

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Araştırma Makalesi

Makale Geliş Tarihi: 15.09.2023

Makale Kabul Tarihi: 24.10.2023

İNTERNET GAZETELERİNDE KONSERVE HABERLERİN YERİ VE ÖNEMİ: ÖRNEK GAZETELER ÜZERİNDEN İNCELEME

Betül SABAHCİ*

Öz

Konserve haber türü, gazetelerin sayfalarını doldurmak için ellerinde bulundurdukları haberlerdir. Bu tür haberler genellikle haber sıkıntısı çekildiğinde kullanılmaktadır. Her zaman yayınlanabilecek ve her yayımlandığında okurların dikkatini çekebilecek özelliğe sahip olan konserve haberler gazeteler için oldukça önemlidir. Çünkü gazetelerin günlük haber sayısı az olduğunda ve çok fazla özel haber yapamadıklarında gazeteler için konserve haberler kurtarıcı olmaktadır. Özellikle internet gazetelerinde yer sıkıntısı olmadığı için ve daha fazla 'tık' almak için konserve haberlere oldukça fazla yer verilmektedir. İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemini konu alan bu çalışmanın amacı, internet gazetelerinde bu haberlere ne kadar yer verildiği ve hangi haber kategorilerinde daha fazla olduğunu belirlemektir. Diğer yandan, çalışmada ele alınan gazetelerde konserve haber olmayan haberlerin oranını belirlemek ve bu haber türlerinin karşılaştırmasını yapmak da amaçlanmıştır. Araştırmayı yürütmek için 4 ulusal internet gazetesinin bütün haber kategorileri nicel içerik analizi yöntemi kullanılarak incelemeye alınmıştır. İncelemeye alınan örnek internet gazeteleri: *habertürk.com*, *sabah.com.tr*, *hurriyet.com.tr* ve *milliyet.com.tr*'dir. Bu gazeteler amaçlı örneklem belirleme yöntemiyle seçilmiştir. Ayrıca diğer haberler de incelenerek bir haberin konserve haber olması için ne tür özelliklere sahip olması gerektiği de çalışma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, bazı internet gazetelerinin konserve haber türüne çok daha fazla yer verdiği, bazılarında ise bu haberlerin az sayıda bulunduğu ve bunların yerine rutin haberlere daha çok yer ayrıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Gazeteleri, Konserve Haberler, İçerik Analizi.

* Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, betul.sabahci@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4178-5353.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

**The Place and Importance of Canned News in Internet Newspapers:
Analysis on Sample Newspapers**

Abstract

Canned news are the news that newspapers have in order to fill their pages. This type of news is generally used when there is a shortage of news. Canned news, which can always be published, and which has the feature of attracting the attention of readers every time it is published, is very important for newspapers. Because canned news is a lifesaver for newspapers when the number of daily news is low and they cannot make too much special news. Especially in online newspapers, since there is no shortage of space and in order to get more 'clicks', canned news are given a lot of coverage. The aim of this study, which focuses on the place and importance of canned news in online newspapers, is to determine how much space is given to these news items in online newspapers and in which news categories they are more common. On the other hand, it is also aimed to determine the rate of news that are not canned news in the newspapers considered in the study and to make a comparison of these news types. In order to conduct the research, all news categories of four national online newspapers were analysed using quantitative content analysis method. The sample online newspapers analysed were: habertürk.com, sabah.com.tr, hurriyet.com.tr and milliyet.com.tr. These newspapers were selected by purposive sampling method. In addition, other news items were also analysed to determine what kind of characteristics a news item should have in order to be a canned news item. As a result of the study, it has been determined that some online newspapers give much more coverage to the type of canned news, while others have fewer of these news and instead allocate more space to routine news.

Keywords: Online Newspapers, Canned News, Content Analysis.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Giriş

Konserve haberler, yayınlanması için bir aciliyet gerektirmeyen daha sonra da yayınlanabilecek haberler olarak tanımlanabilir. Bu tür haberlerin en önemli özelliği yayınlanma ömürlerinin kısa olmasıdır. Ayrıca konserve haberlerin geçen zamana göre güncelliğini yitirmemek gibi bir özelliği de bulunmaktadır. Başka bir deyişle, her zaman kullanılabilir, her an okurların dikkatini ve ilgisini çekebilecek nitelikteki haberler “konserve” olarak elde tutulur ve haber sıkıntısı olduğu zaman bunlar kullanılabilir. Örneğin yeşil çayın faydaları, ölmeden yapılması gerekenler listesi, izlenmesi gereken 10 film gibi haberler konserve haberlerdir. Bu şekildeki haberler kapsamına tık odaklı haberler de girmektedir.

Tık odaklı haberler ise kullanıcının ilgisini çeken ve tıklama refleksini gerçekleştirmek amacı ile kurgulanmış; dikkat çekici ve merak uyandıran veya sansasyonel ifadeler içeren haberlerdir. Buna göre, başlığın ve içeriğin uyumsuz olduğu veya gerçek dışı bilgilerin yer aldığı, beklentinin tatmin olmadığı durumlardaki başlıklarda haberler yayınlanmaktadır. Bu durum ise ticari amaçlı ve okuyucuyu aldatmayı amaç edinen etik bir soruna işaret etmektedir (Şahin ve Birincioğlu, 2022, s. 239).

Konserve haberlerde okuyucunun dikkati çekmek için her zaman abartılı başlık kullanılmaktadır. Haberin içeriğinde olması gereken objektiflik, doğruluk, güvenilirlik gibi özelliklerden kasıtlı olarak uzaklaşmaktadır ve bunların yerini tıklanma kaygısı almaktadır. Bu haber türünde okuyucuyu yanlış yönlendirme ve hatta uydurma içerikler de bulunmaktadır (Zhou, 2021, s. 1546).

Bu türden haberlerle kullanıcılar tıklanması istenilen siteye hileli başlıklar ile yönlendirilmeye çalışılır. Bu uygulamayı en çok yapan siteler genellikle internet gazeteleridir. Bu sitelerin amacı; sitenin daha fazla tıklanmasını sağlamak ve okuru sitede daha uzun süre tutmaktır. Ücretsiz olarak yayınlanan bu gazeteler, bu yöntemi kar amacı doğrultusunda, ekonomik olarak gelir sağlama açısından kullanılmaktadır (Ormancı, 2019, s. 42).

Konserve haberlerin internet gazetelerinde yeri ve önemini konu edinen bu çalışmanın amacı, internetteki ulusal gazetelerde hangi kategorilerde, kaç adet konserve haber yapıldığını ve diğer haberlerin

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

sayılarını karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada *haberturk.com*, *sabah.com.tr*, *hurriyet.com.tr* ve *milliyet.com.tr* internet gazetelerinin ana saylarındaki bütün kategoriler taranmıştır. Nicel içerik analizi yöntemi kullanılan araştırmada, 2500'den fazla haber incelenmiş ve toplam 6 tablo ve 3 grafik oluşturulmuştur. Bunların dışında, araştırmada konserve haberlerin özellikleri de belirlenerek bu özelliklere uygun haberlerin incelenen gazetelerde bulunup bulunmadığı da incelenmiştir.

