

# **Online Gazetelerin Kullanımı ve Doyum Sorunsalı: Kuzey Kıbrıs Örneği**

**Erkan Burak Sevinç**

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne İletişim ve Medya  
Çalışmaları Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi  
Eylül 2019  
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

---

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy  
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdür Vekili

Bu tezin İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

---

Doç. Dr. Agah Gümüş  
İletişim Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

---

Doç. Dr. Metin Ersoy  
Tez Danışmanı

---

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Bahire Efe Özad

2. Doç. Dr. Tutku Akter Gökaşan

3. Doç. Dr. Metin Ersoy

## ÖZ

Gelişen teknolojiyle birlikte geleneksel medya da payını almış ve bir dizi değişimler göstermiştir. Basılı gazeteler varlığını devam ettirirken gelişen teknoloji ile beraber gazeteler internet ortamında yerini almıştır. Geleneksel gazetelere göre, online gazeteler okura bir takım avantajlar sunarken bir diğer taraftan da beraberinde olumsuzluklar getirmiştir. Online gazeteleir; hız, zaman tasarrufu, arşivlere 7/24 ulaşım imkanı, maliyet olarak daha ekonomik olması, okura aktif iletişim sunması gibi birçok avantajı bulunmaktadır. Diğer taraftan online gazetelerin dezavantajları arasında en önemli sorunlardan biri, online gazetelerin internet üzerinden erişimi olduğundan, mali gelirleri; reklamlar, tıklanmalar ve site içerisinde geçirilen zamanlardan kazanmaktadırlar. Bu durum kullanılan bazı yöntemler yüzünden, okur tarafından güvenilirliği düşük bulunmaktadır. Buna göre; bu çalışmanın amacı, Kuzey Kıbrıs basınında yer alan online gazeteler bağlamında bir araştırma yapılarak güven unsurunu etkileyen etkenlerin neler olduğunu belirlemek ve okurun güven kaybını giderebilecek düzenlemeler olup olmadığını tespit etmektir. Bu çalışmada yöntem olarak veri analizi kullanılmış ve dolayısıyla anket yöntemine başvurulmuştur. Okur odaklı bir çalışma olduğundan güven unsurunu tespit edebilmek açısından nicel verilere duyulan ihtiyaç doğrultusunda anket yöntemi uygulanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** internet gazeteciliği, güven araştırması, okur odaklı, Kuzey Kıbrıs

## ABSTRACT

With the developing technology, traditional media has taken its share and showed a series of changes. While printed newspapers continued to exist, newspapers became available on the internet with the developing technology. While online newspapers offer a number of advantages over traditional newspapers, they also brought lots of disadvantages with them. Speed, time saving, 7/24 access to archives, more economical in terms of cost, providing active communication to the readers and continues to offer advantages. On the other hand, as the disadvantages of online newspapers which are provided over the internet are as the reliability of the newspapers to the reader is low due to some methods used for the financial income they earn from advertisements, clicks and time spent in the site. It is important to note that online newspapers have advantages and disadvantages compared to traditional newspapers which need to be considered. Citizen journalism, which has come to light with the new media, poses an excessive threat. The aim of this study is to determine the factors that affect the element of trust by conducting a research in the context of online newspapers in the Northern Cyprus press and to determine whether there are regulations that can eliminate the loss of confidence of the readers. In this research, data analysis was used as a method and questionnaire were distributed to gather data. As it is a reader-oriented study, a questionnaire was applied in order to determine the element of trust in line with the need for quantifiable data.

**Keywords:** Online Journalism, Confidence survey, reader oriented, North Cyprus

## TEŞEKKÜR

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca öğrencisi olduğum ve her zaman desteğini esirgemeyen, çalışmamda bana yol gösteren, gerekli iletişim ağını sağlayan, bilgilerini benimle paylaşan, tatilde bile gece gündüz demeden yardımlarını esirgemeyen danışmanım Doç.Dr. Metin Ersoy'a;

Lisans eğitimime başladığımda beni 1.17 olan derecemden 3.90 dereceye yükselmeme neden olan, yüksek şeref ile mezun olmamda her zaman emeği olan ve yüksek lisans eğitimim boyuncada yol göstericim olan ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam Prof.Dr. Bahire Efe Özad'a;

Bütün eğitim hayatım boyunca yanımda olan ve beni her zaman destekleyen, bana hem annelik hem babalık yapan, beni iyi bir birey olarak yetiştiren, sonsuz sabrıyla arkamda duran sevgili annem Sevim Sevinç'e;

Belirlediğimiz yolda bana eşlik eden, çalışma süresince geceler boyunca benimle beraber sabahlayan, benden çok panik halinde olan eşim Mürüde Özen Sevinç'e teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

# İÇİNDEKİLER

ÖZ .....	iii
ABSTRACT .....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
TABLO LİSTESİ.....	viii
1 GİRİŞ .....	1
1.1 Problem .....	2
1.2 Çalışmanın Amacı .....	2
1.3 Araştırma Soruları .....	3
1.4 Çalışmanın Önemi.....	3
1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları .....	3
2 LİTERATÜR TARAMASI.....	4
2.1 Kitle İletişim Araçları.....	4
2.1.1 Gazete ve Gazetecilik .....	6
2.2 Haber Kavramı .....	8
2.2.1 Haber Değerleri .....	9
2.2.2 Haber Unsurları .....	11
2.3 Teknoloji ve İnternet .....	14
2.3.1 Web 2.0.....	14
2.3.2 İnternet Gazeteciliği .....	16
2.3.3 Sosyal Medya .....	19
2.4 Habercilikte Güven Tartışması.....	20
2.4.1 Türk Ajansı Kıbrıs (TAK) .....	22
2.4.2 Kopyala-Yapıştır Gazeteciliği .....	23

2.4.3 Vatandaş Gazeteciliği .....	24
2.4.4 Clkbait (Tık Tuzağı) .....	25
2.4.5 Haber Sitelerinin 3G Aldatmacası .....	26
2.4.6 İnternet Gazeteciliğinde Etik Problemler .....	27
3 KURAMSAL ÇERÇEVE .....	30
3.1 Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı .....	30
3.2 Eşik Bekçiliği Kuramı .....	32
4 YÖNTEM.....	35
4.1 Araştırmanın Yöntemi .....	35
4.2 Araştırma Grubu.....	36
4.2.1 Verilerin Toplanması .....	36
4.2.2 Veri Toplama Araç/Teknikleri .....	37
4.2.3 Veri Toplama Süreci.....	38
4.2.4 Verilerin Analizi .....	38
4.5 Güvenilirlik ve Geçerlilik Testi.....	38
5 BULGULAR .....	40
6 SONUÇ VE ÖNERİLER .....	105
6.1 Sonuç .....	105
6.2 Öneriler.....	110
KAYNAKLAR .....	111
EKLER .....	120
Ek A: Okurlara Yapılan Anket Formu .....	121
Ek B: Etik Kurul Raporu .....	125

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Cinsiyet dağılımı.....	42
Tablo 2: Yaş Dağılımı.....	43
Tablo 3: Uyrak dağılımı.....	43
Tablo 4: Medeni durum dağılımı .....	44
Tablo 5: Eğitim durumu dağılımı.....	44
Tablo 6: İlçe dağılımı .....	45
Tablo 7: Meslek Dağılımı .....	45
Tablo 8: Aylık gelir dağılımı.....	46
Tablo 9: İnternette geçirilen zaman dağılımı .....	46
Tablo 10: İnternete bağlanılan yer dağılımı .....	47
Tablo 11: İnternete bağlanılan cihaz dağılımı.....	47
Tablo 12: İnterneti kullanım amacı dağılımı.....	48
Tablo 13: Günlük haberleri takip etme dağılımı .....	48
Tablo 14: Genellikle okunan haber türü dağılımı .....	49
Tablo 15: Basılı gazete satın alma dağılımı .....	49
Tablo 16: İnternet üzerinden haber okuma dağılımı .....	50
Tablo 17: İnternet üzerinden haber okuma nedeni dağılımı .....	50
Tablo 18: Haber portalı denildiğinde akla gelen online gazete dağılımı .....	51
Tablo 19: Online gazetelerin güncel haber verme dağılımı .....	52
Tablo 20: Haber okuma saatleri dağılımı.....	52
Tablo 21: Haber portalında geçirilen süre dağılımı .....	53
Tablo 22: Online gazetelere günlük giriş dağılımı.....	53
Tablo 23: Okuduğunuz habere yorum yapma dağılımı.....	54



Tablo 24: Günlük gazete okuma dağılımı .....	54
Tablo 25: Bir haberi okumanıza neden olan etken dağılımı .....	55
Tablo 26: Cinsiyet ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	56
Tablo 27: Yaş ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	57
Tablo 28: Uyruk ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	58
Tablo 29: Medeni durum ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	59
Tablo 30: Eğitim durumu ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	60
Tablo 31: Bağlı olunan ilçe ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi ....	61
Tablo 32: Meslek ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi .....	62
Tablo 33: Cinsiyet ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi .....	63
Tablo 34: Yaş ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi .....	64
Tablo 35: Uyruk ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi .....	65
Tablo 36: Medeni durum ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi.....	66
Tablo 37: Eğitim durumu ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi .....	67
Tablo 38: Bağlı olunan ilçe ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi .....	68
Tablo 39: Meslek ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi.....	69
Tablo 40: Cinsiyet ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi.....	70
Tablo 41: Yaş ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi .....	71
Tablo 42: Uyruk ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi .....	72
Tablo 43: Medeni durum ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi.....	73

Tablo 44: Eğitim durumu ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi.....	74
Tablo 45: Bağlı olunan ilçe ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi.....	75
Tablo 46: Meslek ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi.....	76
Tablo 47: Cinsiyet ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi.....	77
Tablo 48: Yaş ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi	78
Tablo 49: Uyruk ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi	79
Tablo 50: Medeniz durum ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi .....	80
Tablo 51: Eğitim durumu ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi .....	81
Tablo 52: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi .....	82
Tablo 53: Meslek ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi	83
Tablo 54: Cinsiyet ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	84
Tablo 55: Yaş ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	85
Tablo 56: Medeniz durum ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	86
Tablo 57: Uyruk ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	87

Tablo 58: Eğitim durumu ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	88
Tablo 59: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi .....	89
Tablo 60: Meslek ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi.....	90
Tablo 61: Cinsiyet ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi .....	91
Tablo 62: Yaş ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi.....	92
Tablo 63: Uyruk ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi.....	93
Tablo 64: Medeniz durum ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi .....	94
Tablo 65: Eğitim durumu ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi .....	95
Tablo 66: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi .....	96
Tablo 67: Meslek ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi.....	97
Tablo 68: Cinsiyetiniz ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	98
Tablo 69: Yaş ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	99

Tablo 70: Uyruk ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	100
Tablo 71: Medeni durum ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	101
Tablo 72: Eğitim durumu ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	102
Tablo 73: Bağlı bulunulan ilçe ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	103
Tablo 74: Meslek ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi.....	104

# Bölüm 1

## GİRİŞ

Günümüz koşullarında yeni kavramı hayatımızın neredeyse her alanında bulunmaktadır. Bu yeniliklerin alışılmış olan bütün bilinenleri bir değişim yoluna soktuğu bilinmektedir. Haber alma ihtiyacını karşılayan ve olup biteni öğrenmeye en büyük yardımcılardan biri olan gazeteler de bu yeniliklerden payını almıştır. Gelişen Teknoloji ile birlikte önceleri sadece mevcut kaynaklarını internet ortamına aktaran gazetelerin günümüze gelindiğinde haber üretim noktası olarak interneti kullanmaya başladığı gözlemlenmektedir. Bu yenilik ile önceden sadece takip edebilen okur, haber üretme sürecine dahil olmuştur. Aktif iletişim olanağı sağlanan okur artık üretilecek haberlerde neler aradığını daha net ifade edebilmekte ve haberler bu doğrultuda üretilmektedir. Bu yeniliklerin avantajlar sunduğu gibi beraberinde olumsuzlukları da getirdiği bilinmektedir. Geleneksel basılı gazetelerde gelirler reklamlardan ve satılan gazete sayılarından elde edilirken, yeni medya ile internet ortamında tıklanmalar ve site içerisinde geçirilen süre ile mali gelirler sağlanmaktadır. Durum böyle olunca okuru yönlendirebilecek formüller bulunmuştur. Abartılı atılan başlıklar, haber içeriği ile alakası olmayan fotoğraf kullanımı, yalan haberler gibi taktikler görülmeye başlanmıştır. Birey olarak birikimlerimiz bize nelere güvenmemiz, nelere güvenmememiz, nelerden kuşku duymamız gerektiğini otomatik bir sistem olarak vermektedir. Yeni medya ile okuru çekmek için kullanılan formüllere maruz kalan okur, internet gazetelerine karşı bir güven kaybı yaşamaktadır. Okurun daha önce belirli kandırılmalara maruz

kaldığından dolayı bir genelleme yaptığı ve internet haberlerine daha temkinli bir yaklaşım sergilediği gözlemlenmektedir.

## **1.1 Problem**

Gelişen teknolojiyle birlikte geleneksel medya da payını almış ve bir dizi değişimler göstermiştir. Basılı gazeteler varlığını devam ettirirken, gelişen teknoloji ile beraber gazeteler internet ortamında yerini almıştır. Geleneksel gazetelere göre online gazeteler bir takım avantajlar sunarken diğer bir taraftanda beraberinde bir takım olumsuzluklar getirmiştir. Bu avantajlar; hız, zaman tasarrufu, arşivlere 7/24 ulaşım imkanı, ekonomik olması, okura aktif iletişim sunması gibi devam ederek gitmektedir. Diğer taraftan online gazetelerin dezavantajları arasında en önemli sorunlardan biri, online gazetelerin internet üzerinden erişimi olduğundan, mali gelirleri; reklamlar, tıklanmalar ve site içerisinde geçirilen zamanlardan kazanmaktadırlar. Bu durum, kullanılan bazı yöntemler yüzünden, okur tarafından güvenilirliği düşük bulunmaktadır. Bu yöntemler okuru haberi okumaya, sayfada daha çok vakit geçirmeye ve daha çok tıklama eylemi gerçekleştirmeye yönlendirir. Bu yöntemlerin Tık tuzağı, sansasyonel başlıklar, haber içeriği ile alakası olmayan fotoğraflar gibi başlıklardan oluştuğu bilinmektedir. Kandırılarak farklı sayfalara yönlendirilen okurun, kuşku duymaya başladığı ve online haberciliğe karşı bir savunma mekanizması oluşturarak bir genelleme yaptığı ve güven olgusunu en aza indirdiği bilinmektedir.

## **1.2 Çalışmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, Kuzey Kıbrıs basınında yer alan online gazeteler bağlamında 2019 yılında bir araştırma yapılarak okur veya izleyici ile internet gazeteleri arasında güven kaybı olup olmadığını, var ise güven unsurunu etkileyen etkenleri belirlemek ve var ise güven kaybını giderebilecek düzenlemeler olup olmadığını tespit etmektir.

### **1.3 Araştırma Soruları**

Bu çalışma 2019 yılında Gazimağusa, Lefkoşa ve Girne olmak üzere 3 ilçede yapılan anketler ile gerçekleştirilmiştir. Güven unsuru ile ilgili olarak yapılan araştırmalar neticesinde belirlenen etkenler ile 4 soru üzerinde yoğunlaşarak gerçekleştirilmiştir.

- 1- Online gazetelerde okuduğunuz haberlere nasıl güvenirsiniz?
- 2- Online gazeteler haber oluşturmakta ve sunmakta ne kadar yeterlidir?
- 3- Online gazeteler haber güvenilirliği ile ilgili sektörün beklentileri nasıl karşılamaktadır?
- 4- Okurun online gazetelerdeki haberi okumasına neden olan etkenler nelerdir?

### **1.4 Çalışmanın Önemi**

İnternetin sunduğu avantajları kullanarak günümüzde neredeyse her isteyen online bir gazete açabilmektedir. Bu durum ciddi bir tehlike arz etmektedir. Bu bağlamda bu bilgiye sahip olan okur güven kaybı yaşamakta ve internetten okuduğu haberlere bir genelleme yaparak inanmamaktadır. Güven veren unsurlar belirlenerek online habercilikte üzerinde durulursa, diğer yapılanmalar ayrıştırılmış olacak ve güven ortamı sağlanabilecektir.

### **1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu çalışma, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde varlığını sürdüren ve Türkçe yayın yapan online gazeteler ile sınırlıdır. Ayrıca bu gazeteleri takip eden ve KKTC'de yaşamakta olup dili Türkçe olan halk ile yapılan anket çalışması ile sınırlıdır.

## Bölüm 2

### LİTERATÜR TARAMASI

#### 2.1 Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları bilgiyi mesafeleri ortadan kaldırarak kitlelere ulaştırabilen bir mekanizma olarak nitelendirilebilir. “Kitle iletişim araçları genel bir tanımla “kitlesele bir boyutta ileti dağıtabilen araçlar” olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle, insanların uzak yakın demeden dünyada olup bitenler hakkında aynı anda bilgi almalarını sağlayan ve teknik ileti ağıyla geniş kitleleri birbirine bağlayan araçlara denir” (Bolat, 2017, s. 5).

Tokgöz’ün (1981) aktardığı gibi insanların yakın ve uzak çevrede olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmak istedikleri bilinir ve bu noktada kitle haberleşme araçlarının karşımıza çıktığı söylenebilir. Kitle haberleşme araçları kitleleri mevcut haber ağıyla bir nevi köprü görevi üstlenerek bir birine bağlar diyebiliriz. Kitle haberleşme araçlarında bu noktada Endüstri teknolojisinin gücüne rastlamak mümkündür. Yakın zamanda kabul gören kitle iletişim araçlarının gelişimi ile insanlar arasında ihtiyaç olan haberleşme, mekanik güçlerin de devreye girmesiyle sınırlılıklardan kurtularak bir genişleme durumuna girmiş ve kitle haberleşmesine dönüşmüştür. Bu noktada geleneksel haberleşme ve kitle haberleşmesini ayıran özellikler bulunmaktadır. Bunları iki başlık altında inceleyecek olursak birincisi zaman ve mekan tasarrufu sağlayarak bilgiyi taşınabilir ve saklanabilir hale getirmesi ile geleneksel haberleşmeye göre kitle haberleşmeyi daha etkin ve yaygın kılmıştır



denilebilir. İkinci olarak ise kitle haberleşme araçlarının mekanizması gereği bir örgütlenmeye ihtiyaç duyduğu bilinmekte ve dolayısıyla kurum ve örgütler gibi farklı özellikleri ve sorumlulukları olduğu kabul edilmektedir (Tokgöz, 1981).

Kitle iletişim araçlarının kitlelere ulaşabilme özelliği bu noktada toplumları yönlendirebilme ve kültürü şekillendirerek yayabilme gücünden dolayı önemli bir yaptırım gücüne sahip olduğu gözlemlenebilmektedir. Günümüzde bilgiyi televizyon, radyo, gazete ve internetten aldığımız su götürmez bir gerçektir. Bu bağlamda halka sunulanlar ile yaşantıların şekillendiği, fikirlerinin oluştuğu ve görüşlerinin yapılandığı bilinmektedir. Bu değişimler ışığında kitle iletişim araçlarının halkı şekillendirdiği ve değişime uğrattığını söylenebilir. Kitle iletişim araçları bir standart belirlemekte ve bunu halka empoze ederek kitleleri tek kalıp şeklinde yapılandırmaktadır denilebilir (Dilber, 2014).

Kitle iletişim araçlarının kendine özgü bir yapısı olduğu bilinmektedir. Bu yapı içerisinde; kendine özgü bir dili, ekonomisi, kitle ile bir ilişki durumu vardır ve farklılıklar gösterebilmektedir. Bütün iletişim araçları okur, izleyici ile bir ilişki içerisinde. Bu ilişki gazetede düşünsel televizyonda ise zihinsel ve algısal biçimde gözlemlenmektedir. Burada önemli nokta ise kitle iletişim aracının dili ve gönderdiği içeriğin hangi amaçlar doğrultusunda seçilerek sunulduğudur. Kitle iletişim bireyler arası iletişim ile benzerlik gösterse de aralarında farklılıklar bulunduğu bilinmektedir (Güler, 1991).

“- Haber verir, aydınlatır,

-Eğitir,

-Eğlendirir,

- Mal ve hizmetlerin tanıtılmasını sağlar,
- Toplumun ufkunu gözetir,
- İnandırır, harekete geçirir,
- Kuşaktan kuşağa kültürel geçişi sağlar,
- Dikkati odaklaştırır” (Güler, 1991, s. 324).

### **2.1.1 Gazete ve Gazetecilik**

Gazete toplumu yakından veya uzaktan ilgilendiren konular içerisinde seçilmiş bilgileri kurallar çerçevesinde tasarlayarak ve ideolojisi bağlamında şekillendirerek belirli kalıplarla sunan yapı olarak bilinmektedir. “İç ve dış politika, ekonomi, kültür, spor ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu veya yorumsuz olarak, her gün ya da haftanın belli günlerinde düzenli olarak çıkarılan basılı yayınlardır” (Megep, 2007, s. 3).

Erdoğan’ın (2007) aktardığı üzere basın gösterdiği gelişimler ile kitle iletişim aracı olarak görülmüş ve bu doğrultuda bir güç elde ettiği gözlemlenmiştir. Bu gelişimi güç peşinde olan fakat siyasal gücü bulunmayanların dikkatini çekmiş ve basını bir güç veren sihirli sopa olarak kullanmaları görülmektedir. Basının dördüncü kuvvet olarak nitelendirilmesi bu noktada önemli bir teşhis teşkil etmektedir. Bu noktada gözle görülür bir biçimde özellikle gazetelerin gelişim sürecinde bazı siyasal yapılanmalar dışarda tutularak birçok yapılanmanın şahıs olarak karşımıza çıkması kaçınılmazdır. Zaman ve gelişim ile bu şahıs yapılanmaları karşımıza büyük şirketler ve kuruluşlar olarak bir gelişim göstererek çıkmaktadır (Erdoğan, 2007).

“Çağdaş gazete modeli, 19. Yüzyılla birlikte, (önceki dönemlerden farklı olarak, özel bir okuyucu kitlesine yönelik yayım yapan iş modelinin yerine) daha geniş kitlelere

hitap eden yeni bir iş modeli üzerinde geliştirilmeye başlandı” (Özçağlayan, 2008, s. 135).

Gazeteci bölgesel olarak tanımlarında farklılıklar bulunan, temel görevi halkı bilgilendirmek olan ve bu doğrultuda belirli ilkeleri benimsemiş ve gazetecilik özelliklerini barındıran, dürüstlüğü ve tarafsızlığı ön planda bulunduran kişi olarak tanımlanabilir.

