

YAZILI BASIN VE ELEKTRONİK MEDYADA HABER KALİTESİNDEKİ FARKLILIKLAR VE GÜVENİLİRLİK OLGUSUNUN İNCELENMESİ

Tuğba AKDAL ¹

ÖZ

Elektronik basın olgusu, geleneksel haberleşme ve gazetecilik faaliyetlerini değişime uğratan yeni bir habercilik alanı olarak ortaya çıkmıştır. Elektronik ortamın haberciliğe kazandırdığı en önemli nitelikler; hız, zaman ve maliyet konuları üzerine olmuştur. Ayrıca elektronik ortamın habercilik alanında yerini almasıyla birlikte güç dengeleri yer değiştirmeye başlamış ve sıradan bireyler olarak okur, yazılı ortamın geleneksel biçimindeki pasif formundan sıyrılmıştır. Bunun sonucunda ise gündelik hayatın önemli bir parçası ve bir yaşam alışkanlığı haline gelen elektronik ortam, habercilik faaliyetlerinin medya profesyoneli olan gazetecilerden sıradan bireylere geçmesini sağlamış ve sıradan bireyler haberin hem okuru hem de üreticisi konumuna yükselmiştir. Elektronik ortamın haber ve haberciliğe kazandırdığı nitelikler yanında, haberin kalitesi konusunda da meydana gelebilecek değişiklikler, kuşku yaratan tartışma konuları olarak ortaya çıkmaktadır. Bu konuda elektronik ortam haberlerinde editoryal ve hukuksal denetimin azlığı, bilgi kaynağının sayısı ve güvenilirliği, biçimsel formun düzeni ve içeriğin yeterliliği ile ilgili sorunlar, en sık tartışılan konular arasındadır. Medya profesyonelliğinin el değiştirdiği bu yeni medya düzeninde, okurun haberin yaratıcısı olması noktasında bu sorunların yaşanması ihtimali bulunmaktadır. Ancak geleneksel basın araçlarının yazılı ortamda yıllardır sürdürdüğü habercilik eğilimi ve çizgisini, kendilerine ait internet haber sitelerinde nasıl sürdürdüğü sorusu, okur güvenilirliğini ve imaj algısını doğrudan etkileyen bir faktör olarak ayrıca incelenmesi gereken bir konudur. Bu çalışmada, geleneksel basın araçları olan gazetelerin yazılı ve elektronik ortamda nasıl bir yayıncılık eğilimi ortaya koyduğu sorusu, manşet haberlerin her iki ortamda da incelenmesi yoluyla cevaplanmaya çalışılmıştır. Bu konuda Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin 15 günlük yazılı manşet haberleri iki ortamda da biçimsel ve içeriksel olarak incelenmiş ve analiz edilen toplam 100 haber, aradaki farklılık ve ayrımlıklara göre sayma ve tanımlama yöntemiyle tablolaştırılmıştır. Ancak mecralara göre gerçekleştirilecek değişimlerin, okurdaki gazete imajı ve güvenilirlik algısını doğrudan etkileyebilecek olması durumu söz konusu olduğu için bu noktada da, araştırmada önceden belirlenmiş öğrenci ve akademisyenlerden oluşan 10 kişilik bir grup ile ‘odak grup çalışması’ gerçekleştirilmiş ve gazetelerin mecralara göre değişen kimliği ve niteliği hakkında okurdaki güvenilirlik algısı anlaşılmasına çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Basın, Haberin Değişen Kimliği, Haber Kalitesi, Odak Grup, Güvenilirlik

¹Yar. Doç. Dr. Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, tugbaaksakal(at)arel.edu.tr

AN ANALYSIS FOR THE DIFFERENCES IN QUALITY OF NEWS IN PRINTED and ELECTRONIC MEDIA and THE CONCEPT OF REALITY

ABSTRACT

Electronic media occurs as a new journalism field that causes the change of traditional communication and journalism activities. The most important qualities that electronic media provides to journalism are these; speed, time and cost. Furthermore, with electronic media's being part of journalism, the power balance has started to shift and as an ordinary individual the reader, got out of the passive formation of traditional printed press. As a consequence of this, electronic media which became an important part of everyday life and living habit, provided the transition of journalism activities to ordinary individuals from journalists that are the professionals of media and these ordinary individuals became both producers and the readers of the news. In addition to the qualifications that news and journalism gained from digital media, the changes about news' quality show up as the topics of argue. The scantiness of editorial and legal inspections, the number of information source and reliability, the order of the stylistic form and inadequacy of content are the main problems about this issue. In this order that media professionalism is changing hands, these problem are possible because the reader happens to be the creator of the news. Yet, the question that how the conventional press organs maintain their journalism tendency and line which belong to their own for years in internet news is a different issue which must be analysed separately as a factor which affect the reader reliability and the perception of image directly. In this research, the question of where newspapers that are the traditional media devices leans on in both written and electronic environment is explored through the examination of headlines in both environments. In this aspect, 15 days-long written headlines of newspapers like Cumhuriyet and Hürriyet are examined in both environments in stylistic and contextual way and 100 news that are examined overall, are tabulated in the order of their differences and sameness through accounting and specification technique. However, since it is possible for the different changes that can occur in accordance with different courses may effect the image and the sense of reliability of the readers' directly, at this point, a 'focused group work' was performed with a group of 10 people from students and academicians that are chosen beforehand and the sense of reliability of the readers to the newspapers with changing identities and qualities according to the environment it is in was aimed to be understood.

Key Words: Digital Media, Changing Identity of the News, the Quality of the News, Focus Group, Reliability

Akdal, Tuğba "Elektronik Basın ve Elektronik Medya'da Haber Kalitesindeki Farklılıklar ve Güvenilirlik Olgusunun İncelenmesi". *ulakbilge* 5. 9 (2017): 43-65

Akdal, T. (2017). Elektronik Basın ve Elektronik Medya'da Haber Kalitesindeki Farklılıklar ve Güvenilirlik Olgusunun İncelenmesi. *ulakbilge*, 5 (9), s.43-65.

Giriş

Günümüzde haberleşmenin en önemli parçası haline gelen elektronik basın ortamı ve diğer adıyla yeni medya olgusu, geleneksel gazeteciliğin kapsamı ve işlevine hem farklı bir boyut katan hem de bu mesleğe yeni yetki ve sorumluluklar yükleyen bir alan olarak açıklanabilir. Basın ve haberleşmenin sürekli olarak teknolojik gelişmelere entegrasyonunun sağlandığı bu dijital çağda enformasyon akışını aksaklığa uğratan zaman, mekan gibi kavramlar ortadan kalkarak, dünya gündeminde medyana gelen gelişmelerin anında duyurulması, elde edilebilmesi, interaktif ortam sayesinde haberlere anında yorum yapılabilmesi imkanı ortaya çıkmıştır. Bunun yanında çoğu çevrelerce elektronik basın ortamında gerçekleştirilen habercilik faaliyetlerinin tarafsız bir kamuoyu yaratılmasında oldukça gerçekçi izlenimler meydana getirdiği, bunun da enformasyon akışına yazılı basına göre çok daha fazla okur kitlesinin dahil olması sayesinde sağlandığı hususları hem fikir olunan konuların başında gelmektedir. “Bu yaklaşıma göre gazetecinin ve dolayısıyla haberin objektif ve tarafsız olması mümkündür” (Soygüder, 2003: 47). Liberal yaklaşım olarak nitelendirilen bu görüş önemli ölçüde haklılığını korumaktadır. Çünkü yeni medya ve elektronik basın olgusunu sağlayan internet teknolojisi, kullanıcı sayısını her geçen gün daha da arttırmakta ve çok daha fazla birey bu sanal ortam sayesinde bireyler enformasyon akışına dahil olmak, gündemi belirlemek ve hatta haberin oluşum sürecinde yer almak gibi önemli işlev ve süreçlerde de rol oynamaktadır. Bu oluşum, günümüz sermaye medyası olarak nitelendirilmeye başlanan yazılı basında kendini gösteren editoryal bağımlılık, gündem belirlemenin keyfiliği gibi unsurlar karşısında özgür ve tarafsız haberleşme süreci için alternatif oluşturabilecek olumlu bir neticedir. Bu netice karşısında haberin tanımı da boyut atlamış ve haberin temelleri okurun bilmek istediği, öğrenmek ve merakını gidermek istediği konular üzerine inşa edilir hale gelmiştir. Buna göre; Bu yaklaşıma göre “insanların bilmek istediği, merak ettiği her şey haberdır” (Dilekçen, 2005: 28).

