

BASILI GAZETELER İLE ONLINE VERSİYONLARDAKİ AYNI HABERLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ*

 Latif BİLGİLER^a

 Mehmet Sena KÖSEDAĞ^b

Öz

Günümüzde geleneksel olarak yayınlanan gazetelerin aynı isimli internet siteleri de bulunmaktadır. Bu makalede hem geleneksel hem de internet aracılığıyla okura seslenen gazetelerde aynı haberlerin her iki mecrada nasıl sunulduğu incelenmektedir. Makalede Sabah, Hürriyet, Sözcü, Akşam, Milliyet, Türkiye, Posta, Yeni Akit, Takvim ve Karar gazeteleri ile bu gazetelerin online versiyonları içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. 4-10 Aralık 2023 tarihleri arasında basılı gazetelerde manşet ve manşete en yakın büyüklükteki 2 haber, gazetelerin online versiyonları ile karşılaştırılmıştır. Haberler başlık, spot, haber gövdesi ve görseller düzeyinde karşılaştırılarak analiz edilmiştir. İncelenen haberler kapsamında, araştırmanın yapıldığı zaman diliminde gazetelerde (Posta dışında), çoğunlukla İsrail-Filistin savaşı konusu haberleştirilmiştir. Posta gazetesinde ise en çok magazin içerikli haberler yer almıştır. Araştırma sonuçlarına göre gazeteler, haberlerini her iki mecrada çoğunlukla farklı yayınlayan, kısmen farklı yapılandıran ve çoğunlukla aynı yayınlayan gazeteler olarak sınıflandırılabilir. Bu bağlamda, Sözcü gazetesinin %52,4 oranında haberini online versiyonunda yayınlamadığı diğer gazetelerin ise çoğunlukla her iki mecrada aynı haberleri yayınladığı tespit edilmiştir. Bu yönü ile diğer gazetelerden farklılaşan Sözcü gazetesi, istisnalar dışında online versiyonunda aynı haberleri çoğunlukla farklı olarak yayınlamıştır. Posta ve Karar gazetelerinin her iki mecrada haberlerini kısmen farklı yapılandırdığı saptanmıştır. İncelenen diğer gazetelerde ise istisnalar dışında çoğunlukla haberlerin her iki mecrada aynı sunulduğu gözlemlenmiştir. Gazetelerin, basılı ve online gazeteleri farklı okuyucu kitlesi olan mecralar olarak değerlendirmesi ve her iki mecrada farklı bir habercilik pratiği geliştirmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Basılı gazete, Online gazete, Haberlerin karşılaştırılması, İçerik analizi.



COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SAME NEWS IN PRINTED NEWSPAPERS AND ONLINE VERSIONS

Abstract

Today, traditionally published newspapers also have websites with the same name. This article analyzes how the same news items are presented in both traditional and online newspapers. In this article, Sabah, Hürriyet,

*Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Haberlerin Farklı Mecralardaki Sunumu: Basılı Gazeteler ve İnternet Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

^a Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, latif.bilgiler@gop.edu.tr

^b Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mskosedag@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 04.03.2024, Makale Kabul Tarihi: 23.05.2024

Sözcü, Akşam, Milliyet, Türkiye, Posta, Yeni Akit, Takvim and Karar newspapers and their online versions were analyzed through content analysis. Between December 4-10, 2023, the headlines and the 2 news items closest in size to the headlines in printed newspapers were compared with the online versions of the newspapers. The news were analyzed by comparing the headline, spot, news body and visuals. Within the scope of the analyzed news items, the Israeli-Palestinian war was mostly reported in the newspapers (except Posta) during the period of the research. Posta newspaper, mostly reported magazine news. According to the results of the research, newspapers can be categorized as newspapers that mostly publish their news differently in both media, partially structure their news differently and mostly publish their news same in both media. In this context, it was determined that Sözcü newspaper did not publish 52.4% of its news in its online version, while other newspapers mostly published the same news in both media. Sözcü newspaper, which differs from other newspapers in this respect, mostly published the same news differently in its online version, with exceptions. It was determined that Posta and Karar newspapers structured their news partially differently in both media. In the other newspapers, it was observed that, with exceptions, the news was mostly presented the same in both channels. It is recommended that newspapers should consider print and online newspapers as media with different readerships and develop a different journalistic practice in both media.

Keywords: Printed newspaper, Online newspaper, Comparison of news, Content analysis.



Giriş

İlk insandan günümüze insanoğlu her zaman çevresinde olup bitenleri bilme isteği içerisinde olmuştur. Dolayısıyla insanların bilme isteği, yani haber, insanların temel ihtiyaçlarından bir tanesidir. Teknolojinin ilerlemesine paralel olarak gelişen ve çeşitlenen kitle iletişim araçları da insanların bilme ihtiyaçlarını karşılamaya başlamıştır. Gazeteler de bu kitle iletişim araçları içerisinde yer almaktadırlar. En eski kitle iletişim araçlarından biri olan gazeteler teknolojik ilerlemelerin yanı sıra toplumsal, siyasal ve ekonomik alanda yaşanan gelişmelerle birlikte giderek daha çok kitleleşmiş ve günümüzdeki halini almıştır.

Tarihsel olarak en genç buluşlardan olan bilgisayar ve internet toplumsal alanda yaygınlaştıkça tüm kitle iletişim araçları internetteki yerlerini almaya başlamıştır. Bu anlamda kitle iletişim araçlarına hem geleneksel olarak hem de internet üzerinden yayın yapma olanağı doğmuştur. Basılı gazeteler de bu sürecin bir parçası olmuşlar ve 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren internet üzerinden de yayın yapmaya başlamışlardır. Günümüzde tüm basılı gazetelerin aynı adla yayınlanan internet gazeteleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada her iki mecrada da yer alan gazetelerin aynı haberleri her iki mecrada nasıl sundukları incelenmektedir. Bu bağlamda, basılı gazetelerde yer alan haberlerin gazetelerin online versiyonlarında nasıl sunulduğu bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Literatürde geleneksel gazeteler ile internet gazetelerini farklı konular bağlamında değerlendiren çalışmalara rastlanmıştır. Balcı (2010) ve Çilek (2019) her iki mecrayı haber değerleri açısından incelemiştir. Çakır (2007) ve Gürkan (2002) yapmış oldukları çalışmalarda internet gazeteciliğinin geleceğinin ne olacağına odaklanmaktadırlar. Kılıç (2015) ana akım gazetelerin internet siteleri ile büyük sermayeye ait olmayan internet gazetelerini karşılaştırmaktadır. Yolcu (2011) her iki mecrayı fotoğraf

açısından incelemiştir. Özdemir & İlhan (2012) görsel ve metin açısından hangi mecranın daha zengin olduğuna odaklanmıştır. Kazaz (2013) her iki mecrayı spor haberleri bağlamında değerlendirmiştir.

Literatürde, yazılı basın, radyo, televizyon ve internet haberciliğini karşılaştıran (Reich, 2015), okuyucuların basılı ve online gazetelerde sunulan haberleri nasıl tükettikleri ve hatırladıklarını araştıran (d’Haenens vd., 2004), basılı ve online gazeteleri siyasi haberler üzerinden karşılaştıran (Jacobi vd., 2016) ve basılı gazetenin okuyucuları ile çevrimiçi gazetelerin okuyucuları arasında okuma kalıplarının farklılık gösterip göstermediğini analiz eden (von Krogh & Andersson, 2016) çalışmalara rastlanmıştır.

Ghersetti (2014) tarafından yapılan çalışmada belirli bir haber olayının basılı gazetelere kıyasla internette farklı şekilde haberleştirilip haberleştirilmediği analiz edilmiştir. Ghersetti (2014) İsveç’te 2010 seçim kampanyası sırasında yapılan haberleri içerik analizi ile incelemiş ve online haberleri okuyan bireylerin, seçim kampanyası hakkında basılı gazeteyi okuyanlarla aynı bilgileri aldığı sonucuna ulaşmıştır. Birsen (2000) ise yapmış olduğu yüksek lisans tezinde geleneksel ve sanal gazete ortamlarında haber sunumunun farklılığını 4 ulusal günlük gazete üzerinden incelemiş ve incelenen gazetelerin internet ortamında yeni bir gazete yaratma eğiliminde olmadığı sonucuna varmıştır.