“Geleneksel gazetecilik büyük ölçüde kaynaklar tarafından sağlanan materyallere (konuşmalar, raporlar vb.) dayalıdır. Çoğunlukla tepkiseldir. Olay merkezlidir” (İrvan, 2018 ).

Atılğan’ın (1994) aktardığı üzere Dünya’nın diğer bölgelerinde gazeteciliği farklı tanımlar verilmesine karşılık Türkiye’de gazeteciliğe net bir tanım verilmemiştir. İş hayatında bir işin belirli bir tanımı bulunması gerektiği bilinmektedir. Gazeteci her ne kadar fikir işçisi olarak kabul görse de net bir tanımı bulunmadığı belirtilmektedir. 1938 yılında kurulan Türk Basın Birliği ile bu kavram değişmiş ve ilgi kanununun 1. Maddesi ile gazetecilik “gazete, dergi, ajans sahipleriyle, yazı, haber, resim fotoğraf ve tashih işlerinde ücretle devamlı ve muntazam surette çalışarak bu işi meslek edinen kimse” olarak bir tanıma kavuştuğu bilinmektedir. Günümüze bakacak olursak bugün gazetecilik tanımını ve gazeteciyi en net olarak veren kaynak olarak 5680 sayılı Basın Kanunu’nun verdiği görmek mümkündür (Atılğan, 1994).

“Öncelikli olarak mutlaka durumu analiz etmek isteyeceksiniz, olguları bir araya toplayacaksınız, insanların görüşleri ve davranışlarıyla ilgili bilgi edineceksiniz, bağlantıları bulmaya çalışacaksınız. Başka bölgelerdeki ya da ülkelerdeki

araştırmalar, sizin çalışmanız için yararlı olabilir, ama siz bununla yetinmeyeceksiniz” (Schlapp, 2013, s. 45).

Taşkın’ın (2006) aktardığı gibi gazeteciye yetkilerini ve tanımlarını veren bir dizi kanunlar mevcuttur. Bu kanunlar (5953 sayılı kanun) erevesinde ve sözlükte geçen anlamıyla gazeteci fikir ve sanat işlerini belirli bir ücret karşılığı yapan kişi olarak bilinir. Bir kişinin gazeteci sayılabilmesi için belirli uyması gereken kurallar ve yönetmelikler mevcuttur ve bu çerçeveye uymayanlar kendilerini gazeteci olarak kabul edip gösterseler bile kanun nezdinde gazeteci olarak kabul görmemektedirler. Gazeteci olarak kanun nezdinde kabul görmeleri için yayınlanan bir gazete, dergi veya radyo veya televizyon kuruluşunda haber bağlamında iş yürüten bir birimde çalışması gerektiği bilinmektedir (Taşkın, 2006).

## **2.2 Haber Kavramı**

En bilinen yönüyle bir haber hazırlanırken dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Okurun dikkatini çekmek ve haberi okutabilmek adına haber unsurlarına dikkat edilmesi hem avantaj sağlayıcı etken hem de gazeteciliğin bir nevi kuralı olarak kabul edilebilir. Haber unsurları: zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve ilgi çekici olması, yenilik (güncellik), özgünlük, gariplik olarak bilinmektedir. Bu noktadan sonra devreye bir başka kural olarak kabul görülen 5N1K’nın girdiği görülmektedir. 5N1K aslında haberin içerisinde aranacak sorulardır. Kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden sorularına cevap verecek şekilde tasarlanacak bir haber tam anlamıyla kabul görmektedir (MEGEP, 2013).

İnsanların haber alma ihtiyaının çok uzun yıllar öncesine dayandığı ve günümüze kadar gelişerek yeniliklerle şekil değiştirdiği fakat ana amacını kaybetmeden

varlığını sürdürdüğü bilinmektedir. Her dönem gelişim göstererek günümüze gelen bu ihtiyaç doğrultusunda birçok tanım bulunmaktadır. Günümüze gelecek olursak ``Haber, henüz gerçekleşmiş (ya da ilk kez ortaya çıkartılan) bir olayın olabildiğince nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde aktarılmasıdır``(Görmüş, 2001, s. 1).

“Sonraları ‘haber’ diye adlandırılan bazı bilgilerin toplanması ve bireylere aktarılmasının kökeni, toplumsal yaşamın başladığı döneme kadar inmektedir. Mısır’da M. Ö. 1750 yıllarında, çeşitli bilgilerin yer aldığı resmi bir gazetenin yayımlandığı bilinmektedir” (Girgin, 2005, s. 1).

Gazetelerin barındırdığı kadro yapılan haberin kalitesinde önemli rol oynamaktadır. Geniş kadrolar bulduran gazetelerin tirajlarının da iyi noktalarda oldukları bilinmektedir. “Muhabir, editör, haber müdürü, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü iletişim sürecinde işin mutfağında yer alırken, medya organizasyonu içerisinde iletileri seçen, değiştiren, reddeden ve bu yolla da bir alıcı veya alıcılar grubuna enformasyon akışını engelleyen kanal tutucu rolünü de üstlenmektedirler” (Kılıç, 2005, s. 132).

### **2.2.1 Haber Değerleri**

Haberler seçilirken dikkat edilmesi gereken hususlar bulunan coğrafya, okur kitle ve mevcut kültür gibi etkenlere dikkat edilirken bir diğer dikkat edilen husus ise haberin içerisinde barındırması gereken değerler topluluğu olarak bilinmektedir.

Haber değeri kavramı ilk olarak 1695 yılında Alman yazar Kaspar Steiler tarafından kullanılmıştır. Steiler bir olayın haber niteliği taşıyabilmesi için ‘eve yakınlık’, ‘olumsuzluk’ ve ‘dramatik öykü’ özelliklerini taşıması gerektiğini vurgulamış. Bu niteliklerden ‘eve yakınlık’ özelliğini ise temel ölçüt olarak kabul etmiştir. Steiler’in haber değeri kavramı sonraları Walter Lippmann’ın ‘Kamuoyu’ adlı eserine de temel oluşturmuştur. Haber değerleri konusunda en bilindik çalışmaları ise 1965 yılında Norveçli

araştırmacılar Johan Galtung ve Mari Ruge tarafından gerçekleştirilmiştir (Kavoğlu, 2013, s. 5328).

Her gün toplumda ve yakın çevrede çeşitli olaylar, eylemler ve oluşumlar kendini göstermektedir. Fakat hepsinin haber olarak okuyucuya servis edilmediği görülmektedir. Haber olabilecek olanlar belirli özellikler barındırır ve bunların arasından yayım organının ideolojik duruşu, görüşü ve anlayışı doğrultusunda seçimler yapılarak okuyucuya servis edildiği bilinmektedir. Bir olayın haber olabilmesi ve seçilmesi için belirli değerlere sahip olması gerekir. Bunun nedeni de okunacak olan haberin bu değerleri içerisinde barındırıyor olması gerektiği bilgisidir. Tabi ki bu değerler sahiplik yapısı, gazete kadrosunun kültür kriterleri ve toplumdan topluma değişiklikler gösterebilmektedir. Fakat genel bir sıralama ile zamanlılık, yakınlık, önemlilik, etkili ilgililik, ilginçlik, nadirlik, heyecanlılık, anlaşmazlık, kuşku, gariplik, duygulara yönelme, yenilik, tazelik gibi maddeler halinde sıralamak mümkündür. Haber olabilecek olay bu değerlerden ne kadar fazlasını içerisinde barındırırsa o derece haber değeri yüksek olarak kabul gördüğü bilinir. Bir diğer durum ise haberde kötü olgusudur. Kötülük içeren olaylar, cinayet, kaza, hastalık, kavga gibi kötü olarak nitelendirilir fakat haberlerde sıkça yer gördüğü gözlemlenir. Bu olaylar için gazetelerin üçüncü sayfansı ayrılmakta ve içerisinde adli olaylara yer verilmektedir (Yüksel, vd. , 2015).

Walter Lippman'ın haber değer kavramını ilk kez 1922 yılında bilgi kuramı ile gündeme getirdiği bilinmektedir. Lippman haber yapımında beklenenin dışında, sansasyon yaratacak, alışılmışın dışında olması maddelerinin ön planda tutulması gerektiğini elle tutulur örneklerle açıklamış ve ayrıca olayda geçen şahışların tanınmış kişi olması, olay mahallinin okura uzak olmamasının ve okurun

anlayabileceği sade bir dil kullanılmasının önemine vurgu yapmıştır (Birsen, Özmen, Kılıç, Birsen, & Arıcan, 2013).

Haber değerleri konusunda ön plana çıkan iki isim Galtung ve Ruge olarak bilinmektedir. Yaptıkları çalışmalar sonucu haber değerlerini ön plana çıkarıp kurallar çerçevesinde bir bakış kazandırdıkları bilinmektedir. Haber değerlerinin gelişiminde yaptıkları çalışmalar ile bilinen diğer önemli isimler ise Golding ve Elliott'dur. Haber değerleri üzerine yapılan tartışmalar ve araştırmalarda genel olarak gözlemlenen bir belirsizlik söz konusudur. Haber değerleri üzerine yapılan birçok araştırmada bu belirsizlik durumunun açıklığa kavuşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Haber değerlerini iki grup olarak ayırmak ve incelemek mümkündür. Bunlardan birincisi seçilen haberlerde, haberin yapılacağı kurum adına hangi haberlerin seçileceği ile ilgili belirli kriterler grubu oluşturularak bu kriterlerin birer kural niteliğinde görülerek uygulanmasıdır. İkincisi ise, yapılan haberde yayım aşamasında nelerin öncelikli durumda olacağı, nelerin görmezden gelineceği, haberin okura sunumunda dikkat edilecek hususların neler olacağına bir kılavuz görevi görmesidir. Sonuç olarak haber değeri haberi yapan muhabirin birikimleri ile haberi meydana getirirken uyguladığı kurallar topluluğudur denilebilir (Kılıç, 2005).

### **2.2.2 Haber Unsurları**

Haberleri hazırlayan muhabirlerin yol gösterici olarak kabul ettiği bir kurallar bütünü olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda haberler hazırlanırken barındırması gereken bazı özellikler olduğu ve bu özellikler sayesinde okuru habere çekmek, haberi okutmak ve haberin eksiksiz olması beklenmektedir. Megep'in (2013) aktardığı gibi haberi değerli kılan kurallar ve gereklilikler bütünüdür. Bu kuralları sekiz başlık altında incelemek mümkündür.

**Doğruluk:** Haberin doğruluğunu farklı kaynaklardan yararlanarak teyit edip, yalan, yanlış, gerçeği saptıracak bilgilere yer vermemek olarak bilinir. Haber yapım sürecinde hızlı olmak adına doğruluğundan emin olmadan yapılan haber etik bağlamda doğru bulunmaz ve güven unsurunu etkiler.

**Gerçeklik:** Haberi oluşturan bilgilerin gazetecilik süzgecinden geçirilmiş olması bu noktada büyük fayda sağlayabilir. Bilgilerin doğruluğu, haberin inandırıcılığını ve dolayısıyla okurun güvenini sağlamakta olduğu bilinir. Bu bağlamda gazeteci haberi oluştururken topladığı bilgilerin gerçekleri yansıttığından mümkün mertebe emin olmalıdır.

**Nesnellik:** Bu noktada haberi yapan gazeteci her ne kadar bilinçli ve gazetecilik etiğine sahip olsa da, yetiştiği kültür, çevre etkisi, siyasal görüşü, duyguları ve kişisel düşünceleri etkide bulunabilir. Okur bu noktada tarafsızlık aradığından dolayı güven problemi ortaya çıkabilir. Haberde nesnelliği sağlamanın bir diğer yolu ise olayla geçen taraflara eşit bir şekilde söz hakkı verilmesi ve görüşlerinin okura sunulması olarak kabul edilebilir. Gazeteci bu noktada tarafsızlığını koruyarak olaya üçüncü bir göz olarak bakmalı ve nesnel bir şekilde olayı aktarmalıdır.

**Anlamlılık:** Haberi okura sunarken doğru olması kadar önemli bir diğer etkende haberin anlaşılabilir bir dil ile yazılmış olmasıdır. Haberde **açıklık** doğru yazım kurallarının uygulanması, anlaşılır olması anlamına gelmektedir. Haberi okuyanlar haberdan farklı anlamlar çıkaramayacakları yalın bir dil kullanılmalıdır. Cümlelerin uzunluğundan ve kelime tekrarlarından kanılması gerektiği bilinir. Haberde **sadelik** bir diğer önemli noktadır. Okur anlayamadığı ve aklında soru işareti bırakan haberdan uzaklaşır. Dolayısıyla okuru kaçırarak şaşalı cümlelerden ve gereksiz



ayrıntı çokluğundan kaçınılmalıdır. Haberi oluşturan kelimeler özenle seçilerek mantık çerçevesinde kurgulanmalıdır. Bir diğer önemli nokta ise **anlaşılabilirlik**. Haberde halkın kültürü ve eğitim seviyesi göz önünde bulundurulmalı ve genel geçer bilinen kolay ifadeler yer verilmelidir.

**Kesinlik:** Haberi oluşturan bilgilerin doğruluğu farklı kaynaklardan teyit edildiği durumlarda okurun kuşku duyması olayı ortadan kalkmaktadır. Doğruluğundan şüphe etmediği haberlerin okur için önem teşkil ettiği bilinmektedir.

**Hızlılık:** Gelişen teknoloji ile birlikte medya sektöründe haber yapım aşamasında tabiri caiz ise tam anlamıyla bir yarış söz konusudur. Haberi ilk olarak servis yapan okur gözünde değer görmektedir.

**Tutarlılık:** Haberi oluşturan bilgilerin doğruluğu ve bir birini yalanlar nitelikte olmaması bu noktada önem görür. Bu doğrultuda dilbilgisi kurallarına dikkat edilmesi ve okura aktarılan haberin tutarlı olması ve doğruyu yansıtması önem teşkil etmektedir.

**İnanılabilirlik:** Haberde inandırma unsurunun kaynak temelli olduğu bilinmektedir. Bilginin alındığı kaynak bu noktada önemlidir. Kaynağın uzmanlığı, konuya olan hakimliği, gerekli yeterliliğe sahipliği aranması gereken koşullar olarak bilinir. Kaynak okuyucu gözünde eğer bir taraf olarak görülüyorsa bir güvensizlik ortamının oluşması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Kaynak okuyucuya yanlış bir ilgi aktardığında bu durum anlık olmaz ve ileriki haberleri etkiler ve okur güvenini kaybetmektedir (Megep, 2013).

## 2.3 Teknoloji ve İnternet

İnternetin izlerinin ilk olarak 20. Yüz yılın son otuz yılında görüldüğü bilinmektedir. İnternetin kökenine incek olursak karşımıza çıkan ilk ismin Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA) olduğu görülmektedir. Kuruluşundaki amacında olası bir nükleer saldırı sonrasında mevcut askeri bilgilerin saklanabilmesi etkilenmeden korunması, ana bilgisayara ihtiyaç duyulmadan oluşturulan ağ ile diğer bilgisayarlardan erişim sağlanması, birden çok bilgisayar ile ulaşım sağlanması, ses, görüntü ve veri gibi unsurlara ulaşım sağlanabilecek bir ağ kurularak mesajların ulaşılabilir olması olduğu bilinmektedir (Aktaş, 2007).

Çakır'ın (2007) aktardığı gibi internetin beraberinde ses, hareketli görüntü, metin ve resim gibi yenilikleri de getirdiği ve taşınabilme özelliği kazandırdığı bilinmektedir. Bu doğrultuda internet bütün iletişim kanallarını içerisinde barındırır denilebilir. Bu bağlamda internetin barındırdığı iletişim kanalları nedeniyle haberciliğin de ilgi odağı noktasına geldiği ve bir araç olarak kullanılmakta olduğu bilinmektedir. İnternetin bir diğer özelliği ise beraberinde bir yeniliği daha getirmesidir. Bu yenilik kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun internet aracılığı ile artık sadece yayılmadığı ve aynı zamanda bir yeniden üretilme sürecine dahil olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda internet haberi dağıtmak konusunda yeni bir zemin oluşturmuştur denilebilir (Çakır, 2007).

### 2.3.1 Web 2.0

İnternet, 1990'lı yıllarda hayatımıza girmesiyle birlikte her geçen gün, teknolojinin gelişmesiyle, yeni özelliklere sahip olmaktadır. O'Reilly tarafından bir medya konferansında ilk kez ortaya atılan web 2.0 kavramı, teknolojinin gelişmiş ve

internet dünyasında yeni bir akımın başladığını göstermiştir (Aslan, 2007). Web kavramı öncelikle HTML olarak ortaya çıkmıştı. Tek yönlü, sadece görsel öğeler ve metinden oluşmaktaydı (Köse & Deperlioğlu, 2010).

Web 2.0, Web 1.0'dan daha dinamik ve etkileşimlidir, bu da kullanıcıların bir Web sitesinden içeriğe erişmelerini ve bu sitelere yüklenmelerini sağlamaktadır. Web 2.0, asıl Web sayfasını ziyaret etmeden bile kullanıcıların en son içerikleri takip etmelerini sağlamaktadır. Ayrıca, geliştiricilerin Internet'te bulunan veri, bilgi veya hizmetleri kullanan yeni Web uygulamalarını kolayca ve hızlı bir şekilde oluşturmalarını sağlamaktadır (Murugesan, 2007, p. 34).

Her alanda olduğu gibi web 2.0 gazetecilik alanını da olumlu yönde etkilemiştir. “Gazetecilik alanına Web 2.0’ın girmesiyle internet gazetelerini geleneksel gazetelerden ayıran üç temel özellik belirgin hale gelmeye başlamıştır: Etkileşim, multimedya biçimselliği ve hipermetinsellik” (Öztürk, 2018, s. 198).

Yeniliklerin etkisiyle internette gözlemlenen gelişimden payını internet gazeteleri de almıştır. Web 1.0 ile sadece mevcut kaynaklarını tarama yöntemi ile internete aktarabilen internet gazeteleri web 2.0 ile kendine özgü olarak geliştirdiği gazetecilik pratiği ile gözlemlenebilmektedir. Web 2.0 ile gazeteler yazılı, işitsel ve görsel materyallerini anlık olarak paylaşabilme, haberi sosyal platformlar ile bağlantılı bir şekilde sokabilme ve haberde okura aktif iletişim sunma olgusu kazanmıştır diyebiliriz. Bu gelişimler ile sosyal ağlarda bir haber üretimi, haber oluşum için uygun ortamın hazır hale gelmesi söz konusu olunca vatandaş gazeteciliği olgusunun da karşımıza çıktığı görülmektedir (Narin, 2016).

### 2.3.2 İnternet Gazeteciliği

Gazeteciliğin her dönem yenilikleri yakından takip ettiği bilinmektedir. İnternet ve Teknoloji'nin gösterdiği gelişimlerden gazeteciliğinde payını aldığı ve takibi sürdürdüğü tartışılmaz bir gerçektir denilebilir. İnsanlara haber ulaştırırken güncel olayları takip etmek bu noktada önem teşkil eder. Topluma ulaşmanın yolu gazetecilikte en önemli maddeler arasında yerini korumaktadır. Bu noktada teknoloji, haberciliği geçmiş dönemlerde nasıl ki daktilolardan bilgisayarlara bir geçiş evresine soktuysa, sonrasında internetin gelişmesi ile internet ortamında da yer almasına olanak sağlamıştır. Bu gelişim sürecinde gazetelerin ilk olarak basılı gazetede yer alan kaynaklarını internet ortamına aktardığı ve sonrasında ise internet gazeteciliği kavramının giderek yaygınlaşması ile internet için haber üretme, haberleri internet ortamından servis etme sürecine girdiği bilinmektedir. “Gerek yazılı basın ve gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok küçük maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren yapısıyla internet gazeteciliği, kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almıştır”(Çakır, 2007).

Haberlere yönelik kamu güveninin azaldığı, reklam gelirinin düştüğü ve katılımın, kendi kendini ifade edebilmenin ve dijital medya kültürünün arttığı bir zamanda, gazetecilik, kendi kendini yeniden düşünme ve yeniden icat etme süreci içerisindedir (Işık & Koz, 2014, s. 28).

Gelişen teknolojidenden gazeteciliğin de payını aldığı ve Dünya'da interneti gazete ile entegre ederek internete mevcut kaynaklarını yükleyerek ve internet yayını yapan gazete ve dergiler olduğu bilinmektedir.

“Haber gruplarının (newsgroups) kendi abonelerinin elektronik postalarına gönderdiği iletiler ile başlayan elektronik iletişim örnekleri, internet üzerinde

kullanılan farklı donanım ve yazılım uygulamalarının da gelişmesiyle birlikte online gazeteciliği ya da diğer bir deyişle sanal gazeteciliği doğurmuştur” (Kırçıl & Karagüler, 2012, s. 2).

1993 yılının sonlarında Florida Üniversitesi'nin Gazetecilik bölümü, ilk online gazete web sitesini çıkarmıştır. Yaklaşık bir yıl sonra, 1994 yılının Kasım ayında İngiltere'deki Daily Telegraph, benzer şekilde bir sayfa olan Elektronik Telgrafı, birbiri üzerine yazılan makalelerle başlattı. Çevrimiçi yayın, günde bir kez içerik yayınlarken, basılı yayınların ritmini takip etmiştir. 2001 tarihli bir makalede, Derek Bishton, Electronic Telegraph'ın görevini ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Gazetecilik artık yeni ortamı, teknolojik ve ticari olanakları ile farklı bir boyut almıştı ve bu durum oldukça yavaş, sorunsuz bir şekilde ilerleyip, çevrimiçi gazetecilik tarihine ve gazeteciliği olduğundan çok fazla değiştiren bir sürece girilmiştir (Siapera & Veglis, 2012).

Tüm Dünya'da geçerli ilk internet gazeteciliğinin Kalsın'ın (2016) da aktardığı gibi New York Times ve The Washington Times gazetelerin yayınlarını internet ortamına aktarması ile başladığı ve aynı yıl bu gelişmeyi Avrupa'dan International Herald Tribune ve Daily Mirror Gazetelerinin devam ettirdiği bilinmektedir (Kalsın, 2016) Türkiye'de ise ilk olarak 1995 yılında yayınlarını internetle tanıştıran Aktüel Dergisi kabul edilmekte, arkasından internete açılım yapan gazetenin ise 2 aralık 1995'te Zaman Gazetesi olduğu bilinmektedir (Kalsın, 2016).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin ise, ilk online gazetesi Kimgazet olarak bilinmektedir. Kurucusu ve genel yayın yönetmeni Süleyman Ergüçlü, editörü ise Ferhat Atik'tir. KKTC'de Kıbrıs Türk Basını denildiğinde ilk akla gelen mücadele

yıllarından kalma bir olgu olan mücadele basını geçmişten günümüze doğru incelendiği zaman değişim süreçleri gözlemlenmektedir. Kıbrıs Türkü'nün sesini dünyaya duyurmak için bir yol çizen basının zamanla değişime uğradığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırmalar incelendiğinde dönemin gazetelerinden siyasi partilerle direk bağlantıları olan, parti ile bağlantısı olmayıp ideolojisini açık şekilde gösteren ve gelişen olaylara göre duruş sergileyen gazeteler şeklinde üç başlıkta farklı yapı gözlemlenebilmektedir (Kalkan, Şafaklı, & Günalp, 2015).