Araştırma, internet gazetelerinde yer alan konserve haber oranını belirlemesi açısından önemlidir. Ayrıca bu çalışmayla, ileride bu konu ile ilgili yapılacak olan çalışmalara ışık tutmak da amaçlanmıştır. Aynı zamanda literatür tarandığında bu konuyla ilgili yapılan çalışmaların oldukça az sayıda olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle bu çalışmanın yapılması gerekli görülmüştür.

Kavramsal Çerçeve: İnternet Gazeteciliği ve Haber Yapısı

İnternetin sunmuş olduğu olanaklarla haberciliğin ve haber yapısının değişime uğraması, yeni bir gazetecilik yapısını ortaya çıkarmıştır. Bu yeni gazetecilik türü olan internet gazeteciliğinin ilk uygulamaları, geleneksel gazetelerin sayfalarını, internet ortamında aynı şekilde, hiç değiştirmeden yayınlamaları şeklinde olmuştur. Sonrasında teknolojinin daha da gelişmesiyle birlikte, geleneksel gazeteler haberlerini internete sadece aktarmakla kalmayıp, internete özgü yeni haber içerikleri de üretmeye başlamışlardır. Dolayısıyla haber yapısı ve gazetecilik, internetle birlikte dönüşüme uğramıştır. Zaman içerisinde, geleneksel haber kuruluşlarından hariç, tamamen bağımsız internet gazeteleri de ortaya çıkmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerinin ve internetin sunmuş olduğu imkânlar, internet gazeteciliği gibi yeni bir ortam ortaya çıkarmakla birlikte, bireylerin haber alma, gazetelerin ise haberi iletme şekillerinde değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. Basılı gazeteden haber okuma eylemi, internet gazetelerinin yaygınlaşmasıyla beraber bilgisayarlara ve telefonlara taşınmıştır. Sosyal medyanın kullanımının artış göstermesiyle de okurların internet ortamından haber okuma eylemi, sosyal medya hesaplarından gazeteleri takip ederek haber okumasına dönüşmüştür (Aral, 2019, s. 155).

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Diğer yandan, bu dönüşümle birlikte, internet haber yapısında içerik üretimini belirleyen iki temel özellik kendini göstermiştir. Bunlar multimedya ve hipermetinsellik özellikleridir. İletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu fırsatlar sayesinde medya ürünleri de artık sadece bir forma (görüntü, ses, metin) sahip değildir. Dönüşümle birlikte, bütün çeşitli formların bir araya getirildiği yeni bir habercilik biçimi ortaya çıkmıştır (Demir ve Kaderoğlu Bulut, 2020, s. 14).

Dijital medya çağı denilen günümüzde, üretimi ve paylaşımı hızlanmış olan habercilik anlayışı, geleneksel habercilik şekillerini de değişime zorlamıştır. Günümüzde gazeteler, kâğıda basılı haliyle okuyucu ile buluşmayı; televizyonlar, önceden hazırlanmış olan saat dilimlerinde ve formatlarda izleyicilerin karşısına çıkmayı yeterli bulmayarak; internet ortamları, sosyal medya ve mobil uygulamalar gibi ortamlarda varlıklarını sürdürmektedirler. Artık pek çok konvansiyonel medya kökenindeki kurumlar bu hibrit yapıda oluşturulmakta ve diğer interaktif çevrimiçi medya oluşturucuları ile artan bir rekabetin içerisine girmektedir. Toplumun, internet dünyasının fırsatları sayesinde rutin hale gelmiş olan “gerçek zamanlı bilgiye” olan talebi, “son dakika haberciliği” ve “teyit” gibi kavramların gazetecilik alanındaki pratiklerini tartışılır hale getirmiştir. Bugün artık bilgi kullanılabilir olduğu anda paylaşılması gereken bir ürün olarak görülmektedir (Parlak, 2018, s. 60).

Haberlerin hızlı bir şekilde paylaşılması, doğruluk ve gerçeklik kavramlarının önüne geçerek, yerini rekabet kavramına bırakmıştır. Özellikle yurttaş gazeteciliğinin de ortaya çıkmasıyla birlikte amatör şekilde üretilen haberler gelişmiştir. İnternet gazeteciliğinde ön plana çıkan diğer bir haber türü de ‘tık haberciliği’ pratiğiyle haber üretimidir. Bu haberler, ticari amaçlı yapılmaktadır. Okuyucu sitede kaldığı süre içerisinde ve haberi okumak için tıkladığında gazeteler kar elde etmektedir. Bu mantıkla üretilen haberler gün geçtikçe artmaktadır. Konserve haberler de yine bu şekilde oluşturulan haberler içerisinde yer almaktadır.

İnternet Gazetelerinde Konserve Haberler

İnternet, insanlık üzerinde gerçekten çok büyük bir etkiye sahip olan teknolojilerden birisi olarak kabul edilmektedir. Popülerliğinin artması, bireyler veya kuruluşlar arasındaki mesafeyi sosyal, politik ve

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

ekonomik düzeyde bir faktör olarak çok daha önemsiz hale getirmiş ve bugün içinde yaşadığımız küresel köy fenomenine yol açmıştır.

Bu yeni gerçeklik, başta bilgi üretmek ile ilgili olanlar olmak üzere birçok alanda önemli değişikliklere yol açmıştır. Gazeteciliğin eski günlerinde yalnızca basılı nüshaların çoğunu satmaya çalışan gazeteciler, artık haberlerini internet üzerinden, kendi web sitelerinde yayınlamakta ve makalelerini uygun gördükleri her türlü sosyal ağ ortamlarında paylaşarak okuyucularına doğrudan erişilebilir hale getirebilmektedir (Alves, Antunes, Agrici, vd., 2016, s. 197).

Konserve haberler de bu süreçte artış gösteren bir haber türüdür. Bu haberler, istenilen zamanda yayınlanabilen ve her yayınlandığında okuyucunun dikkatini çekebilen ve tıklanma oranı yüksek haberlerdir. Bu nedenle de internet gazeteleri sayfalarına daha fazla ziyaretçi alabilmek ve ziyaretçilerin daha fazla süre kalmasını sağlamak için bu tür haberlere başvurmaktadır.