Birsen (2000)’in yapmış olduğu çalışmanın üzerinden 24 yıl geçmiş ve süreç içerisinde Birsen’in incelediği gazetelerden bazıları son bulmuştur. Ayrıca bu süreçte Dünyada ve Türkiye’de gazete ve internet konusunda çokça değişim yaşanmıştır. Dolayısıyla güncel çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu makale, Türkiye’de yayınlanan 10 ulusal günlük gazetenin basılı versiyonları ile internet versiyonlarını aynı haberler üzerinden karşılaştırması nedeniyle literatüre güncel ve özgün katkı sunmaktadır. Ayrıca, tirajı en yüksek olan 10 gazetenin çalışmanın yapıldığı dönemde hangi konuları haberleştirdikleri, aynı haberlerin her iki mecrada hangi noktada farklılaştıkları, dolayısıyla analiz edilen haberler kapsamında basılı ve online gazetelerde aynı mı yoksa farklı bir habercilik pratiği mi geliştirildiği ortaya konmakta ve literatüre katkı sağlanmaktadır.

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Ana Hatlarıyla Gazetelerin Tarihsel Gelişimi

Gazeteler, insanların çevresinde ve dünyada gelişen olaylar ile ilgili haber ve bilgi edinebildiği en eski kitle iletişim araçlarından bir tanesidir. Dolayısıyla gazeteciliğin temelinde haber vardır (Bulunmaz, 2017, s. 36; Tokgöz, 2022, s. 127). Gazeteler, günümüzdeki halini alana kadar çeşitli süreçlerden geçmiştir. Bu süreçte bir dizi teknik gelişmenin yanı sıra toplumsal hayattaki dönüşümler gazetelerin gelişim sürecinde etkili olmuşlardır. Bu bağlamda gazeteler çokça değişim ve dönüşüm yaşamıştır. Ancak, gazetelerin haber ve bilgi verme görevi değişmemiştir. Günümüzde kitle iletişim araçları çeşitlenmiş ve haber ihtiyacı farklı araçlarla da karşılanır hale gelmiştir. Buna rağmen gazeteler günümüzde de haber ve bilgi kaynağı olarak önemli bir noktada yer almaktadırlar.

Belirli bir periyotta yayınlanan ilk gazeteler ortaya çıkmadan önce insanların ve iş çevrelerinin haber ve bilgi edindiği araçlar bulunmaktadır. Bu bağlamda *haber mektupları* gazetelerin öncülleri olarak ifade edilmektedir (İnuğur, 2005, s. 41; Koloğlu, 2020, s. 11). Baldini (2000, s. 82) haber mektuplarında içerik olarak, ticari malların fiyatları, gemi seferleri gibi bilgilerin yanı sıra Avrupa’daki saraylarda yaşanan olaylarla ilgili haberlerin de bulunduğunu belirtmektedir.

Tarihsel süreçte belirli bir zaman aralığında, yani belirli bir periyotta yayınlanan ilk süreli yayın ise 1605'te yayınlanmıştır (Koloğlu, 1992, s. 7). Bu yayın, Nieuwe Antwersche Tijdinge isimli bir dergidir (Baldini, 2000, s. 81). 1609 yılında Avisa Relation oder Zeitung ismiyle haftalık periyotta yayınlanan gazete, günümüzdeki anlamda sayılabilecek ilk gazete olarak ifade edilmektedir (Şapolyo, 1969, s. 13; İnuğur, 2005, s. 57). İlk günlük gazete ise 1660'da Leipzig'de basılan Leipziger Zeitung gazetesidir (Baldini, 2000, s. 81; Şapolyo, 1969, s. 13).

Tarihsel süreçte bir dizi teknik ilerleme gazetelerin gelişimini hızlandırmış, baskı ve iletişim teknolojisindeki yenilikler gazeteleri günümüzdeki konumuna yaklaştırmıştır. 1800'lü yıllarla birlikte önce telgraf sonrasında ise telefonun bulunuşu haber ve bilginin ulaşım hızını değiştirmiştir. İnuğur (2005, ss. 116-119) 19'uncu yüzyılda haber almayı, basımı ve dağıtımını geliştiren icatlarla birlikte basın kamuoyunu yönlendirebilecek düzeyde güçlü ve dev bir kurum halini aldığını belirtmektedir. Avrupa'da 1820'lerde baskı teknolojisindeki gelişmeler gazetelerin tirajlarını artırırken gazetelerdeki haberlerin ve siyasal yorumların yönetimleri değiştirebilecek düzeye eriştiği ifade edilmektedir (Koloğlu, 1992, ss. 8-9).

Gazeteler, Osmanlı Devleti'nde Batı'da yaşanan gelişmelerle farklı bir seyir izlemiştir. İnuğur (2005, s. 175) Osmanlı Devleti'nde basının diğer ülkelerdeki gibi halkı aydınlatmak, kamuoyunu etkilemek amacıyla toplum tarafından duyulan istek doğrultusunda oluşmadığını, buyrukla yayınlandığını belirtmiştir. Eş deyişle, Osmanlı'da ilk gazete Avrupa ve Amerika'daki gibi halk tarafından değil Padişahın emri ile çıkarılmıştır (Aziz, 2016, s. 210). Ancak ilk olarak Osmanlı Devleti'nde gazeteler yabancılar tarafından yayınlanmıştır. Bu anlamda, Fransız Büyükelçiliği tarafından önce Bulletin des Nouvelles (1795), sonra Gazette Française de Constantinople (1796) yayınlamıştır (Koloğlu, 1992, s. 11; İnuğur, 2005, ss. 165-167).

Osmanlı Devleti'nde çıkarılan ilk yerli gazete Vakayi Mısriye (1828) Kavalalı Mehmet Ali Paşa döneminde yarı Türkçe ve yarı Arapça olarak Mısır'da yayınlanmıştır (Koloğlu, 1992, s. 13). 2. Mahmut döneminde ise ilk Türkçe gazete, Takvim-i Vakayi (1831) adıyla yayınlanmıştır (Aziz, 2016, s. 209; İnuğur, 2005, s. 175; Koloğlu, 1992, s. 13; Topuz, 2003, s. 15). Bu gazete devletin resmi gazetesi olarak ifade edilmektedir (Akşin, 2004, s. 28). 1840 yılında ise Ceride-i Havadis yayın hayatına başlamıştır (Şapolyo, 1969, s. 107). Basın tarihi açısından önemli bir diğer gazete ise Tercüman-ı Ahval gazetesidir. Agah Efendi ve Şinasi tarafından özel girişimle yayınlanan gazete devletten yardım almamıştır (İnuğur, 2005, s. 185). Bu bağlamda Akşin (2004, s. 28) asıl gazeteciliğin Tercüman-ı Ahval gazetesi ile başladığını ifade etmektedir. Topuz (2003, ss. 18-19) basın tarihini Tercüman-ı Ahval gazetesi ile başlatmanın yanlış olduğunu vurgulayarak Takvim-i Vakayi ve Ceride-i Havadis gazetesinde birçok gazetecinin çalıştığını ve bir gelenek oluşturulduğunu belirtmiştir. Basın tarihi açısından önemli bir diğer gazete ise Tasvir-i Efkar'dır. Koloğlu (1992, s. 33), gazetenin Türklerin haklarını savunduğunu, siyasi tartışmalara yer verdiğini ve kamuoyunun önemini her şeyin üstünde tuttuğunu belirtmektedir.

Osmanlı Devleti'nde yayınlanan ilk gazetelerle birlikte oluşan gelenek tarihsel süreç içerisinde gelişmiş ve birçok gazete kurulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze ise teknik ilerlemeler ve toplumsal hayatta yaşanan değişim ve dönüşümlerle birlikte gazeteler günümüzdeki halini almıştır. Tokgöz (2022, s. 41) medyanın asıl gelişiminin 2. Dünya Savaşı sonrasında ekonomik

gelişme ve Türkiye'ye getirilen yeni teknolojilerle birlikte gerçekleştiğini ifade etmekte ve bu dönemde Hürriyet ve Milliyet gibi gazetelerin yeni bir anlayışla yayın hayatına başladığını belirtmektedir. Bu gazetelerle birlikte günümüzde de hala yayınlanan birçok köklü gazete bu dönemde yayınlanmaya başlamıştır. Bu süreçte önemli kırılma noktalarından biri gazetelerin sahiplik yapısının değişmeye başladığı dönemlerdir. Sönmez (2003, s. 109), 1960 ve 70'li yıllar süresince geleneksel gazeteci ailelerin holdingleşme yolunda ilerlediğini ancak gazeteci kökenli olmayan yeni medya sahiplerinin de medya alanına giriş yaptığını ifade etmektedir. 1980 sonrasında medya alanına büyük sermaye grupları egemen hale gelirken 1990'larda medya işletmeleri medyanın yanı sıra farklı iş kollarının da bulunduğu holdinglere dönüşmüştür (Tokgöz, 2022, ss. 42-45). Medyanın sahipliğinde yaşanan bu değişim günümüze kadar artarak devam etmiştir. Süreç içerisinde birçok farklı sermaye grubu medyaya egemen olmuş, bazı gruplar ise ellerindeki yayın kuruluşlarını satarak alandan çekilmiştir. Günümüzde de büyük sermaye grupları medyaya hakim konumdadır. Bu grupların, gazetelerin yanı sıra televizyon, gazete, dergi, radyo, internet siteleri, ayrıca medya dışında başkaca iş kollarında yatırımları bulunmaktadır.