Kuzey Kıbrıs'ta yasalardaki boşluklar nedeni ile internet gazetesi açmak diğer ülkelere kıyasla daha kolay olduğu bilinmektedir. Vergi mukayyetliği bulunan herhangi bir kuruluş internet gazetesi açabilmektedir. Bu koşullar altında her gün yeni yapılanmaları gözlemlemek mümkündür. Dolayısı ile internet gazeteleri sayısı ve varlığı ile ilgili net verilere ulaşmak ve bilgi vermek mümkün değildir.

Kuzey Kıbrıs'ta 2019 yılı verilerine bakılarak ulaşılan güncel değişken veriler olarak aktif haber yapan ve dağıtan internet gazeteleri 21 adettir. Bu gazeteler Haber Kıbrıs, Gündem Kıbrıs, Kıbrıs Manşet, Kıbrıs Time, MHA, Gazedda Kıbrıs, Ada Basını, Kıbrıs Sondakika, KKTC medya, Online Gazete, Türk Ajansı Kıbrıs, Haber KKTC, Kıbrıs Express, Haber Havadis, Capital, Kuzey Postası, Olay Kıbrıs, Kıbrıs Haberci, Kıbrıs 7/24, Kıbrıs Medyatör, Kıbrıs Manşet olmak üzere mevcut olarak bilinmektedir.

Gak TV yayın koordinatörü Bilal Kavalçalan'dan alınan bilgilere göre bir internet kanalının gelir yönlerini incelemek mümkün olabilir. Siteye verilen reklamlar, sitede ziyaretçilerin geçirdikleri süre, haberlerin tıklanma oranları mali gelir yollarını

oluşturmaktadır. Ayrıca sitenin tirajının yükseldiği noktada devreye Google reklamları girmekte ve bu noktada Google, bende varım diyerek reklamlarını devreye sokmaktadır (Kavalçalan, 2019).

İnternet gazeteciliğinin avantajları arasında; hız, zaman tasarrufu, Arşivleme imkanı ve arşivlere 7/24 ulaşım imkanı sunması, ücretsiz olması, maliyet olarak daha ekonomik oluşu, okura aktif iletişim sunması, metin öğeleri dışında görsel ve işitsel içerik sunması, arka planda hyperlink vererek konuyu genişletebilme imkanı sunması, alternatif medya olarak farklı haberler üretmek sayılabilir.

İnternet gazeteciliğinin dezavantajları arasında ise, vatandaş gazeteciliği etkeninin devreye girmesi, kaynak verilmemesi, haberin her an güncellenebilir olması ve değiştirilebilir olması, siyasal yakınlık, havuz gazeteciliği, künye bilgisi bulundurmaması, kullanılan fotoğrafların özgün olup olmadığı ve fotoğrafçı bilgisinin bulunmaması, 3G Barındırması (Girls,kadın cinsellik), (Gambling, kumar), (Games, oyun). Clickbait (tık tuzağı) barındırması sayılabilmektedir.

### **2.3.3 Sosyal Medya**

İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte ortaya çıkan mecralardan bir tanesi de sosyal medyadır. Sosyal medya ile birlikte internet çok daha fazla gelişmiştir. Sosyal medya; kullanıcıların enformasyon, düşünce ve bilgilerini paylaşabildikleri çevrimiçi araçlardır (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013). Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden bir tanesi interaktif olmasıdır. Paylaşılan her içerik eş güdümlü olarak aynı anda birden çok kişi tarafından paylaşılabilir. Sosyal medyada kullanıcılar; haber, fotoğraf, video gibi içerikler paylaşabilmektedirler. Farklı bir deyişle, “kullanıcıların interaktif bir biçimde iletişim halinde olmalarına olanak sağlayan forumlar, bloglar, wikiler, paylaşım siteleri, sosyal ağlar, mikro-bloglar vb.

kastedilir” (Kurt, 2014, p. 823). Sütçü’ye (2014) göre eğitim, reklam, işletme, ticaret gibi birçok alan dijitalleşme sürecine girip sosyal medyaya kaymışlardır. Tabii ki gazetecilikte sosyal medyaya kayan alanlar arasındadır. Geleneksel yayından dijital yayına geçen gazeteciliğin dönüşümü 1995 yılına kadar dayanmaktadır (Sütçü, 2014).

Kurt’a (2014) göre sosyal medya ile birlikte hem okuyucu okuduğu habere aktif katılabilme hem de her okur aslında bir gazeteci olabilmektedir.

## **2.4 Habercilikte Güven Tartışması**

Okurun bu noktada internet gazetelerine yaklaşımında dikkat etmesi gereken bir diğer nokta ise, haber alımı yaptığı internet gazetesinin haber üretimi mi yoksa haber derlemesi mi yaptığına dikkat etmektir. Haber üretmek ciddi kadrolar, donanımlar ve maddi olanaklar isterken haber derlemek daha kısıtlı imkanlarla mümkündür. Haber derleyen portallar belirli belirsiz kaynaklardan aldıkları bilgiler doğrultusunda haber sunumu yaparken haber üretenler kaynak barındırmaktadır. Bu ayrımın yapılmaması okur tarafından bir genelleme yapılmasına ve bu iki yapılanmanın da eşit görülerek güvensiz bulunmasına neden olabilmektedir (Çöteli, 2009).

Geleneksel gazetelerden farklı olarak internet gazetelerinde künye zorunluluğu bulunmadığı bilinmektedir. Geleneksel gazetelerde yasalarla desteklenen bu kriterin sanal gazetelerde yasal boşluklar nedeniyle denetlenemediği gözlemlenebilir. Bu doğrultuda ideolojisi bilinmeyen bir yapı tarafından dağıtımı yapılan bilgilerin okur tarafından güvensiz bulunması mümkündür.

Haberin kendine özgü bir dili olduğu bilinmektedir. Bu özelliği ile haberin diğer medya yapılarından kendini ayırttığı ve bir öznellik barındırdığı bilinir. Haber bu



özelliği ile okurda güven sağlar ve okur habere inanarak bir yaklaşımda bulunur. Fakat sosyal medyada bu dil farklılık gösterir. Haberde olan dile gösterilen özen sosyal medyada fazla dikkate alınmaz. Bu nedenle sosyal medya yazılarında kelime hataları, tekrarları, anlatım bozuklukları gibi özensizliklere pek çok rastlanmaktadır. Sosyal medyada gerek haber arayan gerek vakit geçiren muhabir istem dışı barındırdığı özel haber dilinin elinde olmadan bozulmasına neden olur. Bu bozulma, daha sonra yapılan haberlere de yansımaktadır. Sadece internet gazetelerinin muhabirlerinde ve haber üreten şahıslarında değil geleneksel medya muhabirlerinde de benzer dil bozukluklarına haber spotlarında, başlıklarında ve metinlerinde basit kelime hatalarına rastlandığı gözlemlenmektedir. Bir diğer önemli nokta ise sosyal medyanın verdiği bir diğer güven zedeleyici etkidir. Hızlı haber ulaştırmak adına sosyal medyadan alınan içerikler doğruluğu kesinleşmeden ve teyit edilmeden haber olarak sunulmaktadır. Bu iki önemli etken sosyal medya aracılığı ile internet haberciliğine arar verirken okurda da standartlaşan bir güven kaybı olgusu meydana getirmektedir. Oku bir haberi internetten okuduğunda klasik yerleşmiş bir kuşku ile yaklaşımda bulunmaktadır (Özejder, 2018).

Çöteli'nin (2017) aktardığı gibi gazeteciler geleneksel medyada bilgiye ulaşmak için uyguladıkları yöntemde, nasıl ki hassasiyetle yaklaşarak bilginin doğruluğunu sorguluyorsa, internet ortamında da aynı özeni göstermelidirler. Gelişen teknoloji ve internet ile birlikte gazetelerin yayınları internet ortamına aktarılmaya başlandı. Fakat bu noktada isteyen kişinin basit yöntemlerle internete istediğı bilgileri haber olarak girmeye başlaması ve bu durumu denetleyecek bir yapının olmaması vatandaşta haberleri sorgulama mekanizması oluşmasına sebep oldu ve bir güvensizlik ortamının oluşmasına sebebiyet verdi denilebilir. Haber Portalı olarak piyasaya çıkan gazeteler, emek hırsızları bu noktada boy göstermeye başlamış ve

internet gazeteciliğinin güvenilirliğine gölge düşürmeye başlamıştır. Kısaca bu noktada kaynak problemi ortaya çıktı denilebilir. Kopyala-yapıştır gazeteciği örneği olarak kabul edilebilir. Bağlantılar ve kişisel ilişkiler kullanılarak ücret ödmeden başka kurumların aboneliği üzerinden ajans haberlerinin kopyalanarak kendi haberleri gibi paylaşılması, ulusal gazetelerin gece çıkan haberlerinin kaynak gösterilmeden kopyala-yapıştır yöntemiyle çalınması buna örnek teşkil edebilir. Sahiplik yapısının ve kadronun açık derecede belirtilmesi gereken künye bölümlerinin verilmemesi ayrıca güveni etkileyen unsurlardan biridir. Hangi ideolojiye ait olduğu bilinmeyen kuruluşlar ve onlara hizmet eden yazarların güven vermediği bilinir. Yeni medyada yapılan haber üzerinde 24 saat değişim yapmak mümkündür ve verilen bilgiler değişkenlik gösterebilir, bu noktada okur gözünde verilen haber güvensiz olarak nitelendirilebilir. Geleneksel medyada gözlemlenen siyasal yakınlık sonucu taraf olma durumu yeni medyada da gözlemlenmektedir. Bu noktada taraflar birbirleri hakkında yazdıkları haberlerin bazı durumlarda asılsız olması ve kötüleme amacıyla kullanılması bir diğer güveni etkileyen hususlardandır (Çöteli, 2017).

#### **2.4.1 Türk Ajansı Kıbrıs (TAK)**

Kıbrıs Türkü'nün sesini dünyaya duyurmak amacıyla 21 Aralık 1973'te ilk bültenini yayımlayarak hayata geçen TAK yasalar doğrultusunda devlet destekli yapısıyla ve çıkış amacından şaşmayarak ve bu doğrultuda yayımlarına devam ederek günümüze kadar varlığını sürdürerek geldiği bilinmektedir.

Sait Terzioğlu tarafından kurulan TAK, bir daktilo ve birkaç haber ile başladığı hizmetlerini, günde ortalama 80 haber yayımlayarak sürdürmektedir. Önceleri sadece Kıbrıs Türk basınına hizmet verebilen ajansa, bugün Türkiye'de bulunan medya kuruluşları ile Reuters, IRNA gibi uluslararası haber ajansları da abonedir (KKTC Enformasyon Dairesi, B.T).

Türk Ajansı Kıbrıs'ın (TAK) devlet kanallı olan kendi bünyesinde topladığı haberleri abonelik yoluyla diğer geleneksel ve internet gazetelerine servis ettiği bilinmektedir. Bu noktada bir haber eğer herhangi bir kelime hatası, bilgi hatası barındırıyor ise diğer gazetelerde hazır olarak alındığından ve hatasız olarak kabul edildiğinden dolayı aynen paylaşılmaktadır. Bu noktada havuz gazeteciliği ve kopyala-yapıştır gazeteciliği örneklerine rastlamak mümkün olmaktadır.

#### **2.4.2 Kopyala-Yapıştır Gazeteciliği**

Günümüz teknolojisinin bir getirisi olan içeriklerin hazır olarak sunulması olgusunun bu noktada karşımıza çıktığı gözlemlenebilmektedir. Gelişen teknoloji ile eskiden belirli bir çalışma gerektiren birçok bilgi toplama işi hazır olarak elde edilebilir bir hale gelmiştir. İnternet aracılığı ile çok fazla emek gerektirmeyen bu işlemin beraberinde büyük sıkıntıları da getirdiği bilinmektedir. Geleneksel gazetecilikte ummalı bir çalışma gerektiren bilgi toplama işi şuan günümüzde bir bilgisayar aracılığı ile çok kolay bir şekilde yapılabilmektedir. Fakat işler kolaylaştıkça güven problemini de beraber getirdiği görülmektedir. Muhabirin internet ortamından alınan bilgilerin nerden nasıl elde edildiğini okura sunmadan kendi hazırladığı bir metin gibi servis etmesi emek hırsızlığı durumunu ortaya çıkarmaktadır.

Yerel basının reklam gelirlerinin internet gazeteleri tarafından baltalandığı söylenebilir. Ersoy'un (2012) aktardığı gibi ciddi bütçeler ve giderler ile varlıklarını sürdüren yerel gazeteler online gazetelerin yaptığı 'emek hırsızlığı' ile reklam bütçelerinde kayıplar yaşamaktadır. Teknolojinin yardımı ile hazırlanan içerikler internet gazeteleri tarafından kopyala-yapıştır yöntemiyle elde ediliyor ve burada ciddi bir reklam kaybı yaşanmasına neden olduğu bilinmektedir. Çalınan gazete içeriklerinin geleneksel basını zor bir durum içerisine sürüklediği bilinmektedir (Ersoy M. , 2012).

Emek ile üretilen bir haberin kopyala-yapıştır yöntemiyle çalınması sadece yapılan emeğe bir saygısızlık olarak kalmayıp aynı zamanda haber üretimini de derinden etkilemektedir. Haberleri internet ortamından alabildiklerinden dolayı alanında uzman muhabirlere ihtiyaç duymadıkları ve bu durumun gazeteci istihdamlarını da etkilediği bilinmektedir. Yapılan bu kopyala-yapıştır yönteminin bu nedenle haber hırsızlığının yanında emek hırsızlığı olarak ta kabul görmesi kaçınılmazdır. Geleneksel gazetecilikte caydırıcı bir rol üstlenen Medya Etik Kurulunun aynı etkiyi İnternet Gazeteciliğinde yasal boşluklar nedeniyle gösteremediği ve bu ortamda haberlerin üretilmek yerine çalınma popülasyonunun gösterildiği gözlemlenebilmektedir. Medya Etik Kurulu 2017 yılında yayınladığı İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu ile caydırıcı olmayı hedeflemiş ve birçok internet gazetesine yapılan haberlerde link verilmesi gerektiği bildirilmiş ve uymayanlara da kınama ve uyarma vermiştir (Özejder, 2018).

### **2.4.3 Vatandaş Gazeteciliği**

Belirli bir denetim mekanizmasına bağlı olmadan gelişmiş güzel üretilen haberler internet ortamında bir nevi güvensizlik ortamı oluşturmaktadır. Bireyler detaylı araştırma yapmadan rastgele şahit olduğu bir konuşma hakkında, birilerinden duyduğu bir konu hakkında veya bilinçli olarak yanlı hazırlanmış fikirler doğrultusunda kendi kanaatlerini de ekleyerek ve görsel materyaller ile destekleyerek günümüzde internet ortamına haber niteliğinde içerikler sunabilmektedir. Bu noktada gerekli gazetecilik ahlakını barındırmayan, gazetecilik eğitimi olmayan sıradan vatandaşa bir nevi gündem belirleme hakkı verilmiş olmaktadır.

Medya alanında bulunan çeşitliliğin yerini tek güce bırakması ve alanın daralarak tekelleşmeye gitmesi bir başka önemli noktadır. Beraberinde birçok problemi getirdiği bilinmektedir. Vatandaş gazeteciliğinin bu gelişen durum karşısında tepki

olarak meydana geldiği söylenmektedir. Bunun nedeni incelendiğinde ise mevcut tekelleşme ile birlikte medyanın büyük şirketlerin yaptırım gücü olarak kullanılması gösterilebilmektedir. Bu gelişmeler neticesinde medyaya karşı okur kitlenin bir güven kaybı yaşadığı ve medya sektörünün de bir savunma mekanizması olarak, bir nevi kaybedilen güvenin tamir edilmesi olarak kabul görebilecek bir şekilde vatandaş gazeteciliği olgusunu meydana getirdiği öngörülebilir (Önder, 2007).

Yeni medya ile gün yüzüne çıkan vatandaş gazeteciliği de büyük bir tehdit içermektedir. Hangi ideolojiye bağlı olarak üretildiği bilinmeyen haberler internet ortamından alınarak yayımlanmaktadır. Teknolojinin verdiği imkanlar doğrultusunda gerek kopyala yapıştır yöntemi kullanılarak gerekse de yanlış ve bilinçli olarak kamuoyunda gündem yaratmak amaçlanarak hazırlanan haberler ve haber içeriklerinin güven unsuruna darbe vurduğu bilinmektedir.

Oysaki bütün bunlarla beraber gazetecilikte yaşanan bu dönüşüm çok ciddi boyutlarda enformasyon kirliliği oluşturmuş durumdadır. Maliyeti düşük olmasından dolayı rahatça kurumsallaşabilme fırsatı doğuran internet mecrası asılsız kaynakların büyük oranda artmasına zemin hazırlamaktadır. Üstelik bir meslek olarak lanse edilmeli mi diye tartışılan vatandaş gazeteciliği de bu bilgi kirliliğine imkân tanımaktadır (Yurdigül & Yüksel, 2012, s. 150).

#### **2.4.4 Clikbait (Tık Tuzağı)**

Tık tuzağının okuru çekmek için tasarlanan ve içerikle alakalı veya alakasız olarak okur karşısına çıkan fotoğraflar ve başlıklardan oluştuğu bilinmektedir. Okuru çekecek materyaller özenle seçilerek tasarlanmakta ve kullanılmaktadır. Bu kullanılan fotoğraflar ve metinler konu hakkında çok kısa bilgi vermekte fakat detay içermemektedirler. Bu noktada merak durumuna maruz bırakılan okur tıklama isteği duymaktadır. Bazı durumlarda tıklama sonrasında bir miktar bilgiye ulaşılır fakat alakasız konulara yönlendirmelerin olduğu durumlar da gözlenebilmektedir. Bu yöntemin internet gazetelerinde sıkça tercih edilme nedeninin mali konular olduğu

söylenbilir. Çünkü okurun site içerisinde her tıklaması ve geçirdiği süre siteye para kazandırmaktadır. Buna maruz kalan okurda, güvensizlik ortamı oluştuğu ve internet gazetelerinin güvenilirmez olduğu düşüncesini gözlemlemek mümkündür (Özdemir, 2018).

İnternet gazetelerinin okuru sitede daha fazla tutarak vakit geçirmesini sağlamak ve tıklanma oranını artırmak için kullandıkları bir yöntem olarak bilinmektedir. Bu yöntem tık tuzağı haberciliği olarak bilinmekte, internet haberciliğinde ve sosyal medya haberciliğinde kullanılmaktadır. Bu tuzak haberler okura çok kısa bilgiler vererek, içerikle alakasız fotoğraflar kullanarak, son dakika, flash flash gibi spotlarla farklı kaynaklara yönlendirebilmektedir. Bu yöntemde en önemli özellik olarak dikkat çekmesi ve merak uyandırması olarak bilinmektedir. Bu doğrultuda haberle alakasız olarak kullanılan görseller, haber içeriği hakkında bilgi vermeyen başlıklar okurda ilgi ve merak uyandırarak bir nevi okuru kandırılarak yönlendirip hazırlayanın çıkarlarına hizmet etmesine neden olmaktadır (Vural & Sütçü, 2019).

#### **2.4.5 Haber Sitelerinin 3G Aldatmacası**

Ersoy'un (2013) aktardığı üzere bu konuya Türkiye'de bulunan Sabah Gazetesi okur temsilcisi İbrahim Altay'ın bir yaklaşımı bulunmaktadır. 3G Girls (Kadın, Cinsellik), Games (Oyunlar), Gambling (kumar) gibi içeriklerden oluşmaktadır. Bu içerikler ile okurun sitede daha fazla vakit geçirmesi ve daha çok tıklamalarda bulunması amaçlanmaktadır. Fakat Ersoy yaptığı bir araştırma ile KKTC'de bulunan online gazetelerde benzerlik bulunmadığına değinmektedir (Ersoy M. , 2013). Günümüzde bakıldığında ise yerel gazetelerin internet sitelerinde 3G benzer içeriklere rastlamak mümkündür.

## 2.4.6 İnternet Gazeteciliğinde Etik Problemler

Dijitalleşen dünyayla birlikte gazeteciliğinde dijital ortamlarda yapılması, beraberinde gazeteciliğin temel taşlarından biri olan, etik sorununu daha da fazla gündeme getirmiştir. Gazetecilik alanında var olan etik sorunlara yeni medyayla birlikte yeni etik sorunlar da eklenmiştir. Özel ve Deniz'e (2019) göre geleneksel medyada bir haberin okuyucu kitlesi belirli sınırlar çerçevesindeydi yani bir haberde etik sorunlar olsa da bununla sınırlı sayıda okuyucu karşılaşmaktaydı fakat yeni medyada, paylaşımlar sayesinde, okuyucular geleneksel medyada olduğu gibi sınırlı değil aksine kat kat daha fazla okuyucuyla etik sorunlar karşılaşmaktadır.

Etik, felsefe alanının eski disiplinleri arasında yer almaktadır. Etik kelimesi eski Yunan'da 'ethos' kelimesinden türemiştir ve töre anlamına gelmektedir. Etik sözcüğü, ahlaki açıdan toplumun geneli tarafından kabul gören kurallar olarak da açıklanmaktadır (Öztürk, 2015).

İnternet gazetelerinde etik sorunların nedenleri arasında ticari amaç ile, reklam gelirlerden daha fazla pay alabilmek için haberin "içerik, format, etik, doğruluk, haber değeri gibi unsurlarına" önem verilmemektedir (Işık & Koz, 2014, s. 27).

Gün geçtikçe ucuzlayan, çeşitlenen ve yaygınlaşan, veri işleme ve saklama kapasiteleri artan sayısal fotoğraf makineleri, ses kayıt cihazları, yüksek kalitede görüntü kaydı yapabilen ve elde taşınabilir büyüklükteki sayısal kameralar, metin ve görüntü gibi çeşitli türdeki enformasyonu işlemeye olanak sağlayan yazılımlarla ve bunların merkeze aktarılmasını mümkün kılan kablosuz modemle donatılmış dizüstü bilgisayarlar ve görüntü kaydedebilen cep telefonları gibi sayısal donanımlar ve teknolojiler gazetecilerin günlük rutinlerini kolaylaştırmaktadır (Geray & Aydoğan, 2010, s. 310).