Konserve haber başlıkları birçok farklı şekilde okuyuculara sunulmaktadır. Bu haberler, okuyucular tarafından duygu ve düşünce olarak tıklama güdüsünü harekete geçirmektedir. Bu tür haber başlıklarının etkisini görmekte olan haber editörleri, internet haberciliğinde tıklanma kaygısı gütmelerinden dolayı bu tür yöntemlere başvurmakta ve internet sayfalarının tıklanma sayısını artırma girişiminde bulunmaktadırlar. Bu bağlamda konserve haberlerle karşılaşmak kaçınılmaz olmakta ve giderek rutin yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Sosyal medya ağları, eğlence içerikli haber ve içerik siteleri, basılı görsel ve işitsel medyası olan ve aynı zamanda bu medyalara sahip olmayıp sadece internet ortamında hayatını sürdüren haber ve içerik üretici siteler de bu tür haberler paylaşarak okuyucuyu çekmekte ve bu şekilde gelir sağlamaktadır (Kahraman ve Temel, 2022, s. 550).

Dolayısıyla konserve haberler, daha fazla tıklanmak ve reklam almak amacıyla da yapılmaktadır. Başka bir deyişle, internet gazeteleri bu tür haberleri ticari kaygılarla her gün sayısı daha fazla olacak şekilde paylaşmaktadır.

Diğer yandan, elbette ki yeni kitle iletişim teknolojileri gazetecilere ve gazetelere yeni fırsatlar sunmaktadır. Gazeteciler bu fırsatları kullanarak daha fazla tık almak için farklı haber türlerini kullanmaktadır. Abartılı veya sansasyonel başlıklarla sunulan bu haberlere

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

tıklanma kaygısı, kârlılığı artırmak ve dikkati dağıtmak gibi farklı amaçlarla başvurulmaktadır (Mason, Krutka ve Stoddart, 2018, s. 4).

Bu tür haberler farklı başlık Őekilleriyle okurlara sunulmaktadır. Bu başlıklar, kendi başına anlaşılır olmayan, haber metniyle ve görselle çelişen, yarım cümleyle kurulabilen, yorumlara yer verilen, soru cümlelerinden oluşan veya asıl ögenin gizlendiği özelliklerde de kurulabilmektedir (Bingöl ve Yanık, 2021, s. 28).

Bu başlıklar okuyucunun dikkatini çekerek, onlarda tıklama arzusu uyandırmaktadır. Aynı zamanda tıklanığında okuyucunun o sitede uzun süre vakit geçirmesi de sağlanmaktadır. Çünkü bu tür haber metinleri genellikle uzun olmaktadır ve sürükleyici bir Şekilde yazılmaktadır. Ayrıca farklı linklerle okuyucuyu yönlendirerek, onların yine site içerisinde dolaşmasına imkân tanınmaktadır.

Konserve haber sunumlarına ilişkin tanımlamalarda vurgu haber başlıklarının üzerinde olsa da haber sunumunu hazırlarken kullanılan görseller ve diğer multimedya fonksiyonları da bu habercilik içerisinde yer sahibidirler. Haber başlıklarına iliştirilen görüntülerin haber ile olan ilişkisinin anlaşılmazlığı, merak uyandırıcılığı veya aşırılığı, haberin tık alma amacına başlık metni ile birlikte -hatta kimi zaman tek başına- hizmet eder. Bu kullanımlar sayesinde görece zayıf bir içerik rahatlıkla haber yapılabilmekte veya haber değerü düşük olan bir haber ürünü en çok okunan habere dönüşmektedir. Konserve haberciliğe dair kimi incelemeler sadece başlıklar üzerinden yürüse de görseller de bu işleyiş içinde önemli bir pay sahibidir ve incelenmeye değerdir. Bu tür haber sunumlarında kimi zaman haber ile ilgisiz, yanıltıcı veya abartılı, başlıktaki kelime oyunlarına uygun düşecek görüntüler tercih edilmekte, haber üretim süreci belirli kalıplara göre gerçekteşirken, anlık takip ile düzeltmeler yapılmakta ve bir sonraki haber için daha iyi yollar aranmaktadır (Özyal, 2016, s. 282).

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, konserve türündeki haberlerin internet gazetelerinde ne kadar yer aldığını ve özellikle hangi kategorilerde daha fazla olduğunu tespit etmektir. Ayrıca araştırmada, bu gazetelerde, konserve haber türünde olmayan haberlerin sayısını da ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada konserve haberlerde bulunması gereken özellikler belirlenerek, bu özelliklere uygun haberlerin hangi gazetelerde

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

bulunup bulunmadığı da incelenmiştir. Bunların dışında, 4 gazetenin karşılaştırması grafiklerle değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Buna göre, araştırmanın varsayımları aşağıdakilerden oluşmaktadır:

-Konserve haber türleri internet gazetelerinde en çok kadın, sağlık, magazin, yemek tarifleri gibi kategorilerde yer almaktadır.

-Kadın, yemek tarifleri ve sağlık gibi kategorilerde, diğer haberlerden daha fazla konserve haber yapılmaktadır.

-İnternet gazetelerinin her kategorisinde en az bir adet konserve haber türüne rastlanılmaktadır.

-Konserve haberleri diğer haberlerden ayıran özellikler bulunmaktadır.

-Bu özelliklerdeki konserve haberler internet gazetelerinde sıkça görülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

İçerik analizi yönteminin kullanıldığı bu araştırma, 25-30 Ağustos 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. *haberturk.com*, *sabah.com.tr*, *hürriyet.com.tr* ve *milliyet.com.tr* haber siteleri araştırma kapsamına alınarak incelenmiştir. Bu gazeteler, amaçlı örneklem belirleme yöntemiyle seçilmiştir.

Amaçlı örnekleme, olasılık bağlamında olmayan bir örneklem belirleme yaklaşımıdır. Bu tür çalışmalarda, araştırmanın amacına bağlı bir şekilde bilgi bakımından zengin durumların belirlenerek derinlemesine araştırma yapılmasına imkân tanıyan amaçlı örnekleme, belirli ölçütleri taşıyan veya belirli niteliklere sahip olan bir ya da daha çok özel durumlarda inceleme yapmak istendiğinde tercih edilmektedir. Araştırmacı, seçilen durumlar doğrultusunda doğa ve toplum olaylarını ya da olgularını açıklamaya ve bunların arasındaki ilişkileri keşfetmeye çalışır. Amaçlı örneklem yaklaşımının amacı, araştırmada incelenen problemleri aydınlığa kavuşturmak için zengin bilgi içeren durumları seçmektir. Buna göre, amaçlı örnekleme yöntemleri birçok durumda, olgu ve olayların belirlenmesinde ve açıklanmasında yararlı olmaktadır (akt. Koç Başaran, 2017, s. 490).

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Toplamda 2500’den fazla haberin incelendiği bu çalışmada, araştırma verileri toplanırken her gazetenin bütün haber kategorileri tek tek taranmıştır ve bununla ilgili 6 tablo ve 3 grafik oluşturulmuştur.