İlk gazetelerden başlayarak günümüze kadar gazetecilik ve gazetelerde çok önemli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Teknik ilerlemelerle gazetelerde haber toplama süreçlerinden gazetelerin basımı ve dağıtımına kadar birçok yenilik ve ilerleme kaydedilmiştir. Bu bağlamda, bilgisayarlar ve internetin gelişimine paralel olarak gazetecilikte de büyük değişimler yaşanmıştır. Bilgisayar teknolojisinin ve internetin gazeteciliğin tüm süreçlerinde kullanıldığı günümüzde tüm kitle iletişim araçlarının ve gazetelerin aynı zamanda internet siteleri de bulunmaktadır.

2. İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği

Bilgisayarların icat edilmesi ve internetin bulunuşu, kitle iletişim araçlarının tarihsel seyrinde önemli dönüm noktasıdır. Çünkü bilgisayarlar ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte tüm kitle iletişim araçları internette de yer almaya başlamıştır. Aynı zamanda tüm kitle iletişim araçları bilgisayarlar ve internet ile tek bir araç üzerinden deneyimlenebilmektedir. Baldini'nin ifadesi ile bilgisayar, kitle iletişim aracı izleyicisinin ilk anda anlamayacağı şekilde iletişim dünyasını temelden değiştirmiş ve iletişim araçlarını birleştiren başlıca güç olmuştur (2000, s. 105).

ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer) olarak ifade edilen bilgisayar, 2. Dünya Savaşında balistik atış hesaplamaları için kullanılan ilk dijital bilgisayar olarak belirtilmektedir (Weik, 1961). ENIAC, günümüzdeki bilgisayarlarla kıyaslanamayacak kadar büyüktür. Dolayısıyla birçok zayıflığı da bulunmaktadır. Süreç içerisinde geliştirilen teknik ilerlemelerle bilgisayarların birçok zayıflığı giderilmiştir. Dolayısıyla 1959 yılında daha az ısı yayan ve daha az enerji harcayan bilgisayarların üretimine başlanmıştır (Aziz, 2016, s. 108). Yine süreç içerisinde geliştirilen teknik ilerlemelerle bilgisayarlar giderek küçülmeye, kapasiteleri ise giderek artmaya başlamıştır. 1975 yılında PC olarak adlandırılan ilk kişisel bilgisayarlar ortaya çıkmış 1990'larda ise PC'lerde multimedya özelliği geliştirilmiştir (Erdoğan, 2011, s. 358).

Günümüzdeki bilgisayarlar çeşitli teknik ilerlemelerle giderek mükemmelleşmiştir. Ancak, internetin geliştirilmesi, bilgisayarların toplumsal hayatta yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Tanım olarak

ifade edilirse, “İnternet birbirinden bağımsız bilgisayarların birbirine bağlandığı serbest bir iletişim ağıdır” (Ryan, 2019, s. 26). İnternet olarak ifade edilen ağı birçok kaynakta (Adamson, 2002; Akın, 1996; Aziz, 2016; Barbier & Lavenir, 2001; Castells, 2008; Erdoğan, 2011; Geray, 2003; Keefer & Baiget, 2001; Özgüt & Çağiltay, 1996) askeri nedenlerle bulunduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla internetin, 1960’larda DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) araştırmacıları tarafından bir Nükleer savaş durumunda Amerika’nın iletişim ağlarının çökertilmesini önlemek için icat edildiği ifade edilmektedir (Castells, 2008, s. 7). Bahsi geçen ağ, 1985 sonrası ilk olarak akademik kuruluşlar tarafından benimsenmiş, 1992’den sonra ise ticari işletmelerin kullanımına açılmıştır (Gönenc, 2012, s. 89). 1990 itibariyle gelişim gösteren world wide web (www) teknolojisi sonrasında internet, toplumun geneline yayılmıştır (Castells, 2008, s. 64). Bu teknolojinin vermiş olduğu imkânlar çerçevesinde ve internetin yaygınlaşmasına paralel olarak internet gazeteciliği de gelişmeye başlamıştır.

1990’lı yıllardan itibaren gazeteler de internetteki yerlerini almaya başlamıştır. Gürcan (1999, s. 30), www teknolojisinin bulunuşu sonrasında gazetelerin sanal versiyonları ile de izler kitleye seslenebilme olanağı bulunduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda ilk olarak internet gazeteciliği, Washington Post’un da aralarında bulunduğu bir takım gazete tarafından ABD’de başlamıştır (Koloğlu, 2020, s. 180). Türkiye’de de ilk kez 1995 yılında internet üzerinden gazete ve dergilerin yayınlanmaya başladığı görülmektedir (Gezgin, 2002, s. 34). Bu kapsamda ilk olarak Aktüel dergisi, Leman dergisi ve Zaman gazetesi 1995 yılında internet üzerinden yayın yapmaya başlamıştır (Gürcan, 1999, s. 45; Özgen, 2012, s. 60). Sonrasında ise Hürriyet, Milliyet, Sabah ve diğer gazeteler internetteki yerlerini almışlardır (Koloğlu, 2020, s. 181). 1996’da Milliyet gazetesi basılı versiyondaki tüm içeriğini internete aktaran ilk gazete olmuş, bu gazeteyi 1997’de Sabah ve Hürriyet izlemiş, 1998 tarihinde ise Cumhuriyet gazetesi internette yer almıştır (Bulunmaz, 2011, s. 33). Basılı gazetesi olmadan sadece internette yayınlanan ilk gazete Xn ise 1996 yılında yayınlanmıştır (Basım, 2002, s. 15; Çevikel, 2004, s. 153; Gürcan, 1999, s. 46). Xn, günlük gazeteleri taramakta ve bu yayınlardan topladığı haber ve köşe yazılarını okuyuculara aktarmaktadır (Basım, 2002, s. 15). 1998 yılında yayın hayatına başlayan Net Gazete ise kendi haberlerini kendi üreten ilk haber sitesi olmuştur (Çevikel, 2004, s. 153).

2000’li yıllardan günümüze ise internet ve bilgisayar teknolojisinde çokça değişim yaşanmıştır. Günümüzde internetin ilkinde göre daha hızlı olması, bilgisayarların ve internetin kullanım oranının yükselmesi ve giderek tüm iş yapış biçimlerinin bilgisayar ve internet dolayımıyla yapılması bilgisayarlar ve interneti gündelik hayatın vazgeçilmezleri arasına koymuştur. Dolayısıyla tüm kitle iletişim araçlarının da birer internet sitesi bulunmaktadır. Bu durum çağın gereklerinin zorunlu bir koşulu olarak ifade edilebilir.

B. AMAÇ VE YÖNTEM

Aynı haberlerin farklı mecralardaki sunumu üzerine odaklanan bu makalenin ana amacı basılı gazeteler ile bu gazetelerin internet sitelerinde yer alan haberlerin nasıl sunulduğunu karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Bu anlamda basılı gazeteler ve internet sitelerinde yer alan aynı haberlerin benzerlikleri ve farklılıkları incelenmektedir. Araştırmada, hem basılı hem de internet gazetesi olarak yayınlanan gazetelerin her iki mecrada aynı habercilik pratiğini mi yoksa farklı bir habercilik pratiğini

mi uyguladıkları incelenmektedir. Bu amaç bağlamında araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

“İçerik analizi, yöntem olarak mevcut olan metinlerin nicel ve nitel boyutlarından hareketle, mevcut olmayan yani bilinmeyen sosyal gerçeğin bazı boyut ve kesitlerine yönelik birtakım bulguları elde etmeyi amaçlamaktadır” (Gökçe, 2006, s. 20). Bir başka açıdan, “İçerik çözümlemesi iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar (kategoriler) çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir” (Geray, 2014, s. 135). Akdenizli (2012, ss. 136-137) içerik analizinde araştırma hedefinin, sorusunun, evreninin ve uygun örneklemının belirlenerek çözümleme biriminin seçilmesi gerektiğini, sonrasında ise çözümlenecek içeriğin kategorilerinin oluşturularak içeriğin kodlanması ve verilerin çözümlenerek yorumlanması gerektiğini belirtmektedir. Bu araştırmada da bu sıralama benimsenmiştir.