Yazılı basın olarak adlandırılan geleneksel medya ortamında yalnızca söylem düşkünü olduğunda yer alabilen sıradan bireyler, bu yeni ortam sayesinde sesini kolayca duyurabilmeye ve toplumsal bir kamuoyu kanaati oluşturabilmeye başlamıştır. Gündem belirleme, haber değerlerinin hiyerarşik sıralaması ve haberin çerçevelenmesi konularında okur olarak sıradan bireylerin geleneksel basının gücünü ve otoritesini paylaşmaya başladığı bu yeni basın ortamında haber, medya patronu, editör, siyasal ve ekonomik söylem ve ideolojilerin sınırlılığından önemli ölçüde sıyrılarak kamusal sorumluluğun yeniden ön plana çıkarıldığı bir konuma yükselmiştir. Elektronik basın sayesinde kamuoyuna sesini duyurabilmeye ve hem haberin kaynağı hem de öznesi olabilme konumuna yükselen okur, gazetecilik rolünü de profesyoneller ile paylaşmaya başlamış, aynı zamanda da gazetecilerin kamusal

etki ve tepkiye cevap vermesini zorunlu kılmıştır. “Teknolojideki bu gelişmeler ve belli bir eğitime sahip hemen herkesin teknolojiyi kullanabilecek seviyeye gelmesiyle habercilik işi sadece gazetecilere değil, sıradan insanlara da gönüllü amatör muhabirlik yolunu açmıştır”(Torik, 2008: 301). Bu yeni ortam, geleneksel medya araçlarına ve habercilere de özgür bir alan tanımış ve sağladığı imkan ve alternatifler sayesinde bilginin kapsamı genişlemiştir. Bol fotoğraf, bağlantı linkleri ve video ile desteklenebilen elektronik ortam haberleri, gazeteciler açısından bilginin kanıtlanabilirliğini ve iknasını kolaylaştırmış, interaktif yapısı sayesinde ise okurun nabızı güncel olarak takip edilebilir hale gelmiştir. Yazılı basın ortamının gazeteci ve okur arasında gerçekleşen sınırlı ve tek yönlü bilgi akışına bir alternatif olduğu düşünülen liberal yaklaşımın bu görüşlerine karşın, elektronik basın ortamının medya ve habercilikte yarattığı dönüşümün habere sanıldığı gibi özgürlük kazandırmadığını savunan eleştirel bir bakış açısı da bulunmaktadır. Temeli gazetecinin olayları bireysel göz ile görüp değerlendirdiği ve kişisel değer yargılarına göre yorumlayıp aktardığı görüşüne dayanan bu akış açısını İletişim teorisyeni Walter Lippman şöyle aktarmaktadır: “Haber toplumsal koşulların ya da durumun aynası değildir. Güncel haberlerin, o günkü olayların temsili bir dökümü sayılamayacağını, olup bitenlerin çoğunu gazetecilerin görmezden geldiğini savunan Lippman, aynı zamanda haberin okuyucuya ulaşıncaya dek çeşitli müdahalelere uğradığının altını çizmiştir” (Bülbül; 2001: 110). Eleştirel yaklaşıma göre elektronik ortam sanıldığı gibi habere kolektif bir nitelik kazandırmamakta, sıradan bireylerin haber faaliyetleri içinde tıpkı bir medya profesyoneli gibi hareket etmesi, bir süre sonra bilginin karmaşıklaşmasına, haberin öznelleştirilmesine ve haber metinlerinin sıradan iletiler haline gelmesi sayesinde içeriğin basitleşmesine neden olmaktadır. Bu sayede de haber bilgisinin kalitesi düşmekte, bilginin iknası zorlaşmakta ve güvenilirlik sorunları görülmeye başlanmaktadır. Sıradan bireylerin enformasyon oluşumunda aktif olarak yer alabildiği sosyal ağ siteleri ve bloglar gibi alanlarda eleştirel yaklaşımın bu görüşü haklılığını önemli ölçüde korumaktadır. Bu yeni enformasyon ortamında gerçekleştirilen gazetecilik ve habercilik faaliyetlerinin güvenilirlik, etik ve haber kalitesi gibi haberleşme kriterlerini ne kadar doğru bir çizgide takip ettiği sorunsal güçlü bir biçimde varlığını sürdürmektedir. Bununla beraber kaynağın güvenilirliği, editöryal süzgeç, haberin tazeliği, özgün yayıncılık, telif haklarına saygı gibi konularda da bir takım sorunların yaşanma olasılığı, profesyonel haber sitelerinde de yüksektir.

Bu çalışmanın merkezinde yer alan temel konu, haberin ve habercilik faaliyetlerinin profesyonel haber sitelerinde nasıl bir dönüşüme uğradığına ilişkindir. Bu noktada basın organlarının ve profesyonel medya çalışanları olarak gazetecilerin internet haber sitelerinde, elektronik ortamın alternatif ve özgürlüklerini nasıl değerlendirdiği ve bu bağlamda değişen medya ortamının özelliklerine göre haber

kalitesinde de nasıl bir dönüşümün yaşandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Değişen ortam özelliklerine bağlı olarak gazeteciliğin dönüşüme uğrayan eğilimlerinin sorgulandığı bu çalışmada ayrıca, okur kitlesinin güvenilirlik algısı anlaşılmasına çalışılmıştır. Buna yönelik olarak araştırmada iki uygulama çalışması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın ilk uygulama çalışması, aynı haberlere ilişkin, farklı mecralarda nasıl bir habercilik eğilimi ortaya konduğunu tespit etmeye dayalıdır. Buna yönelik olarak seçilen Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin yazılı ortamda verdiği manşet haberler 15 günlük süre ile takip edilmiş ve bu gazetelerin kendi internet haber sitelerinde aynı haberleri nasıl bir biçim ve içerik ile sunduğu gündem, yayıncılık anlayışı ve haberin kapsamı çerçevesinde anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu amaçla 30 basılı gazete haberinin ve 70 elektronik ortam haberinin incelendiği uygulamadaki söz konusu haber içerikleri, ayrıca haberin kalitesini ve okurdaki imaj ve güvenilirlik algısını etkileyecek faktörler bağlamında da değerlendirilmiştir. İçerik analizi yöntemine dayanan ve elde edilen verilerin sayma ve tanımlama yöntemiyle sayısal dokümana ulaştırıldığı ve tablolatırıldığı ilk uygulama çalışmasında elde edilen bulgular, sanıldığı aksine elektronik ortam haberlerinin yazılı basın ortamı kadar hatta bazı zamanlar yazılı ortamdan daha güvenilir içerikler ortaya koyduğunu göstermiştir. İncelenen tüm haberler, elektronik ortamda manşet haberlere ilişkin verilerin yazılı basın ortamından daha kapsamlı olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmanın ikinci uygulaması değişen habercilik eğilimlerine karşı okurdaki güvenilirlik algısının ölçülmesine dayalıdır. Bu uygulama bağlamında önceden seçilmiş kişilerden oluşan 10 kişilik bir grup ile ‘odak grup çalışması’ gerçekleştirilmiş ve iki kez yapılan toplantıda okurun değişen mecralarda dönüşen haber faaliyetlerine karşı oluşturdukları kalite ve güvenilirlik algısındaki değişimler anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu kapsamda 5 kişilik akademisyen ve 5 kişilik öğrenci grubundan oluşturulan topluluğun bireysel olarak 1 hafta boyunca Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin manşet haberlerini her iki ortamda da takip etmesi istenmiş ve bu bir haftalık sürecin sonunda katılımcıların bu gazetelere karşı yıllardır oluşturdukları imaj ve güvenilirlik algısı, değişen mecralar bağlamında test edilmeye çalışılmıştır. Uygulama verilerine göre elde edilen sonuçlarda katılımcıların aynı haberlere ilişkin olarak farklı mecralarda gazetelerin değişken bir tutum izlediği kanısına sahip olduğu görülmüştür. Katılımcılar, bilginin kapsamı konusunda elektronik ortam haberlerini içerik olarak daha nitelikli bulurken, biçimsel olarak bu ortamda daha sansasyonel ve çizgisel olmayan bir eğilim izlendiğini ve bunun da kalite ve güvenilirlik konusunda imajı etkileyen en önemli ölçüt olduğunu bildirmiştir. Gazetelerin elektronik ortamda yazılı mecra göre ne kadar kapsamlı olursa olsun, biçimde okurun anlık tepkilerine odaklandığını söyleyen katılımcılar, bu yeni ortamda

gözlemlenen değişikliklerin gazetelerin yazılı ortamlarına karşı yıllardır oluşturdukları imaj ve güvenilirliği etkilediğini ifade etmiştir.