Genel olarak 2 çeşit içerik analizi yöntemi bulunmaktadır. Nicel içerik analizi yönteminde, çalışmanın konusu kapsamında ele alınan belgelerin veya dokümanların incelenebilmesi için kategoriler ya da kodlar oluşturulmaktadır. Kategori veya kodlar aracılığıyla bazı kavramlar belirlenmekte ve incelenen dokümanda ne sıklıkta kullanıldığına bakılmaktadır. Başka bir deyişle, gerçek veriye ulaşabilmek için analiz edilen kavramlardan sayısal veriler elde edilmektedir. Nitel içerik analizindeyse, gerçekliğe ulaşabilmek için betimsel bir analiz yapılmaktadır. Bu bağlamda, yüzeysel olarak görünmeyen gizli olan mesajlar da ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Metin ve Ünal, 2022, s. 275). Bu çalışmada ise, nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmada haberler taranırken sadece haber başlığı taraması yapılmıştır ve başlıklardan yola çıkılarak konserve ve diğer haber ayrımı yapılmıştır. Haber başlıkları incelenerek çalışma yapıldığı için, ‘bir başlığın konserve haber başlığı olup olmadığı nasıl anlaşılır?’ sorusunun da açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda araştırma boyunca incelenen haber başlıklarından örnekler aşağıda yer almaktadır:

Tablo 1: Konserve Haberlerinden Örnekler

İnternet gazeteleri	Magazin	Sağlık	Kadın
haberturk.com	‘Bir zamanlar Sertab’ ‘Türkiye bunu bilmeli’ ‘Deniz keyfi’ ‘Etkisi ölçüldü’	‘Grip sezonu başladı’ ‘Ciğeriniz sinyal veriyor olabilir!’ ‘Bu belirtiler depresyonda olduğunuzun işaretleri!’	‘Hangi tütsü ne için kullanılır?’ ‘Bunları buzdolabında saklamayın’ ‘Kendinden emin bir ocuk nasıl yetiştirilir?’
sabah.com.tr	‘Bu gerçeği duyanlar çok şaşıyor’	‘Kalbinizi korumak için bu hatadan uzak durun!’	‘Kalp krizi riskini azaltıyor çünkü...’ ‘Faydasına inanamayacaksınız’

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

	‘Bu sıradan bir oyun değil!’	‘Doğal antidepresan: Yoğurt’ ‘Kovid kalp hastalıklarını tetikledi’	‘Öyle bir faydası ortaya çıktı ki...’
hurriyet.com.tr	‘Estetiğin doğalı olur mu?’	5 dakika da olsa hareket şart!’ Çocuklara okul dışında İngilizce nasıl öğretilir?’	‘Okulda da sağlıklı beslenmeleri mümkün mü?’ ‘Dersimiz robotik kodlama’
milliyet.com.tr	‘Konuşulan kombinler’ ‘Görkemli geçiş’ ‘Fragmanı rekor kırdı’	‘Ceviz tüketmek için 6 neden!’ ‘Bu kahve başka!’	‘Çocuklarda ekrana bakma sınırı ne olmalı?’ ‘Çocuğunuza sormanız gereken sorular’

Tablodaki örneklerde görüldüğü gibi, konserve haber başlıkları diğer haber başlıklarından net bir şekilde ayrılmaktadır. Tablodan da hareketle, genellikle bu tür haberlerin başlıklarında olan özellikler şunlardır:

-Noktalama işaretlerinin sık kullanılması: soru ve ünlem işaretlerinin, üç nokta ve iki nokta üst üste işaretlerinin kullanımı,

-Kesin yargı içeren başlıkların kullanılması,

-Tamamlanmamış cümlelerle oluşturulan başlıklar,

-‘Bu’ işaret zamiriyle merak uyandıran başlıkların kullanılması,

-Tavsiye niteliğindeki başlıklar,

-Emir kipiyle oluşturulmuş başlıklar,

-Eksik cümlelerden oluşturulan başlıklardır.

Bu özelliklerin dışında genel olarak, gazetelerin sağlık, kadın, yemek tarifleri, çocuk ve mağazin kategorilerinde bolca konserve haber türüne rastlanılmaktadır. Çalışmada ayrıca ele alınan gazetelerde bu özellikleri içeren haberlerin bulunup bulunmadığı da incelemeye alınmıştır.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Bulgular

Çalışma kapsamındaki haber siteleri taranırken, sitelerdeki bütün kategoriler tek tek incelenmiştir. Ancak araştırma kapsamındaki siteler internet gazetesi olduğu için, her an güncellenebilmektedir. Bu nedenle artarda 6 gün tekrar tekrar site sayfaları analiz edilmiştir ve birbirine yakın sayılar elde edilmiştir. Bulgulardan oluşturulan tablolar ve grafikler aşağıda sıralanmaktadır:

Tablo 2: Konserve Haberlerin Özellikleri ve Buldukları Gazetelerin Kategorileri

Konserve haberlerin özellikleri	haberturk.com	sabah.com.tr	hurriyet.com.tr	milliyet.com.tr
Soru ve ünlem işareti ile oluşturulanlar	Evet, var, +	Hayır, yok, -	Evet, var, +	Evet, var, +
Yargı içeren başlıklar	Evet, var, +	Evet, var, +	Evet, var, +	Evet, var, +
'Bu' işaret zamiriyle kurulanlar	Evet, var, +	Evet, var, +	Hayır, yok, -	Hayır, yok, -
Tavsiye niteliğinde olanlar	Evet, var, +	Evet, var, +	Evet, var, +	Evet, var, +
Eksik cümleler	Evet, var, +	Evet, var, +	Hayır, yok, -	Hayır, yok, -
Emir kipi kullanılanlar	Evet, var, +	Evet, var, +	Hayır, yok, -	Evet, var, +

Tabloya göre, yargı içeren başlıklar, tavsiye niteliğinde olanlar ele alınan gazetelerin hepsinde yer almaktadır. Buna gör, konserve haberlerin daha çok bu özellikte oluşturulduğu söylenebilir. Diğer yandan, haberturk.com internet gazetesinde her özellikte konserve haberden en az bir adet bulunduğu görülmektedir. sabah.com.tr gazetesinde ise, sadece soru ve ünlem işareti ile oluşturulanlar haricinde, diğer özelliklerdeki konserve haberlerden bulunmaktadır.

**Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 11, 2023 Güz,
e-ISSN: 2651-4605**

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Bunların dışında, hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr haber sitelerinde ise, tavsiye niteliğinde olan, yargı içeren başlıklarla kurulan ve soru ve ünlem işareti ile oluşturulan özellikte konserve haberler yer almaktadır.

Son olarak, emir kipiyle kurulan konserve haberler yalnızca hurriyet.com.tr internet gazetesi dışında diğer ele alınan gazetelerde bulunmaktadır.