Araştırmada tüm evrenin incelenmesi zaman ve maliyet nedeniyle mümkün değildir. Bu bağlamda örneklem alınmıştır. Bu araştırmada çalışmanın amacı doğrultusunda amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Çünkü yargısal örneklem olarak da ifade edilen amaçlı örnekleme, araştırmanın amacına uygunluk gözetilir ve örneklem araştırmacı tarafından belirlenir (Koçak & Arun, 2006, s. 26). Bir diğer ifadeyle, “Amaçlı örnekleme önceden tanımlanarak belirlenmiş amaca uygun birimler inceleme için seçilir” (Erdoğan, 2012, s. 210). Dolayısıyla, araştırma kapsamında Türkiye’de ulusal çapta günlük olarak yayınlanan tirajı en yüksek 10 gazete ve bu gazetelere bağlı internet siteleri ele alınmıştır. Araştırmada, her iki mecrada da yayınlanan aynı haberlerin ne gibi farklılıklar ve benzerlikler taşıdığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın uygulamasının yapıldığı zaman diliminde en güncel tiraj raporu 29 Kasım 2023 tarihinde yayınlanmıştır. Medya Takip Merkezi (2023) tarafından yayınlanan rapora göre Sabah, Hürriyet, Sözcü, Akşam, Milliyet, Türkiye, Posta, Yeni Akit, Takvim ve Karar gazeteleri tirajı en yüksek 10 gazete olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu gazeteler çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada incelenen aynı haberler örnekleme yer alan gazetelerin online versiyonları ile karşılaştırılmaktadır.

4-10 Aralık 2023 tarihinde gerçekleştirilen uygulamada basılı gazetelerin manşet ve manşete en yakın büyüklükte olan iki haberi gazetelerin online versiyonları ile karşılaştırılmıştır. Manşet, gazetenin en önem verdiği haberdır (Yüksel & Gürcan, 2005, s. 19). Gazetenin ilk sayfasında yer alan ve diğer haberlerden daha büyük yer verilen haberler aynı zamanda gazetenin bu haberlere daha çok önem verdiğini de göstermektedir. Bu nedenle basılı gazetelerde yer alan manşet ve manşete en yakın büyüklükte iki haber analiz kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın amaç ve soruları kapsamında oluşturulan kodlama cetveli¹ ile ilk olarak basılı gazetelerde yer alan haberlerin online versiyonlarda yer alma durumları, sonrasında ise gazetelerin hangi konuları haberleştirdikleri incelenmiştir. Her iki mecrada bulunan haberlerin başlık, spot, haber

¹ Bu çalışma için, 30.11.2023 tarihinde yayınlanan Sabah, Hürriyet, Türkiye ve Sözcü gazeteleri ile 01.12.2023 tarihinde yayınlanan Milliyet, Posta ve Takvim gazeteleri satın alma yolu ile elde edilmiş ve kodlama cetveli için ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışmada kodlama cetvelindeki soruların uygunluğu test edilmiş ve kodlama cetveli bu sonuçlara göre düzenlenmiştir.

gövdesi ve görselleri karşılaştırılmış, bu ögelerin her iki mecrada aynı ve farklı olma durumları analiz edilmiştir.

Yukarıda verilen bilgilerden hareketle bu araştırmanın soruları şunlardır:

- 1- İncelenen haberlerin her iki versiyonda bulunma durumları nedir?
- 2- İncelenen gazetelerde en çok hangi konu haberleştirilmiştir?
- 3- Aynı haberler her iki versiyonda nasıl sunulmuştur? Benzerlik ve farklılık durumları nedir?

Bu bağlamda, hem geleneksel olarak hem de internet mecrasından yayınlanan aynı haberlerin farklı bir habercilik pratiği ile mi yoksa aynı habercilik pratiği ile mi yayımlandığı araştırılmaktadır.

C. BULGULAR

4-10 Aralık 2023 tarihinde 10 gazete üzerinden yapılan haber analizi sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir. 7 günlük analiz sürecinde toplam 210 haber her iki mecrada da karşılaştırılmış ancak toplam 179 haberin her iki mecrada yer aldığı tespit edilmiştir. Karar gazetesinde ise 1 haberin devamı, sayfa numarası belirtilmesine rağmen gazetenin iç sayfasında hatalı olarak yer almamıştır. Bu haber, iç sayfa kodlamalarında analiz dışında tutulmuştur.

Tablo 1’de, incelenen haberlerin her iki versiyonda bulunma durumları gösterilmektedir. Sözcü gazetesi dışında diğer gazetelerin çoğunlukla incelenen haberlerini her iki versiyonda yayınladıkları tespit edilmiştir. Sözcü gazetesi ise basılı gazetesinde en önemli haber olarak okuyucusuna sunduğu manşet ve manşete en yakın büyüklükte haberlerin yüzde 47,6’sını online versiyonunda yayınlamıştır. Bu bağlamda Sözcü gazetesi diğer gazetelerden farklı bir noktada yer almaktadır. Karar, Posta, Akşam, Hürriyet, Yeni Akit ve Milliyet gazetelerinde ise diğer gazetelerden farklı olarak bazı haberlerin her iki versiyonda yer almadığı saptanmıştır. Bu kapsamda Karar gazetesinde yüzde 28,6 oranında, Posta gazetesinde yüzde 23,8 oranında, Akşam gazetesinde yüzde 19 oranında, Hürriyet gazetesinde yüzde 9,5 oranında, Yeni Akit gazetesinde yüzde 9,5 oranında ve Milliyet gazetesinde yüzde 4,8 oranında haber, gazetelerin online mecrasında yer almamıştır.

Tablo 1. Haberlerin Online Versiyonda Bulunma Durumu

Gazeteler	Yer Almıştır		Yer Almamıştır		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Sabah	21	100	0	0,0	21	10
Hürriyet	19	90,5	2	9,5	21	10
Sözcü	10	47,6	11	52,4	21	10
Akşam	17	81	4	19,0	21	10
Milliyet	20	95,2	1	4,8	21	10
Türkiye	21	100	0	0,0	21	10
Posta	16	76,2	5	23,8	21	10
Y. Akit	19	90,5	2	9,5	21	10
Takvim	21	100	0	0,0	21	10
Karar	15	71,4	6	28,6	21	10
TOPLAM	179	85,2	31	14,8	210	100

Araştırma kapsamında her bir gazetede hangi konuların öne çıktığı incelenmiştir. 4-10 Aralık 2023 tarihinde yapılan inceleme sonucunda Posta gazetesi dışındaki tüm gazetelerde İsrail-Filistin Savaşı

konusundaki haberler en çok haberleştirilen konu olarak öne çıkmıştır. Sabah gazetesinde yüzde 52,3 oranında en çok İsrail Filistin Savaşı konusu haberleştirilirken ikinci sırada en çok (%9,5) Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Yunanistan ve Katar ziyaretleri haberleştirilmiştir. Hürriyet gazetesinde en çok (%23,8) İsrail-Filistin Savaşı konusu, ikinci sırada ise Seçil Erzan (%14,3) konusu haberleştirilmiştir. Sözcü gazetesi en çok (%14,3) İsrail-Filistin Savaşı konusunu haberleştirirken gazetede yüzde 9,5 oranında yerel seçimlerle ilgili konular ve yüzde 9,5 oranında kira artışları ile ilgili konular haberleştirilmiştir. Akşam gazetesi yüzde 42,9 oranında İsrail-Filistin Savaşını en çok haberleştirmiş, yüzde 9,5 oranında ise 4 Aralık 2023 tarihinde Gemlik'te meydana gelen deprem konusunu haberleştirmiştir. Milliyet gazetesi en çok (%33,3) İsrail-Filistin Savaşı konusunda haber yayınlarken ikinci sırada (%19) Seçil Erzan konusunda haber yayınlamıştır. Türkiye gazetesi en çok (%38,1) İsrail-Filistin Savaşı konusunu haberleştirmiştir. İkinci sırada ise (%9,5) Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Yunanistan ziyareti ile Dilan Polat (%9,5) konuları öne çıkmıştır. Posta gazetesinde yapılan incelemede gazetenin yüzde 33,3 oranında oyuncu veya mankenlerin yer aldığı "ünlüler" konusunda haber yayınladığı tespit edilmiştir. İkinci sırada ise yüzde 9,5 oranında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Yunanistan ziyareti ve yüzde 9,5 oranında deprem konusunu haberleştirdiği gözlemlenmiştir. Yeni Akit gazetesi en çok (%38,1) İsrail Filistin Savaşı konusunu haberleştirmiş yüzde 14,3 oranı ile de CHP-İyi Parti iş birliği konusunda haber yayınlamıştır. Takvim gazetesinde en çok (%19) İsrail-Filistin Savaşı konusuna yer verilirken ikinci sırada (%14,3) Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Yunanistan ve Katar ziyareti haberleştirilmiştir. Karar gazetesinde ise yüzde 42,9 oranında İsrail-Filistin Savaşı konusu en çok haberleştirilen konu olmuş, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Yunanistan ziyareti yüzde 9,5; Seçil Erzan konusu yüzde 9,5 ve Somali Cumhurbaşkanı'nın oğlunun yapmış olduğu trafik kazası haberi yüzde 9,5 oranında haber konusu olmuştur.