Haberde Kalite ve Güvenilirlik

Haber; yerel, ulusal ve uluslararası alanda meydana gelen olayların ve gelişmelerin yazılı basın, görsel medya ve sosyal alan mecralarında çeşitli format ve kurguda bildirilmesi olarak açıklanabilir. Haber “gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre form atadıkları, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek, yazılı, sesli, görüntülü mesajlar şeklinde okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir” (Balcı, 2010: 74-75). Gerçeğin değerler statüsünde raporlanmış hali olarak tanımlanabilen haber, gazetecinin bir olaya nasıl baktığıyla ilgili kişisel değer yargılarını ve içinde yetiştiği, yer aldığı toplumsal alanlarla ilgili bakış açısının ve izlerinin bulunabileceği formatlı metinlerdir.

Haberde kalite ve güvenilirlik, hem basının sorumluluklarını hem de okurun beklentilerini ortaya koyan iki önemli olgudur. Genel olarak kalite kavramı; hangi alanda olursa olsun, üretim sürecindeki kurum ve çalışanların tüketici ihtiyacı ve beklentilerini en iyi şekilde karşılayabilmesidir. Ticari alanlarda kalite olgusu, ürün-pazar-tüketici üçgeni içinde değerlendirilmekte ve sonuçta ticari kazanç ve kar oranları devreye girmektedir. Basın yayın alanında ise kalite; haberin türüne göre gerekliliklerin biçimdeki estetik ve içerikteki nitelik bağlamında en yüksek seviyede yerine getirilmesidir. Bu tanımda yer alan gereklilik olgusu ise türe göre haberin kamusal alan üzerinde yerine getirmesi gereken sorumluluk işleviyle ilgilidir. Ancak basının tekelleşme ve ticarileşme üzerine uğradığı değişim, haberin pazarlamaya açılmış bir meta gibi değerlendirilmesi sonucunu meydana getirmiş ve bu durumda haberin kalitesi, içerikteki nitelik yerine biçimdeki estetik ile eşdeğer tutulmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda da haber kalitesini sağlamanın temelindeki kaygı, kamusal sorumlulukların ne kadar yerine getirildiği ile değil, okur beklentilerinin ne kadar karşılanabildiği ile ölçülür hale gelmiştir. Bu durum, haberin ve haberciliğin heyecan, merak, gözetleme, gerilme ve eğlendirme gibi güdüleri ve bunların giderilmesi amacını ön planda tuttuğu anlamına gelmektedir.

“Haberler genellikle sınırlı düzeyde aksiyon/hareket içerdiğinden, gazeteciler habere yeni eklemeler yapmayı deneyerek zenginleştirmeye çalışırlar. Örneğin röportaj esnasında kaynaklarına duygu yüklü cevaplar alabilecekleri sorular yöneltirler” (Küçüközyiğit, 2014: 19). Haber, gelişmelerin formatlanarak aktarılması sürecinde her ne kadar değişime uğrasa da temelinde, gerçekler bulunmaktadır ve haberci inandırıcılığını, gerçeklere bağlı kalarak en yüksek seviyede korumak zorundadır. Ancak okuru, beklentileri bağlamında doyurmak isterken gerçekten

uzaklaşması sorunu kimi zaman gazetecinin inandırıcılığını yitirmesine neden olabilmektedir. Yani temel sorunsal, güdülerin ve beklentilerin doyurulması kaygısıyla gerçek olana da sıkı biçimde bağlı kalma sorumluluğu arasındaki dengede yatmaktadır. Özetle “Basının içerisine düştüğü inandırıcılık sorunu, beraberinde, halkın gözünde, basın mensuplarının itibarını da zedeleyen bir sürece davetiye çıkarmaktadır” (Barut, 2000: 157).Güvenilirlik olgusu ise haberde sağlanan kalitenin, okur açısından kabul edilir olmasına bağlı olarak gelişen bir olgudur. İnanılabilirlik olarak da adlandırılan güvenilirlik unsuru, gazetecinin ve bağlı bulunduğu medya organının toplumsal imajını, kamu üzerindeki etkisini ve kendisine duyulan talebi doğrudan etkileyen bir faktör olarak belirlemektedir. Bir medya organının güvenilirlik yaratabilmiş olması önemli bir ayrıntıdır. Çünkü hedef kitleye karşı güvenilirlik bağı kurabilmeyi başarmış bir medya organı, toplumla iç içe geçmeyi de başarabilmiştir.

Elektronik Medyada Haberin Gerçekçiliği ve Güvenilirliği

Elektronik haberleşmenin basın ortamında yoğun olarak kullanılmasıyla birlikte, habercilik bugünkü modern görünümünü kazanmıştır. Haber verme ve yayma işlevi sosyal ortamın ucuz ve zengin yapısı sayesinde hem bağımsız siteler, hem bloglar gibi kişisel sayfalar hem de klasik yayıncılıkta köklü bir geçmiş elde etmiş basın organlarının kendi sitelerinde uygulanır hale gelmiştir. Ancak internet ortamının hızlı yapısı ve bilginin kolay yayılanabilir özelliğine karşın, bu yeni ortamdaki habercilik faaliyetlerinde bilginin kalitesi ve güvenilirliği konusunda bir takım sorunların da meydana gelme olasılığı oldukça kuvvetlidir. Her şeyden evvel, “sosyal medyada çok sayıda kullanıcının paylaşımında bulunması, kullanıcı kimliklerinin belirsiz olabilmesi ve paylaşımların editoryal denetimlerinin yapılamaması, sosyal medyada haber güvenilirliği konusunu karşımıza çıkarmaktadır” (Algül, Sütçü, 2015: 20).

Elektronik basın ortamında kalite ve güvenilirlik konusunda ortaya çıkan sorunlardan bir diğeri gerçeklik ve yorumun iç içe geçtiği bir habercilik yapısından kaynaklanmaktadır. Denetim ve yasal yaptırımların sınırlılığı sonucunda ortaya çıkan bu sorun, elektronik ortamda profesyonel gazetecilik kodlarının amatör yayıncılık faaliyetleriyle iç içe geçmesiyle de birleştiğinde, okurun yazılı basından daha kolay bir biçimde yönlendirilmesi sorununu gündeme getirmektedir. Basının gerekliliklerinden biri olarak uyulması gereken davranış kodları içinde yer alan tarafsızlık ilkesinin bu bağlamda zayıflaması ise yeni medya haberciliğinde okur güvenilirliğinin zedelenmesi konusuna bir kapı aralamaktadır.