Bunlar gibi etkenler, gazeteciliğe avantaj sağladığı gibi dezavantaj da sağlamaktadır.

Birçok insan herhangi bir olayın, yeni teknoloji sayesinde, fotoğrafını çekip bir kaç

cümle ile gazetelere yollamaktadır. Özellikle Kuzey Kıbrıs gibi küçük bir ülkenin internet gazetelerinde haber değeri taşıyan neredeyse her şey toplumla paylaşılmaktadır. Yukarıda sayılan ve teknolojinin bize sunduğu bu imkanlar, bir taraftan gazetecilerin işini kolaylaştırırken diğer taraftan da büyük bir enformasyon kirliliği yaratmaktadır.

Gazetecilik etiği tek yönlü değildir. Bir taraftan toplumu objektif bir biçimde bilgilendirmek gerekirken diğer taraftan da toplumun olumsuz etkilenmemesi, paylaşılan haberlerle aile yapısına ve çocukların gelişimine uygunluğu da göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Etkeser, 2015).

Özellikle cinayet, tecavüz, hırsızlık gibi suç haberlerinde karşılaşılan habere taraflı bakmak, kişilerin suçu kesinleşmeden suçlu gibi gösterilmeleri, okuyucuyu çekebilmek adına atılan çarpıcı haber başlıkları, zanlıların isimlerini açık bir şekilde paylaşıp habere fotoğraflarını eklemleri yaşanan başlıca etik sorunlardır (Asit, 2019).

1. Gazetecilik meslek ilkeleri, internet haber siteleri için de geçerlidir. Künyede, “bu haber sitesi, gazetecilik meslek ilkelerine uygun davranır” şeklinde bir ifadeye yer verilir.
2. Haber siteleri, künye ve iletişim bilgilerini yayımlamakla yükümlüdür. Künyede, haber sitesinin sorumlu müdürünün kim olduğu açıkça belirtilir.
3. Başka bir medya kuruluşundan alınarak yayımlanan haberlerde kaynağın belirtilmesi ve medya kuruluşunun kendi imkânlarıyla ürettiği özel haberlerin tamamının kullanılmayıp haberi üreten medya kuruluşuna link verilmesi esastır.
4. Bir gazetede ya da internet haber sitesinde yayımlanan köşe yazısı ancak yazarın ve yayımcının izniyle haber sitesine konulabilir.
5. İnternet haber sitelerinin sorumluları, gazetecilik kaygısıyla hareket ederler.
6. İnternet haber siteleri, haberlerin ve yazıların okunma sayılarını verirken dürüstlükten ödün vermezler.
7. İnternet haber siteleri, insan haklarına, evrensel değerlere uygun yayın yaparlar; nefret söyleminden uzak dururlar.
8. İnternet haber sitelerinde insan bedeninin metalaştırılmasına hizmet edecek ve toplumsal cinsiyet eşitliğine aykırı şekilde yayın yapılmaz.
9. Sırf haberin tıklanması için, içeriği yansıtmayan, çarpıtılmış, sansasyonel haber başlıkları kullanmak doğru değildir.
10. Haber ve köşe yazılarının altına yazılan okur yorumlarında gerçek isimlerin kullanılması esastır. Haber sitesi, takma isimlerin kullanılmasına izin verse bile, yorumları yayımlanmadan önce küfür ve hakaret içermemesi için



denetlemesi gerekir. Haber sitesi, okur yorumları dahil, yayımladığı her içeriğin sorumluluğunu alır (Medya Etik Kurulu, 2014).

## **Bölüm 3**

### **KURAMSAL ÇERÇEVE**

Bu bölümde çalışmaya uygun olduğu düşünülen iki farklı iletişim kuramı kullanılmıştır. Bunlar; Kullanımlar ve Doyumlar ile Eşik Bekçiliği kuramı olmaktadır.

#### **3.1 Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı**

Kullanımlar ve Doyumlar kuramının temelleri 1940'lı yıllara dayanmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar kuramı ortaya atılmadan önce izleyicinin pasif olduğu kabul edilmekteydi. Bu kuramla birlikte izleyicinin artık aktif olduğu kabul edilmiştir. Artık izleyiciler 'ne düşünmeleri gerektiğini' değil 'ne hakkında düşünmeleri gerektiğine' kendileri karar verebiliyordu (Işık M. , 2012).

Paul Lazarsfeld ve Herta Herzog radyoda dinleyicilerin hangi ihtiyaçlarını hangi programlarla doydurduklarını araştırmaları kullanımlar ve doyumlar kuramının temelini atmıştır (Küçükkurt, Hazar, Çetin, & Topbaş, 2009).

Bu kuramla birlikte, iletişimdeki gönderici-ileti-alıcı süreci değişimlere uğramış ve göndericinin üstünlüğü artık alıcıya geçmiştir. Buna göre izleyici kendi ihtiyaç ve gereksinimlerine göre medyadan yararlanmaktadır. Farklı bir deyişle izleyici artık aktiftir ve kendi enformasyonunu artık kendi yaratmaktadır (Erdoğan & Alemdar, 2005).

Yaylagül'e göre Kullanımlar ve Doyumlar kuramı Katz'ın çalışmalarıyla başlamıştır. Katz'a göre insanların hem toplumsal hem de psikolojik gereksinimleri bulunmaktadır ve insanlar bu gereksinimlerinin bazılarını medyadan karşılayabilmektedirler (Yaylagül, Kitle İletişim Kuramları , 2006).

Erdoğan ve Alemdar (2010) bu kuramı 3 aşamada incelemektedir. Gereksinimler, Kullanımlar ve Doyumlar. Kişinin hem bireysel hem de toplumsal gereksinimler olduğunu savunan Erdoğan ve Alemdar (2010), bireylerin kendilerinden ve çevrelerinden karşılayamadıkları gereksinimleri, kitle iletişim araçlarından karşıladıklarını belirtmişlerdir. İzleyici, iletişim sürecinin gerçekleşip, gerçekleşmeyeceğine kendisi karar vermektedir. Kullanımlar kısmında ise kişi, kendi ihtiyaçları doğrultusunda kitle iletişimi kullanmayı sorun olarak tecrübe etmişse bunun psikolojik ve toplumsal nedenlerden dolayı olduğunu söylemektedir. Deneyim ve sorunlar bireyselleştirilir ve bunun sonucunda kitle iletişim araçlarının veya toplumun üzerinden sorumluluk kaldırılır. Doyumlar kısmında ise bireyler, gereksinimlerini giderebilmek için kitle iletişim araçlarını kullanırlar ve belirli doyumlarını kitle iletişim araçları ile karşılarlar (Erdoğan & Alemdar, 2010).

McQuail, Blumler ve Brown'un televizyonda yarışma programları üzerine yaptıkları araştırmanın (1972) sonucunda izleyicilerin büyük bir kısmının yarışma programlarını 4 temel doyum için izledikleri tespit edilmiştir. Bunlar; kendini takdir etme, toplumsal etkileşim, heyecan ve eğitim olmaktadır (Fiske, 2003). Görüldüğü üzere kullanımlar ve doyumlar kuramı geleneksel medya içerisinde en çok televizyon üzerinde çalışmalar yapılarak belirli bir noktaya getirilmiştir. Fakat zaman içerisinde kuramın da buna müsaitliği doğrultusunda farklı medya araçlarına da uygulanabilmektedir (Göncü, 2018).

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının bireyci ve psikolojik olduğu iddia edilip toplumsal olayları göz ardı ettiği düşünülerek eleştirilmektedir(Gezgin, 2018). Bunun dışında bütün sorumluluğu izleyiciye yükleyip kitle iletişim araçlarını akladığı düşünülmektedir (Göncü 2018).

Çalışmada bu kuramın kullanılmasının nedeni; okurlara yapılan anket çalışması ile okurların hem internet gazeteleri kullanımını hem de internet gazetelerine karşı doyumlarını ölçümlemektir.

### **3.2 Eşik Bekçiliği Kuramı**

Eşikbekçiliği ilk olarak Kurt Lewin tarafından kullanılmıştır. Eşik bekçiliği adına sık olarak iletişim alanında ve kitle iletişim araçları konusunda rastlamak mümkündür. Lewin bu kavramı, bir ailenin yemek masasında bulunacak olan yiyeceklerin seçilme yöntemi üzerinde bir örnek vererek açıklamıştır. Eşik bekçisi olarak burada anne kastedilmiştir. Anne masada bulunacak olan yiyeceklere karar veren olarak Lewin tarafından eşik bekçisi olarak nitelendirilmiştir (Narmalioğlu, 2016).

Eşik bekçiliği, iletişim ve haber medyası alanında çokça kullanılan bir kavramdır. Bir haber, ortaya çıkmadan önce bir takım süreçlerden geçmektedir. Bu süreçlerin başından itibaren hangi haberin nasıl olacağına, haber olup olmayacağına ve hangi haberin ne zaman kitleyle buluşacağına eşik bekçileri karar vermektedir. Genel olarak bu kişiler editörlerdir (Yaylagül, 2006).

Editörler bir haber henüz oluşmadan sadece ellerinde belirli bilgiler mevcut iken okura yansıtılacak haberlerin seçimini yapmaktadırlar. Editör, süzgecinden geçirdiği bilgileri birer birer üstüste koyarak bir nevi inşaat yapar gibi tasarlayıp haberleri kitleye sunmaktadır (Narmanlıoğlu, 2016). Başka bir görüşe göre ise eşik

bekçiliğinde medyanın görevi, apartman kapıcısına benzetilmektedir. Kapıcı, nasıl ki apartmana giren çıkanı denetleyen ve apartmanı kontrol eden kişidir, gazeteciler ve medya kurumları da bu görevi üstlenmektedir (Çebi, 1996).

Çebi'ye (1996) göre eşik bekçileri haberi üreten gazeteciler, medya kurumu veya medyanın kendisi olabilmektedir. Eşik bekçiliğini yönlendiren bir takım eylemler vardır. Bunlar; kişilik, görüşler, tercihler, inanışlar, sezgiler, gelenekler, tutumlar, davranışlar, ahlak, kültürel değerler gibi birçok etken olabilmektedir (s,248-249).

Tüm bunlar teknolojiyle birlikte gazeteciliğin de dijital ortamlara kaymasıyla değişmiştir. İnternet sayesinde hayatımıza giren interaktiflik ve hipermetinsellik günümüzde gazetecilik uygulamalarını tamamen farklı bir boyuta sokmuştur. Geleneksel gazetecilikte pasif olan okur, internet gazeteciliğinde aktif konumdadır. Okur artık istediği haberleri okumakta, istemediği haberleri, fotoğrafları veya haber başlıklarını değiştirebilme veya kaldırtabilmektedir. Bunun dışında yapılan araştırmalarda okurun haber seçimine, haberlerin paylaşım vaktine ve eşik bekçilerinin kararlarına etkisi olduğu bulunmuştur (Deniz & Özel, 2018).

Bunun yanında yine, yeni medyanın getirdikleri sayesinde, okurun habere olan etkisi dışında okur, içerik üretebilmekte ve haber yapabilmektedir. Bu nedenle her türlü enformasyon, herhangi bir sansür veya kesme olmadan okuyucuya aktarılmaktadır. Bu durumda profesyonel olmayan sıradan insanlar eşik bekçiliği rolünü üstlenmektedirler.

Narmanlıoğlu'na (2006) göre internet gazeteciliğinin etkileşim özelliğinden dolayı haber editörlerinin dışında yorum editörleri de eşik bekçiliği konumunda olmaktadır.

Geleneksel medyada okuyucu mektupları yerine yeni medyada değeriendirilen yorumların görünmesinde yine eşik bekçileri karar vermektedir (s.155).

## Bölüm 4

# YÖNTEM

Dördüncü bölümde araştırmanın hangi yöntemle yapıldığı açıklanacaktır. Bu bölüm 6 başlığa ayrılmıştır. Bu başlıklar; Araştırma Yöntemi, Araştırma Grubu, Verilerin Toplanması, Veri toplama teknikleri, veri toplama süreci ve veri analizi olmaktadır.

### 4.1 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma karma metot ile yapılmış olup, okurun online gazetelere olan güvenini ölçümlemeyi amaçlamaktadır. “Karma yöntem araştırmaları, araştırmacının bir çalışma veya birbirini izleyen çalışmalar içerisinde nitel ve nicel yöntem, yaklaşım ve kavramları birleştirmesi olarak tanımlanır” (Baki & Gökçek, 2012, s. 2). Araştırmanın çift yönlü yapılması, hem güven problemini etkileyen faktörleri daha iyi görebilmeyi, hem de online gazeteler ile ilgili literatürde bulunmayan teknik bilgileri öğrenmeyi sağlamıştır.

Nicel araştırma yöntemi için anket tekniği kullanılmış, nitel yöntem için ise, derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Anketler, Kuzey Kıbrıs’ın üç büyük ilçesi olan Lefkoşa, Girne ve Gazimağusa bölgelerine dağıtılmıştır. Derinlemesine görüşme ise, Kuzey Kıbrıs’ta devlet destekli tek haber ajansı olan, Türk Ajansı Kıbrıs (TAK)’ın ilk müdürü Emir Ersoy ile yapılmıştır.

## **4.2 Araştırma Grubu**

“Kavramsal olarak evren (population) benzer özellikleri taşıyan bireylerin ya da ögelerin oluşturduğu bir bütündür” (Şimşek, 2012, s. 110). Bu çalışmanın evrenini Kuzey Kıbrıs’ta bulunan 18 yaş üstü gazete okurları oluşturmaktadır.

“Genel anlamıyla örneklem (sample), evren içinden belirli ölçülere göre seçilen ve evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğu varsayılan bir alt gruptur” (Şimşek, 2012, s. 111). Bu çalışmada tabakalı örneklem kullanılmış olup, Kuzey Kıbrıs’ın Lefkoşa, Gazimağusa ve Girne ilçelerinden rastgele seçilen 300 okurdan oluşmaktadır. Örneklem grubu; 131 Kadın ve 166 Erkekten oluşmaktadır. Ayrıca bu grup, 183 KKTC uyruklu, 40 Tc uyruklu ve 75 hem KKTC hem de TC uyruğu bulunan kişilerden oluşmaktadır. Bunun yanında eğitim seviyesi açısından bakıldığında; 145 üniversite mezunu, 113 ortaöğretim mezunu, 16 ilköğretim mezunu bulunmaktadır. Örneklem grubu daha çok Lefkoşaya bağlı bölgelerde yaşamaktadır. Lefkoşa’yı sırasıyla, Gazimağusa, Girne, İskele, Güzelyurt ve Lefke takip etmektedir. Örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunu özel sektör çalışanı daha sonra ise devlet memurları oluşturmaktadır.

### **4.2.1 Verilerin Toplanması**

Verilerin toplanması 2019 yılının Ocak ile Haziran ayları arasında yapılmıştır. 18 yaş üstü okurlar; köy kahveleri, kafeler, restoranlar vb. gibi yerlerden rastgele seçilmiştirler. Anketler bire bir katılımcılara elden verilmiştir. KKTC’nin 2011 yılında yapılan son nüfus sayımına göre toplam 190.494 vatandaşı bulunmaktadır. Bu bağlamda nüfus oranı en yüksek olan Lefkoşa, Gazimağusa ve Girne ilçelerinde 100’er adet olmak üzere toplam 300 adet anket dağıtılmıştır.



İlçe, Cinsiyet ve Tabiiyete göre KKTC vatandaşı sürekli ikamet eden nüfus, 2011

İlçe	Toplam	Erkek	Kadın
TOPLAM	190.494	94.580	95.914
LEFKOŞA	60.786	29.842	30.944
GAZİMAĞUSA	49.794	24.874	24.920
GİRNE	38.433	19.214	19.219
GÜZELYURT	21.350	10.560	10.790
<b>İSKELE</b>	20.131	10.090	10.041

(Devplan, 2011)

#### 4.2.2 Veri Toplama Araç/Teknikleri

Sosyal bilimlerde sıkça tercih edilen tekniklerden biri olan anket; veri toplama amacı ile belirlenmiş konunun hipotezlere veya araştırma sorularıyla ilişkili olarak hazırlanmış sorular topluluğudur (Balcı, 2005). Bu çalışma okur odaklı ve hem nicel hem de nitel bir araştırmak olmaktadır. Verileri objektif bir şekilde toplama gereğinden dolayı anket tekniği kullanılmıştır. Ayrıca anket tekniği ile daha fazla okura ulaşıp örneklem grubunu diğer tekniklere göre daha geniş tutmak mümkündür. Bu nedenle de anket tekniği tercih edilmiştir.

Yapılan araştırmanın ikinci kısmında, veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Literatür taramasına bağlı olarak 40 adet anket sorusu hazırlanmıştır. Anket formunda demografik, kapalı uçlu sorular ve 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde 8 tane demografik, 4 adet internet kullanımı ile ilgili soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise okurların haber ve gazete okuma alışkanlıkları tespit etmek amacı ile ilgili 15 adet soru bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise okurların online gazeteler ve basılı gazetelere karşı tutumlarını ve deneyimlerini

ölçümlemek amaçlı 13 adet likert soru bulunmaktadır. Anket formu oluşturulduktan sonra Kuzey Kıbrıs'ın üç büyük ilçesi olan Lefkoşa, Girne ve Gazimağusa bulunan çeşitli kafe, kahvehane, restoran vb. yerlerdeki okuyuculara dağıtılmıştır.

Araştırmanın diğer kısmını ise nitel araştırma yöntemine bağlı, derinlemesine röportaj tekniği oluşturmaktadır.

#### **4.2.3 Veri Toplama Süreci**

Bu araştırmanın ilk kısmında, birincil araştırma kullanılıp okurlara anket tekniği uygulanmıştır. Bu yöntemle okurların, online gazetelere karşı olan tutumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. İkinci kısımda ise derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır.

#### **4.2.4 Verilerin Analizi**

Araştırma sorularını analiz etmek için SPSS 18.0 paket programı kullanılmıştır. Betimsel istatistik analizi yapılmıştır. Öncelikle sıklık analizi alınarak katılımcıların sorulara hangi cevapları verdikleri tespit edilmiş, daha sonra ise çapraz tablo analizi yapılarak iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ortaya çıkarılmıştır.

### **4.5 Güvenilirlik ve Geçerlilik Testi**

“Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçmek istediği özelliği ne ölçüde doğru ölçtüğünü, ölçeğin üretkenliğini ve sürekliliğini gösterir” (Çakmur, 2012, s. 340).

Tekin'e göre geçerlilik, “bir ölçme aracının ölçmeği amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellekle karıştırmadan, doğru olarak ölçebilme derecesidir” (Yaşar, 2014, s. 65).

#### **Pilot çalışma güvenilirlik testi**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.799	.776	40

Yapılan pilot çalışmada güvenilirlik 0.799 çıkmıştır. 0.7'den yüksek çıkan testlerin güvenilir olduğu bilinmektedir.

Çalışmanın güvenilirlik testi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.602	.645	13

Çalışmanın güvenilirlik testinde cronbach alpha 0.602 çıkmıştır.

## **Bölüm 5**

### **BULGULAR**

Bu bölümde Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan okurlara yapılan anket sonuçları değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma sonucu elde edilen verilerin, sıklık ve çapraz tablo analizleri değerlendirilmiştir.

#### **5.1 Derinlemesine Görüşme Sonuçları**

Türk Ajansı Kıbrıs'ın en uzun müdürlük görevini yapan eski müdür Ersoy'un (2019) aktardığı üzere TAK Kuzey Kıbrıs'ın tek devlet destekli haber ajansı konumundadır. TAK'ın varlığı 1983 öncesine dayanmasına rağmen yasası 1983'te çıkmıştır. TAK bünyesinde 45 personel barındırmaktadır. Bu kadro müdür, müdür muavini, "birinci, ikinci ve üçüncü" derece muhabirlerden oluşmaktadır. Müdür muavini aynı zamanda haber istihbarat bölümünün de sorumlusu konumundaydı. Kurum içerisinde Rum basınının haberlerinin Türkçeye çevrimini yapan, fotoğraflardan sorumlu olan fotoğraf servisi ve gündemi izleyen Türkçe haberleri oluşturmakta görevli birimler bulunmaktadır. TAK'ta haberler daktilolarda yazılır, çoğaltılır ve aboneler ile diğer kurumlara elden dağıtılırdı. Dönemin müdürü Emir Ersoy İngiltere'den getirttiği kart banyo makinesi sayesinde fotoğraflar siyah beyaz olarak hazırlanırdı.1990 yılında yardım heyeti tarafından kurumu bağışlanan altı adet bilgisayar ile daktilolar ile yazılan haberler yerini bilgisayarlara bıraktı. Haberlerin yazı işleri bilgisayarda gerçekleştirilerek yazıcı aracılığı ile çıktı alınıp çoğaltılarak dağıtılmaya başlandı. 1995 yılında kurumda cep telefonları kullanılmaya başlandı. Kurumun internet teknolojisi ile buluşması 2009-2010 yılları arasında gerçekleşti. Kurumun eski binası

Lefkoşa'da Surlariçi bölgesinde bulunmaktaydı. Konumu Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ve elçiliğe yakındı, dolayısıyla dağıtım bisikletler ile yapılmaktaydı. İlerleyen yıllarda bisikletler yerine mobiletler kullanılmaya başlandı. 1990 yılında internet teknolojisi ile abonelikler alınmaya başlandı. Okur bir talebi veya şikayeti olduğunda telefon ile kuruma ulaşırdı. Daha sonraki yıllarda cep telefonun yaygınlaşması ile mesaj servisi hayata geçirildi. Abonelere mesaj sistemi ile haberler ulaştırılıyordu. TAK abonelik sistemi üzerinden ulaşılabilen bir kurum olduğundan dolayı herkes değil sadece abonelere aktif iletişim olanağı sunmaktadır. Abone olmayanlar içeriklere ulaşamamaktadır. İnternet teknolojisi ile gelişen yeni medyada gazeteler okura habere dahil olma şansı verirken TAK'ta bu sistem telefon ile aramak yolu ile mümkündür. Şikayeti veya bir talebi olan okur telefon aracılığı ile bir iletişim başlatabilmekteydi. TAK bir devlet ajansı olduğundan dolayı haberlere bakışı diğer kurum ve kuruluşlara göre farklılık göstermektedir. Bireyleri ilgilendiren haberler yerine toplumun genelini ilgilendiren haberlere yer vermektedir. Kurum yaptığı haberlerde 5n1k kuralını dikkate alarak gerekli soruları cevaplayacak şekilde içerik sunmaktadır. Haber diline dikkat etmektedir. Bir olay haberleştirileceği zaman kurum muhabiri haberi izlemek ve bilgileri doğru şekilde almakla görevlidir. Dış haberler için Anadolu Ajansı, Reuters gibi anlaşmalı ajanslar bulunmaktadır. TAK'ın habere yaklaşımı haberin önce bekletilmesi kesinleştikten sonra dağıtılması şeklindeydi. Rum basınından gelen haberlerde de bu yöntem izlenir ve hata payı en aza indirgenirdi. Haber hazırlanırken dikkatten kaçan bir husus veya yapılan bir hata var ise gerekli düzeltmeler yapılır ve özür yazısı yayınlanırdı. Bir basın açıklaması yapılacağında TAK muhabirinin gelmesi beklenir ve açıklamalara başlanırdı. Haber güvenliği kurumda önem teşkil etmekteydi. Bir kurum, kuruluş veya sivil toplum örgütü yanlış bilgi verir ve hataya sebep olursa önlem alınır ve tekrar haberlerine yer

verilmezdi. Gerçekleşen güncel olaylar takipte tutulur ve muhabirler aracılığıyla izlenirdi. Eğer kaçırılan bir açıklama veya olay var ise yetkililere TAK'ı durumdan haberdar etmedikleri için sitem yazısı gönderilirdi. TAK eğer bir olayı kendi muhabiri ile izlemediyse kurumdan veya kuruluştan basın bildirisini göndermesini isterdi. Bu yol ile meydana gelebilecek hatalardan kaçınılır ve sorumluluk tamamen bildiriye gönderen makamda olurdu. TAK aynı zamanda arşivleme görevini de üstlendiğinden dolayı haberler ne sayfalarca uzun ne de kısa metinlerden oluşabilirdi, orta derecede uzunluğa sahip haberler hazırlanırdı (Ersoy E. , 2019).