Tablo 2'de basılı gazetelerin ilk sayfası ile online versiyonların ana sayfasındaki başlıklar karşılaştırılmaktadır. Türkiye (%52,4) ve Yeni Akit (%52,6) gazeteleri çoğunlukla her iki versiyonda aynı ana başlığı kullanırken diğer gazeteler çoğunlukla farklı başlıkları her iki versiyonlarında tercih etmişlerdir. "Bulunmuyor" kategorisi ise online versiyonlarda "ara" butonuyla da bulunamayıp internet üzerinden anahtar kelime girişi ile bulunan haberleri ifade etmektedir.

Tablo 2. Haberlerin Ana Başlıklarının Karşılaştırılması

Gazeteler	İlk Gösterim (Ana sayfa)						Toplam	
	Aynı		Farklı		Bulunmuyor			
	n	%	n	%	n	%	n	%
Sabah	4	19,0	17	81,0	0	0,0	21	11,7
Hürriyet	5	26,3	14	73,7	0	0,0	19	10,6
Sözcü	1	10,0	6	60,0	3	30,0	10	5,6
Akşam	7	41,2	9	52,9	1	5,9	17	9,5
Milliyet	7	35,0	13	65,0	0	0,0	20	11,2
Türkiye	11	52,4	9	42,8	1	4,8	21	11,7
Posta	3	18,8	13	81,2	0	0,0	16	8,9
Y. Akit	10	52,6	9	47,4	0	0,0	19	10,6
Takvim	9	42,9	12	57,1	0	0,0	21	11,7
Karar	7	46,7	8	53,3	0	0,0	15	8,4
TOPLAM	64	35,8	110	61,4	5	2,8	179	100,0

Bu kapsamda Sözcü gazetesinin 3 haberi, Akşam ve Türkiye gazetesinin ise 1'er haberi internetteki aramalar ile bulunmuştur. Dolayısıyla online versiyonlardaki ilk gösterim başlıkları tespit edilememiştir. Gazeteler çoğunluk olarak farklı başlıklar tercih etse de aynı başlıkların kullanımı da önemli orandadır. Bu kapsamda Milliyet gazetesi yüzde 35 oranında, Akşam gazetesi yüzde 41,2 oranında, Takvim gazetesi yüzde 42,9 oranında ve Karar gazetesi yüzde 46,7 oranında haberde aynı başlıkları her iki mecrada kullanmıştır.

Tablo 3'te basılı gazetelerin iç sayfa başlıkları ile online versiyonun tıklanınca gidilen sayfa başlıkları analiz edilmiştir. Yani her iki mecranın devam sayfa başlıkları incelenmiştir. Karar gazetesinin hatalı olan iç sayfa haberi analiz dışında tutulmuştur. Hürriyet ve Milliyet gazeteleri her iki mecrada çoğunlukla aynı devam başlıklarını kullanmışlardır. Sözcü gazetesinde her iki mecrada aynı kullanılan devam sayfa başlıklarının oranı yüzde 50 olarak tespit edilmiştir. Diğer gazetelerin ise çoğunlukla farklı devam sayfa başlıklarını her iki versiyonda da kullandığı gözlemlenmiştir. Ancak, Sabah (%38,1), Akşam (%47,1) ve Türkiye (%38,1) gazetelerinde önemli oranlarda aynı haber başlıklarının kullanıldığı saptanmıştır.

Tablo 3. Basılı Gazete Devam Sayfa Başlıklarının Online Devam Sayfa ile Karşılaştırılması

Gazeteler	Tıklanınca Gidilen Sayfa				Toplam	
	Aynı		Farklı		n	%
	n	%	n	%		
Sabah	8	38,1	13	61,9	21	11,8
Hürriyet	15	78,9	4	21,1	19	10,7
Sözcü	5	50,0	5	50,0	10	5,6
Akşam	8	47,1	9	52,9	17	9,6
Milliyet	13	65,0	7	35,0	20	11,2
Türkiye	8	38,1	13	61,9	21	11,8
Posta	4	25,0	12	75,0	16	9,0
Y. Akit	1	5,3	18	94,7	19	10,7
Takvim	1	4,8	20	95,2	21	11,8
Karar	1	7,1	13	92,9	14	7,9
TOPLAM	64	36,0	114	64,0	178	100,0

Tablo 4'te haberlerde kullanılan spotların her iki mecrada aynı ve farklı yapılandırılma durumları gösterilmektedir. Spotlar her iki mecrada da yer almışsa karşılaştırılmıştır. Bu nedenle toplam 162 haberde her iki mecrada da spot olduğu tespit edilmiştir. Sözcü gazetesi çoğunlukla her iki versiyonunda farklı spotlar kullanmayı tercih etmiştir. Diğer gazeteler ise basılı ve online versiyonlarında çoğunlukla aynı spotları kullanmışlardır. Yeni Akit gazetesinin aynı spot kullanım oranı yüzde 50 olarak tespit edilmiştir. Sabah (%47,4), Türkiye (%40), Posta (%41,7) ve Karar (%42,9) gazetesinde çoğunluk olmasa da önemli oranlarda farklı spot kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 5'te gazetelerde kullanılan haber gövdelerinin aynı ve farklı olma durumları karşılaştırılmaktadır. Karar gazetesinin hatalı olan haberi analiz dışında tutulmuştur. Posta gazetesi çoğunlukla her iki mecrasında farklı haber gövdesi kullanmayı tercih etmiştir. Sözcü ve Karar gazetelerinde ise farklı haber gövdesi oranı yüzde 50 olarak ölçülmüştür. Diğer gazetelerde ise çoğunlukla her iki versiyonda aynı haber gövdelerinin kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4. Spotların Aynı ve Farklılıklarına Göre Karşılaştırılması

Gazeteler	Aynı		Farklı		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Sabah	10	52,6	9	47,4	19	11,7
Hürriyet	14	73,7	5	26,3	19	11,7
Sözcü	3	37,5	5	62,5	8	4,9
Akşam	13	76,5	4	23,5	17	10,5
Milliyet	15	88,2	2	11,8	17	10,5
Türkiye	12	60,0	8	40,0	20	12,3
Posta	7	58,3	5	41,7	12	7,4
Y. Akit	8	50,0	8	50,0	16	9,9
Takvim	13	65,0	7	35,0	20	12,3
Karar	8	57,1	6	42,9	14	8,6
TOPLAM	103	63,6	59	36,4	162	100,0

Tablo 5. Haber Gövdelerinin Karşılaştırılması

Gazeteler	Online Versiyonda					
	Aynı		Farklı		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Sabah	13	61,9	8	38,1	21	11,8
Hürriyet	14	73,7	5	26,3	19	10,7
Sözcü	5	50,0	5	50,0	10	5,6
Akşam	12	70,6	5	29,4	17	9,6
Milliyet	14	70,0	6	30,0	20	11,2
Türkiye	17	81,0	4	19,0	21	11,8
Posta	6	37,5	10	62,5	16	9,0
Y. Akit	13	68,4	6	31,6	19	10,7
Takvim	16	76,2	5	23,8	21	11,8
Karar	7	50,0	7	50,0	14	7,9
TOPLAM	117	65,7	61	34,3	178	100,0