Gazeteler genellikle basılı ortamda mesleki davranış kodlarına dikkat etmekte, yasal olarak yargı yolunu açabilecek, cevap ve düzeltme hakkı doğurabilecek hususlardan uzak durmaktadır. Çünkü böyle bir durum gazetenin okur güvenilirliği

açısından imajını zedeleyebilecek sonuçlar yaratabilmektedir. Ancak elektronik ortamda aynı medya organı basılı ortamın sınırlılıklarından kurtularak, daha farklı bir eğilim içine girebilmektedir. Aynı medya organına karşı, ortaya konan habercilik anlayışının değişen ortam özelliklerine bağlı olarak farklılaşması ise okur profilinde değişken bir güvenilirlik algısı meydana getirebilmektedir.

Elektronik ortam haberciliğinde yalnızca haberin içeriksel niteliğinde değil, biçimsel yapısında da yazılı basına göre bir takım farklılıklar kendini göstermektedir. Gazetelerin genellikle takip ettikleri belirli bir form çizgisi vardır. Bu çizgi, o gazeteyi yıllardır takip eden bir okur için her gün beklenen, kendine özgü bir nitelikler ve bu konudaki tutarlılık, o gazetenin imajını ve okurdaki güvenilirlik algısını doğrudan etkilemektedir ve okur beklentisini bu bağlamda doygunluğa ulaştırdığı ölçüde o gazete güvenilir olarak kabul edilmektedir. Ancak bu çizgi yeni medya ortamında değişkenlik gösterebilmekte, aynı haber aynı gazete tarafından daha farklı bir biçimle ve hatta yazılı ortamında hiç bürünmediği bir form ile okura sunulabilmektedir. Gazetelerin elektronik ortama uyumu çerçevesinde her iki ortamda da birbirinden farklı bir çizgi sergilemesi ise bu gazetelerin basılı versiyonlarına yönelik imaj ve güvenilirlik algısını da bütünüyle etkilemekte ve hatta bu etki çoğunlukla olumsuzluk olarak kendini göstermektedir.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Çalışmadaki hipotezler ve soruların literatür taraması yöntemiyle temellendirildiği araştırmada ortaya konan iddialar, eleştirel içerik analizi yöntemi ve odak grup çalışmasıyla kanıtlanmaya çalışılmıştır. Bunun için Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri örneklem olarak seçilmiş, gazetelerin 1 Nisan 2016 ve 15 Nisan 2016 tarihleri arasındaki 30 yazılı ve 70 elektronik ortam haberi, gazetelerin haber kalitesini, yayıncılık anlayışını ve eğilimlerini mecralara göre değiştirip değiştirmediği anlamaya yönelik olarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar ise sayma ve tanımlama yöntemi ile tablolştırılmıştır. Biçim ve içerikte meydana gelebilecek değişimler karşısında okurun o gazetelere karşı oluşturduğu güvenilirlik algısında herhangi bir değişimin olup olmadığının tespitine yönelik olarak da İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden beş akademisyen ve beş öğrencinin katılımıyla odak grup çalışması yapılmıştır. Yüz yüze görüşme yöntemine dayanan bu çalışmada 70 dakika süren bir ön toplantı ve 140 dakika süren ana toplantı gerçekleştirilmiş, veriler ses cihazı, kamera ve raportör ile kayıt altına alınmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, gazetelerin basılı ve elektronik ortamlarında değişken bir yayıncılık eğilimi ortaya koyup koymadığının ve belirgin bir çizgisel değişim varsa bunun okurda güvenilirlik ve imaj algısı açısından nasıl bir değişim medyana getirdiğinin ortaya çıkarılmasıdır.

4.3 Araştırma Soruları

S1: Aynı gazetelerin aynı haber ile ilgili yazılı halleri ile sosyal medya haberleri arasında haberin kalitesi ve güvenilirliğini etkileyecek boyutta teknik ve içeriksel farklılıklar var mıdır?

S2: Aynı gazetelerin geleneksel ve elektronik ortamdaki haberlerin sunumu ve bilginin kapsamlılığı konusundaki eğilimi ve sınırı nedir?

S3: Yazılı basın ve sosyal medyada yayınlanan aynı haberlerle ilgili olarak kamu üzerinde yaratılan algı konusunda niteliksel farklılıklar var mıdır?

S4: Gazetelerin bilginin doğruluğunu kanıtlamak üzere kullandığı haber fotoğraflarının sayısı ve niteliği konusunda değişim ve farklılıklar bulunmakta mıdır?

S5: Gazeteler, geleneksel hallerinde ve elektronik ortam haberciliğinde bilgi kaynağının sayısı ve güvenilirliği konusunda değişen bir tutum sergilemekte midir?

S6: Gazeteler yazılı basın ve elektronik ortamda farklı yayıncılık anlayışı ortaya koymakta mıdır?

4.4 Hipotezler

Hipotez 1: Elektronik ortam haberlerinde bilginin kapsamı daha geniştir. Buna karşın yazılı basın haberlerinde bilgi kaynağının güvenilirliği daha fazladır.

Hipotez 2: Elektronik ortam haberlerinde yorum bildirme, taraf tutma, okuru yönlendirme, gerçeklik ve iddiaların belirsizliğinden kaynaklanan güvenilirlik sorunları yazılı basına göre daha fazla yaşanmaktadır.

Hipotez 3: Elektronik medya haberlerinde düzensizlik, çarpıcılık, sansasyonellik, ilgi çekicilik ve olayın saptırılması olguları yazılı basın haberlerine göre daha fazla ön planda tutulmaktadır.

Hipotez 4: Elektronik ortamdaki haberler kitle yayıncılığı anlayışının niteliklerine eğilim göstermektedir.

Hipotez 5: Basılı gazeteler, değişen medya ortamına ve okur profiline göre yayıncılık anlayışlarını 'okur güvenilirliği'ni etkileyecek boyutta değiştirmektedir.

5. Bulgular ve Yorum

5.1 Cumhuriyet ve Hürriyet Gazetelerindeki Manşet Haberlerin Yazılı ve Elektronik Mecrada Karşılaştırmalı Analiz Bulguları

Tablo 1: Elektronik Ortama Göre Cumhuriyet ve Hürriyet Gazetelerinin Manşet Haberlerinin Kapsamına İlişkin Genel Dağılım

Elektronik Ortam	Sayı (Number)
Olduğu Gibi Elektronik Ortama Aktarılan Haber Sayısı	10
Basılı Ortama Göre Özet Bilgi Olarak Girilen Haber Sayısı	15
Basılı Ortama Göre Daha Kapsamlı Olarak Girilen Haber Sayısı	17

Tablo 2: Yazılı ve Elektronik Ortamda Manşet Haberlere İlişkin Verilen Bilgi Göstergelerinin Karşılaştırmalı Analizi

	Yazılı Basın	Elektronik Basın
Fotoğraf Sayısı	90	74
Fotoğraf Altı Yazısı	41	5
Üst Başlık Sayısı	18	1
Alt Başlık Sayısı	6	0
Ara Başlık Sayısı	86	92

Tablo 3: Yazılı ve Elektronik Ortam Haberlerinde Bilgi Kaynağının Niteliğine Göre Dağılımı

	Yazılı Basın	Elektronik Basın
Formel (Resmi Kaynaklar)	43	25
İnformel(Resmi Olmayan Kaynaklar)	7	8
Kaynağı Belirsiz Bilgiler	17	14

Hipotez 1 bağlamında yukarıda yer alan tablolar, manşete ilişkin 30 yazılı basın ve 55 elektronik basın haberinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Tablo 1'e göre gazetelerin basılı ortamlarında manşetten sunduğu haberleri elektronik ortamda daha geniş olarak sunduğu haberlerin sayısı 17 iken, haberlerin olduğu gibi elektronik

ortama aktarılması sayısı 10'dur. Bu doğrultuda H1'de savunulan görüş olarak 'elektronik ortam haberlerinde bilginin kapsamı daha geniştir' önerisi haklı çıkmaktadır. Buna karşın, Tablo 2' de yer alan veriler, haber metninin bütünü oluşturduğu diğer öğeler hususunda yazılı basın haberlerini kapsamlı olarak göstermekte, bu ise yazılı basın haberlerindeki bilgileri kanıtlanabilirlik açısından daha güvenilir kılmaktadır. Tablo 2'ye göre manşet haberlerine ilişkin verilen fotoğraf sayısı yazılı basın ortamında 90 iken, u sayı elektronik ortamda 74'tür. Diğer verilerde de değerlerin yazılı basın ortamında daha yüksek çıktığı görülmektedir. Ayrıca bu verilerin 30 yazılı basın karşısında 55 elektronik ortam haberinden oluşturulduğu ele alındığında bilginin kanıtlanabilirliği ve güvenilirliği açısından yazılı basın organlarının daha güvenilir olduğu savı desteklenmektedir. Tablo 3'te yer alan değerlerde de her iki ortam birbirine yakın veriler sunarken, formel kaynak sayısının yazılı basın ortamında daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda gazetelerin basılı ortamda, elektronik ortama göre daha güvenilir bilgiler içerdiği iddiası kanıtlanmaktadır.

