflerden oluşmaktadır. Bu kısımda, imlecin üzerine geldiği düğme mavi renge dönüşmektedir. Böylece dikkat çekicilik artırılmaya çalışılmıştır. Hepsinde büyük harf kullanılmıştır. Büyük harf okumayı güçleştirir. Tipografik olarak uygun değildir.

İncelenen siteler içinde ilçe haberleri için, her ilçeye bir düğme/link atayan tek site [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net)'tir.

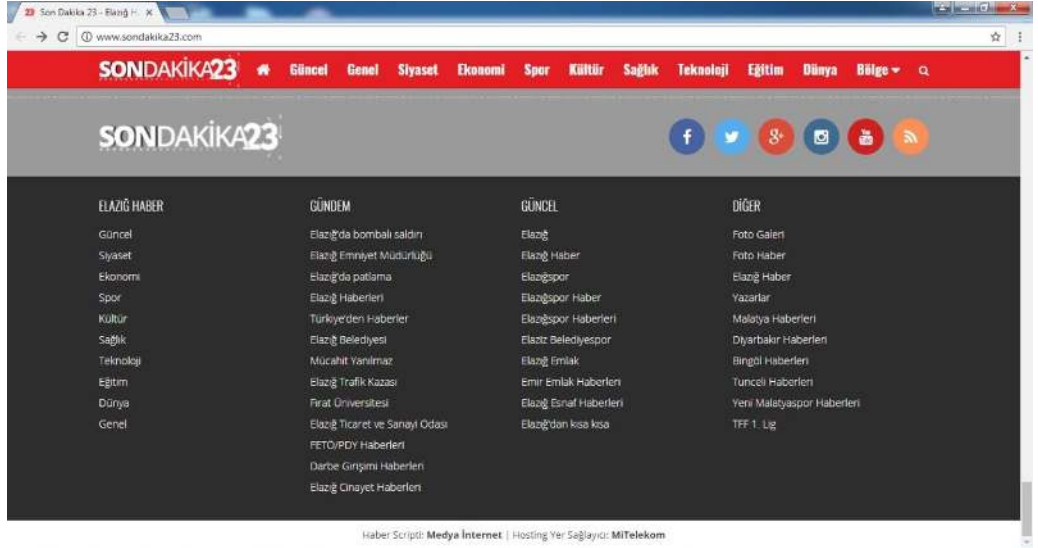
Günün önemli haberleri, köşe yazarları, spor ve siyaset haberleri, hava durumu, PTT 1. Lig puan durumu gibi başlıklar da sayfanın alt kısımlarına dağınık şekilde yerleştirilmiştir. Sayfanın en sonuna ise beyaz zemin üzerine gri harflerle yerleştirilen farklı bir menü oldukça küçük olduğu için dikkat çekmemektedir ve sola dayalı şekilde dengesiz yerleştirilmiştir.

Tüm bu sebeplerden dolayı yalınlık, sadelik ve açıklıktan uzaktır.

### **3.2.5. [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com)**

[www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) haber sitesi, kurumsal isim ve logoyla birleşik, ince bir tam satır halinde, kırmızı zemin üzerine beyaz ve küçük harflerle, dengeli yerleştirilmiş, yalın ve tek bir menü kullanmıştır. Bu menü, sayfa aşağıya çekildiğinde de üst kısımda sabit kalmakta, her zaman kullanılabilir. Menüler sade, açık ve yalın tasarlanmıştır. Ancak düğmelerin ya da yazıların rengi, üzerine imleç geldiğinde değişmemektedir.

Sayfanın en sonunda ise; Elazığ haber, gündem, güncel ve diğer düğmelerinin yer aldığı, dişi karakterlerin kullanıldığı ve alt kategorilerin bulunduğu uzunca bir alan bulunmaktadır (Site Ekran Görüntüsü 3). Bu alan dengeli yerleştirilmiştir, oran doğru ayarlanmıştır; fakat çok fazla alt başlık yer aldığı için karışıklık oluşturmaktadır. Siyah zemin üzerine küçük harflerle beyaz yazı, okumayı zorlaştırmıştır. Küçük puntolu ve bitişik yazılmış bu bölüm tipografik olarak da uygun değildir.



**Site Ekran Görüntüsü 3.** www.sondakika23.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

Web ziyaretçileri, karışık tasarlanmış bir sitede aradığı içeriği bulamazsa, vakit kaybetmemek için siteden ayrılabilir. Arama düğmelerinin bulunduğu siteler, ziyaretçileri sitede tutmada etkilidir. www.gunisigigazetesi.net ve www.elazigfirat.com sitelerinde arama/site içi arama butonları bulunmamaktadır. Bu sebeple ziyaretçiler, aradıkları içeriği bulmada sıkıntı yaşayabilmektedir. www.sondakika23.com, www.elazigsonhaber.com ve www.elazighaber.com sitelerinde arama butonu menülerin bulunduğu alana yerleştirilmiştir.

www.sondakika23.com dışındaki bütün siteler, sayfa ziyaretçisiyle iletişimi olan, aynı sayfa üzerinden hedef kaynağa geri dönüşümün sağlandığı, ekstra bilgi gönderme gibi imkânları bulunan dinamik Web sayfalarıdır.

### 3.3. Haberlerin ve Fotoğrafların Yerleşim Analizi

Haber sitelerine yerleştirilen fotoğraf ve haber metinleri dikkat çekecek, online okumaya uygun, açık ve dengeli yerleştirilmelidir. Ritim duygusu yaratan bir tasarım, bir haberden başka bir habere yönlendireceğinden, ziyaretçiyi sitede daha uzun süre tutmada etkili olacaktır.

#### 3.3.1. www.elazighaber.com

www.elazighaber.com internet haber sitesi, ana sayfayı sonuna kadar 4 sütun halinde tasarlamıştır. Sayfanın en başında, 3 sütunu kaplayacak şekilde, 11 haberin

büyük fotoğraflarının sırayla aktığı, altında tek satır halinde siyah zemin üzerine beyaz yazıyla haberin başlıklarının yer aldığı hareketli alan kullanılmıştır. Hemen sağ tarafındaki tek satır, hareketli reklama ayrılmıştır. Asimetrik dengenin kurulduğu bu bölüm yalın ve açıktır.

Sayfanın son kısmı hariç, diğer bölümlerde, soldan ilk 3 satır fotoğraflı ve altında haber başlığının yer aldığı alanlar kullanılmıştır. Kare şeklinde ve ince bir çerçeveye birbirlerinden ayrılan bu bölüm, uyumlu olsa da, birbirlerine benzediğinden dolayı dikkat çekmede yetersiz kalmıştır. Ayrıca birbirlerine yakın konumlandırıldıkları için gözü yormaktadır. Herhangi bir habere ya da reklama vurgu yapılmamıştır.

En sağdaki sütunun üst kısımlarında küçük fotoğraf ve yanında yazıların yer aldığı alan tasarlanmıştır. Alt kısımlarına doğru inildikçe bu alan sadece küçük yazıların alt alta yer aldığı fotoğrafsız bir bölüme dönüşmektedir. Herhangi bir başlığa vurgu yapılmamış, dikkat çekmeyen, görsel hiyerarşinin bulunmadığı bu bölümde sadece hizalama doğru yapılmıştır.

Sitenin tamamında asimetrik denge kullanılmıştır. Tablonun bulunmadığı sitede fotoğraflar dağınık yerleştirildiği için görsel hiyerarşi sağlanamamıştır. Sayfanın bütününe bakıldığında tasarım unsurlarından uyuma dikkat edilmediği; ancak hizalamaların doğru yapıldığı görülmektedir. Sayfanın orta kısımlarındaki bir bölümde kullanılan 5 haber fotoğrafına başlık verilmediği için haberle ilgili bilgi yer almamaktadır. Bu da açıklık ilkesine ters düşmektedir.

Haber başlıkları ve metinler serifsiz fonlarla yazılmıştır. Başlıkların ve alt başlıkların koyu yazılması, haber metninde ise ince yazıların tercih edilmesi tipografiye uygundur. Sayfanın alt kısmında son dakika haberlerinin sadece başlıklar halinde yer aldığı bölüm, küçük puntolarla yazıldığı için okunaklılık azalmıştır. Bu da tipografik unsurlara ters düşmektedir. Sayfanın tamamında ortak bir font anlayışı hakimdir. Böylece tasarım unsurlarından uyumluluğu ve bütünlüğü sağlamıştır.

Sayfanın son bölümünde sol sütuna konumlandırılan haber fotoğrafının yanında, haber başlığı ve haberin girişi 2 sütunu kapsayacak şekilde uzunca yazılmıştır. Bu sebeple satır çok uzun olmakta, gözün okuma ve takip etme hızını düşürmektedir.

Sayfa uzunluğu, incelenen diğer sitelere göre kısa tutulmuştur.

### 3.3.2. www.elazigsonhaber.com

www.elazigsonhaber.com sitesinin büyük kısmı 4 sütun halinde tasarlanmıştır. Sayfanın en başında yer alan 4 haber, dikdörtgen alana yerleştirmiş, hemen altına haberin başlığı yazılmış, ayrıca fotoğrafın üzerinde de haberle ilgili kısa bilgiler yerleştirilmiştir. Fotoğrafların üzerindeki yazıların büyük ve çerçeveli kullanılması fotoğrafın görülmesini engellemiş ve okunurluğu azaltmıştır. Tasarım unsurlarından yalınlığa ve açıklığa uygun olmayan bu kısım, dikkat çekmede yetersiz kalmıştır.