Tablo 6’da görseller içerik olarak karşılaştırılmaktadır. Gazetelerin online versiyonunda 4 haberde fotoğraf kullanılmamış, Karar gazetesinin 1 hatalı haberi de analiz dışı bırakılmıştır. Bu nedenle toplam 174 haber üzerinden analiz yapılmıştır. İncelenen haberlerin bazılarında aynı görseller kullanılmasına rağmen bir ya da iki görselin eksik veya fazla olarak online versiyonda yer aldığı görülmüştür. Bu durumdaki haberler tabloda bulunan “Aynı ve Ek Görsel” kategorisine kaydedilmiştir. Tablodaki bilgiler doğrultusunda Türkiye gazetesinin çoğunlukla her iki mecrada farklı görseller kullandığı tespit edilmiştir. Karar gazetesinde ise yüzde 50 oranında farklı görseller kullanıldığı saptanmıştır. İncelenen diğer gazetelerin çoğunlukla “Aynı” ve “Aynı ve Ek” görselleri her iki mecrasında da kullandıkları gözlemlenmiştir. Sabah (%47,6) gazetesinde çoğunluk olmasa da önemli oranda farklı görsellerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 6. Görsellerin İçeriklerinin Karşılaştırılması

Gazeteler	Online Versiyon							
	Aynı		Aynı ve Ek Görsel		Farklı		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Sabah	3	14,3	8	38,1	10	47,6	21	12,1
Hürriyet	12	66,7	5	27,8	1	5,6	18	10,3
Sözcü	2	22,2	6	66,6	1	11,1	9	5,2
Akşam	6	35,3	8	47,1	3	17,6	17	9,8
Milliyet	9	45,0	4	20,0	7	35,0	20	11,5
Türkiye	1	5,0	7	35,0	12	60,0	20	11,5
Posta	5	31,3	6	37,5	5	31,3	16	9,2
Y. Akit	8	44,4	3	16,7	7	38,9	18	10,3
Takvim	4	19,0	11	52,4	6	28,6	21	12,1
Karar	0	0,0	7	50,0	7	50,0	14	8,0
TOPLAM	50	28,7	65	37,4	59	33,9	174	100

Sonuç ve Değerlendirme

Tarihsel süreçte kitle iletişim araçları çeşitli değişim ve dönüşümler geçirerek günümüzdeki halini almışlardır. Gazeteler de bu değişim ve dönüşümden etkilenmişlerdir. Teknik ilerlemeler ve toplumsal alanda yaşanan gelişmeler gazetelerin yeni bir niteliğe bürünmesini ve giderek daha çok kitleselleşmesini sağlamıştır. Dünyada bilgisayarların ve internetin keşfedilmesi ve sonrasında giderek yaygınlaşmasıyla birlikte tüm kitle iletişim araçları aynı zamanda internet ortamındaki yerlerini de almışlardır. Gazeteler de bu kitle iletişim araçlarından bir tanesidir.

Türkiye’de özellikle 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren günümüzde de yayınlanan birçok gazetenin internet sitesi oluşturulmuştur. Ancak, bu gazetelerde geleneksel için hazırlanan içerikler aynı şekilde internete aktarılmıştır (Aziz, 2016, s. 157; Gürcan, 1999, s. 161). Günümüzde, internet oldukça yaygın ve 1990’lı yıllara göre daha farklı bir noktada yer almaktadır. Bu bağlamda tüm gazetelerin aynı adla yayın yapan internet gazeteleri, yani online versiyonları da bulunmaktadır. Bu çalışmada aynı adla her iki mecrada yer alan gazetelerde aynı haberlerin nasıl sunulduğu incelenmektedir. Dolayısıyla aynı haberler incelenerek basılı gazeteler ve gazetelerin online versiyonları karşılaştırılmıştır.

“İncelenen haberlerin her iki versiyonda bulunma durumları nedir?” sorusu araştırmanın cevap aradığı sorulardan biridir. Yapılan inceleme sonucunda gazetelerin büyük oranda (%85,2) aynı haberleri hem basılı hem de internet sitesinde yayınladığı görülmüştür. Aynı haberlere her iki mecrada yer vermeyen gazeteler de bulunmuştur. Sözcü gazetesinin incelenen haberlerinden basılı versiyonunda yayınladığı haberlerin yarısından fazlasını (%52,4) online versiyonunda yayınlamadığı görülmüştür. Bu anlamda Sözcü gazetesinin genelin dışına çıktığı ve diğer gazetelerden farklı bir eğilim içerisinde olduğu söylenebilir. Basılıda yer alan en önemli haberlerin gazetenin online versiyonunda yayınlanmaması gazetenin her iki mecrada farklı bir habercilik eğilimi içerisinde olduğunu da göstermektedir.

Araştırmada “İncelenen gazetelerde en çok hangi konu haberleştirilmiştir?” sorusuna da cevap aranmıştır. Gazetelerde genel olarak İsrail-Filistin savaşı konusu en çok haberleştirilen konu olmuştur.

Ancak bu genellemenin dışına Posta gazetesi çıkmıştır. Posta gazetesinde çoğunlukla manken ve şarkıcıların yer aldığı “ünlüler” haber konusu olmuştur.

Dünyada her gün binlerce olay gerçekleşmektedir. Ancak her bir olayın gazetelerde yer alması için belirli kriterleri karşılması gerekmektedir. Bu kriterler gazetenin yayın politikası kapsamında değişiklik gösterse de üzerinde uzlaşılan ortak haber değerleri bulunmaktadır. Araştırma sonucunda en çok İsrail-Filistin Savaşı konusu haberleştirilmiştir. Savaş konusu, Dünyada hem devletler hem de insanlar açısından önemli konular arasında yer almaktadır. Bu nedenle medyanın savaş konusunu haberleştirilmesi beklenir. Ancak, İsrail-Filistin Savaşı konusu Türkiye açısından başkaca bir öneme de sahiptir. Bu kapsamda, araştırma sonucunda ilk sırada bulunan konu Tokgöz (2022, s. 235)'ün çalışmasında belirtilen “yakınlık” kriteri ile uyumluluk göstermektedir. Çünkü Türkiye’de yaşayan insanlar çoğunlukla Filistin’de yaşayan insanlarla inanç ve kültürel anlamda yakınlık içerisindedirler. Türkiye’nin coğrafi olarak savaşın yaşandığı bölgeye yakın olması da konuyu önemli hale getirmektedir. Bu nedenlerden dolayı İsrail-Filistin savaşı konusunun en çok haberleştirilen konu olması olağandır.

Posta gazetesinin en çok haberleştirdiği konunun “ünlüler” olması ise gazetenin yayın politikası ile açıklanabilir. Ernek Alan (2011) yapmış olduğu çalışmada Posta gazetesinin tam anlamıyla ne bir fikir ne de bir bulvar gazetesi olduğunu ifade etmektedir. Ernek Alan’ın çalışmasının yapıldığı 2011 döneminde gazetenin sahipliği Doğan Yayın Holding bünyesindeydi. Ancak 2018 yılında Posta gazetesi el değiştirilerek Demirören Holding bünyesine girmiştir (Sözcü, 2018). Buna karşın gazetenin yayın politikasında bir değişiklik olduğu söylenemez. Aynı haberlerin incelendiği bu araştırmanın sonuçları da gazetenin yayın politikasının değişmediğini kanıtlamaktadır. Dolayısıyla inceleme yapılan dönemde magazin içeriklerinin birinci sırada yer alması gazetenin yayın politikası ile açıklanabilir. Ancak gazetenin yayın politikasının tam manasıyla tespit edilmesi için ileri çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Araştırmanın odaklandığı bir diğer soru ise “*Aynı haberler her iki versiyonda nasıl sunulmuştur? Benzerlik ve farklılık durumları nedir?*” sorusudur. Bu kapsamda aynı haberlerin her iki versiyonda başlıkları, devam sayfa başlıkları, spot, haber gövdesi ve görselleri incelenmiştir. İncelenen haberler kapsamında gazetelerin çoğunlukla (Türkiye ve Yeni Akit dışında) her iki mecrada farklı ana başlıklar kullanmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Türkiye ve Yeni Akit gazeteleri ise çoğunlukla her iki mecrada aynı başlıkları kullanmışlardır. Hürriyet ve Milliyet dışındaki diğer gazetelerde devam sayfa başlıkları çoğunlukla farklı olarak yapılandırılmıştır. Hürriyet ve Milliyet gazeteleri ise her iki mecrada çoğunlukla aynı devam sayfa başlıklarını kullanmışlardır. Sözcü gazetesinde ise farklı yapılandırılan devam sayfa başlıklarının oranı yüzde 50 olarak tespit edilmiştir. Bu istisnalar dışında gazetelerin çoğunlukla her iki mecrada farklı başlık kullandıkları saptanmıştır.