## 5.2 Sıklık Analizi

Çalışmanın ikinci kısmını oluşturan anketlerin bu bölümde sıklık analizi alınmış ve tablolar yorumlanmıştır.

Tablo 1: Cinsiyet dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Kadın	131	43.7	43.7	43.7
	Erkek	166	55.3	55.3	99.0
	Diğer	3	1.0	1.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan 300 katılımcıdan 131 kişi (43.7%) kadın, 166 (55.3%) kişi erkek ve 3 kişi (1.0 %) ise diğer seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 2: Yaş Dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	18-28	100	33.3	33.3	33.3
	29-38	115	38.3	38.3	71.7
	39-48	45	15.0	15.0	86.7
	49-58	32	10.7	10.7	97.3
	59+	8	2.7	2.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 2'ye göre, 300 katılımcının 100'ü (33.3 %) 18-28 yaş, 115'i (38.3 %) 29-38 Yaş, 45'i (15.0 %) 39-48 yaş, 32'si (10.7%) 49-58 yaş, 8 'i (2.7 %) 59 yaş ve üzerindedir.

Tablo 3: Uyrak dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	KKTC	183	61.0	61.0	61.0
	TC	40	13.3	13.3	74.3
	KKTC/TC	75	25.0	25.0	99.3
	Diğer	2	.7	.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 3'e göre, 300 katılımcıdan 183 kişi (61.0%) KKTC, 40 kişi (13.3%) TC, 75 kişi (25.0%) KKTC/ TC, 2 kişi (0.7%) diğer ülke vatandaşı olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4: Medeni durum dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Bekar	107	35.7	35.8	35.8
	Evli	160	53.3	53.5	89.3
	Diğer	32	10.7	10.7	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 4'e göre, 300 katılımcının 107'si (35.7%) bekar, 160'ı (53.3%) evli, 32'si (10.7%) diğer seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 5: Eğitim durumu dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	İlköğretim Mezunu	16	5.3	5.3	5.3
	Ortaöğretim Mezunu	113	37.7	37.7	43.0
	Üniversite Mezunu	145	48.3	48.3	91.3
	Diğer	26	8.7	8.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 5'e göre, 300 Katılımcının 16'sı (5.3%) İlköğretim Mezunu, 113'ü (37.7%) Ortaöğretim Mezunu, 145'i (48.3%) Üniversite Mezunu, 26'sı (8.7%) diğer seçeneğini işaretlemişlerdir.



Tablo 6: İlçe dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Lefkoşa	98	32.7	32.7	32.7
Gazimağusa	60	20.0	20.0	52.7
Girne	61	20.3	20.3	73.0
Güzelyurt	26	8.7	8.7	81.7
İskele	49	16.3	16.3	98.0
Lefke	6	2.0	2.0	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 6'ya göre, 300 katılımcının 98'i (32.7%) Lefkoşa, 60'ı (30.0%) Gazimağusa, 61'i (20.3%) Girne, 26'sı (8.7%) Güzelyurt, 49'u (16.3 %) İskele, 6'sı (2.0%) Lefke seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 7: Meslek Dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Devlet memuru	52	17.3	17.3	17.3
Doktor	7	2.3	2.3	19.7
Öğretmen	35	11.7	11.7	31.3
Özel sektör çalışanı	183	61.0	61.0	92.3
Diğer	23	7.7	7.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 7'ye göre, 300 Katılımcının 52'si (17.3%) Devlet Memuru, 7'si (2.3%) Doktor, 35'i (11.7%) Öğretmen, 183'ü (61.0%) özel sektör çalışanı, 23'ü (7.7%) diğer seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 8: Aylık gelir dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Aylık gelirim yok	21	7.0	7.0	7.0
2000-2500	27	9.0	9.0	16.0
2501-3000	50	16.7	16.7	32.7
3001-4000	117	39.0	39.0	71.7
4001+	85	28.3	28.3	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 8'e göre, 300 katılımcının 21'i (7.0%) Aylık gelirim yok, 27'si (9.0%) 2000-2500, 50'si (16.7%) 2501-3000, 117'si (39.0%) 3001-4000, 85'i (28.3%) 4001+ seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 9: İnternette geçirilen zaman dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid 1-3 saat	115	38.3	38.3	38.3
4-6 saat	103	34.3	34.3	72.7
6-8 saat	47	15.7	15.7	88.3
8 saatten fazla	35	11.7	11.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 9'a göre, 300 katılımcının 115'i (38.3%) 1-3 saat, 103'ü (34.3%) 4-6 saat, 47'si (15.7%) 6-8 saat, 35'i (11.7%) 8 saatten fazla seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 10: İnternete bağlanılan yer dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid ev	160	53.3	53.3	53.3
İş	107	35.7	35.7	89.0
Okul	16	5.3	5.3	94.3
Kafe	17	5.7	5.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 10'a göre, 300 katılımcının 160'ı (53.3%) ev, 107'si (35.7%) iş, 16'sı (5.3%) okul, 17'si (5.7%) kafe seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 11: İnternete bağlanılan cihaz dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Masaüstü Bilgisayar	66	22.0	22.0	22.0
Cep Telefonu	156	52.0	52.0	74.0
Dizüstü Bilgisayar	47	15.7	15.7	89.7
Tablet	31	10.3	10.3	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tablo 11'e göre, 300 katılımcının 66'sı (22.0%) Masaüstü bilgisayar, 156'sı (52.0%) Cep Telefonu, 47'si (15.7) Dizüstü Bilgisayar, 31'i (10.3%) tablet seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 12: İnterneti kullanım amacı dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Eğitim	51	17.0	17.0	17.0
	İş	77	25.7	25.7	42.7
	Haber	83	27.7	27.7	70.3
	Oyun	46	15.3	15.3	85.7
	Diğer	43	14.3	14.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 12'ye göre, 300 katılımcının 51'i (17.0%) Eğitim, 77'si (25.7%) İş, 83'ü (27.7%) Haber, 46'si (15.3%) Oyun, 43'ü (14.3%) Diğer seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 13: Günlük haberleri takip etme dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	evet	196	65.3	65.3	65.3
	hayır	104	34.7	34.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 13'e göre, 300 katılımcının 196'sı (65.3%) günlük haberleri takip ediyor, 104'ü (34.7) ise günlük haberleri takip etmiyor.

Tablo 14: Genellikle okunan haber türü dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Gündem	169	56.3	56.7	56.7
	Ekonomi & Finans	61	20.3	20.5	77.2
	Dış Haberler	23	7.7	7.7	84.9
	Spor Magazin	14	4.7	4.7	89.6
	Teknoloji	20	6.7	6.7	96.3
	Sağlık	11	3.7	3.7	100.0
	Total	298	99.3	100.0	
Missing	99.00	2	.7		
Total		300	100.0		

Tablo 14'e göre, 300 katılımcının 169'u (56.3%) Gündem, 61'i (20.3%) Ekonomi & Finans, 23'ü (7.7%) Dış Haberler, 14'ü (4.7) Spor Magazin, 20'si (6.7%) Teknoloji, 11'i (3.7%) Sağlık haberleri okuduğunu belirtmiştir.

Tablo 15: Basılı gazete satın alma dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Evet	86	28.7	28.7	28.7
	Hayır	214	71.3	71.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 15'e göre, 300 katılımcının 86'sı (28.7%) basılı gazete satın alırken 214'ü (71.3) basılı gazete satın almadığını belirtmiştir.

Tablo 16: İnternet üzerinden haber okuma dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Evet	274	91.3	91.3	91.3
	Hayır	26	8.7	8.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 16'ya göre, 300 katılımcının 274'ü (91.3%) internet üzerinden haber okuyorken 26'sı (8.7%) internet üzerinden haber okumadığını belirtmiştir.

Tablo 17: İnternet üzerinden haber okuma nedeni dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Haberle daha hızlı ulaşmak için	187	62.3	62.5	62.5
	Ücretsiz olduğu için	65	21.7	21.7	84.3
	Arşivlere daha kolay ulaşmak için	21	7.0	7.0	91.3
	Diğer	26	8.7	8.7	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 17'ye göre, 300 katılımcının 187'si (62.3%) haberlere daha hızlı ulaşmak için, 65'i (21.7%) ücretsiz olduğu için, 21'i (7.0%) arşivlere daha kolay ulaşmak için, 26'sı (8.7%) Diğer nedenlerden dolayı internet üzerinden gazete okuduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 18: Haber portalı denildiğinde akla gelen online gazete dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Kıbrıs 7/24	59	19.7	22.2	22.2
	Gündem Kıbrıs	84	28.0	31.6	53.8
	MHA	13	4.3	4.9	58.6
	Hürriyet	5	1.7	1.9	60.5
	Haber Kıbrıs	32	10.7	12.0	72.6
	Ntv.com	5	1.7	1.9	74.4
	Kıbrıs son dakika	7	2.3	2.6	77.1
	Kıbrıs Postası	16	5.3	6.0	83.1
	Diğer	45	15.0	16.9	100.0
	Total	266	88.7	100.0	
Missing	99.00	34	11.3		
Total		300	100.0		

Tablo 18'e göre, 300 katılımcının 59'u (19.7%) Kıbrıs 7/24, 84'ü (28.0) Gündem Kıbrıs, 13'ü (4.3 %) MHA, 5'i (1.7%) Hürriyet, 32'si (10.7) Haber Kıbrıs, 5'i (1.7) Ntv.com, 7'si (2.3) Kıbrıs son dakika seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 19: Online gazetelerin güncel haber verme dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	evet	202	67.3	67.3	67.3
	hayır	98	32.7	32.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tablo 19'a göre, 300 katılımcının 202'si (67.3%) takip ettiği online gazetenin taze ve güncel haber verdiğini, 98'i (32.7%) vermediğini belirtmiştir.

Tablo 20: Haber okuma saatleri dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Sabah	143	47.7	47.8	47.8
	Öğle	48	16.0	16.1	63.9
	Akşam	79	26.3	26.4	90.3
	Gece	29	9.7	9.7	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 20'ye göre, 300 katılımcının 143'ü (47.7%) Sabah, 48'i (16.0%) Öğle, 79'u (26.3%) Akşam, 29'u (9.7%) Gece seçeneğini işaretlemişlerdir.



Tablo 21: Haber portalında geçirilen süre dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	1 saat	207	69.0	69.2	69.2
	2-4 saat	83	27.7	27.8	97.0
	4 saat ve üzeri	9	3.0	3.0	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 21'e göre, 300 katılımcının 207'si (69.0%) 1 saat, 83'ü (27.7%) 2-4 saat, 9'u (3.0%) 4 saat ve üzeri olarak haber portallarında süre geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 22: Online gazetelere günlük giriş dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	1	123	41.0	41.1	41.1
	2-4	118	39.3	39.5	80.6
	4 ve üzeri	58	19.3	19.4	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 22'ye göre, 300 katılımcının 123'ü (41.0%) 1 kez, 118'i (39.3%) 2-4 kez, 58'i (19.3%) 4 ve üzeri gün içerisinde online gazetelere giriş yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 23: Okuduğunuz habere yorum yapma dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	evet	137	45.7	46.0	46.0
	hayır	161	53.7	54.0	100.0
	Total	298	99.3	100.0	
Missing	99.00	2	.7		
Total		300	100.0		

Tablo 23'e gore, 300 katılımcının 137'si (45.7%) internette okuduğu haberlere yorum yaparken 161'i (53.7%) yorum yapmadığını belirtmiştir.

Tablo 24: Gunluk gazete okuma dağılımı

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Evet	130	43.3	43.5	43.5
	Hayır	169	56.3	56.5	100.0
	Total	299	99.7	100.0	
Missing	99.00	1	.3		
Total		300	100.0		

Tablo 24'e gore, 300 katılımcının 130'u (43.3%) gunluk gazete okurken 169'u (56.3%) gunluk gazete okumadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 25: Bir haberi okumanıza neden olan etken dağılımı

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid				
Dikkat çekici olması	137	45.7	45.8	45.8
Haberlerde kullanılan fotoğraf	68	22.7	22.7	68.6
Haber manşeti	94	31.3	31.4	100.0
Total	299	99.7	100.0	
Missing	1	.3		
Total	300	100.0		

Tablo 25'e göre, 300 katılımcının 137'si (45.7%) dikkat çekici olması, 68'i (22.7%) haberde kullanılan fotoğraf, 94'ü (31.3%) haber manşeti olarak haberi okumalarına neden olan etkeni belirtmişlerdir.

### 5.3 Çapraz Tablo Analizi

Demografik ve internet kullanımı (1-12) soruları dışında kalanlar arasından güvenle ilgili olan sorular demografik değişkenlerle çapraz tablo analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 26: Cinsiyet ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlerde kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Cinsiyetiniz nedir?	Kadı n	Count % of Total	62 20.7%	31 10.4%	38 12.7%	131 43.8%
	Erkek	Count % of Total	73 24.4%	36 12.0%	56 18.7%	165 55.2%
	Diğer	Count % of Total	2 .7%	1 .3%	0 .0%	3 1.0%
Total		Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%

Tablo 26 göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna, 137 kişi dikkat çekici olmasından, 94 kişi haber manşetinden, 8 kişi ise haberde kullanılan fotoğraftan dolayı haber okumaktadır. Dikkat çekici olmasını seçen 137 kişinin, 62'si Kadın, 73'ü erkek olmaktadır. Buna göre bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna verilen cevaplarda cinsiyet anlamında önemli bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 27: Yaş ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlerde kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Kaç yaşındasınız?	18-28	Count % of Total	43 14.4%	24 8.0%	32 10.7%	99 33.1%
	29-38	Count % of Total	66 22.1%	20 6.7%	29 9.7%	115 38.5%
	39-48	Count % of Total	14 4.7%	14 4.7%	17 5.7%	45 15.1%
	49-58	Count % of Total	12 4.0%	9 3.0%	11 3.7%	32 10.7%
	59+	Count % of Total	2 .7%	1 .3%	5 1.7%	8 2.7%
Total	Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%	

Tablo 27 göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması seçeneğini işaretleyen 137 kişinin 66 tanesi 29-38, 43 tanesi 18-28, 14 kişi 39-48, 12 tanesi 49-58 ve 2 tanesi 59+ yaş aralığında olmaktadır. Buna göre genç ve orta yaş grubunun haberin dikkat çekmesine verdikleri önem daha fazladır denilebilir.

Tablo 28: Uyruk ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlerde kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Uyruğunuz nedir?	KKTC	Count % of Total	87 29.1%	39 13.0%	56 18.7%	182 60.9%
	TC	Count % of Total	17 5.7%	13 4.3%	10 3.3%	40 13.4%
	KKTC/ TC	Count % of Total	31 10.4%	16 5.4%	28 9.4%	75 25.1%
	Diğer	Count % of Total	2 .7%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total		Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%

Tablo 28'e gore, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması şeklinde cevap veren 137 kişinin 87 tanesi KKTC, 17 tanesi TC ve 31 tanesi KKTC/TC uyruklu olmaktadır. Buna gore KKTC uyrukluların bir haberi okumalarına neden olan etkenin dikkat çekici olması gerektiği soylenebilir.

Tablo 29: Medeni durum ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlerde kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Medeniz durumunuz nedir?	Bekar	Count % of Total	51 17.1%	27 9.1%	28 9.4%	106 35.6%
	Evli	Count % of Total	74 24.8%	32 10.7%	54 18.1%	160 53.7%
	Diğer	Count % of Total	12 4.0%	8 2.7%	12 4.0%	32 10.7%
Total		Count % of Total	137 46.0%	67 22.5%	94 31.5%	298 100.0%

Tablo 29'a göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması diyen 137 kişinin 74'ü evli, 51'i bekar ve 12'si diğer seçeneğini işaretlemiştir. Buna göre, evlilerin haberin dikkat çekici olmasına daha çok önem verdikleri söylenebilir.

Tablo 30: Eğitim durumu ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlerde kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Eğitim durumunuz nedir?	İlköğretim Mezunu	Count % of Total	8 2.7%	5 1.7%	3 1.0%	16 5.4%
	Ortaöğretim Mezunu	Count % of Total	48 16.1%	29 9.7%	36 12.0%	113 37.8%
	Üniversite Mezunu	Count % of Total	69 23.1%	32 10.7%	43 14.4%	144 48.2%
	Diğer	Count % of Total	12 4.0%	2 .7%	12 4.0%	26 8.7%
Total		Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%

Tablo 30'a göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması diyen 137 kişinin 69'u üniversite mezunu, 48'i ortaöğretim, 12'si diğer ve 8'i ise ilkokul mezunu olmaktadır. Buna göre, üniversite mezunlarının haber okumalarındaki ilk etken dikkat çekici olmasıdır.



Tablo 31: Bağlı olunan ilçe ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlere kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?	Lefkoşa	Count % of Total	52 17.4%	18 6.0%	28 9.4%	98 32.8%
	Gazimağusa	Count % of Total	20 6.7%	20 6.7%	19 6.4%	59 19.7%
	Girne	Count % of Total	31 10.4%	13 4.3%	17 5.7%	61 20.4%
	Güzelyurt	Count % of Total	10 3.3%	6 2.0%	10 3.3%	26 8.7%
	İskele	Count % of Total	21 7.0%	10 3.3%	18 6.0%	49 16.4%
	Lefke	Count % of Total	3 1.0%	1 .3%	2 .7%	6 2.0%
	Total	Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%

Tablo 31'e göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması diyen 137 kişinin 52'si Lefkoşa'ya, 31'i Girne'ye 21'i İskele'ye, 20'si Gazimağusa'ya, 10'u Güzelyurt'a ve 3'ü Lefke'ye bağlı bölgelerde yaşamaktadırlar. Buna göre Lefkoşa'ya bağlı bölgelerde yaşayan insanların bir haberin dikkat çekici olması, haberi okumalarına neden olan en büyük etken olmaktadır.

Tablo 32: Meslek ile bir haberin okunmasına neden olan etken ilişkisi

			Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir?			Total
			Dikkat çekici olması	Haberlere kullanılan fotoğraf	Haber manşeti	
Mesleğiniz nedir?	Devlet memuru	Count % of Total	26 8.7%	16 5.4%	10 3.3%	52 17.4%
	Doktor	Count % of Total	2 .7%	1 .3%	4 1.3%	7 2.3%
	Öğretmen	Count % of Total	16 5.4%	4 1.3%	15 5.0%	35 11.7%
	Özel sektör çalışanı	Count % of Total	86 28.8%	42 14.0%	54 18.1%	182 60.9%
	diğer	Count % of Total	7 2.3%	5 1.7%	11 3.7%	23 7.7%
Total		Count % of Total	137 45.8%	68 22.7%	94 31.4%	299 100.0%

Tablo 32'ye göre, Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir sorusuna dikkat çekici olması diyen 137 kişinin 86'sı özel sektör çalışanı, 26'sı devlet memuru, 16'sı öğretmen, 7'si diğer ve 2'si doktor olmaktadır. Buna göre, özel sektör çalışanlarının haber okumalarına neden olan en önemli etkenin dikkat çekici olmasıdır denilebilir.

Tablo 33: Cinsiyet ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

		Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
		Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Cinsiyetiniz nedir?	Kadın	Count 35 % of 11.7% Total	29 9.7%	27 9.0%	40 13.4%	131 43.8%
	Erkek	Count 50 % of 16.7% Total	22 7.4%	37 12.4%	56 18.7%	165 55.2%
	Diğer	Count 0 % of .0% Total	1 .3%	1 .3%	1 .3%	3 1.0%
Total		Count 85 % of 28.4% Total	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%

Tablo 33'e göre, Bir online gazete size nasıl güven verir sorusuna 97 kişi kaynak göstermesi, 85 kişi künye, 65 kişi güncel haber ve 52 kişi tanınmış kişi şeklinde cevap vermiştir. En çok işaretlenen (97 kişi) kaynak göstermesi seçeneğini 40 kadın ve 56 erkek işaretlemiştir. Buna göre 'Bir online gazete size nasıl güven verir' sorusunda cinsiyet değişkeni açısından büyük bir fark görülmemektedir.

Tablo 34: Yaş ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

			Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
			Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Kaç yaşındasınız?	18-28	Count % of Total	19 6.4%	21 7.0%	26 8.7%	33 11.0%	99 33.1%
	29-38	Count % of Total	38 12.7%	20 6.7%	26 8.7%	31 10.4%	115 38.5%
	39-48	Count % of Total	14 4.7%	5 1.7%	7 2.3%	19 6.4%	45 15.1%
	49-58	Count % of Total	13 4.3%	4 1.3%	4 1.3%	11 3.7%	32 10.7%
	59+	Count % of Total	1 .3%	2 .7%	2 .7%	3 1.0%	8 2.7%
Total	Count % of Total	85 28.4%	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%	

Tablo 34'e göre, Bir online gazete size nasıl güven verir sorusuna en yüksek oranla kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 33 tanesi 18-29, 31 tanesi 29-38, 19 tanesi 39-48, 11 tanesi 49-58 ve 3 tanesi 59+ yaş aralığında olmaktadır. Buna göre genç kitlenin, gazetelerin kaynak göstererek haber yapmasını daha fazla önemsedikleri söylenebilir.