Hemen altında 4 sütunu kaplayacak şekilde, 15 adet haber fotoğrafının sırayla aktığı ve başlıklarının yer aldığı hareketli alan yer almaktadır. Buradaki haber başlıkları fotoğrafların üzerine yerleştirildiği için karışıklığa neden olmuştur. Yeterince açık değildir. Ancak fotoğrafların oldukça büyük kullanılması ziyaretçilerin dikkatini çekmektedir.

Sayfanın alt kısımlarına doğru inildikçe, soldan 3 satırın görüntülü ve yazılı haberlere ayrıldığı, sağdaki son satırda ise sadece alt alta yazıların yerleştirildiği görülmektedir. Bu kısım görsel hiyerarşi oluşturulmadan, dikkat çekici bir unsur kullanılmadan, herhangi bir bölüme vurgu yapılmadan, yalınlık ve açıklık ilkelerine uyulmadan tasarlanmıştır.

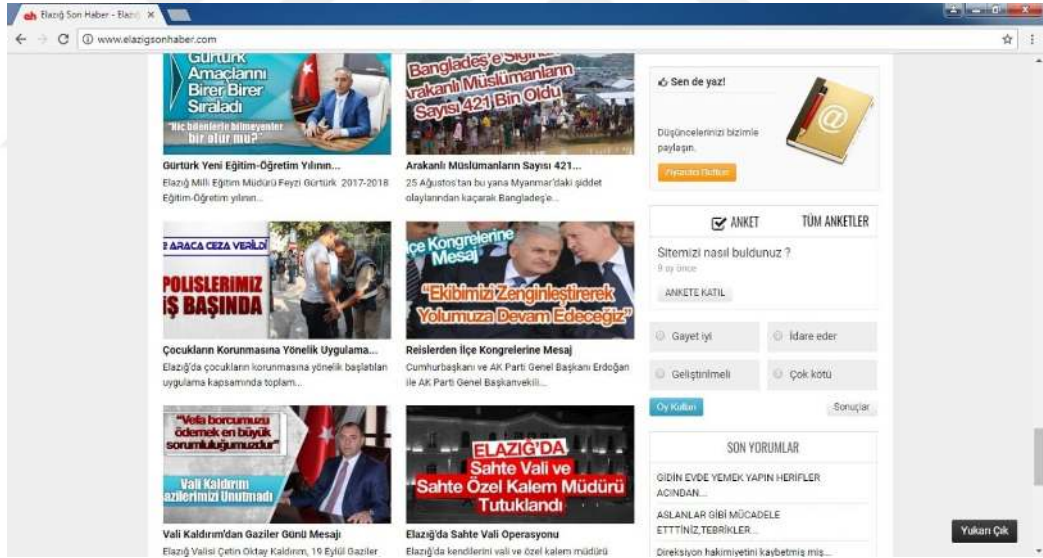
Sayfanın genelinde asimetrik denge kullanılmıştır. Haberlerin bir kısmı video şeklinde yüklenmiştir. Birbirlerine yakın ve küçük yazılarla yerleştirilen haberlere çerçeve verilmemiştir. Sayfada çok fazla fotoğraf, yazı ve fotoğrafların üzerine de tekrar yazı kullanıldığı için yalınlıktan, sadelikten ve açıklıktan uzaktır. Dikkat çekmek için tercih edilen bu tasarım, karmaşıklık oluşturduğu için amacına ulaşamamıştır.

www.elazigsonhaber.com, fotoğraflı 61, videolu 6 ve fotoğrafsız 22 olmak üzere toplam 89 haber sunarak, incelenen siteler içinde ana sayfasına en fazla haber yerleştiren site olmuştur (Tablo 1).

**Tablo 1.** Ana Sayfalarda Yer Alan Haber Sayıları

|                          | Fotoğraflı Haber | Videolu Haber | Fotoğrafsız Haber | Toplam |
|--------------------------|------------------|---------------|-------------------|--------|
| www.elazighaber.com      | 42               | -             | 33                | 75     |
| www.elazigsonhaber.com   | 61               | 6             | 22                | 89     |
| www.elazigfirat.com      | 57               | 6             | -                 | 63     |
| www.gunisigigazetesi.net | 55               | -             | -                 | 55     |
| www.sondakika23.com      | 69               | -             | 4                 | 73     |

Haber başlıklarında ve metinlerde serifsiz fontlar tercih edilmiştir. Ancak sitede yer alan bütün yazılara bakıldığında çok fazla font seçeneğinin tercih edildiği görülmektedir. Özellikle haber fotoğraflarının üzerine yazılan renkli ve çeşitli fontlardaki yazılar karışıklığa neden olmakta, dikkat dağınıklığına yol açmaktadır. Ayrıca punto büyüklükleri de sabit değildir. Bu sebeple tipografiye uygun olmadığı gibi, tasarım unsurlarından bütünlüğü, sadeliği ve açıklığı yakalama konusunda yetersizdir. (Site Ekran Görüntüsü 4).



**Site Ekran Görüntüsü 4.** www.elazigsonhaber.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.3.3. www.elazigfirat.com

www.elazigfirat.com sitesi, incelenen 5 site içinde ana sayfasını en uzun kullanan sitedir. Sitenin bütününde belirli bir oran kullanılmamıştır. Bazı kısımlar 4, bazı kısımlar ise 3 sütun şeklinde tasarlanmıştır. Dolayısıyla sayfanın bir kısmı dengeli,

bir kısmı asimetrik dengelidir. Çok fazla haberin yer aldığı ana sayfada görsel unsurlar ve yazılar dağınık yerleştirildiği için herhangi bir habere dikkat çekme zorlaşmıştır. Haberlerin ve başlıkların sürekli aktığı 2 ayrı bölüm kullanılmıştır. Bu da fazla hareketlilik oluşturduğu için ziyaretçinin dikkatinin dağılmasına sebep olmaktadır.

Bazı küçük haber fotoğraflarının yanına ya da altına kırmızı bir çizgi çekilmiş, böylece diğer haberlerden ayrılması, görsel olarak da bütünlük sağlanması istenmiştir. Sayfanın sonuna yaklaştıkça, videolu haberler görünmektedir. Bu görseller sayfanın sol tarafında, sayfanın üçte ikisini kapsayacak şekilde konumlandırılmıştır. Videonun hemen altına siyah zemin üzerine beyaz yazılan haber başlığı dikkat çekmede yetersiz kalmıştır.

Sayfanın en sonu ise yapılan röportajlara ayrılmıştır. Sütunların 3'te iki oranında yerleştirilen bu röportaj haberlerin fotoğrafları birbirlerine bitişik yerleştirilmiş, arada boşluk bırakılmamıştır. Açıklık ve yakınlık ilkesine terstir. Koyu zemin üzerine başlıkların kalın, metinlerin ince beyaz yazıyla yazıldığı bu bölüm kolay okumayı zorlaştırmaktadır. Bunun hemen yanında yeşil zemin üzerine beyaz ve sarıyla yazılmış Süper Lig puan durumu yer almaktadır. Bu kısım sayılarla ve çizgilerle şekillendirildiği için okunaklı ve dikkat çekicidir.

Sayfanın bütününde aynı fontların hakim olduğu görülmektedir. Haber başlıkları kalın, diğer metinler ince yazılmıştır. Bir bölümde, haber metinleri 2 sütunu kaplayacak uzun bir satırda verilmiştir. Bu durum okuma ve takip etme hızını düşüreceği için tipografiye ve online okuma alışkanlıklarına uygun değildir.

Sayfanın bütününe bakıldığında fotoğrafların dağınık yerleştirilmesine bağlı bir dengesizlik görülmektedir. Fotoğrafsız haber kullanılmaması ise doğru bir tercih olmuştur. Site, tasarım ilkelerinden açıklığa, yalınlığa ve sadeliğe ters düşmektedir. Ayrıca görsel hiyerarşi de oluşturulmamıştır.

### **3.3.4. www.gunisigazetesi.net**

www.gunisigazetesi.net sitesi, ilk kısımda 2 sütun kullanmıştır. Sol sütunda 10 adet gündem manşetleri, sağ kısımda ise 10 adet spor manşetleri haber başlıklarıyla, büyük fotoğraflarla sürekli değişmektedir. Dengeye ve orantıya dikkat edilen bu bölümde başlıklar kalın yazıldığı için dikkat çekici ve okunaklı olmuştur.

Bu bölümden sonra sayfanın tamamında 3 sütun kullanılmıştır. Sadece üst kısımda verilen 4 haberin fotoğrafları dikkat çekecek ve açık, anlaşılır olacak kadar

büyük verilmiştir. Diğer tüm haberlerin fotoğrafları çok küçük kullanılmıştır. Bu da anlaşılır olmayı engellemiştir.