Hipotez 2'de savunulan iddia, elektronik ortam haberlerinde yorum bildirme, taraf tutma, okuru yönlendirme, gerçeklik ve iddiaların belirsizliğinden kaynaklanan güvenilirlik sorunlarının yazılı basına göre daha fazla yaşandığı hususundadır. Bu hipotez bağlamında elde edilen veriler aşağıdaki gibidir:

Tablo 4:Yazılı ve Elektronik Ortamda Yorum Bildirmeye ve Taraf Tutmaya Yönelik Sayısal Göstergelerin Dağılımı

	Yazılı Basın	Elektronik Basın
Yorum Bildiren Göstergeler	63	49
Taraf Tutmaya Yönelik Göstergeler	21	20

Tablo 5: Yazılı ve Elektronik Ortamda Okurun Yönlendirilmesi ve Gerçek ile İddiaların İç içe Geçtiği Haber Sayısı

	Yazılı Basın	Elektronik Basın
Okuru Yönlendiren Haber Sayısı	21	17
Gerçeklik ve İddianın İç içe Geçtiği Haber S.	14	11

Hipotez 2'de ortaya konulan sav doğrultusunda yukarıda tablolaştırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Tablo 4 ve Tablo 5'te yer alan sayısal verilerin her iki basın ortamı için de birbirine yakın sonuçlar ortaya koyduğu gözlemlenmektedir. Bunun yanında 'yorum bildiren, okuru yönlendiren, taraf tutmaya yönelik veriler ortaya koyan ve gerçeklik ile iddianın iç içe geçtiği' söylemlerin ve haberlerin sayısında yazılı basın ortamının daha yüksek sonuçlar verdiği görülmektedir. Bu doğrultuda yazılı basın ortamının, haberin güvenilirliği konusunda daha çok sorun ortaya koyduğu söylenebilir. Her iki mecraaya ilişkin elde edilen bulgular, 30 basılı gazete haberi ve 55 elektronik ortam haberinden oluşturulmuştur. Basılı ortam haberlerinin elektronik ortam haberlerinden daha az olmasına karşın, elde edilen bulguların yazılı basın ortamında daha yüksek olması, 'basılı ortam haberlerinin daha güvenilir olduğu' tezini doğrulamamaktadır. Sonuç olarak elde edilen veriler H2'yi çürütmektedir.

Hipotez 3'te, elektronik basın ortamı haberlerinde biçimsel düzensizlik, çarpıcılık, sansasyonellik, ilgi çekicilik ve olayın saptırılması olgularının yazılı basın ortamına göre daha fazla ön planda olduğu tezi savunulmaktadır. Hipotez 3'te ortaya konan bu olgular, bir haberin fikir yayıncılığı mı yoksa kitle yayıncılığı mı anlayışına uygun olarak yazıldığı sorusunun cevabını vermektedir. Bu bağlamda ortaya konacak olan sayısal veriler, Hipotez 4'ün kanıtlanabilmesine de yardımcı olacaktır. Hipotez 3'e bağlı olarak geliştirilen **Hipotez 4**, elektronik ortamdaki haberlerin kitle yayıncılığı anlayışının niteliklerine daha fazla eğilim gösterdiği iddiasını savunmaktadır.

Tablo 6: Yazılı ve Elektronik Basın Ortamlarında Haberin Yayıncılık Anlayışını Etkileyen Faktörlerin Dağılımı

	Yazılı Basın Ortamı	Elektronik Basın Ortamı
Format Düzenine Sahip Olmayan H. S	3	8
Çarpıcı ve Sansasyonel Başlıklarla Kurulmuş H. S	21	18
Olayın Gerçekliğinden Sapan H. S	14	6
Konuşma Dili Tekn. İle Yazılan H. S.	11	27
Yazı Dili Tekniği İle Yazılan H. S	18	13

Tablo 7: Yazılı ve Elektronik Basındaki Manşet Haberlerin Yazım Tekniğine Göre Dağılımı

	Yazılı Basın	Elektronik Basın
Ters Piramit Tekniği	7	18
Düz Piramit Tekniği	9	8
Dörtgen Tekniği	12	11

Hipotez 3'te elektronik basın ortamında incelenen haberlerin biçimsel düzenden daha uzak ve sansasyonel eğiliminin daha fazla olduğu iddia edilirken,

yazılı basın ortamlarında aynı haberlerin fikir yayıncılığına daha yatkın olduğu savunulmuştur. Bu teze bağlı olarak geliştirilen **Hipotez 4**'te de elektronik basının kitle yayıncılığı, yazılı basının ise fikir yayıncılığı gerçekleştirdiği iddia edilmiştir. Bu bağlamda incelenen haberler ile yukarıda oluşturulan tablolarda yer alan 'format düzenine sahip olmayan haber sayısı, konuşma ve yazı dili tekniğine sahip haber sayısı' alt kategorileri biçimdeki düzen ile ilgili bilgi verirken, 'çarpıcı ve sansasyonel başlık ile sunulan haber sayısı ve haber yazımında başvurulan yazım tekniği' yayıncılık anlayışı ve gazetecilik anlayışındaki eğilim hakkında bilgi vermektedir.

Elde edilen veriler incelendiğinde herhangi bir format düzenine sahip olmayan haber sayısı yazılı basında 3, elektronik basında ise 8 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, Hipotez 3'ün bir iddiasını doğrulamıştır.

Bu kategori herhangi bir teknik, biçim ve düzene dair izlenimler ve sonuçlar sunmayan metinlere ilişkindir. Bu bağlamda elektronik ortamın yazılı basına göre biçim ve düzen olarak daha serbest bir yayıncılık gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Bunun sebepleri arasında; elektronik ortamın hızı, haberlerin sürekli yenilenmesi ihtiyacı, okur profilinin yapısı, haber denetimlerinin yeteri kadar gerçekleştirilememesi, gazetelerin elektronik ortamda deneyimsiz gazeteciler çalıştırması ve elektronik ortama 'haberlerin tıklanması' dışında yeterli önemin henüz verilmemiş olması gösterilebilir. Ancak bu sebeplerden hangisi olursa olsun, gazetelerin basılı ortamlarında oluşturdukları ciddiyet, düzen ve imajı elektronik ortamda sürdürmemeleri, okur gözünde güvenilirlik ve imaj zedelemeye dair sorunlar çıkarabilmektedir. Tablo 6'da incelenen kategorilerden bir diğeri olan konuşma dili tekniği ile yazılan haber sayısı elektronik ortamda 27 iken, bu sayı yazılı basında 11 olarak belirlenmiştir. Bu veri, yazılı basın ortamının sahip olduğu biçimselliğin gerekliliğini sürdürdüğünü göstermektedir. Bu tezi destekleyecek bir veri olarak yazı dili tekniği ile kaleme alınan haber sayısının geleneksel ortamda 18, elektronik ortamda ise 13 olduğu tespit edilmiş ve hipotezde yer alan iddia doğrulanmıştır. Ancak çarpıcı ve sansasyonel başlıklar ile verilen haber sayısı kategorisinde yazılı basının, elektronik ortama göre daha yüksek bir veri ortaya koyduğu görülmektedir. Bu sayı yazılı basın için 21 iken, elektronik basın için 18'dir. Bu sonuç, yazılı basın ortamının biçimsel olarak fikir yayıncılığı imajı yaratmasına karşın, derinlemesine incelemelerde okurun bilinç altına merak, ilgi çekicilik ve çarpıcılık yaratmak yoluyla satın alma davranışını etkileme ve onu gazeteyi almaya ikna etme eğilimini ortaya koymaktadır. Ancak elektronik basın için ortaya konan tez, verilerin de desteklenmesiyle kanıtlanırlığını korumaktadır.