Tablo 35: Uyrak ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

			Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
			Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Uyrakınız nedir?	KKTC	Count % of Total	57 19.1%	28 9.4%	34 11.4%	63 21.1%	182 60.9%
	TC	Count % of Total	10 3.3%	12 4.0%	9 3.0%	9 3.0%	40 13.4%
	KKTC/ TC	Count % of Total	17 5.7%	12 4.0%	22 7.4%	24 8.0%	75 25.1%
	Diğer	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%	2 .7%
Total		Count % of Total	85 28.4%	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%

Tablo 35'e göre, Bir online gazete size nasıl güven verir? Sorusuna kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 63'ü KKTC, 24'ü KKTC/TC ve 10'u TC uyraklı olmaktadır. Buna göre KKTC uyraklıların bir gazetenin haber yaparken kaynak göstermesine daha fazla önem verdiği söylenebilir.

Tablo 36: Medeni durum ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

			Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
			Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Medeniz durumunuz nedir?	Bekar	Count % of Total	32 10.7%	20 6.7%	26 8.7%	28 9.4%	106 35.6%
	Evli	Count % of Total	46 15.4%	25 8.4%	33 11.1%	56 18.8%	160 53.7%
	Diğer	Count % of Total	7 2.3%	6 2.0%	6 2.0%	13 4.4%	32 10.7%
Total		Count % of Total	85 28.5%	51 17.1%	65 21.8%	97 32.6%	298 100.0%

Tablo 36'ya göre, Bir online gazete size nasıl güven verir sorusuna kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 56'sı evli, 28'i bekar olmaktadır. Buna göre evli bireylerin online gazetenin kaynak göstermesi daha çok önem verdikleri söylenebilir.

Tablo 37: Eğitim durumu ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

			Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
			Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Eğitim durumunuz nedir?	İlköğretim Mezunu	Count % of Total	3 1.0%	6 2.0%	1 .3%	6 2.0%	16 5.4%
	Ortaöğretim Mezunu	Count % of Total	32 10.7%	25 8.4%	31 10.4%	25 8.4%	113 37.8%
	Üniversite Mezunu	Count % of Total	48 16.1%	19 6.4%	25 8.4%	52 17.4%	144 48.2%
	Diğer	Count % of Total	2 .7%	2 .7%	8 2.7%	14 4.7%	26 8.7%
Total		Count % of Total	85 28.4%	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%

Tablo 37'ye göre, Bir online gazete size nasıl güven verir sorusuna kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 52'si üniversite mezunu, 25'i ortaöğretim mezunu, 14'ü diğer, 6'sı ise ilköğretim mezunu olmaktadır. Buna göre üniversite mezunlarının haberlerde kaynak gösterilmesine daha çok dikkat ettikleri söylenebilir.

Tablo 38: Bağlı olunan ilçe ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

				Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
				Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?	Lefkoşa	Count % of Total	36 12.0%	17 5.7%	19 6.4%	26 8.7%	98 32.8%	
	Gazimağusa	Count % of Total	15 5.0%	9 3.0%	11 3.7%	24 8.0%	59 19.7%	
	Girne	Count % of Total	20 6.7%	11 3.7%	12 4.0%	18 6.0%	61 20.4%	
	Güzelyurt	Count % of Total	3 1.0%	3 1.0%	8 2.7%	12 4.0%	26 8.7%	
	İskele	Count % of Total	11 3.7%	11 3.7%	12 4.0%	15 5.0%	49 16.4%	
	Lefke	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	3 1.0%	2 .7%	6 2.0%	
Total		Count % of Total	85 28.4%	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%	

Tablo 38'e göre, Bir online gazete size nasıl güven verir? sorusuna kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 26'sı Lefkoşa'ya, 24'ü Gazimağusa'ya, 18'i Girne, 15'i İskele'ye, 12'si Güzelyurt'a ve 2'si ise Lefke'ye bağlı bölgelerde yaşamaktadırlar. Buna göre, Lefkoşa'da yaşayan kişilerin bir habere güvenmeleri için kaynak gösterilmesi gerekliliğini daha çok önemsedikleri söylenebilir.



Tablo 39: Meslek ile online gazetelerin güven verme unsuru ilişkisi

			Bir online gazete size nasıl güven verir?				Total
			Künye	Tanınmış Kişi	Güncel haber	Kaynak göstermesi	
Mesleğiniz nedir?	Devlet memuru	Count % of Total	16 5.4%	14 4.7%	8 2.7%	14 4.7%	52 17.4%
	Doktor	Count % of Total	2 .7%	3 1.0%	0 .0%	2 .7%	7 2.3%
	Öğretmen	Count % of Total	8 2.7%	2 .7%	9 3.0%	16 5.4%	35 11.7%
	Özel sektör çalışanı	Count % of Total	56 18.7%	29 9.7%	43 14.4%	54 18.1%	182 60.9%
	diğer	Count % of Total	3 1.0%	4 1.3%	5 1.7%	11 3.7%	23 7.7%
Total		Count % of Total	85 28.4%	52 17.4%	65 21.7%	97 32.4%	299 100.0%

Tablo 39'a göre, Bir online gazete size nasıl güven verir sorusuna kaynak göstermesi diyen 97 kişinin 54'ü özel sektör çalışanı, 16'ı öğretmen, 14'ü devlet memuru, 11'i diğer ve 2'si doktor olmaktadır. Buna göre özel sektör çalışanlarının bir habere güvenmeleri için kaynak gösterilmesi gerekliliğini daha çok önemsedikleri söylenebilir.

Tablo 40: Cinsiyet ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Cinsiyetiniz nedir?			Total
			Kadın	Erkek	Diğer	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	35 11.9%	40 13.6%	1 .3%	76 25.8%
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	77 26.1%	99 33.6%	1 .3%	177 60.0%
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	16 5.4%	25 8.5%	1 .3%	42 14.2%
Total		Count % of Total	128 43.4%	164 55.6%	3 1.0%	295 100.0%

Tablo 40'a göre güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız sorusuna, 300 katılımcıdan 177 cevaplayan (77 Kadın, 99 Erkek ve 1 diğer) başka kaynaklara bakarım, 76 cevaplayan (35 Kadın ve 40 Erkek) haber portalına yazarım, 42 cevaplayan (16 Kadın ve 25 Erkek) basılı gazetelere bakarım şeklinde cevap vermiştir. Bu durumda en çok tercih edilen seçenek başka kaynaklara bakarım olmuştur. Buna göre kadınların 77 tanesi okudukları haberden kuşku duyduklarında ilk olarak başka kaynaklara bakarken erkeklerin 99 tanesi farklı kaynaklara bakma gereği duymaktadır.

Tablo 41: Yaş ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Kaç yaşındasınız?					Total
			18-28	29-38	39-48	49-58	59+	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	30 10.2 %	30 10.2 %	12 4.1% %	2 .7% %	2 .7% %	76 25.8 %
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	64 21.7 %	71 24.1 %	25 8.5% %	16 5.4% %	1 .3% %	177 60.0 %
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	5 1.7% %	12 4.1% %	7 2.4% %	14 4.7% %	4 1.4% %	42 14.2 %
Total		Count % of Total	99 33.6 %	113 38.3 %	44 14.9 %	32 10.8 %	7 2.4% %	295 100.0 %

Tablo 41'e göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 177 ile en çok tercih edilen seçenek başka kaynaklara bakarım olmuştur. 177 kişi içerisinde, 71 cevaplayan 29-38 yaş aralığında, 64 cevaplayan 18-28 yaş aralığında, 25 cevaplayan 29-48 yaş aralığında, 16 cevaplayan 49-58 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Buna göre orta ve genç kitlenin daha çok tek kaynakla yetinmeyip farklı kaynaklara baktığı görülmektedir.

Tablo 42: Uyrük ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Uyrüğünüz nedir?				Total
			KKT C	TC	KKT C/TC	Diğer	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz	Haber portalına yazarım	Count % of Total	47 15.9 %	11 3.7%	17 5.8%	1 .3%	76 25.8 %
	haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	111 37.6 %	22 7.5%	44 14.9%	0 .0%
		Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	22 7.5%	5 1.7%	14 4.7%	1 .3%
Total		Count % of Total	180 61.0 %	38 12.9 %	75 25.4%	2 .7%	295 100.0 %

Tablo 42'e göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 177 ile en çok tercih edilen seçenek başka kaynaklara bakarım olmuştur. 177 kişinin 111'i KKTC uyruklu, 44'ü hem KKTC hem TC uyruklu, 11'i ise TC uyrukludur. Buna göre KKTC uyrukluların, diğerlerine göre, bir haberden kuşku duyduklarında daha çok farklı kaynaklara baktıkları görülmektedir.

Tablo 43: Medeni durum ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Medeniz durumunuz nedir?			Total
			Bekar	Evli	Diğer	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	34 11.6%	36 12.2%	6 2.0%	76 25.9%
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	64 21.8%	93 31.6%	19 6.5%	176 59.9%
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	6 2.0%	30 10.2%	6 2.0%	42 14.3%
Total		Count % of Total	104 35.4%	159 54.1%	31 10.5%	294 100.0%

Tablo 43'e göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 176 ile en çok tercih edilen seçenek başka kaynaklara bakarım olmuştur. 176 kişinin 93'ü evli, 64'ü ise bekar olarak görülmektedir. Buna göre evli kişilerin bir haberden kuşku duyduklarında daha çok farklı kaynaklara baktıkları söylenebilir.

Tablo 44: Eğitim durumu ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Eğitim durumunuz nedir?				Total
			İlköğretim Mezunu	Ortaöğretim Mezunu	Üniversite Mezunu	Diğer	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	3 1.0%	33 11.2%	37 12.5%	3 1.0%	76 25.8%
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	10 3.4%	56 19.0%	92 31.2%	19 6.4%	177 60.0%
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	3 1.0%	21 7.1%	14 4.7%	4 1.4%	42 14.2%
Total		Count % of Total	16 5.4%	110 37.3%	143 48.5%	26 8.8%	295 100.0%

Tablo 44'e göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 177 kişi başka kaynaklara bakarım cevabını vermiştir. Bunların 92'si üniversite mezunu, 56'sı ortaöğretim mezunu ve 10'u ilköğretim mezunudur. Buna göre üniversite mezunlarının 31.2% ile başka kaynaklara baktığı görülmektedir.

Tablo 45: Bağlı olunan ilçe ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?						Total
			Lefk oşa	Gazim ağusa	Girne	Güz elyur t	İskele	Lefke	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	22 7.5 %	12 4.1 %	19 6.4 %	6 2.0 %	13 4.4 %	4 1.4 %	76 25.8 %
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	67 22.7 %	37 12.5 %	29 9.8 %	12 4.1 %	31 10.5 %	1 .3 %	177 60.0 %
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	9 3.1 %	10 3.4 %	11 3.7 %	6 2.0 %	5 1.7 %	1 .3 %	42 14.2 %
Total		Count % of Total	98 33.2 %	59 20.0 %	59 20.0 %	24 8.1 %	49 16.6 %	6 2.0 %	295 100.0 %

Tablo 45'e göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 177 kişi başka kaynaklara bakarım cevabını vermiştir. Bunların 67'si Lefkoşa'ya, 37'si Gazimağusa'ya, 29'u Girne'ye, 31'i İskele 'ye, 12'si Güzelyurt'a ve 1'i Lefke'ye bağlı bölgelerde yaşamaktadır. Bu duruma göre, 22.7% ile Lefkoşa'ya bağlı yaşayan insanların diğerlerine göre daha çok başa kaynaklara baktığı söylenebilmektedir.

Tablo 46: Meslek ile okunan haberden kuşku duyulması durumunda yapılabilecekler ilişkisi

			Mesleğiniz nedir?					Total
			Devlet memuru	Doktor	Öğretmen	Özel sektör çalışanı	diğer	
Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız?	Haber portalına yazarım	Count % of Total	15 5.1%	2 .7%	7 2.4%	44 14.9%	8 2.7%	76 25.8%
	Başka kaynaklara bakarım	Count % of Total	26 8.8%	3 1.0%	27 9.2%	112 38.0%	9 3.1%	177 60.0%
	Geleneksel basılı gazetelere bakarım	Count % of Total	11 3.7%	2 .7%	1 .3%	22 7.5%	6 2.0%	42 14.2%
Total		Count % of Total	52 17.6%	7 2.4%	35 11.9%	178 60.3%	23 7.8%	295 100.0%

Tabloya 46'ya göre, Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk olarak ne yaparsınız sorusuna, 177 kişi başka kaynaklara bakarım cevabını vermiştir. Bunların 112 kişisi özel sektör çalışanı, 27 kişisi öğretmen, 26 kişisi devlet memuru olarak görev yapmaktadır. 38.0% ile özel sektör çalışanlarının diğerlerine göre daha çok farklı kaynaklara baktığı söylenebilir.



Tablo 47: Cinsiyet ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Cinsiyetiniz nedir?			Total
			Kadın	Erkek	Diğer	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	15 5.1%	22 7.5%	1 .3%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	55 18.7%	61 20.7%	1 .3%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	43 14.6%	62 21.1%	1 .3%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	14 4.8%	16 5.4%	0 .0%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	2 .7%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	128 43.5%	163 55.4%	3 1.0%	294 100.0%	

Tablo 47'e göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılıyorum diyen 117 kişinin 61 kişisi erkek 55 kişisi ise erkektir. Kararsız olan 106 kişinin ise 62'si erkek 43'ü kadındır. Arada çok fark olmamasına rağmen erkeklerin online gazetelerde okudukları haberlere, kadınlara göre, daha az güvendiği söylenebilir.

Tablo 48: Yaş ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Kaç yaşındasınız?					Total
			18-28	29-38	39-48	49-58	49+	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	14 4.8%	14 4.8%	5 1.7%	5 1.7%	0 .0%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	37 12.6%	46 15.6%	19 6.5%	11 3.7%	4 1.4%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	37 12.6%	37 12.6%	19 6.5%	11 3.7%	2 .7%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	9 3.1%	13 4.4%	2 .7%	4 1.4%	2 .7%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	2 .7%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	97 33.0%	112 38.1%	45 15.3%	32 10.9%	8 2.7%	294 100.0%	

Tablo 48'e göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılıyorum diyen 117 kişinin 46 kişisi 29-38 yaş aralığında, 37 kişisi 18-28 yaş aralığında olmaktadır. Kararsızım diyen 106 kişinin ise hem 18-28 yaş aralığında olanlar hem de 29-38 yaş aralığında olanlar 37 kişidir.

Tablo 49: Uyruk ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Uyrüğunuz nedir?				Total
			KKT C	TC	KKTC /TC	Diğer	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	24 8.2%	7 2.4%	5 1.7%	2 .7%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	71 24.1%	11 3.7%	35 11.9%	0 .0%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	58 19.7%	18 6.1%	30 10.2%	0 .0%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	22 7.5%	4 1.4%	4 1.4%	0 .0%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	2 .7%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	177 60.2%	40 13.6%	75 25.5%	2 .7%	294 100.0%	

Tablo 49'a göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılıyorum diyen 117 kişinin 71'i KKTC uyruklu, 35'i KKTC/TC ve 11'i TC uyruklu olmaktadır. Bu durumda KKTC uyrukluların haber portallarında okudukları haberlerin doğruluğuna 24.1% ile daha çok inandıkları görülmektedir. Kararsızım diyen 106 kişinin ise 58'i KKTC, 30'u KKTC/TC, 18'i ise TC uyruklu olmaktadır. Buna göre ise haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımı hakkında kararsız olanlar yine KTC uyruklu olanlardır.

Tablo 50: Medeniz durum ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Medeniz durumunuz nedir?			Total
			Bekar	Evli	Diğer	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	17 5.8%	18 6.1%	3 1.0%	38 13.0%
	Katılıyorum	Count % of Total	32 10.9%	68 23.2%	16 5.5%	116 39.6%
	Kararsızım	Count % of Total	41 14.0%	53 18.1%	12 4.1%	106 36.2%
	Katılmıyorum	Count % of Total	13 4.4%	16 5.5%	1 .3%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	3 1.0%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	103 35.2%	158 53.9%	32 10.9%	293 100.0%	

Tablo 50'ye göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılıyorum diyen 116 kişinin 68'i evli, 32'i ise bekadır. Kesinlikle katılıyorum seçeneğini ise 18 evli, 17 bekar ve 3 diğer olmak üzere toplam 38 kişi işaretlemiştir. Katılıyorum seçeneğinden sonra en çok işaretlenen (106 kişi) kararsızım seçeneğini ise 53 evli ve 41 bekar işaretlemiştir. Buna göre, 28.3% ( % + 39.6%) ile evli insanların haber portallarında okudukları haberlerin doğruluğuna inandıkları söylenebilir.

Tablo 51: Eğitim durumu ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Eğitim durumunuz nedir?				Total
			İlköğretim Mezunu	Ortaöğretim Mezunu	Üniversite Mezunu	Diğer	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	6 2.0%	10 3.4%	18 6.1%	4 1.4%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	4 1.4%	48 16.3%	59 20.1%	6 2.0%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	3 1.0%	41 13.9%	46 15.6%	16 5.4%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	2 .7%	12 4.1%	16 5.4%	0 .0%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	2 .7%	0 .0%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	16 5.4%	113 38.4%	139 47.3%	26 8.8%	294 100.0%	

Tablo 51'e göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılan 117 kişinin 59'u üniversite mezunu, 48'i ortaöğretim mezunu, 6'sı diğer ve 4'ü ilköğretim mezunu olmaktadır. Katılıyorum seçeneğinden sonra en çok işaretlenen (106 kişi) kararsızım seçeneğini ise 46 üniversite mezunu, 41 ortaöğretim mezunu, 6 diğer ve 4 ilköğretim mezunu işaretlemiştir. bu duruma göre üniversite mezunları ve ortaöğretim mezunları arasında haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımı için fazla bir fark olduğu söylenemez.

Tablo 52: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?						Total
			Lefkoşa	Gazimağusa	Girne	Güzelyurt	İskele	Lefke	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	9 3.1%	5 1.7%	8 2.7%	2 .7%	13 4.4%	1 .3%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	40 13.6%	13 4.4%	30 10.2%	4 1.4%	26 8.8%	4 1.4%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	34 11.6%	34 11.6%	17 5.8%	13 4.4%	8 2.7%	0 .0%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	10 3.4%	7 2.4%	5 1.7%	5 1.7%	2 .7%	1 .3%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	1 .3%	2 .7%	0 .0%	0 .0%	3 1.0%
Total		Count % of Total	93 31.6%	59 20.1%	61 20.7%	26 8.8%	49 16.7%	6 2.0%	294 100.0%

Tablo 52'ye göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılan 117 kişinin 40'ı Lefkoşa'ya, 30'u Girne'ye, 26'sı İskele'ye, 13'ü Gazimağusa'ya, 4'ü Güzelyurt'a ve 4'ü Lefke'ye bağlı olan bölgelerde yaşadığı görülmektedir. Bu tabloda dikkat çeken veri, ankete katılan 59 Gazimağusa bölgesinde yaşayan kişi olmasına rağmen sadece 18 bu varsayımına katılmaktadır. Buna göre Gazimağusa'ya bağlı bölgelerde yaşayan kişilerin haber portallarında okudukları haberlerin doğruluğuna çok fazla inanmadıkları söylenebilmektedir.

Tablo 53: Meslek ile Haber portallarında okunan haberin doğruluğuna inanma ilişkisi

			Mesleğiniz nedir?					Total
			Devlet memuru	Doktor	Öğretmen	Özel sektör çalışanı	diğer	
Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	8 2.7%	4 1.4%	3 1.0%	21 7.1%	2 .7%	38 12.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	19 6.5%	1 .3%	14 4.8%	73 24.8%	10 3.4%	117 39.8%
	Kararsızım	Count % of Total	19 6.5%	1 .3%	16 5.4%	65 22.1%	5 1.7%	106 36.1%
	Katılmıyorum	Count % of Total	5 1.7%	1 .3%	2 .7%	16 5.4%	6 2.0%	30 10.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	2 .7%	0 .0%	3 1.0%
Total	Count % of Total	52 17.7%	7 2.4%	35 11.9%	177 60.2%	23 7.8%	294 100.0%	

Tablo 53'e göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin doğruluğuna inanırım varsayımına katılan 117 kişinin 73'ü özel sektör çalışanı, 19'u devlet memuru, 14'ü öğretmen, 10'u diğer l'i ise doktor olmaktadır. Bu duruma göre özel sektörde çalışan kişiler haber portallarında okuduğu haberlerin doğruluğuna inanmaktadır.

Tablo 54: Cinsiyet ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Cinsiyetiniz nedir?			Total
			Kadın	Erkek	Diğer	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	33 11.2%	43 14.6%	0 .0%	76 25.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	58 19.7%	87 29.6%	3 1.0%	148 50.3%
	Kararsızım	Count % of Total	28 9.5%	16 5.4%	0 .0%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	9 3.1%	15 5.1%	0 .0%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	2 .7%	0 .0%	2 .7%
Total	Count % of Total	128 43.5%	163 55.4%	3 1.0%	294 100.0%	

Tablo 54'e göre, Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımı için 148 kişi katılıyorum seçeneğini işaretlemiştir. 148 kişinin 58'i kadın 87'si ise erkektir. Buna göre, erkeklerin haber portallarında okudukları haberlerde daha çok yalan haber olduğunu fark ettikleri söylenebilir.



Tablo 55: Yaş ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Kaç yaşındasınız?					Total
			18-28	29-38	39-48	49-58	59+	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	21 7.1%	30 10.2%	11 3.7%	12 4.1%	2 .7%	76 25.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	53 18.0%	53 18.0%	22 7.5%	16 5.4%	4 1.4%	148 50.3%
	Kararsızım	Count % of Total	15 5.1%	19 6.5%	7 2.4%	1 .3%	2 .7%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	6 2.0%	10 3.4%	5 1.7%	3 1.0%	0 .0%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	2 .7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total	Count % of Total	97 33.0%	112 38.1%	45 15.3%	32 10.9%	8 2.7%	294 100.0%	

Tablo 55'e göre, daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 53'ü 18-28 ve yine 53'ü 29-38, 22'si 38-48, 16'sı 49-58 ve 4'ü 59+ yaş aralığında olduğu görülmektedir. Buna göre genç ve orta yaşa sahip olan kitlenin haber portallarında daha fazla yalan haberlere rastladıkları söylemek mümkündür.