Fotoğraflarda çerçeve kullanılmamıştır. Bu, zaten küçük olan fotoğrafların daha karmaşık hale gelmemesi için doğru bir tercih olmuştur. Fotoğrafın sağ tarafına haber metninin girişindeki yazılar yerleştirilmiş, başlık ise kalın siyah harflerle fotoğraf ve metnin üst kısmına konumlandırılmıştır. Bu durumda ziyaretçi, fotoğraftan çok başlığa dikkatini vermekte, haberi başlık sayesinde okumaktadır. Tamamen beyaz zemin kullanılan bu kısımda boşluklar dengeli ayarlandığı için ve çok ince gri çizgiler kullanıldığından dolayı karışıklık oluşmamıştır. Kendi içinde uyumludur ve bütünlük sağlanmıştır.

Yine bu kısımdaki haberler spor, ekonomi, kültür-sanat, siyaset ve günün önemli haberleri şeklinde başlıklarla birbirinden ayrı ve renkli yazılarla verildiği için düzenli, açık ve anlaşılır olmuştur. Hizalamalar doğru yapılmıştır. Sadece haber başlığının yer aldığı fotoğrafsız haber bulunmamaktadır.

Sayfanın genelinde aynı fontlar hakimdir. Ancak bazı haber başlıklarının büyük harflerle, bazılarının ise küçük harflerle verilmesi bütünlüğü bozmuştur. Puntolar rahat okunacak büyüklükte tercih edilmiştir.

Site genel anlamda düzenli, açık ve anlaşılır tasarlanmıştır.

### **3.3.5. www.sondakika23.com**

www.sondakika23.com sitesinin büyük bölümünde 3 sütun kullanılmış, haberler ve görseller dengeli yerleştirilmiş, oran/orantıya dikkat edilmiştir. Sayfanın ilk 4 haberi fotoğraf ve fotoğrafın üzerine yerleştirilen haber başlıklarıyla dengeli şekilde yerleştirilmiştir. Onun altında, sütunların 4'te üçü oranında, 20 adet fotoğrafın sürekli değiştiği alan konumlandırılmıştır. Haber başlıkları fotoğrafın üzerine yazılmış, ayrı bir alan açılmamıştır.

Sayfanın sonuna kadar olan kısımlarda ise haberler 3 sütun şeklinde yerleştirilse de; bazıları büyük fotoğraf üzerine haberin yazıldığı, bazıları ise küçük fotoğraf ve haber başlığının yanına yazıldığı alanlar şeklinde tasarlanmıştır. Bu durum, karışıklığa yol açmakta, görsel hiyerarşiyi bozmaktadır. Siyaset, ekonomi, genel bakış, sağlık ve spor başlıklarıyla birbirinden ayrılmaya çalışılan bu bölümler, başlıkların altına çizilen bir çizgiyle belirgin hale getirilmiştir.

Görseller birbirlerine benzeyen şekillerde tasarlandığı için herhangi bir habere dikkat çekme ya da vurgu görülmemektedir.

İncelenen bütün sitelere bakıldığında, sayfaların büyük bölümünde, ritim oluşturulmadığı, oran/orantıya dikkat edilmediği görülmektedir. Sitelerin, sayfaları uzun tutmasından ve her türlü konuda haberi birbirine yakın konumlandırmasından dolayı tasarım ilkelerinden uyumluluğu ve yalınlığı yakalayamadıkları görülmektedir.

Sitenin diğer sayfalarında da aynı mizanpaj kullanıldığı için, fotoğraflar aynı yerde ve büyüklükte konumlandırıldığı ve yazılar aynı alana yerleştirildiği için tutarlı denebilir. Her sitede kendi içinde bütünlük sağlanmıştır.

### 3.4. Reklamların Yerleşim Analizi

Reklamlar dikkat çekme ve ziyaretçiye sayfada tutmada etkili olan unsurlardır. Fakat, ziyaretçiye direkt olarak reklam verenin adresine yönlendiren, haber sayfasının açılması için belli bir süre reklamı izlemeye mecbur bırakan, haberi okumaya engel olacak kadar büyük ve dikkati dağıtacak kadar hareketli olan reklamlar ziyaretçi sayısının düşmesine neden olur. Düzensiz yerleştirilen reklamlar algılamayı güçleştirir ve yanlış anlaşılmalara neden olabilir.

**Google Advords Görüntülü Reklam Ağı** reklam türleri; metin reklamlar, banner reklamlar, video reklamlar ve zengin medya reklamları olarak 4 şekilde görüntülenmektedir.

**Banner (Display Advertising) reklam**, internet reklamcılığında yaygın olarak kullanılan araçlardan biridir. Bannerlar görsel olarak hazırlanan, Farklı boyutlarda ve yapılarda olabilen Web sayfalarının görünür yerlerine yerleştirilen ve reklam verenin belirlediği adrese link verilen internet reklamlarıdır (Site Ekran Görüntüsü 5).

## Banner (Display Advertising)



**Site Ekran Görüntüsü 5.** www.elazigsonhaber.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.4.1. www.elazighaber.com

www.elazighaber.com sitesinde sayfanın başında 1 adet banner ve 2 adet Google Advords kullanılmıştır. Elazığ'da yayın yapan medya organlarına ulaşım sağlayan 4 adet link bulunmaktadır. Haberlerin arasına, dikkat dağıtıcı ve hareketli reklamlar yerleştirilmemesi ziyaretçilerin rahatsız olup siteden uzaklaşmasını engellemiştir.

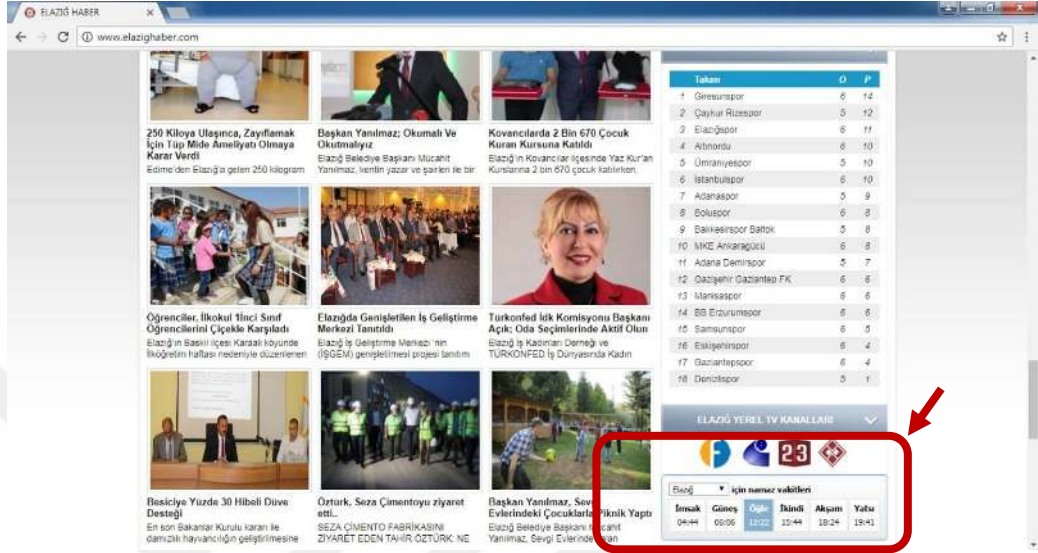
İncelenen sitelerde yer alan reklam türleri ve toplam reklam sayıları Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** İncelenen Sitelerde Yer Alan Reklam Sayıları

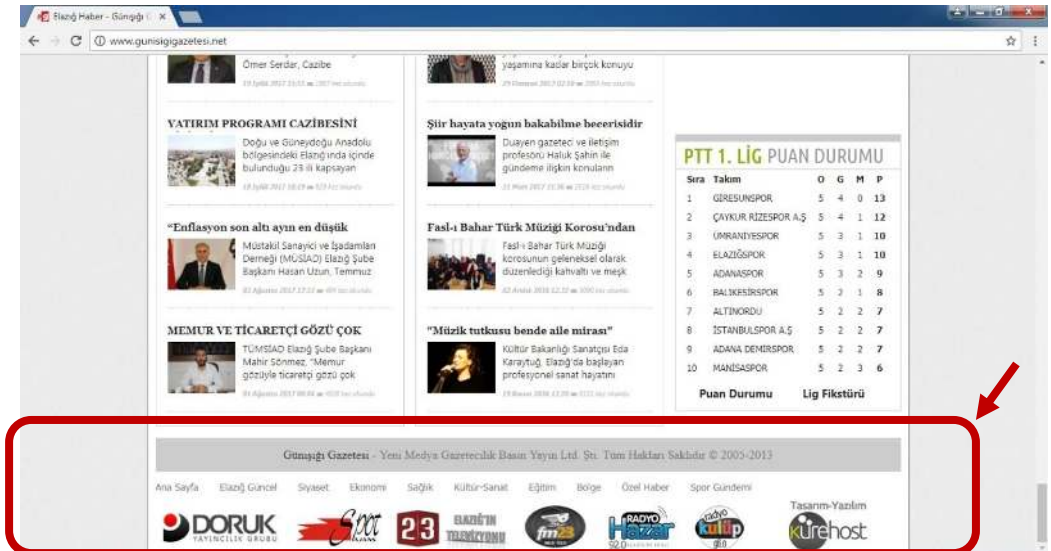
|                        | Banner (Display Advertising) | Google Advords | Medya Organları Reklamı* | Toplam |
|------------------------|------------------------------|----------------|--------------------------|--------|
| www.elazighaber.com    | 1                            | 2              | 4                        | 7      |
| www.elazigsonhaber.com | 4                            | -              | -                        | 4      |
| www.elazigfirat.com    | 2                            | -              | -                        | 2      |
| www.gunisigazetesi.net | 7                            | 1              | 8                        | 16     |
| www.sondakika23.com    | 7                            | 3              | 4                        | 14     |

\*Elazığ'da yayın yapan medya organlarına ulaşım sağlayan reklamlar.

www.elazighaber.com, www.gunisigazetesi.net ve www.sondakika23.com sitelerinde, Elazığ'da yayın yapan yerel radyo ve televizyonların küçük bir alanda reklamları verilmiştir. Bu reklamlara tıkladığında ilgili medya organına ulaşım sağlanmaktadır. (Site Ekran Görüntüsü 6, Site Ekran Görüntüsü 7, Site Ekran Görüntüsü 8)



Site Ekran Görüntüsü 6. www.elazighaber.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.