Tablo 7 kategorilerinde yer alan 3 yazı tekniği, bir yayın organının nasıl bir yayıncılık anlayışı ortaya koyduğunu anlamaya yarayan veriler sunmaktadır. Elektronik basının kitle yayıncılığına daha fazla eğilim gösterdiği savunan Hipotez

4'e ilişkin Tablo 7'de yer alan veriler incelendiğinde Ters piramit tekniği ile yazılan haber sayısı elektronik ortamda 18 iken, bu sayı yazılı basın ortamında 7'dir. Kitle yayıncılığı eğilimi gösteren medya organlarının genelinde seçilen haberin türüne, mecranın yapısına ve okur kitlesinin beklentilerine göre çoğunlukla ters piramit tekniği kullanıldığı bilinmektedir. Bu yazı tekniğinin, basının nasıl bir yayıncılık anlayışı ortaya koyduğunun belirlenmesinde yardımcı bir sinyal olduğu düşünüldüğünde, bu kategoride elde edilen veriler, elektronik basının kitle yayıncılığına daha fazla eğilim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ancak düz piramit ve dörtgen tekniği kategorilerinde her iki mecrada da gazetelerin birbirine yakın veriler ortaya koyduğunu görülmektedir.

Tablo verileri genel olarak analiz edildiğinde, hipotezlerin kanıtlandığı görülmektedir. Ancak bu kanıtlanırlık, elektronik ortam haberlerinin yalnızca biçimsel olarak yarattığı algıyla ilişkilidir. Şöyle ki elektronik ortamdaki haberler biçim olarak çoğunlukla bir haber formatı, düzen ve biçim ortaya koymamakla, yazıda konuşma dili tekniği kullanmakla ve haberleri genellikle ters piramit tekniği ile yazmakla **biçimsellikte** kitle yayıncılığı anlayışını yerine getirmektedir. Ancak çarpıcılık ve sansasyonellikte, olay gerçekliğinin saptırılmasında ve ilgi çekicilikte yazılı basın ortamına yakın sonuçlar veren elektronik basının haber kaynağının sayısı, niteliği, kapsamı ve bilgilendiriciliği de ön planda tutan geniş içerikleriyle **metnin bütününde ve derininde** fikir yayıncılığı ortaya koyduğu ve bilgi güvenilirliğinin sağlandığı tespit edilmiştir.

Elde edilen veriler, daha önceki verilerle beraber incelendiğinde gazetelerin biçimsel olarak okur güvenilirliğini etkileyecek boyutta farklılıklar ortaya koyduğu, ancak metnin içeriğine ilişkin kapsam ve eğilimlerde ise gazetelerin her iki mecrada da birbirine yakın sonuçlar verdiği tespit edilmiştir. Gazetelerin ayrıca elektronik ortamda yazılı ortama göre fikir yayıncılığı kategorisinde daha yüksek sonuçlar ortaya koyması, farklı bir varsayımı ön plana çıkarmaktadır. Bu yeni varsayımın göre gazete çalışanları elektronik ortamın niteliği itibarıyla medya patronu, reklam verenler ve yazı işleri müdürü gibi yazılı basının denetleyici faktörlerinden uzaklaşmakta ve gerçekte olması gerektiği gazetecilik davranışlarını elektronik ortamın kolay, maliyetsiz ve özgür ortamında daha yüksek biçimde gerçekleştirebilme imkanı elde etmektedir. Buna karşın gazeteler; basılı ortamın para ve zaman maliyeti, geri dönüşü imkansız yapısı, medya patronunun çıkar ve ideolojileri, reklam verenlerin istek ve beklentileri gibi nedenlerden ötürü de gazetenin satılması, okurun etkilenmesi, belli bir fikir doğrultusunda ikna edilmeye çalışılması gibi kitle eğilimleri göstermektedir.

5.2 Okurdaki Güvenilirlik Algısının Ölçülmesine Dayalı Odak Grup Çalışması Bulguları

Son yıllarda nitel araştırma alanında bir veri toplama aracı olarak sıklıkla kullanılmasına karşın temeli 1930 ve 1940'lara dayanan odak grup yöntemi, sosyal bilimler alanında tek başına uygulanmayan ve anket, içerik analizi gibi çalışmalara destek ve temel sağlayan bir araştırma yöntemidir. "Odak grup görüşmeleri 1940'larda daha çok kitle iletişim analizlerinde kullanılmak üzere gerçekleştirilen ve yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme biçiminin hakim olduğu bir veri oluşturma tekniğidir" (Sarantakos,1993, akt. Şahsuvaroğlu, 2008: 128).

Bu incelemede araştırmanın ikinci aşaması olarak gerçekleştirilen odak grup çalışmasıyla, değişen medya ortamlarının niteliklerine göre aynı gazetelerin manşet haberlerini farklı biçim ve içerik kapsamında vermesinin, okurdaki güvenilirlik algısını nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Değişen haber kalitesi karşısında okurda meydana gelen güvenilirlik algısı değişimlerinin tespit edilmesine yarayan bu çalışmada, 10 kişiden oluşan odak grup görüşmeleri ön toplantı ve ana toplantı olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Odak grup toplantısının ön soruları şöyledir:

- Gazetelerin aynı haberle ilgili olarak her iki mecrada da yayınladığı içeriklerde biçim ve içerik olarak farklılıklar tespit ettiniz mi, yoksa haberin geleneksel ortamdakinin olduğu gibi aktarıldığı sonucuna mı ulaştınız?
- Gazetelerin aynı haberle ilgili olarak hangi mecrada bilginin kapsamı konusunda daha geniş bir biçim sunduğunu düşünüyorsunuz?
- Gazetelerin değişen ortam özelliklerine göre yayıncılık anlayışlarını değiştirdiğini düşünüyor musunuz?
- Gazetelerin hangi mecrada daha güvenilir bir habercilik anlayışı ortaya koyduğunu düşünüyorsunuz?

Odak grup toplantısı ana soruları ise şunlar olmuştur:

- Gazetelerin aynı haberle ilgili olarak değişen mecralara göre farklı haber bilgilerini başa çektiğini tespit ettiniz mi?
- Gazetelerin geleneksel ve elektronik ortamdan hangisinde okuru daha çok yönlendirdiğini düşünüyorsunuz?
- Her iki gazetenin hangi mecrada taraflılık, subjektiflik, abartma, çarpıtma, okurun ilgisini çekme ve haber öznelere eşit yaklaşım sergileme eğilimlerinin daha fazla olduğunu söyleyebiliriz?
- Her iki gazetenin de değişen medya ortamlarına ve değişen okur profiline uygun olarak yayıncılık ilkelerini değiştirdiğini düşünüyorsanız, bu durum sizin o gazetenin yıllardır oluşturduğu imaj ve güvenilirlik algısını değiştirdiğini söyleyebilir misiniz?
- Sizce gazetelerin değişen ortam özelliklerine göre farklı bir yayıncılık eğilimi sergilemesi, okurdaki güvenilirlik algısını etkileyip değiştirmeye yetmekte midir?

Toplantının ortak tartışma soruları şöyledir:

- Gazetelerin geleneksel ve elektronik ortamın hangisinde daha özgür yayıncılık yaptığını düşünüyorsunuz? Bunun nedenlerini nasıl açıklarsınız? (Haberin çerçevelenmesi ve gündem belirleme gücü bağlamında ele alınız)
- Bilinçli okurlar olarak, değişen medya ortamının özelliklerine göre haberin kalitesi konusunda gazetelerde tespit ettiğiniz değişimlerin okur algısındaki güvenilirlik etkisiyle ilgili ne söylemek istersiniz?