Tablo 3: haberturk.com Haber Sitesine Ait Kategoriler, Konserve ve Diğer Haberlerin Sayıları

haberturk.com		
Haber kategorileri	Konserve haberlerin sayıları	Diğer haberlerin sayısı
Dünya	11	100'den fazla
Spor	1	75
Magazin	3	74
Gündem	3	100'den fazla
Ekonomi	4	100'den fazla
Kadın	61	2
Sağlık	100'den fazla	13
Teknoloji	15	50
Gastro (Yemek-seyahat-keşif-macera-gezi)	53	0
Keşfet	100'den fazla	0
Yemek tarifleri	100'den fazla	0
Çocuk	100'den fazla	0
Kültür sanat	14	77
Grafik haber (İstatistikler, tablolar)	100'den fazla	0
Akıl oyunları	33	0
Toplam	198 haber ayrıca 5 kategoride 100'den fazla haber	291 haber ayrıca 3 kategoride 100'den fazla haber

haberturk.com internet gazetesinin haber kategorilerine genel olarak bakıldığında, diğer incelenen gazetelere göre, çok fazla konserve haberin yer aldığı söylenebilir. Özellikle sağlık, keşfet, yemek tarifleri,

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

çocuk ve grafik haber kategorilerinde 100'den fazla konserve habere yer verilmiştir.

Diğer yandan, bu tür haberler genelde sayfanın başında değil de ortalarında ve daha altlarda yer almaktadır. Ancak keşfet, teknoloji, gastro, sağlık ve kadın haberleri kategorilerinde manşetlerde de bulunmaktadır.

Dikkat çeken diğer bir farklılık da haberturk.com haber sitesinin çok fazla haber kategorisi bulunmasıdır. Bu açıdan bakıldığında, 15 kategoriye sahip olan internet gazetesinin her kategoride konserve habere yer verildiği görülmektedir.

Diğer haberlerin sayısına bakıldığında, toplamdaki konserve haberlerin sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla haberturk.com haber sitesinin konserve haberlere büyük önem verdiği ve bu tür haberlerin haberturk.com sitesi için kurtarıcı konumda olduğu söylenebilir.

Ticari kaygılar ve sayfaları doldurmak için yapılan bu tutum, günümüz internet haber medyası ile ilgili önemli bir tehdit haline gelmiştir. Haber sitelerine kullanıcıların ziyaret etme sayılarını ve haber sitelerinde vakit geçirme sürelerini artırmak için kullanılan bu tür yöntemlerin habercilik etiği bakımından problem teşkil ettiği de açıktır (Çavuş ve Ede, 2021, s. 25). Bu nedenle, haber siteleri, daha fazla tık almak ve kullanıcının sitede kalma sürelerini artırmak için konserve haber sayılarını artırmaktadır.

Tablo 4: sabah.com.tr Haber Sitesine Ait Kategoriler, Konserve ve Diğer Haberlerin Sayıları

sabah.com.tr		
Haber kategorileri	Konserve haberlerin sayıları	Diğer haberlerin sayısı
Son dakika	3	100'den fazla
Gündem	2	100'den fazla
Ekonomi	7	100'den fazla
Yaşam	3	100'den fazla

**Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 11, 2023 Güz,
e-ISSN: 2651-4605**

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Eğitim	36	29
Dünya	3	100'den fazla
Günaydın (Magazin)	5	100
Sigorta	4	59
Tarım	16	2
Teknoloji	11	26
Kadın	63	8
Turizm	12	9
Yemek tarifleri	100'den fazla	0
Toplam	165 haber ayrıca 1 kategoride 100'den fazla haber	233 haber ayrıca 5 kategoride 100'den fazla haber

sabah.com.tr internet gazetesinin ana sayfasında 265'ten fazla konserve haberin yer aldığı tespit edilmiştir ve ayrıca 733'ten fazla diğer haberlere yer verildiği belirlenmiştir. Özellikle yemek tarifleri ve kadın kategorileri sayfalarında daha fazla konserve habere rastlanılmıştır. Bunun dışında, diğer haberlerin yoğun olduğu kategorilerin ise, son dakika, gündem, ekonomi, yaşam, dünya ve magazin sayfaları olduğu görölmektedir.

Diğer yandan, sabah.com.tr internet gazetesinin, haberturk.com'da olduğu gibi, fazlaca haber kategori sayısına sahip olduğu söylenebilir. Aynı zamanda tabloya bakıldığında, her kategoride konserve habere yer verildiği de görölmektedir.

İnternet gazeteleri konserve haberleri, okuyucunun dikkatini çekerek siteyi ziyaret etmesini, site içerisinde uzun süre kalmasını, daha çok linke tıklamasını sağlayarak tıklanma sayılarını arttırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca bu uygulamalarla reklam gelirlerini yükseltmek de istemektedirler. Kullanılan yöntemler ise, genel olarak, başlıklarda haberin ögelerini eksiltmek biçiminde ortaya çıkmaktadır. Dünyada olduğu gibi ölkemizde de internet gazeteciliği kullanımının yaygınlaşması ve daha çok kullanıcının sayfaya girmesi ve sayfada daha uzun bir süre kalmasını sağlamak gibi amaçlarla konserve haberlere çoğunlukla

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

başvurulduğu görülmektedir. Gerek geleneksel medyanın internet sayfalarında gerekse tamamen dijital gazetelerde bu anlamda çok sayıda örnek bulabilmek mümkündür (Akyüz, 2019, s. 157).

Tablo 5: hurriyet.com.tr Haber Sitesine Ait Kategoriler, Konserve ve Diğer Haberlerin Sayıları

hurriyet.com.tr		
Haber kategorileri	Konserve haberlerin sayıları	Diğer haberlerin sayısı
Bigpara (Ekonomi)	3	16
Kelebek (Magazin)	1	23
Yaşam	15	3
Toplam	19 haber	42 haber

Bu kategorilerden başka, hürriyet.com.tr haber sitesinde gündem, dünya, spor arena kategorileri de bulunmaktadır. Ancak bu kategorilerde hiç konserve habere rastlanmadığı için tabloda yer verilmemiştir. Ayrıca bu internet gazetesinin her bir kategorisinde birden fazla sayfa sayısı bulunmaktadır. Ancak bu araştırmada kategorilerin yalnızca ana sayfaları, yani ilk sayfaları taranmıştır. Bu nedenle daha az sayıda konserve ve diğer haber sayısı bulunmaktadır.