Site Ekran Görüntüsü 7. www.gunisigazetesi.net sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.



**Site Ekran Görüntüsü 8.** www.sondakika23.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.4.2. www.elazigsonhaber.com

www.elazigsonhaber.com sitesinde kullanılan reklamlar hareketli değildir. Böylece ziyaretçiler, reklamdaki ziyade habere odaklanabilmektedir. Sitede 4 tane banner reklamın dışında başka bir reklam bulunmamaktadır. Bunlardan bir tanesi kurumsal isim ve logonun yanında, 2'si sayfanın en başında sağ ve sol kısımda ayrılan boşluklarda, sonuncusu ise bunların hemen altında tek satır halinde konumlandırılmıştır.

### 3.4.3. www.elazigfirat.com

www.elazigfirat.com, incelenen siteler içinde en az reklam veren sitedir. 2 reklamın bulunduğu sitede reklamlar hareketsiz olduğu için dikkat dağınıklığına yol açmamıştır. Banner olarak uygulanan bu reklamların ilki kurumsal isim ve logonun yanında, ikincisi ise sayfanın ortalarında, bir haber fotoğrafı kadar büyüklükte tasarlanmıştır. Boyutları da küçük olan bu reklamlar okurun dikkatini dağıtmamakta, habere odaklanmasında engel oluşturmamaktadır.

### 3.4.4. www.gunisigazetesi.net,

www.gunisigazetesi.net, incelenen siteler içinde 16 reklamla, en çok reklam bulunduran sitedir. Reklamların hiçbirisi hareketli değildir. 7 banner, 1 Google Adwords ve 8 tane de yerel medya organlarına ulaşım sağlayan reklamlar, sayfa içerisine dengeli dağıtılmıştır. Sadece 2 haber tek satır halinde sayfanın orta kısımlarında haberleri

bölecek şekilde konumlandırılmıştır. 2 tanesi ise sayfanın üst kısmında menülerin altında bulunmaktadır. Diğerleri sayfanın altına doğru, sağ sütuna dayandırılarak yerleştirilmiştir.

### **3.4.5. www.sondakika23.com**

www.sondakika23.com sitesinde kullanılan 1 adet Google Advords ve 1 adet banner reklamı hareketli ve dikkat çekicidir. 7 banner, 3 Google Advords ve 4 tane de yerel medya sitelerinden geçiş sağlayan reklam kullanılmıştır. Toplamda 14 reklamın kullanıldığı sitede reklamlar dengeli yerleştirilmiştir. Fakat reklam sayısının fazla olması ve 2 reklamın hareketli olması dikkat dağınıklına yol açmaktadır.

İncelenen sitelerin hiçbirinde, sayfa açıldığında bir süre izlenmek zorunda bırakılan reklamlar bulunmamaktadır. Ancak bütün sitelerde; son dakika haberleri, büyük fotoğraflarla sıralanmış haberler ve bazı içerikler sürekli değişmektedir. Bu durum, sayfada dikkat çekiciliği ve hareketliliği artırmıştır.

Takipçi sayısı en fazla olan www.sondakika23.com, aynı zamanda en fazla reklam içeren ikinci sitedir. Takipçi sayısı en az olan www.elazigfirat.com ise sadece 2 reklamla en az reklam yayınlayan site olmuştur. Buradan, incelenen sitelerdeki reklam sayısının fazla olmasının ziyaretçi sayısını düşürmediği, çok az reklam veren sitenin de takipçi sayısını artırmadığı söylenebilir.

### **3.5. Renklerin ve Boşlukların Kullanımı**

Renk düzeni ve mizanpaj, sayfa öğelerinin vurgulanmasında ve dikkat çekmede önemlidir. Birbiriyle uyumlu parlak renkler, kullanıcının ilgisini canlı tutmada etkili bir araçtır. Ayrıca mizanpajda boşlukları da doğru kullanmak gerekir. Estetik açıdan temiz bir görünümde aranılan konu kolay bulunacağı için, ziyaretçilerin haber sitesinde uzun süre kalması sağlanacaktır.

Haber sitesinin arayüzü ne kadar kolay ve sade ise hafızada kalma ve tekrar ziyaret edilme olasılığı o kadar fazladır. Bu kolaylık ve sadelik ise renklerin ve boşlukların yerinde kullanılmasından geçmektedir.

#### **3.5.1. www.elazighaber.com**

www.elazighaber.com sitesi, sitenin tamamında kullanılan ana bölüm başlıklarında, menülerde ve düğmelerde mavi zemin üzerine büyük harflerle beyaz yazı

kullanmıştır. Zeminin alanına göre küçük kalan bu yazılar dikkat çekmede yetersizdir. Büyük harflerle yazılmış olması da okumayı güçleştirdiği için tipografik olarak uygun değildir. Haber başlıklarının tümü kalın siyah, haber metinleri ise ince siyah harflerle yazılmıştır. Ancak küçük yazılan bu metinler okumayı zorlaştırmakta ve dikkat çekmemektedir (Site Ekran Görüntüsü 9).

Sayfanın başında ve sonunda yer alan haber fotoğraflarının ve yazıların yer aldığı bölümlerin arasındaki boşluk uygundur. Ancak, sayfanın ortalarında, küçük fotoğraflarla verilen haberlerin arasında yeteri kadar boşluk bırakılmadığı için açıklık ve sadelik yakalanamamıştır. Haberlerin çok yakın konumlandırılması ziyaretçilerin dikkatini çekme noktasında yetersiz kalmıştır.

Google advords reklamında renkler parlaktır. Diğer unsurlarda mat, gözü rahatsız etmeyen renkler tercih edilmiştir. Haberleri ve bölümleri birbirinden ayırmak için çok ince mavi çerçeve kullanılmıştır. Beyaz zemin renginin kullanıldığı site, haberleri bloklar şeklinde doğrusal yerleştirmiştir. Gözün haberler üzerinde kolay dolaşmasını engelleyen bu tasarım online okumaya uygun değildir.



**Site Ekran Görüntüsü 9.** www.elazighaber.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.5.2. www.elazigsonhaber.com

www.elazigsonhaber.com sitesinde, yazı ve tipografik unsurlar çeşitlilik göstermektedir. Ana menü büyük harflerle beyaz zemin üzerine siyah yazılmış, harfler birbirine yakın konumlandırılmıştır. Sayfanın alt kısımlarında bazı bölümlerin başlıkları

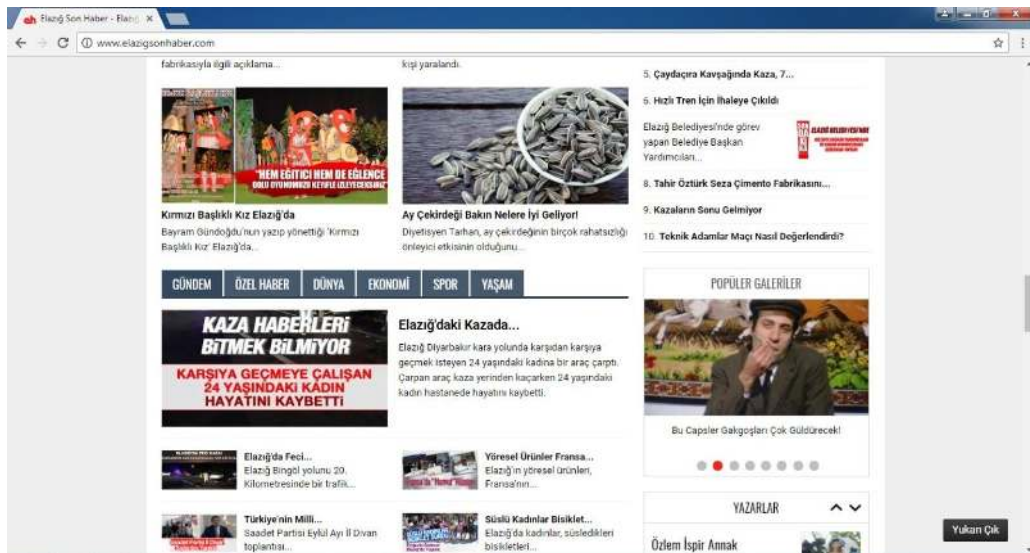
kırmızı zemin üzerine beyaz, bazıları siyah zemin üzerine beyaz, bazıları lacivert zemin üzerine beyaz, bazıları beyaz zemin üzerine kırmızı, bazıları ise beyaz zemin üzerine gri renkle yazılmıştır.