Spotların karşılaştırılmasında Sözcü gazetesi dışındaki diğer gazetelerde çoğunlukla aynı spotların her iki mecrada kullanıldığı gözlemlenmiştir. Yeni Akit gazetesinde aynı spotların oranı yüzde 50 olarak bulunmuştur. Sözcü gazetesinde ise çoğunlukla her iki mecrada farklı spotlar kullanılmıştır. Bu istisnalar dışında gazetelerin çoğunlukla aynı spotları her iki mecrada da kullandıkları saptanmıştır.

Sözcü, Karar ve Posta gazetesi dışında gazetelerin çoğunlukla aynı haber gövdelerini her iki mecrada da kullandıkları tespit edilmiştir. Sözcü gazetesinde farklı kullanılan haber gövdelerinin oranı

yüzde 50'dir. Karar gazetesinde de %50 oranında her iki mecrada farklı haber gövdesi kullanılmıştır. Posta gazetesi ise yüzde 62,5 oranında her iki mecrada farklı haber gövdelerini tercih etmiştir. Bu istisnalar dışında gazeteler her iki mecrada çoğunlukla aynı haber gövdelerini kullanmışlardır.

Türkiye ve Karar gazeteleri dışında gazetelerin her iki mecrada çoğunlukla aynı görselleri kullandıkları saptanmıştır. Türkiye gazetesi yüzde 60 oranında her iki mecrada farklı görseller tercih etmiştir. Karar gazetesinde farklı görselleri bulunan haberlerin oranı yüzde 50'dir. Bu istisnalar dışında gazetelerin çoğunlukla aynı görselleri her iki versiyonda da kullandıkları tespit edilmiştir.

Yukarıda bahsedilen istisnalar dışında gazetelerin (Sözcü, Karar ve Posta gazetesi dışında) çoğunlukla her iki mecrasında aynı haberleri aynı şekilde yayınladıkları gözlemlenmiştir. Çoğunlukla aynı görselleri her iki mecrasında kullanan Sözcü gazetesinin yarıdan fazla haberini online versiyonda yayınlamaması, her iki mecrada yayınladığı haberlerin ise başlıkları, devam sayfa başlıkları (%50 farklı), spotları ve haber gövdelerini (%50 farklı) çoğunlukla farklı kullanması nedeniyle her iki mecrada farklı bir habercilik eğilimi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Posta gazetesi ise her iki mecrasında farklı başlık, farklı devam sayfa başlığı ve farklı haber gövdesi kullanarak farklı bir habercilik pratiği uygulamaktadır. Ancak Posta gazetesinin de her iki mecrada çoğunlukla aynı spot ve aynı görselleri kullandığı gözlemlenmektedir. Bu anlamda kısmen farklı bir eğilim içerisinde olduğu söylenebilir. Çoğunlukla aynı spotları her iki mecrada kullanan Karar gazetesi ise çoğunlukla farklı başlık, farklı devam sayfa başlıkları, yüzde 50 oranında farklı haber gövdeleri ve yüzde 50 oranında farklı görselleri her iki mecrasında kullanarak kısmen her iki mecrada farklı bir habercilik pratiği benimsemiştir. Karar gazetesi ilk olarak internet mecrasında yayınlanmaya başlamış, sonrasında (2016) ise basılı gazetesini çıkarmıştır (T24, 2016). İlk olarak internet gazetesi olarak ortaya çıkan Karar gazetesi bu yönü ile de diğer gazetelerden farklılaşmaktadır.

Sabah gazetesinin başlık ve devam sayfa başlıkları çoğunlukla farklı iken gazetenin spot, haber gövdesi ve görselleri her iki mecrada çoğunlukla aynı yapılandırılmıştır. Bu bağlamda Sabah gazetesinin sadece başlıklar düzeyinde farklı bir eğilim içerisinde olduğu ancak diğer unsurlarda aynı habercilik eğilimi içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Hürriyet gazetesinin sadece ana başlıkları farklıdır. Devam sayfa başlıkları, spotları, haber gövdeleri ve görselleri çoğunlukla her iki mecrada aynı yapılandırılmıştır. Bu bağlamda Hürriyet gazetesi çoğunlukla aynı haberleri her iki mecrada aynı yapılandırmıştır. Dolayısıyla Hürriyet gazetesinin çoğunlukla her iki mecrada aynı habercilik eğilimi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Akşam gazetesinin başlıkları ve devam sayfa başlıkları çoğunlukla farklı ancak spot, haber gövdesi ve görselleri çoğunlukla her iki mecrada da aynı yapılandırılmıştır. Bu bağlamda Akşam gazetesinin sadece başlıklar düzeyinde her iki mecrada farklı bir eğilim sergilediği ancak diğer unsurlarda aynı haberlerin her iki mecrada çoğunlukla aynı olarak yayınladığı saptanmıştır.

Milliyet gazetesinin her iki versiyonda sadece ana başlıkları farklı yapılandırılmış, devam sayfa başlıkları, spotlar, haber gövdeleri ve görselleri ise çoğunlukla aynı olarak yer almıştır. Bu bağlamda Milliyet gazetesinin her iki mecrada da çoğunlukla aynı habercilik pratiği içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Türkiye gazetesi, çoğunlukla aynı başlık, aynı spot, aynı haber gövdelerini her iki mecrasında kullanmıştır. Ancak devam sayfa başlıkları ve görselleri çoğunlukla farklı kullanmıştır. Bu kapsamda Türkiye gazetesinin her iki mecrada çoğunlukla aynı habercilik pratiği sergilediği gözlemlenmiştir. Yeni

Akit gazetesi sadece devam sayfa başlıklarını çoğunlukla farklı kullanmış ancak gazetenin çoğunlukla aynı başlık, yüzde 50 oranında aynı spot, çoğunlukla aynı haber gövdeleri ve aynı görsellerle her iki mecrada çoğunlukla aynı habercilik pratiği içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Takvim gazetesi başlıklar düzeyinde her iki mecrada farklılaşmış ancak spot, haber gövdesi ve görselleri çoğunlukla her iki mecrada aynı kullanması ile her iki mecrada çoğunlukla aynı habercilik pratiği sergilemiştir.

Aynı haberlerin gazetelerin basılı ve online versiyonlarında nasıl sunulduğuna odaklanan bu makalede yukarıda bahsi geçen istisnalar dışında çoğunlukla farklı bir habercilik pratiğinin ortaya konulmadığı ifade edilebilir. Bu kapsamda gazetelerin her iki mecrayı farklı okuyucu kitlesi olan farklı mecralar olarak benimseyip her iki mecrada aynı haberleri tüm öğeleri ile farklı şekillerde yayınlaması gerektiği düşünülmektedir. Haber çeşitliliği açısından basılı gazetelerde bulunan haberlerin çoğunlukla (Sözcü gazetesi dışında) online versiyonlarda da yer alması olumlu değerlendirilmektedir. Ancak her iki versiyonda haberlerin (başlıklar dışında) çoğunlukla aynı şekilde yayınlanması olumsuz değerlendirilmektedir.

Sözcü, Akşam ve Türkiye gazetelerinin Tablo 2’de belirtilen oranlarda haberlerine online versiyonlarında ulaşılamamış, bu haberler internetteki arama motorları aracılığıyla bulunmuştur. Bu nedenle bahsi geçen gazetelerin internet sitelerindeki “ara” butonlarının daha işlevsel hale getirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Araştırma ulusal, günlük yayınlanan gazeteler ve bu gazetelerin internet siteleri üzerinden yapılan inceleme ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada basılı gazetelerin en önemli 3 haberi incelenmiş ve bu haberler online gazetelerdeki sunumları ile karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda analizin yapıldığı dönemde Türkiye basınında hangi konuların gazetelerde yer aldığı, aynı haberlerin basılı ve online versiyonlarda hangi noktalarda farklılaştığı ve benzeştiği bakımından literatüre güncel ve özgün katkı sunmaktadır. Araştırmacılar açısından, yerel basının da bu bağlamda incelendiği güncel araştırmalar yapılabilir.