Değişen medya organlarının yapısına göre haber kalitesindeki değişimler ve okurdaki güvenilirlik algısına ilişkin gerçekleştirilen araştırma çalışmasının 'okurdaki güvenilirlik algısına' yönelik odak grubunda yer alan akademisyen ve öğrenci katılımcılar, değişen medya ortamlarına bağlı olarak gazetelerin de yayıncılık eğilimlerini ve çizgilerini değiştirdikleri hususunda hemfikir olmuşlardır. Kimi

katılımcı bu değişimin zorunlu olduğunu söylerken, çoğu katılımcı ise gazetelerin basılı ortamda yıllardır sürdürdükleri yayıncılık çizgisinde gerçekleştirdikleri değişimin, kendilerinde o gazetelere karşı şimdiye kadar oluşturdukları imaj ve güvenilirlik algılarını da değiştirdiğini dile getirmiştir.

Bilginin kapsamı konusunda gazetelerin elektronik ortamda okura daha geniş bir perspektif sunduğu fikrini ortaya koyan katılımcılar, bunun nedenlerini; elektronik ortamın zaman ve mekan sınırı taşımaması, sayfaların günün her saatinde yenilenebilir olması, interaktif ortamı sayesinde de okurdan tümüyle bağımsız olamaması şeklinde sıralamıştır. Ancak bilginin kapsamlı olmasının güvenilirliği tek başına kanıtlayan bir ölçüt olmadığı hususunda birleşen katılımcılar, yazılı ortamın hukuki olarak denetlemeye daha elverişli olması ve yıllardır benimsedikleri bir yayıncılık politikasını kendi okur kitlelerinin beklentilerini karşılamak gibi nedenlerden ötürü de bu ortamı daha güvenilir bulmuştur. Ayrıca katılımcılar, gazetelerin basılı ortamda daha düzgün bir biçime sahip olmasını da önemstediklerini dile getirerek, biçimsel olarak elektronik ortamın çoğu zaman dağınık ve bir haber formatından uzak bir habercilik yerine getirdiğini söylemiştir.

Elektronik basın ortamının gündem belirleme ve haberin çerçevelenmesi konusunda okur kitlesini daha özgür kıldığı fikrinde birleşen katılımcılar, yazılı basın ortamının gazeteciye tanıdığı bu özgürlüğün tarafsız yayıncılık konusunda güven sorunu yarattığını vurgularken, elektronik ortamda kamunun sesini daha kolay duyurabilmesi ve habere dahil olabilmesi gibi nedenler sayesinde, gazetecilerin kamusal sorumluluklarıyla yüz yüze kaldıklarını ve bunlardan uzaklaşmadıkları sonucuna ulaşmıştır.

Odak grup çalışması sonunda, araştırma alanı içinde bulunan gazetelerin yazılı ortamlarına karşı oluşturdukları imaj ve bakış açısını, bu gazetelerin elektronik basın ortamında kimi zaman içerikte, ancak çoğu zaman da biçimde bulamadıklarını ifade eden katılımcılar, bunun sonucunda o gazetelere karşı yarattıkları güven algısının olumsuz yönde etkilendiğini dile getirmiştir.

Araştırmanın bu kısmındaki verilerin incelenmesi sonucunda, gazetelerin içerik analizi ve sayma-tanımlama yöntemiyle elde edilen verilerle birlikte oluşturulan yeni varsayımlar kanıtlanmıştır. Buna göre; araştırmanın birinci kısmında 2 hipotez tamamen çürütülmüş, 2 hipotez kanıtlanmış ve 1 hipotez de yarı kanıtlanmıştır. Çürütülen hipotezlerden ortaya çıkan iki yeni varsayımdan biri, elektronik ortamın yazılı ortam ile elektronik basın ortamı arasında haberin değişen kimliğinin çoğunlukla biçimsel düzeyde olduğu, ancak bilginin kapsamı ve yenilenebilir olması sayesinde içeriksel olarak bilgi güvenilirliğinde şüpheli veriler sunmadığı şeklindedir. Bu varsayım, okurdaki güvenilirlik algısının anlaşılmasına yönelik gerçekleştirilen

odak grup çalışmasında kanıtlanmış ve katılımcılar, elektronik ortamın bilginin kapsamı sayesinde içeriksel olarak elektronik basın ortamındaki haberleri daha güvenilir bulmuşlardır. Ancak biçimsel olarak bu ortamdaki haber formatı ve düzenini daha dağınık bulan katılımcılar, bu konuda yazılı ortamın daha çizgisel ve tutarlı bir yol izlediklerini söylemişlerdir.

Çürütülen hipotezlerden ortaya çıkan ikinci varsayım ise katılımcılar tarafından farklı bir bakış açısıyla kanıtlanmıştır. Buna göre ortaya çıkan ikinci varsayım, yazılı basın ortamının yalnızca okura değil, gazeteciye de özgür bir alan şansı tanıdığına ilişkindir. Bu varsayımın göre gazeteciler basılı ortamda medya patronu, editör, reklam verenler ve siyasal otoriteler gibi çevrelerce kısıtlanmış bir ortamda gazetecilik irca etmektedir. Ancak elektronik ortamda aynı haberle ilgili olarak sayısız içerik yaratabilme şansı, gazeteciye de kamusal sorumluluklar bağlamında habercilik yapma imkanı tanımaktadır. Katılımcılar bu varsayımı şu bakış açısıyla kanıtlamaktadır: Elektronik basın ortamı okur kitlesinden daha geniş olarak genel kamunun sesini duyurabilmesini, yorum yapabilmesini, tepkisini gösterebilmesini, kamusal bir kanaat oluşturabilmesini sağlamaktadır. Herhangi bir konuda kamusal bir tepki, eğilim ve kanaat varsa elektronik ortamın özgür yapısı sayesinde halk, basın organlarında bu konulara karşı farkındalık yaratabilmektedir ve bunun sonucunda da gazeteciler kamusal sorumluluklarıyla yüz yüze gelmekte ve ister istemez haberlerinden birkaçını da kamusal yarar çerçevesinde yapmaktadır. Bu durumda ise elektronik basın ortamı haberin güvenilirliği açısından yazılı basın ortamına göre daha nitelikli bir çerçeve çizmektedir.

Sonuç

Haberde kalite ve güvenilirlik, hem basının sorumluluklarını hem de okurun beklentilerini ortaya koyan iki önemli olgudur. Bu olgular birbirinden farklı anlamlar taşımaya karşın, birbirini tamamlayan parçalardır ve biri olmadan diğerinin varlığından söz etmek mümkün gözükmemektedir.

Haber kalitesini etkileyen faktörlerden biri olarak 'inandırıcılık' ilkesi ön plana çıkmaktadır. Kaliteli bir habercilik anlayışında haber bilgisinin iknaya dayalı inandırıcılığını sağlayan en belirgin ölçüt bilginin kesinliği, haber kaynaklarının yapısı ve sayısal çokluğudur. Basın ve medya alanında haberin kalitesi ve güvenilirliği etkileyen diğer faktörler ise editoryal bağımsızlık, haberin çerçevelenmesi, etik ve mahremiyete yönelik gazetecilik kodları olarak sıralanmaktadır.