Bütün bölüm başlıklarında büyük harf kullanılmıştır. Bazı haber başlıklarının büyük yazıldığı sitede, küçük harfle yazılan haber başlıkları kalınlaştırılarak dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Çok fazla büyük harf kullanılması okumayı zorlaştırdığı için tipografik olarak uygun değildir.

Sitenin bazı bölümlerinde haber başlıkları ve girişleri birbirine uygun mesafede konumlandırılmış olsa da haber fotoğraflarının arasında uygun boşluk bırakılmamıştır. Beyaz zeminin tercih edildiği sitenin bazı bölümlerinde yeterli boşluk bırakılmış ve sayfanın ferah görünmesi sağlanmıştır (Site Ekran Görüntüsü 10). Ayrıca fotoğrafların ve haberlerin buradaki konumu online okuma göz hareketlerine uygundur.

Sayfanın genelinde mat renkler kullanılmış olsa da, haber fotoğraflarının üzerine yazılan haberle ilgili anekdotlar görüntü kirliliğine yol açmaktadır. Çünkü bu yazılar zaten renkli olan fotoğrafların üzerine, renkli yazıyla yazılmış ve belirgin olması için de ayrıca bir zeminle ya da çerçeveyle renklendirilmiştir. Bu renk kargaşası okunurluğu ve dikkat çekiciliği engellemiştir.

Bazı haberler çok ince çerçeveyle, bazıları çok hafif gri renkle birbirinden ayrılmıştır. Çerçeve ya da zemin rengi kullanılmayan haberler de mevcuttur.



**Site Ekran Görüntüsü 10.** www.elazigsonhaber.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

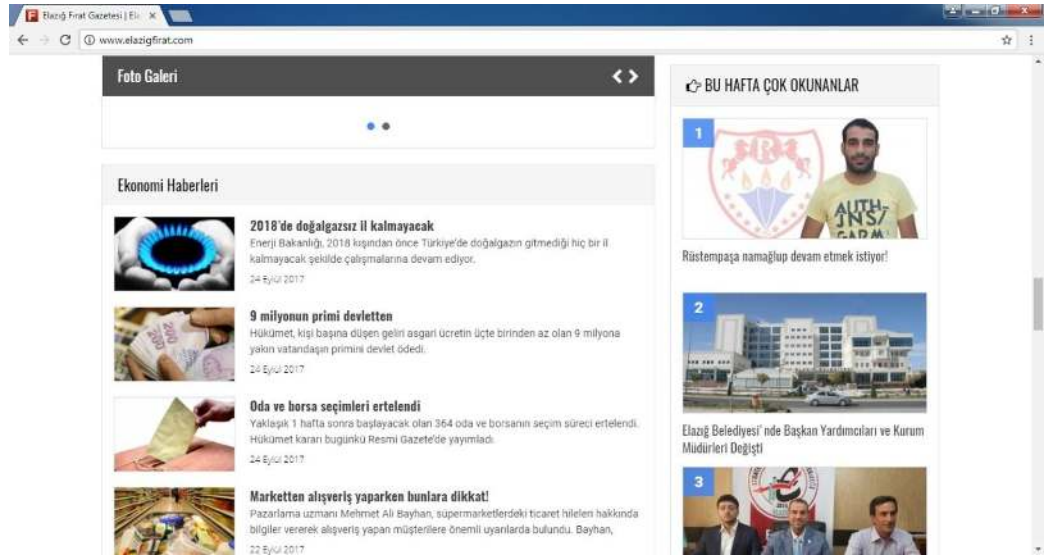
### 3.5.3. www.elazigfirat.com

www.elazigfirat.com sitesinde, ana menüde mavi zemin üzerine beyaz küçük yazılar kullanılmıştır ve tipografik olarak doğrudur. Beyaz zeminin tercih edildiği sitede parlak renkler kullanılmamış, haber ve bölüm başlıklarında siyah renk tercih edilmiştir.

Haberleri birbirinden ayıran çerçeve ya da zemin rengi kullanılmamıştır. Bazı bölümlerde haberler arasında yeterli boşluk bırakılmış, böylece sayfanın rahatlaması sağlanmıştır (Site Ekran Görüntüsü 11). Sitenin sonlarında verilen büyük fotoğraflı röportajlar ise birbirine bitişik olduğu için kötü bir görüntü oluşturmaktadır.

Sayfada çoğunlukla siyah zemin üzerine beyaz küçük yazılar kullanıldığı için koyu ve mat renkler hakimdir.

Sayfa genel anlamda çok karışık olduğu için göz hareketleri ve online okumaya uygun değildir. Sayfada aşağıya doğru inildikçe sürekli değişen bir tasarım söz konusudur. Bazı bölümlerde büyük, yanında küçük fotoğraf; bazı bölümlerde yan yana ya da alt alta sıralanmış haberler; bazı bölümlerde ise sütunları ya da satırları temel olarak yerleştirilmiş yazılar bulunmaktadır. Bu durum sayfada karmaşaya ve odaklanmaya sebep olmaktadır. Ayrıca karışıklıklar, ziyaretçinin aradığını rahat bulmasında da problem oluşturmaktadır.



**Site Ekran Görüntüsü 11.** www.elazigfirat.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.5.4. www.gunisigazetesi.net

www.gunisigazetesi.net sitesinde beyaz zemin üzerine; üst kısımları 2, diğer kısımları 3 sütun halinde tasarlanmış haberler sıralanmıştır (Site Ekran Görüntüsü 12). Sitede sayfanın başında alt alta bulunan 3 menü renkli kullanılmıştır. Sayfa içerisindeki bölüm başlıklarının her birine farklı bir renk verilmiştir. Bu aranan bölümün kolay bulunmasını, dikkat çekmesini sağlamıştır. Çok parlak renkler kullanılmamıştır. Bazı haber başlıklarının büyük ve kalın harflerle yazılması tipografik olarak uygun değildir. Ayrıca haber başlıklarında serifli fontlar tercih edilmiştir.

Her bir bölüm ve haber birbirinden çok ince gri çerçevelerle ayrılmıştır. Aralarında bırakılan boşluk uygundur. Düzenli ve dengeli yerleştirilen unsurlar, yerinde kullanılan boşluklar göz hareketleri ve online okumayı kolaylaştırmıştır.



**Site Ekran Görüntüsü 12.** www.gunisigazetesi.net sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

### 3.5.5. www.sondakika23.com

www.sondakika23.com sitesinde, bazı kısımlardaki haberler birbirine yakın yerleştirilmiş, bazılarında ise yeterli boşluk bırakılarak sayfanın rahatlaması sağlanmıştır. Uygun boşluk bırakılan bölümlerde aradığını bulmak kolaylaşmış, sadelik ve yalınlık yakalanmıştır. Beyaz zeminin kullanıldığı sitenin bazı bölümlerindeki haber fotoğrafları üzerine haber başlığı yazılmıştır. Bu yazılar, fotoğrafın altına yerleştirilen ve yukarıya doğru açılan renkli bir zemin üzerine konumlandırılmıştır. Bu durum ise renk karmaşasına yol açmış, okunurluğu engellemiştir. Güncel haberlerde kırmızı,

ekonomi haberlerinde mavi, spor haberlerinde ise yeşil zeminin kullanıldığı bu tasarım sadelik ve açıklık unsuruna uygun değildir (Site Ekran Görüntüsü 13).

Ana menüde kullanılan kırmızı zemin üzerine küçük beyaz yazılar tipografiye uygundur. 28 haber fotoğrafının üzerine küçük beyaz harflerle başlık yazılmıştır. Bunların tamamı sol alt köşeye, fotoğrafın anlamını bozmayacak, görüntüyü engellemeyecek şekilde konumlandırıldığı için uygundur.

Dikkat çekici parlak renkler kullanılmamıştır. Haberlerin bir kısmı çok ince gri çerçevelerle birbirinden ayrılmış, bir kısmında ise aralarda bırakılan boşluklarla bu koşul sağlanmaya çalışılmıştır. Sayfada kullanılan sütun sayıları, fotoğraf büyüklükleri ve başlıkların konumlandırıldığı yerler çeşitlilik gösterdiği için online okuma ve göz hareketlerine engel oluşturmaktadır.



Site Ekran Görüntüsü 13. www.sondakika23.com sitesinin 25 Eylül 2017 Pazartesi günü alınan görüntüsüdür.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Elazığ'da yayın yapan 5 yerel internet haber sitesinin kullandığı ana sayfanın tasarım sorunları incelenmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur. Bu amaçla ele alınan sitelerde; kurumsal isim ve logoların konumu, menüler, haberlerin ve fotoğrafların yerleşimi, reklamların konumu ve şekli, tipografik unsurlar, renklerin ve boşlukların kullanımı incelenmiştir.