Etik Kurul İzni

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma gurubunda yer almamaktadır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar, makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları, aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



Kaynakça

- Adamson, G. (2002). Internet futures: A public good or profit centre?. *Science as Culture*, 11(2), 257-275. <https://doi.org/10.1080/09505430220137270>
- Akdenizli, B. (2012). Gazete haberciliğinde içerik çözümleme yöntem ve tekniği: Sunum ve temsil üzerine bir uygulama. İçinde Ö. Güllüoğlu (Ed.), *Yazılı metin çözümleme* (ss. 133-162). Ütopya Yayınları.
- Akın, C. (1996). *Her yönüyle internet*. Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Akşin, S. (2004). *Ana çizgileriyle Türkiye'nin yakın tarihi* (5. Baskı). İmaj Yayıncılık.
- Aziz, A. (2016). *İletişime giriş* (5. Baskı). Hiperlink Yayınları.
- Balcı, E. V. (2010). *Haber değer etmenleri açısından geleneksel ve internet gazeteciliğinin karşılaştırması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baldini, M. (2000). *İletişim tarihi* (Çev. G. Batuş). Avcıol Basım Yayın.
- Barbier, F., & Lavenir, C. B. (2001). *Diderot'dan internete medya tarihi* (Çev. K. Eksen). Okyanus Yayınları.
- Basım, N. (2002). Aaa bilgisayarlar aralarında konuşuyor. İçinde S. Yedig ve H. Akman (Haz.), *İnternet çağında gazetecilik* (ss. 13-25). Metis Yayınları.
- Birsen, H. (2000). *Geleneksel gazete ve sanal gazete ortamlarında haber sunumunun farklılığı konusunda bir araştırma: Milliyet, Sabah, Zaman, Cumhuriyet gazeteleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet gazeteciliğinin medya dünyası içindeki rolü ve ekonomik boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 27-46. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/25223/266660>
- Bulunmaz, B. (2017). *İletişim medya ve gazetecilik*. Der Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, ağ toplumunun yükselişi* (Çev. E. Kılıç, Birinci Cilt). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 123-149.
- Çevikel, T. (2004). Türkçe haber siteleri ve Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişimini sınırlayan faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (1), 147-163. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7378/96593>
- Çilek, E. (2019). Haber değeri kriterlerinin geleneksel ve yeni medya bağlamında karşılaştırılması: Hürriyet gazetesi ve ensonhaber.com örneği. *Yeni medya*, 2019(6), 1-19.
- d'Haenens, L., Jankowski, N., & Heuvelman, A. (2004). News in online and print newspapers: Differences in reader consumption and recall. *New Media & Society*, 6(3), 363-382. <https://doi.org/10.1177/1461444804042520>
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak* (4. Baskı). Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi* (3. Baskı). Erk Yayınları.
- Ernek Alan, G. A. (2011). Bir başarı öyküsü: Hakkında çok konuşulan gazete -"Posta". *Marmara İletişim Dergisi* (18), 1-14. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/233136>

- Geray, H. (2003). Eski ve yeni: Medyadaki senaryolar ve medya çalışanları üzerine senaryolar. İçinde L. D. Tılıç (Der.), *Türkiye’de gazetecilik eleştirel bir yaklaşım* (ss. 414-434). ÇGD Yayınları.
- Geray, H. (2014). *İletişim alanından örneklerle toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Umuttepe Yayınları.
- Gezgin, S. (2002). Geleneksel basın ve internet gazeteciliği. İçinde S. Yedig ve H. Akman (Haz.), *İnternet çağında gazetecilik* (ss. 29-36). Metis Yayınları.
- Ghersetti, M. (2014) Still the same?. *Journalism Practice*, 8(4), 373-389. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.813201>
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi kuramsal ve pratik bilgiler*. Siyasal Kitabevi.
- Gönenç, E. Ö. (2012). İnternet ve Türkiye’deki gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi/Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (16), 87-98. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuifd/issue/22881/244683>
- Gürcan, H. İ. (1999). *Sanal gazetecilik*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürkan, P. S. (2002). *İnternet gazeteciliğinin geleneksel medya yapısı üzerine etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnuğur, M. N. (2005). *Basın ve yayım tarihi* (5. Baskı). Der Yayınları.
- Jacobi, C., Kleinen-von Königsłow, K., & Ruigrok, N. (2016). Political news in online and print newspapers: Are online editions better by electoral democratic standards?. *Digital Journalism*, 4(6), 723-742. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1087810>
- Kazaz, M. (2013). Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş sürecinde spor basını. *Selçuk İletişim*, 4(4), 220-229. <https://doi.org/10.18094/si.45955>
- Keefer, A., & Baiget, T. (2001). How it all began: A brief history of the internet. *VINE*, 31(3), 90-95. <https://doi.org/10.1108/03055720010804221>
- Kılıç, S. (2015). *Türkiye’de geleneksel gazetecilik anlayışına alternatif bir yaklaşım: İnternet gazeteciliği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/177956>
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı’dan günümüze Türkiye’de basın*. İletişim Yayınları.
- Koloğlu, O. (2020). *Osmanlı’dan 21. yüzyıla basın tarihi*. Pozitif Yayınevi.
- Medya Takip Merkezi (2023, Kasım 29). *20 Kasım 2023-26 Kasım 2023 27.11.2023*, 929. sayı, 18. yıl. <https://medyatakup.com.tr/nd/20-kasim-2023-26-kasim-2023-27112023-929-sayi-18-yil-163.html>
- Özdemir, M., & İlhan, E. (2012). Geleneksel ve internet gazeteciliğinde haber ve fotoğraf kullanımı: Milliyet örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 807-816. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/313605>
- Özgen, M. (2012). İnternet ve Türkiye’de internet gazeteciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (10), 57-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22879/244592>

- Özgit, A., & Çağiltay, K. (1996). *Türkiye’de internet: Dünü, bugünü, yarını* (Yayımlanmamış rapor). ODTÜ-BİDB 1996.
[https://www.academia.edu/11442412/T%C3%BCrkiye_de_Internet_D%C3%BCn%C3%BCn%C3%BC_Bug%C3%BCn%C3%BC_Yar%C4%B1n%C4%B1?auto=download](https://www.academia.edu/11442412/T%C3%BCrkiye_de_Internet_D%C3%BCn%C3%BC_Bug%C3%BCn%C3%BC_Yar%C4%B1n%C4%B1?auto=download)
- Reich, Z. (2015). Comparing news reporting across print, radio, television and online. *Journalism Studies*, 17(5), 552-572. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1006898>
- Ryan, J. (2019). *İnternetin geçmişi ve dijital gelecek* (Çev. B. Keleş). Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu.
- Sönmez, M. (2003). Türkiye medyasında yeni sahiplik yapısı, cepheler ve profiller. İçinde L. D. Tılıç (Der.), *Türkiye’de gazetecilik eleştirel bir yaklaşım* (ss. 107-131). ÇGD Yayınları.
- Sözcü. (2018, Nisan 6). *Doğan Medya 916 milyon dolara satıldı*.
<https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/dogan-medya-916-milyon-dolara-satildi-2335013/>
- Şapolyo, E. B. (1969). *Türk gazetecilik tarihi ve her yönü ile basın*. Güven Matbaası.
- T24. (2016, Mart 7). *İktidara yakın medyadaki çatlaktan Karar çıktı*. <https://t24.com.tr/haber/iktidara-yakin-medyadaki-catlaktan-karar-cikti,331097>
- Tokgöz, O. (2022). *Temel gazetecilik* (15. Baskı). İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut’tan holdinglere Türk basın tarihi* (2. Baskı). Remzi Kitabevi.
- von Krogh, T., & Andersson, U. (2016). Reading patterns in print and online newspapers: The case of the Swedish local morning paper VLT and online news site vlt.se. *Digital Journalism*, 4(8), 1058-1072.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1111158>
- Weik, M. H. (1961). The eniac story. *Ordnance*, 45(244), 571-575. <http://www.jstor.org/stable/45363261>
- Yolcu, Ö. (2011). Gazetelerin basılı sürümlerindeki fotoğrafların online sürümlerindeki fotoğraflarla karşılaştırılması: Cinsiyet ve mesleki temsil açısından. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (40), 143-162.
- Yüksel E., & Gürcan H. İ. (2005). *Haber toplama ve yazma*. Tablet.

Makalenin Üretildiği Tezin Kaynağı

Bilgiler, L. (2024). *Haberlerin farklı mecralardaki sunumu: Basılı gazeteler ve internet sitelerinin karşılaştırmalı analizi* (Hazırlanmakta olan doktora tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Araştırmada İncelenen Gazeteler

Bu araştırmada Akşam, Hürriyet, Karar, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü, Takvim, Türkiye ve Yeni Akit gazetelerinin, 4-10 Aralık 2023 tarihlerindeki sayıları incelenmiştir.