Tablo 56: Medeniz durum ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Medeniz durumunuz nedir?			Total
			Bekar	Evli	Diğer	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	18 6.1%	49 16.7%	8 2.7%	75 25.6%
	Katılıyorum	Count % of Total	52 17.7%	76 25.9%	20 6.8%	148 50.5%
	Kararsızım	Count % of Total	18 6.1%	23 7.8%	3 1.0%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	13 4.4%	10 3.4%	1 .3%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	2 .7%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total	Count % of Total	103 35.2%	158 53.9%	32 10.9%	293 100.0%	

Tablo 56'ya göre, daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 76'sı evli, 52 si bekar olmaktadır.

Tablo 57: Uyruk ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Uyrüğunuz nedir?				Total
			KKT C	TC	KKTC /TC	Diğer	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	49 16.7 %	8 2.7%	18 6.1%	1 .3%	76 25.9 %
	Katılıyorum	Count % of Total	92 31.3 %	17 5.8%	38 12.9%	1 .3%	148 50.3 %
	Kararsızım	Count % of Total	22 7.5%	7 2.4%	15 5.1%	0 .0%	44 15.0 %
	Katılmıyorum	Count % of Total	14 4.8%	7 2.4%	3 1.0%	0 .0%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	1 .3%	0 .0%	2 .7%
Total	Count % of Total	177 60.2 %	40 13.6%	75 25.5%	2 .7%	294 100.0 %	

Tablo 57'e göre, daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 92'si KKTC, 38'i KKTC/TC, 17'si TC uyruklu olmaktadır. Buna göre KKTC'lilerin diğerlerine göre haber portallarında okudukları haberlerin yalan olduğunu daha çok farkettikleri söylenebilir.

Tablo 58: Eğitim durumu ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Eğitim durumunuz nedir?				Total
			İlköğretim Mezunu	Ortaöğretim Mezunu	Üniversite Mezunu	Diğer	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	5 1.7%	27 9.2%	38 12.9%	6 2.0%	76 25.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	7 2.4%	49 16.7%	75 25.5%	17 5.8%	148 50.3%
	Kararsızım	Count % of Total	3 1.0%	23 7.8%	16 5.4%	2 .7%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	12 4.1%	10 3.4%	1 .3%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	2 .7%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total	Count % of Total	16 5.4%	113 38.4%	139 47.3%	26 8.8%	294 100.0%	

Tablo 58'e göre, daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 75'i üniversite mezunu, 49 ortaöğretim mezunu, 17 diğer, 7 ilköğretim mezunu olmaktadır. Buna göre üniversite mezunlarının haber portallarında okuduğu bazı haberlerin olduğunu daha çok farkettiği söylenebilir.

Tablo 59: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?						Total
			Lefkoşa	Gazimağusa	Girne	Güzelyurt	İskele	Lefke	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	35 11.9%	4 1.4%	16 5.4%	9 3.1%	8 2.7%	4 1.4%	76 25.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	40 13.6%	42 14.3%	30 10.2%	11 3.7%	24 8.2%	1 .3%	148 50.3%
	Kararsızım	Count % of Total	15 5.1%	6 2.0%	8 2.7%	4 1.4%	10 3.4%	1 .3%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	3 1.0%	5 1.7%	7 2.4%	2 .7%	7 2.4%	0 .0%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	2 .7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total		Count % of Total	93 31.6%	59 20.1%	61 20.7%	26 8.8%	49 16.7%	6 2.0%	294 100.0%

Tablo 59'a göre, Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 40 tanesi Lefkoşa, 42 tanesi Gazimağusa, 30 tanesi Girne, 24 tanesi İskele, 11 tanesi Güzelyurt ve 1 tanesi Lefke ve civarlarında yaşamaktadır. Bu durumda Lefkoşa ve Gazimağusa'ya bağlı bölgelerde yaşayan kişilerin haber portallarında okuduğu bazı haberlerin olduğunu daha çok farkettiği söylenebilir.

Tablo 60: Meslek ile Haber portallarında daha önce okunan haberlerin yalan olduğunu farketme ilişkisi

			Mesleğiniz nedir?					Total
			Devlet memuru	Doktor	Öğretmen	Özel sektör çalışanı	diğer	
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	16 5.4%	0 .0%	6 2.0%	44 15.0%	10 3.4%	76 25.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	24 8.2%	3 1.0%	22 7.5%	90 30.6%	9 3.1%	148 50.3%
	Kararsızım	Count % of Total	6 2.0%	1 .3%	5 1.7%	29 9.9%	3 1.0%	44 15.0%
	Katılmıyorum	Count % of Total	5 1.7%	3 1.0%	2 .7%	13 4.4%	1 .3%	24 8.2%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	2 .7%
Total		Count % of Total	52 17.7%	7 2.4%	35 11.9%	177 60.2%	23 7.8%	294 100.0%

Tablo 60'a göre, Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan olduğunu farkettim varsayımına katılan 148 kişinin 90 tanesi özel sektör çalışanı, 24 devlet memuru, 22 tanesi öğretmen, 9 tanesi diğer ve 3 tanesi doktor olmaktadır. Buna göre özel sektörde çalışan kişilerin haber portallarında okuduğu bazı haberlerin olduğunu daha çok farkettiği söylenebilir.

Tablo 61: Cinsiyet ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Cinsiyetiniz nedir?			Total
			Kadın	Erkek	Diğer	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	34 11.6%	62 21.1%	2 .7%	98 33.3%
	Katılıyorum	Count % of Total	60 20.4%	53 18.0%	0 .0%	113 38.4%
	Kararsızım	Count % of Total	29 9.9%	39 13.3%	1 .3%	69 23.5%
	Katılmıyorum	Count % of Total	4 1.4%	9 3.1%	0 .0%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	128 43.5%	163 55.4%	3 1.0%	294 100.0%	

Tablo 61'e göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına 113 kişi katılıyorum, 98 kişi kesinlikle katılıyorum, 69 kişi kararsızım, 13 kişi katılmıyorum ve 1 kişi kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Bu varsayımına katılan ve katılmayan kişiler arasında büyük bir fark açıkça görülmektedir. Varsayımına katılan 113 kişinin 60'ı kadın 53'ü ise erkek olmaktadır. Tabloya göre kadın ve erkek arasında çok büyük bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 62: Yaş ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Kaç yaşındasınız?					Total
			18-28	29-38	39-48	49-58	59+	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	24 8.2%	41 13.9%	24 8.2%	7 2.4%	2 .7%	98 33.3%
	Katılıyorum	Count % of Total	35 11.9%	42 14.3%	11 3.7%	19 6.5%	6 2.0%	113 38.4%
	Kararsızım	Count % of Total	31 10.5%	23 7.8%	9 3.1%	6 2.0%	0 .0%	69 23.5%
	Katılmıyorum	Count % of Total	6 2.0%	6 2.0%	1 .3%	0 .0%	0 .0%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	97 33.0%	112 38.1%	45 15.3%	32 10.9%	8 2.7%	294 100.0%	

Haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 42'si 29-39, 24'si 18-28, 19'si 49-58, 11'i 39-48 ve 6'sı 49+ yaş aralığında olmaktadır. Burada da çok fazla fark olmamasına rağmen 29-38 yaş aralığında olan kişilerin haber portallarında okudukları haberlerin içerikleriyle fotoğraflarını daha çok farklı buldukları söylenebilir.



Tablo 63: Uyruk ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Uyruğunuz nedir?				Total
			KKT C	TC	KKTC /TC	Diğer	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	64 21.8 %	10 3.4%	22 7.5%	2 .7%	98 33.3 %
	Katılıyorum	Count % of Total	66 22.4 %	13 4.4%	34 11.6%	0 .0%	113 38.4 %
	Kararsızım	Count % of Total	38 12.9 %	15 5.1%	16 5.4%	0 .0%	69 23.5 %
	Katılmıyorum	Count % of Total	9 3.1 %	1 .3%	3 1.0%	0 .0%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	177 60.2 %	40 13.6%	75 25.5%	2 .7%	294 100.0 %	

Tablo 63'e göre, haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 66'sı KKTC, 35'ü KKTC/TC ve 13'ü TC uyruklu olmaktadır. Bu duruma göre KKTC uyrukluların haber portallarında okudukları haberlerin içerikleriyle fotoğraflarını daha çok farklı buldukları söylenebilir.

Tablo 64: Medeniz durum ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Medeniz durumunuz nedir?			Total
			Bekar	Evli	Diğer	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	22 7.5%	67 22.9%	9 3.1%	98 33.4%
	Katılıyorum	Count % of Total	42 14.3%	59 20.1%	12 4.1%	113 38.6%
	Kararsızım	Count % of Total	31 10.6%	27 9.2%	10 3.4%	68 23.2%
	Katılmıyorum	Count % of Total	7 2.4%	5 1.7%	1 .3%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	103 35.2%	158 53.9%	32 10.9%	293 100.0%	

Tablo 64'e göre haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 59'u evli, 42'si bekar ve 12'si diğer seçeneğini işaretlemiştir. Medeni durum ve haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımı arasında

Tablo 65: Eğitim durumu ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Eğitim durumunuz nedir?				Total
			İlköğretim Mezunları	Ortaöğretim Mezunları	Üniversite Mezunları	Diğer	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	10 3.4%	34 11.6%	46 15.6%	8 2.7%	98 33.3%
	Katılıyorum	Count % of Total	5 1.7%	46 15.6%	54 18.4%	8 2.7%	113 38.4%
	Kararsızım	Count % of Total	1 .3%	27 9.2%	32 10.9%	9 3.1%	69 23.5%
	Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	6 2.0%	6 2.0%	1 .3%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	16 5.4%	113 38.4%	139 47.3%	26 8.8%	294 100.0%	

Tablo 65'e göre, haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 54'ü üniversite mezunu, 46'sı ortaöğretim mezunu, 8 diğer ve 5'i ilköğretim mezunu olmaktadır. Tabloya göre ortaöğretim mezunlarıyla, üniversite mezunları arasında çok fazla bir fark görülmemektedir.

Tablo 66: Bağlı bulunan ilçe ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?						Total
			Lefkoşa	Gazimağusa	Girne	Güzelyurt	İskele	Lefke	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	33 11.2%	10 3.4%	25 8.5%	10 3.4%	18 6.1%	2 .7%	98 33.3%
	Katılıyorum	Count % of Total	38 12.9%	20 6.8%	19 6.5%	12 4.1%	21 7.1%	3 1.0%	113 38.4%
	Kararsızım	Count % of Total	15 5.1%	27 9.2%	13 4.4%	3 1.0%	10 3.4%	1 .3%	69 23.5%
	Katılmıyorum	Count % of Total	6 2.0%	2 .7%	4 1.4%	1 .3%	0 .0%	0 .0%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total		Count % of Total	93 31.6%	59 20.1%	61 20.7%	26 8.8%	49 16.7%	6 2.0%	294 100.0%

Tablo 66'ya göre haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 38'i Lefkoşa, 20'si Gazimağusa, 21'i İskele, 19'u Girne, 12'si Güzelyurt ve 3'ü Lefke'ye bağlı bölgelerde yaşamaktadırlar. Buna göre Lefkoşa'da yaşayan kişilerin haber portallarında okudukları haberlerin içerikleriyle fotoğraflarının farklı olduğunu daha çok gözlemledikleri söylenebilir.

Tablo 67: Meslek ile Haber portallarında okunan haberlerin içerik ve fotoğrafın farklı olduğunu farketme ilişkisi

			Mesleğiniz nedir?					Total
			Devlet memuru	Doktor	Öğretmen	Özel sektör çalışanı	diğer	
Haber portallarında okuduğum bazı haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	21 7.1%	5 1.7%	12 4.1%	53 18.0%	7 2.4%	98 33.3%
	Katılıyorum	Count % of Total	18 6.1%	0 .0%	14 4.8%	70 23.8%	11 3.7%	113 38.4%
	Kararsızım	Count % of Total	11 3.7%	2 .7%	6 2.0%	46 15.6%	4 1.4%	69 23.5%
	Katılmıyorum	Count % of Total	2 .7%	0 .0%	3 1.0%	8 2.7%	0 .0%	13 4.4%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .3%	1 .3%
Total		Count % of Total	52 17.7%	7 2.4%	35 11.9%	177 60.2%	23 7.8%	294 100.0%

Tablo 67'ye göre, Haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır varsayımına katılan 113 kişinin 70 tanesi özel sektör çalışanı, 18 tanesi devlet memuru, 14 tanesi öğretmen ve 11 tanesi diğer şekilde cevap vermiştir. Buna göre özel sektör çalışanlarının diğerlerine göre daha çok haber portallarında okudukları haberlerle fotoğrafların farklı olduğunu fark ettikleri söylenebilir.

Tablo 68: Cinsiyetiniz ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Cinsiyetiniz nedir?			Total
			Kadın	Erkek	Diğer	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	37 12.6%	41 13.9%	1 .3%	79 26.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	42 14.3%	59 20.1%	1 .3%	102 34.7%
	Kararsızım	Count % of Total	37 12.6%	52 17.7%	1 .3%	90 30.6%
	Katılmıyorum	Count % of Total	12 4.1%	10 3.4%	0 .0%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	128 43.5%	163 55.4%	3 1.0%	294 100.0%	

Tablo 68'e göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına 102 kişi katılıyorum, 90 kişi kararsızım, 79 kişi kesinlikle katılıyorum, 22 kişi katılmıyorum ve 1 kişi ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Tabloya göre açıkça görülmektedir ki basılı gazetelere online gazetelerden daha çok güvenilmektedir.

Tablo 69: Yaş ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Kaç yaşındasınız?					Total
			18-28	29-38	39-48	49-58	59+	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	21 7.1%	24 8.2%	13 4.4%	17 5.8%	4 1.4%	79 26.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	36 12.2%	41 13.9%	14 4.8%	7 2.4%	4 1.4%	102 34.7%
	Kararsızım	Count % of Total	35 11.9%	37 12.6%	12 4.1%	6 2.0%	0 .0%	90 30.6%
	Katılmıyorum	Count % of Total	5 1.7%	9 3.1%	6 2.0%	2 .7%	0 .0%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	97 33.0%	112 38.1%	45 15.3%	32 10.9%	8 2.7%	294 100.0%	

Tablo 69'a göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 41 tanesi 29-38, 36 tanesi 18-28,14 tanesi 39-48, 7 tanesi 49-58, 4 tansi 59+ yaş aralığında olmaktadır. Tabloya göre 29-38 yaş grubunun basılı gazeteleri online gazetelerden daha çok güvenli bulduğu söylenebilir.

Tablo 70: Uyrak ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Uyrakunuz nedir?				Total
			KKT C	TC	KKTC /TC	Diğer	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	46 15.6 %	11 3.7%	22 7.5%	0 .0%	79 26.9 %
	Katılıyorum	Count % of Total	68 23.1 %	10 3.4%	22 7.5%	2 .7%	102 34.7 %
	Kararsızım	Count % of Total	58 19.7 %	15 5.1%	17 5.8%	0 .0%	90 30.6 %
	Katılmıyorum	Count % of Total	5 1.7%	4 1.4%	13 4.4%	0 .0%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	1 .3%
Total		Count % of Total	177 60.2 %	40 13.6%	75 25.5%	2 .7%	294 100.0 %

Tablo 70'e göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 68'i KKTC, 22'si KKTC/TC, 10'u TC, VE 2'si diğer uyraklı olmaktadır. Buna göre KKTC uyraklı olan kişilerin basılı gazetelere online gazetelerden daha çok güvendiği söylenebilir.



Tablo 71: Medeni durum ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Medeni durumunuz nedir?			Total
			Bekar	Evli	Diğer	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	21 7.2%	51 17.4%	6 2.0%	78 26.6%
	Katılıyorum	Count % of Total	35 11.9%	55 18.8%	12 4.1%	102 34.8%
	Kararsızım	Count % of Total	40 13.7%	38 13.0%	12 4.1%	90 30.7%
	Katılmıyorum	Count % of Total	7 2.4%	13 4.4%	2 .7%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	1 .3%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	103 35.2%	158 53.9%	32 10.9%	293 100.0%	

Tablo 71'e göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 55'i evli 21'i ise bekar olmaktadır. Arada çok fark olmasa da evlilerin basılı gazetelere daha çok güvendiği söylenebilir.

Tablo 72: Eğitim durumu ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Eğitim durumunuz nedir?				Total
			İlköğretim Mezunları	Ortaöğretim Mezunları	Üniversite Mezunları	Diğer	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	6 2.0%	30 10.2%	36 12.2%	7 2.4%	79 26.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	6 2.0%	41 13.9%	48 16.3%	7 2.4%	102 34.7%
	Kararsızım	Count % of Total	3 1.0%	27 9.2%	48 16.3%	12 4.1%	90 30.6%
	Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	15 5.1%	6 2.0%	0 .0%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	1 .3%
Total	Count % of Total	16 5.4%	113 38.4%	139 47.3%	26 8.8%	294 100.0%	

Tablo 72'ye göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 48'i üniversite mezunu, 41'i ortaöğretim mezunu, 7'si diğer ve 6'sı ilköğretim mezunudur. Buna göre, ortaöğretim ve üniversite mezunlarının diğerlerine göre, basılı gazetelere internet gazetelerinden daha çok güvendiği söylenebilir.

Tablo 73: Bağlı bulunulan ilçe ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?						Total
			Lefkoşa	Gazimağusa	Girne	Güzelyurt	İskele	Lefke	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	36 12.2%	14 4.8%	13 4.4%	9 3.1%	6 2.0%	1 .3%	79 26.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	27 9.2%	20 6.8%	23 7.8%	11 3.7%	19 6.5%	2 .7%	102 34.7%
	Kararsızım	Count % of Total	23 7.8%	21 7.1%	15 5.1%	6 2.0%	22 7.5%	3 1.0%	90 30.6%
	Katılmıyorum	Count % of Total	6 2.0%	4 1.4%	10 3.4%	0 .0%	2 .7%	0 .0%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total		Count % of Total	93 31.6%	59 20.1%	61 20.7%	26 8.8%	49 16.7%	6 2.0%	294 100.0%

Tablo 73'e göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 27'si Lefkoşa, 23'ü Girne, 20'si Gazimağusa, 19'u İskele, 11'i Güzelyurt ve 2'si Lefke'ye bağlı bölgelerde yaşamaktadır. Tabloya göre bu bölgelerin nüfusları da gözönünde bulundurulduğunda basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına bölgeler arasında çok fazla değişen bir durum görülmemektedir.

Tablo 74: Meslek ile basılı gazeteleri internet gazetelerinden daha güvenilir bulma ilişkisi

			Mesleğiniz nedir?					Total
			Devlet memuru	Doktor	Öğretmen	Özel sektör çalışanı	diğer	
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir.	Kesinlikle katılıyorum	Count % of Total	14 4.8%	3 1.0%	5 1.7%	48 16.3%	9 3.1%	79 26.9%
	Katılıyorum	Count % of Total	23 7.8%	3 1.0%	11 3.7%	56 19.0%	9 3.1%	102 34.7%
	Kararsızım	Count % of Total	14 4.8%	1 .3%	13 4.4%	58 19.7%	4 1.4%	90 30.6%
	Katılmıyorum	Count % of Total	1 .3%	0 .0%	5 1.7%	15 5.1%	1 .3%	22 7.5%
	Kesinlikle Katılmıyorum	Count % of Total	0 .0%	0 .0%	1 .3%	0 .0%	0 .0%	1 .3%
Total		Count % of Total	52 17.7%	7 2.4%	35 11.9%	177 60.2%	23 7.8%	294 100.0%

Tablo 74'e göre, Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenlidir varsayımına katılan 102 kişinin 56'sı özel sektör çalışanı, 23'ü devlet memuru, 11'i öğretmen, 9'u diğer 3'ü ise doktor olmaktadır. Görülmektedir ki özel sektör çalışanları 19%'luk oranla basılı gazetelere internet gazetelerinden daha çok güvenmektedir.

## Bölüm 6

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma sonunda elde edilen bilgiler 4 araştırma sorusu çerçevesinde tartışılmıştır. Genel bir değerlendirme yapılarak probleme çözüm önerisi getirilmiş ve çalışmanın eksik yönleri belirtilerek öneriler yapılmıştır.

#### 6.1 Sonuç

Gelişen teknoloji ile gazetelerde payını almış ve bir ileriki safhası olan yeni medya olgusu karşımıza çıkmıştır. Yeni medya ile beraber gazeteler hız, tasarruf, aktif iletişim, kolay arşivleme gibi avantajlar elde ederken bir diğer taraftan da okur güvenini zedelemiştir. Geleneksel medyada haber üretimi haber istihbarat birimleri tarafından seçilip, görevli muhabir tarafından toplanan bilgilerin haberleştirildikten sonra editörlerin süzgecinden geçmesi gibi bir süreç izlendiğinden hata payı en aza indirgenmekte ve haberler okur tarafından güvenilir olarak kabul görmekteydi. Tabii ki siyasi yakınlık, sahiplik yapısının ideolojik duruşu, çıkar ilişkileri, yanlı haberler gibi bazı durumlar geleneksel medyada da güveni zedeleyen etkenlerdi. Fakat teknolojinin sunduğu imkanlarla gazetelerin internet gazetelerine dönüşme sürecinde haberlerin internet ortamında hazırlanması, masa başı habercilik, hızlı gazetecilik uğruna alınan bilgilerin doğruluğunun teyit edilmeden yayınlanması, Tıklanma almak için sahte fotoğraflar kullanılması, kullanılan görsellerin okuru kandırmaya yönelik yanıltıcı bilgi içermesi, görsel ile içeriğin farklı olması, son dakika, şok şok şok gibi sansasyonel başlıklar kullanılıp haber içeriğinde alakasız haberler verilmesi, vatandaş gazeteciliği tehlikesi: sosyal platformlardan paylaşım yapan vatandaşın

paylaşımının alınıp haber yapılması, internet gazetelerinin hayalet durumda olması (künye bilgilerinin bulunmaması), Yapılan haberlerin kim tarafından üretildiğinin meçhul olması, gazete ideolojisinin gizli tutulması gibi unsurlar nedeniyle kandırılan, yanıltılan, vakti çalınan okurların bir kısmı internet gazetelerini güvensiz bulmaktadır.

Yapılan literatür taramasında çıkan sonuçların aksine, yapılan araştırmada okur güvenilir bulmamasına rağmen internet gazetelerini takibini sürdürmektedir. Araştırma sonucu takip ettiği online gazetenin taze haber vermemesi, yalan haber vermesi, fotoğraf ile içeriğin farklı olması gibi durumlardan dolayı okurun temkinli bir yaklaşım sergilediği fakat geleneksel gazetelere göre online gazetelerin daha çok tercih edilmeye devam edildiği görülmektedir.