İncelenen 5 yerel internet haber sitesinin hepsinde birtakım tasarım sorunlarının olduğu gözlenmiştir. Bu sorunların bir kaynağı olarak, ana sayfa uzunluklarının çok olması gösterilmiştir. Sayfanın bir kısmında doğru ve yerinde, başka bir kısmında ise hatalı tasarlanmış unsurların var olduğu görülmüştür. Sayfaların çok uzun olması, sitelerin hepsinde bütünlüğün ve tutarlılığın sağlanamamasına da yol açmıştır.

Bazı haber fotoğraflarının çok büyük, bazılarının ise çok küçük kullanıldığı görülmüştür. Haber fotoğrafı ziyaretçinin dikkatini çekecek ve haberi okutacak büyüklükte yerleştirilmelidir. Haberin önemine ya da güncelliğine göre bu oranlar değişebilir. Sitelerin hiçbirinde bütün haber fotoğrafları aynı büyüklükte kullanılmamıştır. Bu durum sayfaya hareketlilik katmış, bazen de görsel hiyerarşi oluşturmuştur.

Sitelerin menü, reklam, fotoğraf, yazı ve boşlukları incelendiğinde, bir kısmının tasarıma ilkelerine uygun olduğu, bir kısmının ise uygun olmadığı görülmüştür. Sitede bulunan bütün unsurların tasarım ilkelerine uygun olduğu bir site bulunmamıştır.

İncelenen 5 site içerisinde en sade ve açık tasarlanmış olanı [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), en karmaşık olanı ise [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com)'dur. En yalın tasarımı olan [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net)'tir. Bu da en az haber bulunduran site olmasından kaynaklanmıştır. En fazla haber bulunduran [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com) ise yalınlığa en uzak sitedir. Tutarlılığı yakalayamadığı; renkler, puntolar ve fontlar bakımından çok fazla çeşitlilik gösterdiği için de uyum ve bütünlüğü sağlayamadığı tespit edilmiştir.

Vurgu ve görsel hiyerarşi unsurunu en iyi yansıtan site [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com)'dur. Hizalama ilkesini en iyi uygulayan site [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net) olarak belirlenmiştir. En uyumlu ve bütünlük sağlayan site [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com)'dur. Yakınlık ilkesini ve boşluk kullanımını en iyi uygulayan site ise [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net) olarak belirlenmiştir.

Yazı fontu uyumunda, foto kullanımında ve tipografide en başarılı site [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com) olarak tespit edilmiştir. Sitelerde bulunan menüler genel olarak ziyaretçilerin taleplerini karşılayacak nitelikte belirlenmiştir. Yine de menülerde en başarılı site [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net)'tir.

Yerel haberlere de yer verilen siteler amaçlarına yönelik içerik sunmaktadır. Sonuç olarak, bütün siteler incelendiğinde, ana sayfa bir bütün olarak ele alındığında tasarım ilkelerine tam olarak uyulmadığı görülmüştür.

Takipçi sayısı en fazla olan [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), aynı zamanda en fazla reklam içeren ikinci sitedir. Takipçi sayısı en az olan [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com) ise sadece 2 reklamla en az reklam yayınlayan site olmuştur. Buradan, incelenen sitelerdeki reklam sayısının fazla olmasının ziyaretçi sayısını düşürmediği, çok az reklam veren sitenin de takipçi sayısında bir artış yaşatmadığı tespitine varılmıştır.

Var olan yerel internet haber siteleri, kendilerini sürekli yenilemeli, tasarım unsurlarını göz önünde bulundurarak sitelerini güncellemelidir. Yazılar rahat okunacak kadar büyük puntoda yazılmalıdır. Dikkat çekmeyecek kadar küçük puntolu yazılar tercih edilmemelidir. Yazılar tek sütuna yerleştirilmelidir. Serifli yazılar tercih edilebilir. Ayrıca, en fazla 2 font belirlenmeli, bütün sitede aynı font hakim olmalıdır.

Fotoğraflar anlaşılacak kadar büyük olmalıdır. Çok küçük fotoğraflar dikkat çekmez ve haberi okutmaz. Haber fotoğraflarının üzerine yazı yazılmamalıdır. Menüler, yerel halkın yerel basından istediği haber başlıklarına göre seçilmelidir. Haberler arası boşluk, 2 haberi birbirinden ayırt edilebilecek kadar olmalıdır. Boşluklar sayfaya nefes aldırır, karışıklığı engeller.

Renkler dengeli kullanılmalı, rengarenk sayfalar tasarlanmamalıdır.

Logolar Web sayfası için özel tasarlanmalı, yazılı basın için kullanılan logo aynen siteye yüklenmemelidir. Çünkü yazılı basında kullanılan logolar büyük alanlarda okunaklı ve anlaşılır olurken, Web sayfasında çok küçültüldüğü için punto büyüklüğü düşmekte, okunaklığı azalmakta ve tipografiye uygun olmamaktadır.

### **Yeni Haber Sitesi İçin Öneriler**

Haber sitesi kurmak, son yıllarda en popüler Web girişimlerinden biri haline geldi. İnternet medyasında kendine yer edinme arayışına giren birçok kişi, gazetecilik tecrübesi olsa da olmasa da haber sitesi kurmaya başladı. Günümüzde haber sitelerinin sayısı arttıkça niteliklerinin azaldığı görülmekte, kaliteli yayıncılık yapan istikrarlı

haber sitelerinin sayısı da düşmektedir. Haber sitesi açmak, istikrar ve kalite isteyen bir uğraştır. Gerçek amaçlar doğrultusunda açılmayan haber sitelerinin kapatıldığı son yıllarda sıkça görülmektedir.

Bu kadar çok haber sitesinin olduğu bir ortamda başarılı olabilmek, başarıyı sürekli hale getirebilmek için nitelikli amaçlar üzerine çalışılmalı, içerik ve tasarım konusunda profesyonel uygulamalar yapılmalıdır. Hedef kitle net bir şekilde belirlenmeli içerik buna göre üretilmelidir. Çünkü hedef kitle odaklı yayıncılık başarıyı artırır.

Sitenin başlığı, içeriği ve domaini (alan adı) akılda kalıcı olmalı, haber sitesinin içeriğini temsil etmeli, birbiriyle ve sitenin amacıyla uyumlu olmalıdır. Haber sitesinin ismi, markalaşmayı düşünen girişimcilerin göz ardı etmemesi gereken önemli bir husustur. Sayfayı ziyaret eden kişiler, Web sayfasını bir arama motorunda görüp gelmiş olabilir. Ziyaretçi aradığı bilgiyi Web sitesinde bulamazsa bir daha siteyi ziyaret etmeyebilir. Ayrıca Web sitelerinin hızlı yüklenmesi, platformlarının geçişinde iyi bir performans göstermesi de önemlidir.

Ayrıca profesyonel haber sitesi açmak isteyenler, sitelerinde kullanacakları haber sitesi yazılımını iyi belirlemelidir. Piyasada PHS, ASP, Joomla, Wordpress gibi çok sayıda yazılım bulunmaktadır. Haber scripti için hem arayüzünün hem de yönetici panelinin kolay kullanılabilir ve yönetilebilir olmasına dikkat edilmelidir.

### **Tanıtım**

Yeni açılan ve profesyonel olmayı amaçlayan bir haber sitesi için tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmalıdır. Bunun için sosyal medya, internet portalları, forum siteleri, kaliteli bloglar kullanılmalıdır. Yeni bir haber sitesinin tutunması, ziyaretçi çekmesi ve bunu sürdürebilmesi zor bir süreçtir.

Sosyal medya, haber sitelerinin daha fazla ziyaretçi çekebilmeleri açısından önemli bir alandır. Sosyal medya hesaplarında üretilen haberlerin ve içeriklerin düzenli olarak paylaşılması, yorumlanması haber sitelerinin ziyaretçi sayısını artırdığı gibi, arama motoru sıralamasında da yükselmelerinde oldukça etkilidir. Bu sebeple haber siteleri sosyal medyada hesap açmalı ve etkin olmalıdır.

### **Logo**

Haber sitelerinde profesyonel logo kullanımı ciddiyet açısından önem taşır. Arayüzde ve sitenin bütün sayfalarında kullanılan en önemli unsur olan logoda kullanılan font, slogan ve ikon seçimine dikkat edilmelidir. Profesyonelce hazırlanmış

bir logo, haber sitesinin kimliğini en iyi şekilde temsil etmede bir zorunluluktur. Logolar uzun vadeli kullanılacak şekilde tasarlanmalı, kurumsal imaj açısından sıkıntı oluşturmaması için sık sık logo değişikliği yapılmamalıdır.

### **Tasarım**

Etkili ve sade bir Web sitesi tasarımı, karmakarışık ve dağınık Web sitelerine göre birçok avantaj sağlamaktadır. Web sitesinin ziyaretçi tarafından kolay algılanması, mesajın alıcıya en etkili ve kısa yoldan iletilmesi anlamına gelmektedir. İnternet kullanıcıları gün geçtikçe, estetik açıdan sade tasarlanmış, konuya odaklanan, kolay anlaşılabilir ve rahat gezilebilir Web sitelerini daha etkili ve ilgi çekici bulmaktadır.