Bunların dışında, tabloya bakıldığında hurriyet.com.tr haber sitesinde, diğer incelenen haber sitelerine göre konserve haberlerin daha az yer kapladığı görülmektedir. Konserve haberlere daha az yer verildiğinde, rutin ve özel haberlere daha çok yer verilmesi beklenir. Bu bağlamda, hurriyet.com.tr internet gazetesinin, konserve haberler yerine, daha fazla rutin ve özel haberlere yer verdiği tespit edilmiştir. Bu sonuç, diğer haber sayılarından ve gündem, dünya, spor arena gibi kategorilerde konserve haber türüne hiç rastlanılmadığı için söylenebilir.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Tablo 6: milliyet.com.tr Haber Sitesine Ait Kategoriler, Konserve ve Diğer Haberlerin Sayıları

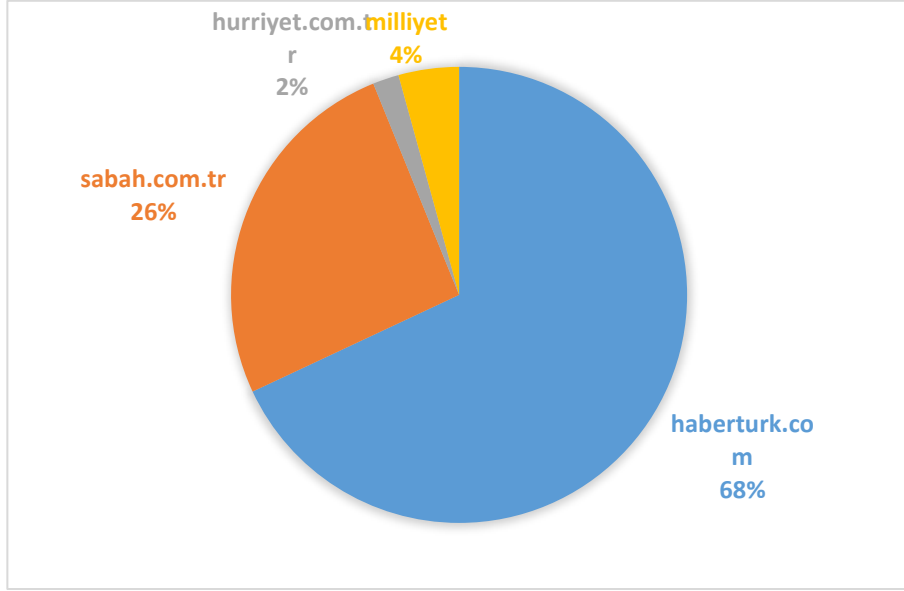
milliyet.com.tr		
Haber kategorileri	Konserve haberlerin sayıları	Diğer haberlerin sayıları
Ekonomi	2	13
Cadde (Magazin)	20	19
Dünya	1	25
Pazar	21	0
Toplam	44 haber	57 haber

Bu kategorilerin haricinde, milliyet.com.tr internet gazetesinde gündem, skorlar (spor haberleri) kategorileri de mevcuttur. Fakat bu kategoriler incelendiğinde, hurriyet.com.tr internet gazetesinde olduğu gibi, konserve haberlerin bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Ayrıca tabloda bu kadar az sayıda haber sayısının olmasının nedeni, yine kategorilerde birden fazla sayfa sayısının olmasıdır. Ancak çalışmanın sınırları gereği yalnızca ilk sayfadaki haberler dikkate alınmıştır.

Tabloya bakıldığında, ekonomi, dünya, gündem sayfalarında konserve haberlere ya çok az yer verildiği ya da hiç bu türden haberin yapılmadığı görülmektedir. Aslında bu kategorilerde, rutin haberler daha yoğun olduğu için, zaten konserve habere çok fazla yer verilmemesi gerekmektedir. Bu nedenle, milliyet.com.tr haber sitesinin rutin ve özel haberleri daha fazla önemseydiği ve sayfalarında bu tür haberlere daha çok yer verdiği söylenebilir.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

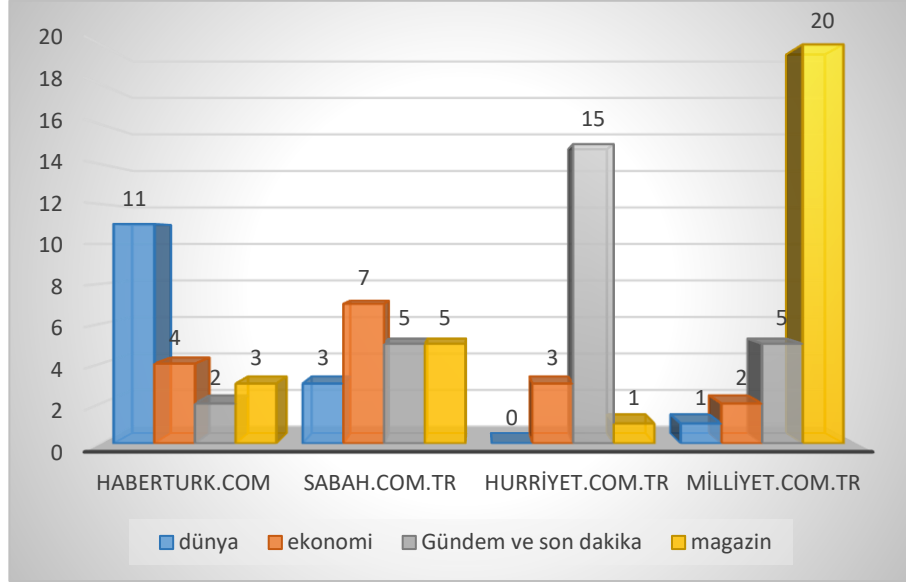


Grafik 1: İnternet Gazetelerindeki Konserve Haberlerin Oranı

Ele alınan toplamda 4 internet gazetesindeki konserve haberlerin oranına bakıldığında, haberturk.com haber sitesinde en çok bu türdeki haberlerin yer aldığı görülmektedir. Diğer yandan, hurriyet.com.tr ve milliyet.com.tr internet gazetelerinde ise, daha az sayıda konserve habere yer verildiği tespit edilmiştir. sabah.com.tr gazetesinde ise konserve haber türünün ortalama bir orana sahip olduğu söylenebilir.

Dijitalleşme ve internet teknolojisiyle multimedya, hipermetin, yakınsama gibi özelliklerin gazetecilik alanında kullanılmasıyla birlikte insanların günlük haber okuma davranışları ve haber üretim süreçleri dönüşmeye başlamıştır. Bu bağlamda, haber dağıtımında hızlı olmak ve tıklanma sayısı öncelikli hale gelmeye başlamıştır. Bunların önemli hale gelmesiyle yarım cümle kullanımları veya öznenin gizlendiği haber sunumları ile beraber klasik tık odaklı ve konserve haber türündeki başlıkların yanı sıra bu yöndeki görüntü kullanımının da olduğu sunumlar ön plana çıkmıştır. Ayrıca tıklanma sayısını arttırmak için ‘şok, flaş, son dakika’ gibi okuyucunun ilgisini çekebilecek tematik haber başlıkları da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Söğüt ve Öngel, 2022, s. 229).