Bu çalışmada geleneksel medya araçlarından olan gazetelerin, değişen medya ortamlarının niteliklerine göre yayıncılık kimliklerini haberin kalitesi ve

güvenilirliğini etkileyecek boyutta değiştirip değiştirmediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Yazılı basın ortamı ve elektronik medya birbirinden farklı niteliklere ve okur profiline sahip olmasına karşın, her iki alan da birbirinden bağımsız değildir. Her şeyden evvel haberciliğin anlamı, gereği ve sorumluluğu her mecrada aynıdır. Ancak medya ortamının niteliklerine ve okur beklentilerine göre bu gereklilik ve sorumluluklar kimi zaman değişime uğrayabilmekte, bu ise gazetecilerin ve basın organlarının uzun yıllardır takip ettiği yayıncılık kimliği ve çizgisinden sapmasına yol açabilmektedir. Yani geleneksel basın ortamında uzun yıllardır fikir yayıncılığı çizgisini takip eden bir gazete, kendisini yıllardır okuyan hedef kitlesinin beklentilerini bu konuda karşılayabilmektedir. Ancak aynı gazete elektronik ortamda tümüyle değişebilmekte ve fikir yayıncılığı yerine kitle yayıncılığına yönelik bir habercilik eğilimi sergileyebilmektedir. Bu durumda haberin kalitesi hangi ortamda değişmekte ve bozulmaktadır? Ayrıca o gazeteyi yıllardır takip eden bir okurun güvenilirlik algısı, böylesi bir değişim karşısında nasıl etkilenmektedir? Okur hangi ortam haberciliğini daha kaliteli ve güvenilir bulmaktadır? Gazetecilerin ve hedef kitlenin haberde kalitesi algısı mecralara göre değişim göstermekte midir?

Yukarıdaki sorulara cevap arandığı bu çalışmada, Cumhuriyet ve Hürriyet iki örnek gazete olarak seçilmiş, ve bu gazetelerin manşetten verdiği haberler, aynı gün kendi internet haber sitelerinden de takip edilerek aradaki farklılık ve benzerlikler, eleştirel içerik analizi yöntemine dayanılarak ortaya konmuştur. Araştırmada 100 haber incelenmiş ve içerik analizi ile elde edilen veriler sayma ve tanımlama yöntemine dayanılarak tablolatırılmıştır. Analizler, bir haberin kalitesini doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebilecek faktörler bağlamında biçim ve içeriksel olarak gerçekleştirilerek, ortaya konan hipotezler kanıtlanmaya çalışılmıştır. Buna göre manşet haberler; biçimsel olarak başlık, spot, fotoğraf ve haber dili bağlamında incelenmiş, içeriksel olarak ise bilgi kaynağının sayısı ve niteliği, fotoğraf altı yazısının, üst başlık, alt başlık ve ara başlığın sayısı ve niteliği, kaynağı belirsiz bilgilerle oluşturulmuş haber sayısı, gazetecinin yorumunu bildiren, taraf tutmaya ve okuru yönlendirmeye dayalı göstergelerin durumu ve gerçeklik ve iddianın iç içe geçtiği haber sayısı incelenen olgular olmuştur.

Gazetelerin değişen medya ortamlarına göre nasıl bir habercilik eğilimi ortaya koyduğuna ilişkin araştırma sonunda elde edilen veriler doğrultusunda, gazetelerin biçimsel olarak okur güvenilirliğini etkileyecek boyutta farklılıklar ortaya koyduğu, ancak metnin içeriğine ilişkin kapsam ve eğilimlerde ise gazetelerin her iki mecrada da birbirine yakın sonuçlar verdiği tespit edilmiştir. Gazetelerin ayrıca elektronik ortamda yazılı ortama göre fikir yayıncılığı kategorisinde daha yüksek sonuçlar ortaya koyması, farklı bir varsayımı ön plana çıkarmıştır. Bu yeni varsayıma göre gazete çalışanları elektronik ortamın niteliği itibarıyla medya patronu, reklam verenler ve

yazı işleri müdürü gibi yazılı basının denetleyici faktörlerinden uzaklaşmakta ve gerçekte olması gereken gazetecilik davranışlarını elektronik ortamın kolay, maliyetsiz ve özgür ortamında daha yüksek biçimde gerçekleştirebilme imkanı elde etmektedir. Buna karşın gazeteler; basılı ortamın para ve zaman maliyeti, geri dönüşü imkansız yapısı, medya patronunun çıkar ve ideolojileri, reklam verenlerin istek ve beklentileri gibi nedenlerden ötürü de gazetenin satılması, okurun etkilenmesi, belli bir fikir doğrultusunda ikna edilmeye çalışılması gibi kitle eğilimleri göstermektedir.

İçerik analizi araştırması sonucunda elde edilen veriler H1 ve H2'yi tamamen çürütürken, H3' kısmen doğrulanmıştır.

Araştırmanın ikinci çalışması olan 'odak grup' incelemesinde ise elde edilen bulgulardan ilki katılımcıların biçimsel olarak elektronik ortamı daha dağınık, serbest ve sansasyonel bulmasına karşın, içerik olarak kimi zaman gazetelerin elektronik ortamda daha bilgilendirici ve kapsamlı bir nitelik gösterdiğine ilişkin fikri olmuştur.

Odak grup çalışmasında elde edilen verilerden bir diğeri de gazetelerin hangi ortamda daha güvenilir bir habercilik ortaya koyduğuna ilişkin olmuştur. Bu konuda Katılımcıların çoğu yazılı basın ortamını daha güvenilir bulmuştur. Katılımcılar elektronik basın ortamında haberin daha kapsamlı bir şekilde sunulduğunu, ancak bu durumun haberin güvenilirliğini her zaman olumlu yönde etkilemediğini savunmuş, elektronik ortamda güvenilirlik sorununa yol açan nedenleri ise; bu ortamın biçimsel olarak düzgün olmamasına, standart bir yayıncılık ortaya koymamasına, okurun anlık tepkilerine odaklanmasına, bilgilendirme beklentilerine çoğu zaman tam donanımlı yanıt vermemesine, hukuksal denetimin azlığından dolayı bu ortamın daha serbest ve taraflı yayıncılığa olanak tanınmasına bağlamıştır. Buna karşın katılımcılar yazılı ortamda gazetelerin taraflı olsalar bile bir kez basılabildiği için bilginin güvenilirliğini daha çok sağladığı fikri konusunda çoğunluğu sağlamıştır.

Araştırmada elde edilen bu sonuçlara göre; gazeteler değişen mecralara göre yayıncılık kimliklerini ve aynı haberlere ilişkin eğilimlerini hem biçimde hem de haber bilgilerinin değerler hiyerarşisi bağlamında değiştirmektedir. Ancak bu değişim, sanıldığı gibi aksine elektronik ortamda haber kalitesini düşürmemekte, aksine kimi zaman yazılı ortama göre daha da artırmaktadır. Ancak biçimsel olarak gazetelerin yazılı ortamda daha düzgün ve çizisel bir eğilim sergilediği görülmekle birlikte elektronik ortamda aynı eğilimin gösterilmediği tespit edilmiştir. Elektronik basın ortamında tutarlı bir çizginin izlenmemiş olması tespiti bağlamında, okurda haberin kalitesi ve gazetenin imajına karşı oluşturduğu güvenilirlik algısını değiştiren faktörün biçimsel olduğu görülmüş, okurun içeriksel olarak gazetelere karşı güven algısını değiştirmede fark edilmiştir.

KAYNAKLAR

Algül, A. Sütçü, C. (2015).Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medya Haberlerini Nasıl Değerlendiriyor?,*Global Media Journal TR*, 6/11.

Balcı, E. (2010). Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırması. *Konya: Selçuk Üniversitesi*.

Barut, B. (2000). Haber Ve Yorum Düzleminde Türk Basınının Objektiflik Analizi. *FÜ SosyalBilimler Dergisi*, 10/2, Elazığ.

Bülbül, R. (2001). Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar. *Ankara: Nobel Yayın Dağıtım*.

Dilekçen, T. (2005). Televizyon Haberciliği. *Okumuş Adam Yayıncılık, İstanbul*.

Küçüközyiğit, U. (2014). Haber Üretim Sürecinde ‘Haber Kararı’ ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler. *İÜ Sosyal Bilimler: Gazetecilik Doktora Tezi*.

Soygüder, Ş. (2003). Eyvah Paparazzi. *Om Yayınları. İstanbul*.

Şahsuvaroğlu, T. Ekşi, H. (2008). Odak Grup Görüşmeleri ve Sosyal Temsiller Kuramı. *M.Ü Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, C28/N 28, 127-139.

Torik, İ. (2008). Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik. *Literatür Yayınları, İstanbul*.