Web sitesinin amacına doğrudan katkısı olmayan tüm unsurları kaldırmak anlamına gelen minimal tasarım, haber siteleri için de uygulanabilir bir tasarımdır. Olması gereken bütün unsurların belirli bir düzenle yerleştirilmesi, ziyaretçinin aradığı konuyu saniyeler içinde bulması ve dikkat dağıtan unsurların sınırlandırılması gerekir. Renk düzeni ve mizanpaj sayfa öğelerinin vurgulanmasında önemlidir. Birbiriyle uyumlu canlı renkler, kullanıcının ilgisini canlı tutmada etkili bir araçtır. Ayrıca mizanpajda boşlukları da doğru kullanmak gerekir. Estetik açıdan temiz bir görünüm, ziyaretçilerin haber sitesinde uzun süre kalmasını sağlayacaktır. Haber sitesinin arayüzü ne kadar kolay ve sade ise hafızada kalma ve tekrar ziyaret edilme olasılığı o kadar fazladır.

Amacına uygun derlenmiş bilgi, doğru sınıflandırılarak düzenlenir ve etkili şekilde sunulursa alıcı tarafından kolayca algılanır. Düzensiz yerleştirilen yazı ve görüntüler algılamayı güçleştirir ve yanlış anlaşılmalara sebep olabilir. Yazı ve görüntüler arası görsel denge iyi kurulmalıdır. Renkler, şekiller ve boşluklar dengeli ve ilgi çekici şekilde yerleştirilmelidir. Göz, bilgi akışına göre zorlanmadan sayfadaki akışı takip edebilmelidir.

### **Menüler**

Haber sitelerinde haber kategorileri doğru oluşturulmalıdır. Hedef kitlenin beklentilerine yönelik olarak oluşturulacak kategoriler kaliteyi artıracaktır. Gereğinden fazla kategori açmak görsel kalabalığa neden olacağından dikkat dağıtır, her kategori için ayrı içerik üretmek zorlaşır, ziyaretçinin aradığını bulma süresini uzatır. Ulusal haber siteleri için gündem, siyaset, ekonomi, spor, asayiş gibi temel kategoriler öne çıkmaktadır. Ancak yerel haber sitelerinde kategoriler değişiklik gösterebilir. Çünkü hedef kitlenin yerel haber sitesinden beklentisi, o yörenin öne çıkan değerlerinin haber

kategorisi olarak gösterilmesidir. Özellikle ilçe haberlerinin yerel haber sitelerinde yer alması beklenir. Ulusal haber sitelerinde yer alan kategoriler, içeriğini yerel kaynaklardan doldurmak suretiyle kullanılır.

### **Reklamlar**

Haber sitesine farklı kanallardan düzenli olarak haber ve bülten akışının sağlanması için çalışmalar yapılmalı, sanal haber merkezi oluşturulmalıdır. Sayfalar etkileyici fotoğraflarla zenginleştirilmelidir. Reklamlar da dikkat çekme ve ziyaretçiyi sayfada tutmada etkilidir. Fakat, ziyaretçiyi direkt olarak reklam verenin adresine yönlendiren, haber sayfasının açılması için belli bir süre reklamı izlemeye mecbur bırakan, haberi okumaya engel olacak kadar büyük ve dikkati dağıtacak kadar hareketli olan reklamlar ziyaretçi sayısının düşmesine neden olacaktır.

### **Uzman Kadro**

Haber sitelerinde, her gün çok sayıda haberin düzenli olarak girilmesi, düzenlenmesi ve yayılması için bir editör ekibi görev almalıdır. Gazetecilik ve internet haberciliği tecrübesi olan editörlerden oluşacak bir kadro ile çalışmak gerekir. Büyük ve profesyonel haber sitelerinde her bir haber kategorisi için o alanda uzmanlaşmış editörler görev almaktadır. Haber sitesi editörü online medyayı iyi bilmeli ve takip etmeli, güncelliği korumalıdır. Ayrıca editörler; haberde imla, gramer, başlık hatası ve görsel hatalar yapılmaması konusunda dikkatli davranmalıdır.

### **Metinler**

Ekran üzerinde metin okumak zahmetli bir iştir. Bozuk gramer ve imla hatalarıyla yüklü bir metin okumak okuyucuyu sıkacaktır ve Web sitesinden kaçmasına yol açacaktır.

Çok fazla font okunmayı güçleştirir. Sadece belirli metin ve başlıklar için belirli font ve büyüklük kullanılması gerekir.

Haberler ve verilen diğer bilgiler kısa, düzgün ve akıcı yazılmalıdır. Düzgün yazmak, anlaşılır cümleler kurmak demektir. Çok uzun cümleler yerine, kısa ve öz cümleler kurulmalıdır. Akıcı yazılmalı ki okunabilirliği artsın. Tasarımcılar, ilgi çeken başlıklarla okuyucunun anlamasını engellemeyen yazıları doğru ayarlayabilmelidir. Ayrıca sayfalar, mümkün olduğunca düzenli aralıklarla kontrol edilmelidir.

### **Responsive (Mobil Uyumlu)**

Günümüzde mobil cihazlar; masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar kadar çok kullanılmaktadır. Dolayısıyla birçok kişi Web sitelerini mobil uyumlu cihazlar ile

ziyaret etmektedir. Haber sitesinin responsive (mobil uyumlu) tasarıma sahip olması, hem mobil cihazlar ile siteyi ziyaret eden kullanıcılar hem de Web sitelerinin en büyük ziyaretçi kaynağı olan arama motorları açısından avantaj sağlayacaktır.

Birbirini taklit etmekten öteye gidemeyen onlarca haber sitesi arasında sıyrılabilmek için özgün tasarım yapılmalı, özel haberlere öncelik verilmeli, farkındalık yaratmalı, orijinal olunmalıdır. Özel haber üretmede yeterli donanım yoksa, rekabet için haber ajanslarına üye olunmalıdır. Böylece son dakika haberlerine ve birçok önemli gelişmeye anında ulaşmak mümkün olur. Haber sitelerinde rekabet açısından hızlı ve doğru haber girmek, anlık değişiklikleri aksaklık yaşamadan yapabilmek, ziyaretçi kaybı yaşamamak açısından çok önemlidir. Hızlı, sorunsuz, yönetilebilir hosting paneli ve hızlı destek bu açıdan dikkat edilmesi gereken bir unsurdur.

Sonuç olarak kişiler ve kurumlar arası iletişimi kolaylaştıran interneti, gazetecilerin daha etkin kullanarak, yerel medya ile daha sık çalışmaları ve geleneksel gazetelerin yapmakta zorlandığı yerel haberciliğe daha fazla önem vermeleri, internet gazetelerinin okuyucu sayısını artıracaktır.

## KAYNAKLAR

- Araslı O., İnternet ve İnternet Haberciliği: Türkiye’deki Popüler Haber Sitelerinin Etiksel Açıdan İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2011.
- Atabek N., “Yerel Basın ve Yerel Demokrasi”, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 22, 2005.
- Atalayer F., Temel Sanat Öğeleri, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1994.
- Balaban E., Web Tasarım Klavuzu, Pusula, İstanbul, 2008.
- Basım N., “Aa Bilgisayarlar Aralarında Konuşuyor”, İnternet Çağında Gazetecilik, Haz.: Serhan Yedig, Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- Becer, E., İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi, Ankara, 2005.
- Belovacıklı M., “Yerel Medya ve Demokrasi”, IX. Yerel Medya Eğitim Semineri (Tunceli, 9-10 Mayıs 2002), Ankara, BYEGM, Temmuz 2002.
- Bengi H., İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu. VIII. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul 2002.
- Birsen H., İnternet Haberciliği ve Aktif İzler Kitle İlişkisi Çerçevesinde Etik Tartışmalar. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2011.
- Boyut Yayıncılık, Online WEB Tasarım Grafik Yaratıcılık Özgün Sayfalar, Boyut Yayın Grubu, İstanbul, 2015.
- Büyükbaykal G.N., “Türkiye’de Yerel Basının İşlevi ve Önemi”, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 23, 2005, s.83-88.
- Canay, Ö., Web Tasarımı ve Ön Yüz Web Teknolojileri, İstanbul, Değişim Yayınları, 2016
- Çakır H., Geleneksel Gazeteciliğin Karşısında İnternet Gazeteciliği. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007, 22: 123-149.
- Demircan, Z. M., Web sayfanız rahat okunabiliyor mu?. Net life cilt:?, 86-90. Mart 2001.
- Doğan A., Göker G., Yerel Medya Sorunsalları Ve Sektör Çalışanlarının Sorunlara Bakışları “Elazığ İli Örneği” (akt. İhsan Kurtbaş) Erciyes İletişim Dergisi 2009, S.24.
- Eldeniz, L., Basın ve Sayısal Yayıncılık Teknolojileri, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2010.