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019



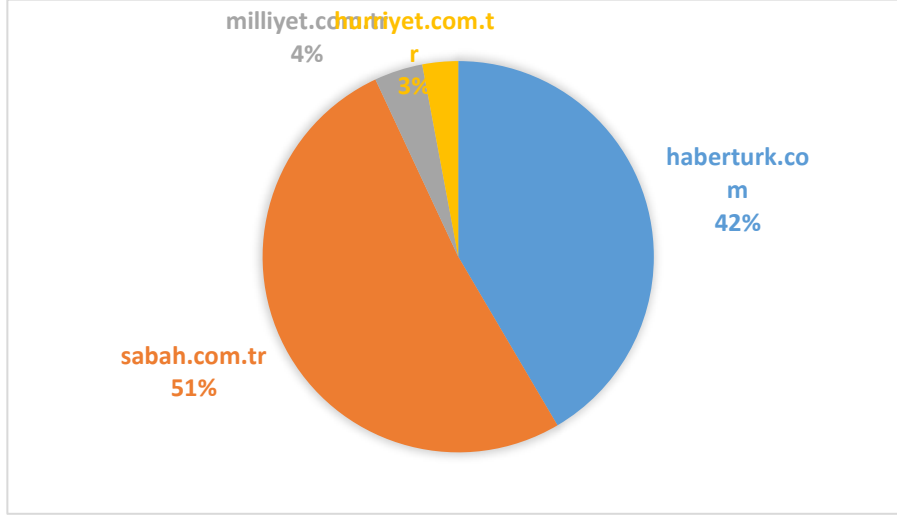
Grafik 2: İnternet Gazetelerinde En Çok Bulunan Kategorilerdeki Konserve Haberlerin Sayısı

Bu grafikte, incelenen her 4 internet gazetesinde de bulunan haber kategorilerindeki konserve haber sayıları gösterilmiştir. Grafik incelendiğinde, 4 gazetede de magazin kategorisinde daha fazla konserve habere yer verildiği görülmektedir. Ekonomi ve dünya kategorilerinde ise, bu haberlere daha az yer verilmiştir. Çünkü bu kategorilerde olması gerektiği gibi rutin haberler, daha fazla yer kaplamaktadır.

Konserve habercilikte özellikle başlıklar ön plana çıkmaktadır. Haber başlıkları genellikle haberi özetlemek, okuyucunun ilgisini çekmek için tasarlanmaktadır. Dijital gazetecilik biçimleri yaygınlık kazandıkça birçok haber kuruluşu ilgi çekici başlıklar atma yarışı içerisine girmiştir. Bu nedenle haber başlıklarının işlevi yeniden önem kazanmıştır. Sınırsız bilgi bombardımanı içerisinde rekabete giren haber siteleri tık odaklı habercilik başlıklarıyla ve konserve habercilikle manşetleri süslemekte ve okuyucuları haberin içerisine dâhil etmek, haber sitesine ise tık kazandırmak ve nihai olarak da daha fazla reklam geliri elde etmek gibi amaçların peşinde koşmaktadır. Geleneksel gazetecilikte haberin yapı taşlarından biri olan manşetlerin konserve habercilik açısından son dönemde abartılı şekilde kullanımı ise kaliteli habercilik ilkelerinin

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

sarsılmasına ve okuyucuların ekonomik bir getiri nesnesi olarak görülmesine katkı sağlamıştır (Küçükvardar, 2023, s. 149).



Grafik 3: İnternet Gazetelerindeki Diğer Haberlerin Oranı

İncelenen internet gazetelerinin diğer haberlerinin oranına bakıldığında, sabah.com.tr ve haberturk.com.tr gazetelerinde bu türdeki haberlere daha fazla yer verildiği görölmektedir. milliyet.com.tr ve hurriyet.com.tr internet gazetelerinde ise diğer haberlerin oranı düşüktür. Ancak bu durum, ana sayfalarında birden fazla sayfaya yer verilmesi ve araştırmada ilk sayfadan sonraki sayfalara bakılmamasından dolayı bu şekildedir.

Konserve haberlerin bu kadar artış göstermesi dijital gazeteciliğin kendisine has özellikleri olan “hız” ve “okur odaklılık” unsurlarından kaynaklanmaktadır. Gazetecilik alanı dijitalleşmeyle birlikte tıklanma hedefleri, tık tuzağı, sayfa görüntüleme sayısı, banner, arama motoru optimizasyonu, yanıtıcı başlık ve benzeri yeni olgularla ve etik sorunlarla tanışmıştır. Bütün bunların okur/alımlayıcı açısından oluşturduğu sonuç ise, Ionna Kuçuradi'nin (1999) söylemiş olduğu gibi dünyadaki olup biten her şey, yani haber hakkında okuyucunun kendi görüşünü oluşturma deneyiminden mahrum kalmasıdır (Korap Özel ve Deniz, 2019, s. 445).

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Sonuç ve Öneriler

İnternet teknolojilerinde görülen gelişmelerle beraber, medya ve özellikle gazetecilik alanında ciddi bir değişim yaşanmıştır. Ortaya çıkan bu dijital evrende herkesin çeşitli ortamlarda içerik üretebildiği ve paylaşabildiği bir anlayış içerisinde geleneksel medyanın kapsama alanı oldukça azalmıştır. Bu alanın azalması ve internet gazeteciliğinin yaygınlaşması beraberinde haberin daha fazla kaynaktan doğrulması, nesnellik ve güvenilirlik gibi gazetecilik ilkelerinin yerini, giderek hızlı olma, daha çok tıklanma ve daha fazla rekabet kaygılarının aldığı görülmektedir. Ayrıca gerçek bilgilerin kurguya dönüşümü de bu süreçte yoğun olarak görülen başka bir sorundur.

Diğer bir sorun ise, yine bu süreçte tık odaklı, yalnızca okuyucu sayısını artırmak ve okuyucunun o sayfada daha fazla vakit geçirmesini sağlamak amacıyla yapılan haberlerin sayısının artış göstermesidir. Konserve haber türündeki bu haberlerde okuyucunun ilgisini çekmek için, abartılı başlıklar ve sansasyonel ifadeler bolca kullanılmaktadır. Ayrıca kesin yargı içeren, emir kipiyle kurulan ya da tavsiye niteliğinde olan haber başlıkları sıkça kullanılmaktadır.

Okuyucuları haberi okumaya teşvik eden bu şekildeki haberler, her zaman defalarca yayınlanabilmektedir. Çünkü bu haberlerde zaman kavramı bulunmamaktadır ve bunlar her an okuyucunun ilgisini çekebilecek tarzda haberlerdir. Böyle olduğu için internet gazeteleri ticari kaygılarla konserve türündeki haberlere daha fazla yer vermektedir.