1. araştırma sorusu olan “*online gazetelerde okuduğunuz haberlere nasıl güvenirsiniz?*” sorusunun cevabına çalışma kapsamında uygulanan anketler ile elde edilen bulgular yorumlanarak ulaşılmıştır. Okur takip ettiği online gazetenin taze ve güncel haber sunmasına önem veriyor. Sunulan haberlerin gündemden olması ve hızlı bir şekilde okura ulaştırması okur tarafından destekleniyor fakat okur aynı zamanda hızlı haber ile beraber güvenilir, doğru haberlerin beklentisi içerisinde. Okurun internet gazetelerinden beklentileri yapılan anket ile ölçümlenmiştir. Buna göre en çok tan en aza doğru bir sıralama yapılacak olursa ilk sırada okurun sunulan haberden kaynak göstermesini beklemesidir. Bir haberde kaynak gösterildiği zaman okur güvenle yaklaşmakta ve başka kaynaklara bakma gereksinimi veya bilginini doğrulunu araştırma eğiliminde bulunmadığı tespit edilmiştir. Künye bilgisi bir gazetenin etik ilkelere uyan ve güvenilir bir kurum olduğu mesajını vermektedir. Bu bağlamda okur takip ettiği online gazetelerin künye bilgisi bulundurmasına önem

vermektedir. Künye bilgisi bulunan haber sitelerinin ideolojik duruşu, sahiplik yapısı ve aktif iletişim olgusu barındırması güven veren unsurlar arasında yerini almaktadır. Bir diğer okurun güvenini kazanan olgu ise online gazetenin güncel haber vermesi olarak tespit edilmiştir. Güncel ve taze haber sunan online gazeteler okur tarafından güvenilir olarak kabul edilmekte ve daha çok okur elde etme olanağına sahiptir. Güncel olayları takip etmek isteyen okur, takipte olduğu online gazetenin bayat bilgiler sunduğunu fark ettiğinde başka kaynak arayışı içerisine girmektedir. Bu doğrultuda güncel haber sunmayan gazete okur güvenini ve aynı zamanda okur sayısını ciddi oranda kaybetmektedir.

2. araştırma sorusu olan “*online gazeteler haber oluşturmakta ve sunmakta ne kadar yeterlidir?*” sorusunun cevabı yapılan literatür tarama çalışması sonucunda ulaşılan tespitlere dayanmaktadır. Haberlerin oluşturulması ve sunulmasında belirli kadrolara ihtiyaç duyulduğu bilinir. Geleneksel gazetelerde bu kadro haber istihbarat müdürü veya sorumlusu, editör, muhabir şeklindedir. Fakat internet gazetelerinde haber hazırlanırken hız unsuru ön planda tutulduğundan bir kişi ile bu üretim ve sunma sürecinin yürütüldüğü bilinmektedir. Haberi seçip, hazırlayan ve sunan tek kişi olduğundan editöryal süreç hiç olmaz veya hızlı geçer. Bu doğrultuda haber içeriğinde hatalar, yanlışlar kaçınılmaz olur. Haber sunulurken okuru siteye çekmek ve daha fazla vakit geçirtmek hedeflendiğinden haberlerin kısa başlıkları verilir ve okur haber içeriğine ulaşmak için sunulan linklere tıklamak zorunda bırakılır. Bu bağlamda internet gazetelerinin haber oluşturmakta ve sunmakta “yeterli” kriterine ulaşamadığı sonucuna varılmaktadır. İnternet gazetelerinin haber üretiminde ve sunumunda yeterli kriterine ulaşabilmesi için geleneksel medya kuralları üzerinden yürütülmesi ve haber sunumunda okur güvenini zedeleyici etkenlerden kaçınması gerekmektedir.

3. araştırma sorusu olan “*online gazeteler haber güvenilirliği ile ilgili sektörün beklentilerini nasıl karşılamaktadır?*” sorusunun cevabı yapılan literatür tarama çalışması sonucunda ulaşılan tespitlere dayanmaktadır. İnternet gazetelerinde de geleneksel gazetelerde görülen bir takım sektör beklentileri mevcuttur. Burada gazetecilik sektörünün bir nevi denetim mekanizması olan medya etik kurulu karşımıza çıkmaktadır. Etik kurul gazetelerin takipçisi olarak gerekli etik ilkeleri belirlemekte ve bunlara uymayanları kınama ve uyarı ile belirlenen standartlarda bir duruş sergilemesi, üretim ve dağıtımını da bu kurallar çerçevesinde gerçekleştirmesini beklemektedir. Bu bağlamda internet gazeteleri künye barındırmalıdır. Künye bu online gazete gazetecilik meslek ilkelerine uygun davranır mesajını vermektedir. Haber siteleri künye ve iletişim bilgilerini vermekle yükümlüdürler. Haber başka bir yerden alınıyorsa kaynak verilmelidir. Bir gazete yada internette yayımlanan bir köşe yazısı ancak yazarından izin alınarak online gazetede kullanılabilir. Online gazetelerin sorumluları gazetecilik kurguları ile hareket etmelidirler. Online gazeteler haberin okunma sayısını verirken dürüst olmalıdırlar. Online gazeteler insan hakları kapsamında yaptıkları haberlerde nefret söylemi barındırmamalıdırlar. Online gazeteler cinsiyetçi davranmamalı ve cinsiyet eşitliğine önem vermelidirler. Okuru kandırarak yanıltıcı içerikten kaçınmalıdırlar. Yayımladığı haberin sorumluluğunu almalıdır. Bu kapsamda yorumlar dahil belli kontrollere tabi tutulmalı ve yorum yapanların denetlenmesi gerekmektedir. Bir online gazetenin eksiksiz bir şekilde bu maddelere uyması sektör beklentilerini karşılayabilmektedir.

4. Araştırma sorusu olan “*Okurun online gazetelerdeki haberi okumasına neden olan etkenler nelerdir?*” sorusunun cevabına çalışma kapsamında uygulanan anketler ile elde edilen bulgular yorumlanarak ulaşılmıştır. Bu bağlamda okurun en çok dikkat çekici başlıklara yöneldiği gözlemlenmektedir. Okur üzerinde merak uyandırarak



okuru kendine çeken online gazeteler eğer içerik kısmında tatmin edici bilgiyi veriyorsa okur takip etmeye devam etmektedir. Fakat okuru çekmek için tasarlanmış dikkat çekici başlıklarda mevcuttur. Bu başlıklarda okur istenilen habere yönlendirilir fakat içerik uyuşmazlığı söz konusu ise ve yönlendirilen haber başlık ile alakasız ise okur güven kaybı yaşamakta ve online gazete bir okur kaybı yaşamaktadır. Bir diğer okuru çeken madde ise haberde kullanılan fotoğraf olarak tespit edilmiştir. Okur kullanılan görseller ile istenilen kaynağa yönlendirilebilmektedir. Fakat yine bir kandırma söz konusu ise okur güvensiz bulunduğu online gazeteyi takibi bırakmaktadır. Görsel içerikler okur üzerinde merak uyandıracak şekilde tasarlanır. Bu formül etkili bir formüldür fakat kullanılırken fotoğraf altı bilgisi verilmesi dikkat edilmesi gereken hususları mevcuttur. Son olarak tespit edilen okuru çeken etken ise haber manşetleridir. Yapılan araştırmada okurun haber manşetine bakarak okuyacağı içeriği seçtiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda kullanılacak manşetlerin özenle seçilmesi ve içerikle uyuşması önem teşkil etmektedir.

## 6.2 Öneriler

Bu çalışma Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde bulunan online gazetelerin güven problemi konu alınarak okur odaklı olarak yapılmıştır. Araştırma yapılırken teknik olarak anket, röportaj kullanılmıştır. Daha sonraki araştırmalarda sadece okur tarafı değil internet gazeteleri de incelenerek araştırma zenginleştirilebilir.

Bu çalışmada KKTC'de internet gazetelerinin denetlenmediği ve yasal boşluklar doğrultusunda her isteyen internet gazetesi açabildiği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda bir araştırma yapılarak yasal boşlukların neler olduğu ve ne gibi düzeltmelere gidilebileceği yönünde bir araştırma yapılması ileride bir yasa çıkarılacağı zaman örnek bir yol haritası olabilir.

## KAYNAKLAR

Aktaş, C. (2007). İnternetin Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. *Selçuk, İletişim*, 30-41.

Asit, G. (2019). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Medyasına Etik Sorunsalı: Kürtaj Davası Haberleri Örneği. *Gümüşhane üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 321-344.

Aslan, B. (2007). web 2.0 Teknikleri ve Uygulamaları. *XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı* , (pp. 351-357). Ankara.

Atılğan, S. (1994). Mesleği: Gazeteci Gazatecilik Mesleği. *Marmara İletişim Dergisi*, 283-294.

*KKTC Enformasyon Dairesi*. (B.T). Retrieved Ağustos 14, 2019, from Kıbrıs Türk Basın Tarihi: <https://pio.mfa.gov.ct.tr/medya-rehberi/kibris-turk-basin-tarihi/>

Baki, A., & Gökçek, T. (2012). Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış . *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-21.

Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: PegemA Yayıncılık.

Birsen, H., Özmen, Ş. Y., Kılıç, D., Birsen, Ö., & Arıcan, M. Z. (2013). *Haber Toplama Teknikleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Bolat, F. (2017). *Geçmişten Günümüze Kitle İletişim Araçlarının Değişimi ve Kitle İletişim Araçlarının Kullanımı Danacılı Köyü Örneği*. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 123-149.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 123-149.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme - Güvenilirlik – Geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 339-344.
- Çebi, M. S. (1996). Medyada Haber Seçiminin Teorik Boyutları. *Bilig Dergisi*, 247-269.
- Çöteli, S. (2009). *Güvenilirlik ve Etik Açısından Sanal Gazeteler*. Elazığ.
- Çöteli, S. (2017). İnternet Gazeteciliği, Takip ve Güvenilirlik Kıstasları. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(4), 25-38.

Deniz, Ş., & Özel, E. K. (2018). Bana Okurunu Söyle, Sana Manşetini Söyleyeyim: Gazetelerin, İçerik Hiyerarşisini ve Gündemi Belirlemede Okurun Değişen Rolüne Bakışı . *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 916-940.

*Devplan*. (2011). Retrieved Ağustos 14, 2019, from 2011 KKTC Nufus Sayımı Sonuçları: <http://www.devplan.org/Frame-tr.html>

Dilber, F. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 60-66.

Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Salı, J. B., & Akbulut, Y. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram* . Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. İstanbul: Seçkin yayıncılık.

Ersoy, E. (2019, Ağustos 20). TAK. (E. B. Sevinç, Interviewer)

Ersoy, M. (2012, Ekim 29). *emu.edu.tr*. Retrieved Nisan 30, 2019, from Gazeteler "mücadeleye" devam ediyor!: <http://i-rep.emu.edu.tr>

Ersoy, M. (2013, Ekim 27). *Haber sitelerinin "3G" aldatmacası*. Retrieved Nisan 20, 2019, from *emu.edu.tr*: <http://i-rep.emu.edu.tr>

- Etkeser, E. (2015). *Türkiye'de İnternet Gazeteciliği ve Etik*. İstanbul : İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Geray, H., & Aydoğan, A. (2010). Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik. *Televizyon haberciliğinde etik sorunlar*, (pp. 305-321).
- Gezgin, E. B. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Açısından Bir Yaygın Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya: Eğitimcilerle Öneriler. *İzlek Akademi Dergisi*, 12-35.
- Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak*. Retrieved Mayıs 3, 2019, from Atilla Girgin.net: [http://atillagirgin.net/s/2170/i/Haber\\_Yazmak\\_\(3\)\\_2005.pdf](http://atillagirgin.net/s/2170/i/Haber_Yazmak_(3)_2005.pdf)
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *TRT Akademi Dergisi*, 590-610.
- Görmüş, A. (2001, Aralık 16). *Haber ve Habercilik*. Retrieved Nisan 18, 2019, from Bianet : <https://bianet.org/bianet/medya/1466-haber-ve-habercilik>
- Güler, D. (1991). Kitle İletişim Araçlarının İletişim ve Eğitim İletişimi Özellikleri. *Kurgu Dergisi*, 323-345.
- İrvan, S. (2018 ). Araştırmacı Gazetecilik: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Dergis Akademik Dergisi*, 70-95.

- Işık, M. (2012). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Işık, U., & Koz, K. A. (2014). Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma . *E-Journal of New World Sciences Academy*, 27-43.
- Kalkan, F., Şafaklı, O. V., & Günalp, Ö. S. (2015). *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceğe İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma*. Lefke: Okman Printing Ltd.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği Türkiye Örneği. 75-99.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Günümüze İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 75-94.
- Kavalçalan, B. (2019, Nisan 5). İnternet Gazeteciliğinde Mali Kaynaklar . (E. B. Sevinç, Interviewer)
- Kavoğlu, S. (2013). Aşırılığın Haber Değeri: STK Faliyetleri Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Yaşar University*, 5324-5340.
- Kılıç, D. (2005). Haber Yapma Sürecinin Belirleyici Unsurları ve Basın Ahlakı . *Selçuk İletişim* , 130-141.
- Kırçıl, A. G., & Karagüler, T. (2012). *Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: Online Gazetecilik*. Retrieved Ağustos 14, 2019, from academia.edu:  
[https://www.academia.edu/1285028/D%C4%B0J%C4%B0TAL\\_%C3%87A](https://www.academia.edu/1285028/D%C4%B0J%C4%B0TAL_%C3%87A)

%C4%9EDA\_%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0ME\_YEN%C4%B0\_YAKLA%C5%9EIM\_ONLINE\_GAZETEC%C4%B0L%C4%B0K

Köse, U., & Deperlioğlu, Ö. (2010). Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı. *Akademik Bilişim '10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (pp. 337-341). Muğla: Muğla Üniversitesi.

Kurt, H. (2014). Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 821-835.

Küçükkurt, M., Hazar, Ç. M., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı. *Selçuk İletişim*, 37-50.

*Medya Etik Kurulu*. (2014). Retrieved Ağustos 16, 2019, from İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu:  
<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/hakkimizda/internet-gazeteciligi-deklarasyonu/>

Megep. (2007). *Gazetecilik- Gazeteceiliğin Temel Kavramları*. Ankara, Türkiye.

MEGEP. (2013). *Gazetecilik Haber Yazma Teknikleri*. Ankara.

Megep. (2013). *Gazetecilik Haberin Nitelikleri*. Ankara: T.C Milli Eğitim Bakanlığı .



- Murugesan, S. (2007). Understanding web 2.0. *IEEE Computer Society*, 34-38.
- Narin, F. B. (2016). İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, pp. 119-148.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 153-168.
- Önder, M. (2007). Yurttas Gazeteciliğinin Ana Akim Medyaya Etkisi Whats App İhbar Hatları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 164-180.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğın Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 131-160.
- Özdemir, S. (2018). *Dijital Habercilikte Tık Tuzağı ve Yeni Medya Etiği*. Gazimağusa: Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi.
- Özejder, İ. (2018, Nisan). Kamusal Bir Değer Olarak Haber ve İnternet Kaynaklı Sorunlar: Kuzey Kıbrıs Örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 8(2), 216-231.
- Özel, E. K., & 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*, 443-466.

Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar . *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(1), 287-311.

Öztürk, Ş. (2018). İnternet gazeteceliğinde hipermetinsellik. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 198-201.

Schlapp, H. (2013). *Gazeteciliğe Giriş*. Ankara: Ofset Fotomat.

Siapera, E., & Veglis, A. (2012). *Introduction: The Evolution of Online Journalism*.

Retrieved Temmuz 30, 2019, from Online Library Wiley.com:

<https://onlinelibrary.wiley.com>

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı üzerine Bir Uygulama . *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 23-32.

Sütçü, C. (2014). Sosyal Medya Gazeteleri Nasıl Etkiliyor? Haberlerin Twitter'da Yayınlanması Üzerine Bir Araştırma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 40-52.

Şimşek, A. (2012). Evren ve Örneklem. In A. Doğanay, M. Ataizi, A. Şimşek, J. B. Salı, & Y. Akbulut, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (pp. 109-133). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Taşkın, A. (2006). Basın Hukukunda Gazetecilik Kavramı . *Terazi Hukuk Dergisi*, 7-15.

Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: S.B.F Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basım Evi.

Vural, N. E., & Sütçü, C. S. (2019). Çevrimiçi Gazetelerde Ziyaretçi Trafığı ve Ziyaretçi Süresini Artırmaya Yönelik Metotlar. *Yeni Düşünceler*, 20-34.

Yaşar, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Paöukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 59-75.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları* . Ankara: Mattek Matbaacılık.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları* . Ankara: Dipnot Yayınları.

Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Gazetecilik Pratikleri. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 140-161.

Yüksel, E., Adıyaman, H. K., Aydın, N., Kurt, B., Çelik, C., Karaoğlu, E., et al. (2015). İyi Haber De İyi Haber Midir? Haber Değerleri Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması. *Selçuk İletişim*, 95-114.

## **EKLER**

## Ek A: Okurlara Yapılan Anket Formu

### ARAŞTIRMA SORULARI

Aşağıda cevaplayacağınız anket soruları Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek Lisans tezi için bilimsel bir amaç doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu anketler ile KKTC’de internet gazeteciliği yapan ve en çok tercih edilen beş gazetenin okuyucu tarafından güvenilirliği (Haberleri okurken dikkat edilen unsurlar, güven veren detaylar ve akılda soru işareti kalmasına neden olan etmenler) ölçümlenecektir. Bu ankete katılmak tamamen gönüllülük esasına göredir. Katılımcı ankete katılmamayı, cevap vermek istemediği soruları atlamayı ya da istediği zaman cevaplamayı durdurmayı seçebilir. Anket üzerine isminizi veya sizi tanımlayacak herhangi bir bilgi lütfen yazmayınız.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Erkan Burak Sevinç  
DAÜ İletişim Fakültesi  
Araştırma Görevlisi

Doç. Dr. Metin Ersoy  
Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü  
Tez Danışmanı

1. Cinsiyetiniz nedir?

a)Kadın b) Erkek c) Diğer.....

2. Kaç yaşındasınız?

a)18-28 b) 29-38 c) 39-48 d) 49-58 e)59+

3. Uyuşgunuz nedir?

a) KKTC b) TC c) KKTC/TC d) Diğer.....

4. Medeni durumunuz nedir?

a)Bekar b)Evli c) Diğer.....

5. Eğitim durumunuz nedir?

a) İlköğretim Mezunu b) Ortaöğretim Mezunu c) Üniversite Mezunu  
d)Diğer.....

6. Hangi ilçeye bağlı yaşıyorsunuz?

a) Lefkoşa b) Gazimağusa c) Girne d) Güzelyurt e) İskele f) Lefke  
g)Diğer.....

7. Mesleğiniz Nedir?

a) Devlet Memuru b) Doktor c) Öğretmen d) Özel Sektör Çalışanı e)  
Diğer.....

8. Aylık geliriniz ne kadardır?

a)Aylık gelirim yok b) 2000-2500 c)2501-3000 d)3001-4000 e)4001+

9. İnternette ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

a) 1-3 saat b)4-6 saat c) 6-8 saat d) 8 saatten fazla

10. İnternete en sık nereden bağlanıyorsunuz?

Ev İş Okul Kafe

11. İnternete genellikle hangi cihazdan bağlanıyorsunuz?

Masa üstü bilg. Cep Telefonu Dizüstü bilg. Tablet

12. İnterneti en çok ne için kullanıyorsunuz?

Eğitim İş Haber Oyun Diğer

13. Günlük haberleri takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

14.Genellikle hangi tür haberleri okumayı tercih ediyorsunuz?

Gündem Ekonomi & finans Dış Haberler Spor Magazin Teknoloji c Sağlık

15. Basılı gazete satın alıyor musunuz?

Evet Hayır

16. İnternet üzerinden haber okuyor musunuz?

Evet Hayır

17. Eğer okuyorsanız hangi amaçla internet üzerinden gazete okuyorsunuz?

Haberlere daha hızlı ulaşmak Ücretsiz olduğu Arşivlere daha kolay ulaşabilmek diğer.....

18. Haber Portalı denildiğinde aklınıza ilk hangi online gazete geliyor?

.....

19. Takip ettiğiniz online gazete size taze ve güncel haber veriyor mu ?

Evet Hayır

20. En çok günün hangi saatlerinde haber okuyorsunuz?

Sabah Öğle Akşam Gece

21. Haber portallarında ne kadar süre geçiriyorsunuz?

1 Saat 2-4 Saat 4 Saat ve üzeri

22. Günde kaç kez online gazetelere giriş yapıyorsunuz ?

1 2-4 4 ve üzeri

23. İnternette okuduğunuz haberlere yorum yazıyor musunuz?

Evet hayır

24. Günlük gazete okuyor musunuz ?

Evet Hayır

25. Bir haberi okumanıza neden olan etken nedir ?

Dikkat çekici olması Haberde kullanılan fotoğraf Haber manşeti

26. Bir online gazete size nasıl güven verir ?

Künye Tanınmış kişi Güncel haber Kaynak göstermesi

27. Güvendiğiniz online gazetede okuduğunuz haberden kuşku duyarsanız ilk ne yaparsınız ?

Haber portalına yazarım Başka kaynaklara bakarım Geleneksel basılı gazetelere bakarım

Aşağıda tanımlanan cümleler için size en yakın olan seçeneğin altını işaretlemeniz (X) önemle rica olunur.

	Kesinlikle Katılıyor	Katılıyor	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Online gazeteler günümüzde basılı gazetelerden daha çok okunmaktadır.					
Basılı gazetelerin ömrü giderek azalmaktadır.					
Online gazetelerde ki haberlerin tamamını okurum					
Haberlerin sadece başlık ve spotunu okurum					
Haberlerin içeriğine bakarım					
Haberlerin sadece fotoğraflarına bakarım					
Haber portallarında okuduğum haberlerin					

doğruluğuna inanırım.					
Daha önce haber portallarında okuduğum bazı haberlerin yalan haber olduğunu fark ettim					
Haber portallarında okuduğum haberlerin içerikleriyle fotoğrafları farklıdır.					
Basılı gazeteler internet gazetelerinden daha güvenilirlerdir.					
İnternet gazeteleri habere 24 saat ulaşım sağlar					
İnternet gazeteleri okura aktif iletişim olanağı sunar					
İnternet gazeteleri bulundurduğu arşiv ile haberi saklama imkanı sunar					



## **Ek B: Etik Kurul Raporu**