- Eraslan F., Eğitsel içerikli Web sitelerinin okunabilirlik açısından incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara. 2008.
- Erdoğan İ., “Türkiye’de Gazetecilik ve Bilim İletişimi”, Ankara: G.Ü. İletişim Fakültesi 2007.
- Faraç M., Türkiye’deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi, Türkiye ve Almanya’da Yerel Gazetecilik, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 1999.
- Gelişken U., “10 Adımda WEB Tasarımı”, Kodlab, İstanbul, 2009.
- Gezgin S., “Türkiye’de Yerel Basın”, Türkiye’de Yerel Basın, Ed. Suat Gezgin, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2007, s.177-196.
- Girgin A., “Türkiye’de Yerel Basın ve Resmi İlan”, Türkiye’de Yerel Basın, Ed. Suat Gezgin, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2007, s.243-260.
- Girgin A., Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik, İstanbul, İnkılâp Kitabevi, 2001.
- Güngür P., Üniversite Web Tasarımlarının İncelenmesi ve Örnek Bir Tasarım Geliştirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2014
- Gürel N., “Yerel Basının İşlevi ve Demokrasilerde Önemi”, Türkiye’de Yerel Basın, Ed. Suat Gezgin, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2007.
- Gürkan P.S., “İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Medya Yapısı Üzerine Etkileri”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Genel Gazetecilik Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2002.
- Güven M., Öğretim Materyali Tasarım Süreci, Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2008.
- <http://www.bik.gov.tr/kurumsal/gorevi/> I. Anadolu Basın-Yayın Kurultayı, I. Anadolu Basın-Yayın Kurultayı (25-26 Kasım 1996), Ankara, BYEGM Yayını, Mart 1997.
- İlhan E., Özdemir M., Geleneksel ve İnternet Gazetelerinin Kültür-Sanat Haberlerine Yaklaşımı. Batman University International Participated Science and Culture Symposium, 18-20 April, 2012, 1: 379-387.
- İşleyen E., “Milliyet Nasıl Hazırlanıyor?”, İnternet Çağında Gazetecilik, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- Kagan, M., “Güzellik Bilimi Olarak Estetik ve Sanat”, (Çev. A. Çalışlar), Altın Kitaplar Yayınları, İstanbul, 1982.

- Kara H., “İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar”, İnternet Çağında Gazetecilik, İstanbul, Metis Yayınları, İstanbul, 2008.
- Karaduman M., “Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği”, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2002.
- Karakaş R., “Hürriyet Deneyimi”, İnternet Çağında Gazetecilik, Haz.: Serhan Yedig, Haşim Akman, İstanbul, Metis Yayınları, 2002.
- Keş Y., Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2009.
- Kolaylı N., İletişim Şurası (Ankara, 20-21 Şubat 2003), Ankara, BYEGM, Haziran 2003.
- Koloğlu O., Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Basın, İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.,
- McClurg, Joshua D., The Principles of Design [Tasarım Prensipleri]. Web: [http://www.digital-web.com/articles/principles\\_of\\_design](http://www.digital-web.com/articles/principles_of_design), 26 Ekim 2005.
- Nielsen, J., Designing Web Usability: The Practice of Simplicity [Kullanılır Web Tasarımı: Sadeliğin Uygulaması], Indiana USA: New Riders Publishing, 2000.
- Özcan O., İnteraktif Media Tasarımında Temel Adımlar, İstanbul, Pusula Yayıncılık, 2008
- Parker, R. C., Amatörler için Web tasarım ve masa üstü yayıncılık. Çev. Arıkan. D., Dünya Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1999.
- Pettersson, R., Information design an instroduction. Philadelphia, PA, USA: John Benjamins Publishing Company, 2002.
- Rosena, D. E., Purinton, E., Website design: viewing the Web as a cognitive landscape. Journal of Business Research, 2004
- Sarıkavak N.K., Çağdaş Tipografinin Temelleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 1997.
- Sarısakal, M. N., Web Tasarım Ders Notlar, Dilek Ofset Matbaacılık, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006.
- Sözen, M., Tanyeli U., Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2001.
- Sözeri C., “Sosyal Medya Gücüyle Geleneksel Medyayı Değiştirmek Mümkün Mü?”, Sosyal Medya Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji, Ed.: Tolga Kara, Ebru Özgen, İstanbul, Beta Yayıncılık, Şubat 2012.
- Şeker M., Bir Sorun Olarak Gazetecilik, Tablet Yayınları, Konya 2007.

- Tokgöz O., “Türkiye’de Yerel Medya’nın Yapısı ve Örgütlenişi”, İletişim Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2001/9, s.5-39.
- Topal K., Elazığ’da Yerel Medya Ve Sorunlarının Yerel Medya Çalışanlarının Görüşlerine Göre İncelenmesi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ 2016.
- Topuz H., Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi, İstanbul: İletişim Dergisi, 1996.
- Törenli N., Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Tutar H., 21. Yüzyıl’da Türk Basını: Tiraj Promosyon ve Değişim Gerçeği, Ankara, 1993.
- Türer M., Web Sitelerinde Animasyon Kullanımı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Sanat Eseri Çalışması Raporu, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2003.
- Uçak N. Ö., Çakmak T., Web sayfası kullanılabilirliğinin ölçülmesi: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Web Sayfası Örneği, Türk Kütüphaneciliği, Ankara, 2009.
- Uçar T. F., Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılâp Kitapevi, İstanbul, 2004.
- Ünal Ş., “Yerel Basın ve Sorunları”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı II, Yıl: 2, Sayı: 12, Kasım-Aralık 1996.
- Vural A.M., “İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminde Elde Edilen Bulgular”, Türkiye’de Yerel Basın, Ed. Suat Gezgin, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, 2007.
- Vural A.M., “Yerel Basının Kamuoyu Oluşturma Gücü”, Yerel Basında Arayışlar ve Antakya Durağı (Antakya Gazeteciler Cemiyeti Yerel Basının Sorunları Paneli, 11 Nisan 1997, Antakya), Ed. Ali Murat Vural, Eskişehir, Ocak 1998.
- Vural A.M., “Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Basın”, Yeni Türkiye, Kasım-Aralık 1996.
- [www.elazigfirat.com](http://www.elazigfirat.com), 25 Eylül 2017.
- [www.elazighaber.com](http://www.elazighaber.com), 25 Eylül 2017.
- [www.elazigsonhaber.com](http://www.elazigsonhaber.com), 25 Eylül 2017.
- [www.gunisigigazetesi.net](http://www.gunisigigazetesi.net), 25 Eylül 2017.
- [www.sondakika23.com](http://www.sondakika23.com), 25 Eylül 2017.

www.tuik.gov.tr, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=nGW0hcZVph4j3mTGWJv9Ysc30nz0SPw3cVSTvGJ77pJdfvPwgGN8!-1989971100?id=13576>, 13 Ağustos 2017.

Yılmaz S., Web Sayfalarının Görsel Kullanılabilirliği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2016.

Yücel E., Görsel Öğeler Açısından WEB Siteleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007.

Yüksel E., Gürçan H.İ., Haber Toplama ve Yazma, 1.bs., Konya, Tablet Kitabevi, 2005.



## EKLER

## Ek 1. Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLIK RAPORU

| ÖĞRENCİ BİLGİLERİ             |                                                                                                                 |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Adı-Soyadı                    | Saynur URAL                                                                                                     |
| Öğrenci Numarası              | 151209104                                                                                                       |
| Enstitü Anabilim Dalı         | İletişim Bilimleri                                                                                              |
| Programı                      | İletişim Bilimleri                                                                                              |
| Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı | Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN                                                                                     |
| Tez Başlığı (Türkçe)          | Yerel Basının İnternet Gazeteciliğinde Kullandığı Ana Sayfa Tasarım Sorunları ve Çözüm Önerileri: Elazığ Örneği |

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 80 sayfalık kısmına ilişkin, 25/Aralık/2017 tarihinde şahsım/tez enstitü tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 25'dir.

## Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul-Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencimin yüksek lisans tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN  
Danışmanın Adı-Soyadı  
(İmzası)

Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN  
Anabilim Dalı Başkanı  
(İmzası)

## F.Ü. LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde intihal programı raporu ve ilgili makale şartını<sup>1</sup> sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

<sup>1</sup> Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

## ÖZGEÇMİŞ

21 Ocak 1988’de Kütahya’da doğdu. İlkokulu Yıldırım Beyazıt İlköğretim Okulu’nda (Kütahya-2002), liseyi Anadolu İmam Hatip Lisesi’nde (Kütahya-2016) tamamladı.

Niğde Üniversitesi’nde Radyo-TV Programcılığı bölümünden 2009’da mezun oldu. Aynı dönemde Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi’nde İlahiyat’ı bitirdi. 2009’da Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik bölümüne başladı. 2011 ve 2012 yıllarında aldığı formasyon eğitimiyle birlikte Gazetecilik bölümünden de mezun oldu.

Mezun olduktan sonra bir süre yerel ve ulusal basında çalıştı. 2013’te Avrupa Birliği Bakanlığı’yla gittiği Belçika ve İngiltere’de gazetecilik alanında eğitim alarak çalışma fırsatı yakaladı. Türkiye’ye döndükten sonra 2015 yılında, Kamu Personeli Seçme Sınavı sonuçlarına göre Elazığ Necip Güngör Kısaparmak Anadolu İletişim Meslek Lisesi’ne Gazetecilik öğretmeni olarak atandı. 2017 yılının Eylül ayında Konya Mehmet Halil İbrahim Hekimoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ne tayin oldu. Halen bu kurumda İletişim Bölümü’nde Gazetecilik Öğretmeni olarak görev yapıyor.

Seyahat etmeyi sever, fotoğrafçılıkla profesyonel anlamda ilgilenir. Mesleğiyle ilgili gelişmeleri takip eder. Evli ve iki çocuk sahibi.