Konserve haberlerin internet gazetelerindeki yeri ve önemini inceleyen bu araştırmada, internet gazetelerinde 4 gazete inceleme kapsamına alınmıştır. Bunlar sırayla *haberturk.com*, *sabah.com.tr*, *hurriyet.com.tr* ve *milliyet.com.tr* internet gazeteleridir.

Çalışmada ele alınan her bir gazetenin bütün kategorileri incelenmiştir. Hem konserve haber sayıları hem de diğer haberlerin sayısı ortaya konmuştur. Arıca bu çalışmada 2500'den fazla haber incelenmiş ve haberlerin konserve haber içeriğinden olup olmadığına bakılmış ve sayılmıştır. Bunun dışında konserve haberlerin özellikleri de belirlenerek, bu özelliklere uygun haberlerin gazetelerdeki varlığı karşılaştırmalı olarak sorgulanmış ve bununla ilgili tablo oluşturulmuştur.

İncelenen bu 4 internet gazetesine de bakıldığında, haberturk.com ve sabah.com.tr haber sitelerinde konserve haber türüne daha fazla yer

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

verildiği görölmektedir. Ayrıca bu haber sitelerinde, diğerlerine göre, daha fazla haber kategorisi de bulunmaktadır ve her kategoride konserve habere rastlanılmaktadır.

Konserve haberler fazla olduğunda, doğal olarak diğer haberlere daha az yer verildiği bilinmektedir. *haberturk.com* internet gazetesindeki diğer haberlerin oranına bakıldığında, konserve haberlerin oranının daha yüksek olduğu görölmektedir. Ancak sabah.com.tr internet gazetesinde bu durumun daha orantılı bir şekilde ayarlandığı görölmektedir.

Diğer iki internet gazetesinde ise, ana sayfalar birden fazla sayfadan oluştuğu için daha az sayıda konserve habere rastlanılmıştır. Aynı zamanda bu internet gazetelerinin de haber kategorileri de tek tek taranmıştır ve hiç konserve haber türüne yer verilmeyen kategorilerin de yer aldığı tespit edilmiştir.

Diğer yandan, konserve haber türlerinin eksik cümle, kesin yargı, noktalama işaretlerinin bol kullanımı, tavsiye niteliğinde olması gibi özelliklerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu özelliklerden yargı içeren, tavsiye niteliğinde olan başlıklar gazetelerin hepsinde yer almaktadır. Bunun dışında, *haberturk.com* haber sitesinde belirlenen her özellikteki konserve haberden en az bir adet bulunduğu görölmektedir. Diğer gazetelerde ise, bu özelliklerdeki haberlerin dağınık şekilde yer aldığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, konserve haberler, okuyucuyu çekmek ve elde tutmak için yapılan, aynı zamanda kar amacı güdülen haberlerdir. Bu haberler, diğer rutin ve özel haberlerin yerini aldığında ve onlardan daha fazla yapıldığında sorun ortaya çıkmaktadır. Bu durumun yaşanmaması için, internet gazetelerinin daha fazla rutin ve özel haberlere yer vermesi gerekmektedir. Ayrıca hızlı olmak, daha fazla tıklanmak ve reklam almak uğruna, esas gazetecilik pratiklerinden de ödün verilmemelidir.

Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019

Kaynakça

- Akyüz, S. S. (2019). 31 Mart 2019 yerel seçimleri öncesi son dakika haber bildirimlerinin içerik analizi: haber türleri, tık tuzakları ve iktidar-muhalefet haberlerinin dağılımı. *İNİF E-Dergi*, 4(2), 153-167.
- Alves, L., Antunes, N., Agrici, O., Sousa, C. M., & Ramos, C. M. (2016). Click bait: You won't believe what happens next. *Frontieras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 5(2), 196-213.
- Aral, E. (2019). Yeni bir haber mecrası olarak internet gazeteciliği: Facebook ve Twitter kullanımları üzerine bir araştırma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 153-175.
- Bingöl, M. ve Yanık, H. (2021). Tık tuzağı habercilik çerçevesinde kamu-ticari haber sitelerinin karşılaştırılması: trthaber.com ile milliyet.com.tr Örneği. *Yeni Medya e-Dergi*, (11), 18-37.
- Çavuş, S. ve Ede, N. (2021). Tık odaklı habercilik: Türk internet haber medyası üzerine bir içerik analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14 (1), 23-54.
- Demir, A. S. ve Kaderoğlu Bulut, Ç. (2020). İnternette haber üretimi ve gazeteciler üzerine bir araştırma: alternatif bir kavramsal çerçeve denemesi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 13-22.
- Kahraman, S. ve Temel F. (2022). Sosyal içerik üreten internet sitelerinde 'Clickbait' yansımaları. *Erciyes Akademi*, 36(2), 539-558.
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 480-495.
- Korap Özel, İ. ve Deniz, Ş. (2019). "Tık" ve "etik" arasında sıkışan gazetecilik: İnternet gazeteciliğinin ortaya çıkardığı yeni etik sorunlar ve gazetecilerin konuya bakış açısı üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 443-466.
- Küçükvardar, M. (2023). Tık odaklı habercilik çerçevesinde ekonomi haberlerinin incelenmesi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (42), 145-168.
- Mason, L. E., Krutka, D. G. and Stoddard, J. (2018). Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 1-10.

- Sabahçı, B. (2023). İnternet gazetelerinde konserve haberlerin yeri ve önemi: Örnek gazeteler üzerinden inceleme. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 197-219. DOI: 10.54557/karataysad.1361019
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 273-294.
- Ormancı, M. (2019). Clickbait haberlere yönelik okur tutumları: Selçuk Üniversitesi örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bölümler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Konya.
- Özyal, B. (2016). Tık odaklı habercilik: Tık odaklı haberciliğin Türk dijital gazetelerindeki kullanım biçimleri. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 273-301.
- Parlak, M. O. (2018). Yeni medya ve haberciliğin dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 59-82.
- Söğüt, Y. ve Öngel, A. (2022). Yeni medya-dijitalleşme ve tık odaklılık: Habertürk ve Hürriyet gazetesi örneği. *ESAM Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 212-230.
- Şahin, Z. B. ve Birincioğlu, Y. (2022). Tık odaklı başlıklar ve okuyucu refleksleri üzerine bir araştırma: Odak grup çalışması. *TRT Akademi*, 7(14), 236-261.
- Zhou, Z. (2022). The analysis of click bait in we media era. In *2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)* (pp. 1544-1547). Atlantis Press.

Elektronik kaynaklar

- haberturk.com ana sayfası, Erişim tarihi: 25 Ağustos 2023
hurriyet.com.tr ana sayfası, Erişim tarihi: 26 Ağustos 2023
milliyet.com.tr ana sayfası, Erişim tarihi: 30 Ağustos 2023
sabah.com.tr ana sayfası, Erişim tarihi: 27 Ağustos 2023

