

# Yerel Haber Sitelerinin Güncelliği ve Yerelliğinin Tıklanma Oranlarına Etkisi

Mustafa GÜNGÖR\* 

## ÖZ

İnsanlar doğaları gereği çevresindeki gelişmelerden haberdar olmak istemektedir. Bu talebin karşılanabileceği en önemli araç ise medyadır. Yeni medya da günümüzde haber alma ve verme amacıyla fazlaca kullanılmaktadır. Yeni medya ile kitlelere yoğun bir haber akışı olmaktadır. Bireylerin yaşadığı ülke ve dünya hakkındaki gelişmeleri öğrenmesi için sayısız kanal bulunmaktadır. Ancak yerel konularda haber alınabilecek uygulamalar daha sınırlıdır. Bundan dolayı yerel internet haber sitelerinin, buldukları bölge hakkındaki konulara önem vermesi gerekmektedir. Bu çalışmada öncelikle Konya'daki 11 yerel internet haber sitesinin ne kadar yerel haber verdiği, içerik analizi yöntemi ile araştırılmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde analiz edilen bin 751 haberin yüzde 52'sinin yerel, yüzde 48'inin yaygın – Konya dışı olduğu anlaşılmıştır. Araştırmanın öncelikli amacı Konya'daki yerel internet haber sitelerinin ne kadar yerel içeriğe yer verdiğini ve manşetlerinin ne kadar güncellendiğini tespit edip bu tercihlerin ziyaret edilme üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşmak için bu sitelerin ülke sıralamaları, haber kategorisi sıralamaları, ziyaret edilme oranları; 8 farklı SEO verisi üzerinden araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda yerel internet haber sitelerinden; yerel habere önem verenler ile yerel ve yaygın haber dengesini gözetenlerin; ziyaret edilme, ülke – haber kategorisi sıralaması istatistiklerinde daha üst sıralarda yer aldığı, aşırı güncellenmenin de tıklanma üzerinde olumsuz etki yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca; haber sayıları, tıklanma ve ziyaret edilme oranlarındaki ilişkiden hareketle bireylerin aşırı haberden kaçındığı anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Haber, Güncellenme, Tıklanma, Yeni Medya, Yerel Medya.

## The Effect of Up-to-dateness and Locality of Local News Sites on Click Rates

### ABSTRACT

People, by their nature, desire to be aware of the developments around them. The most important tool by which this demand can be fulfilled is the media. New media is also used a lot today to receive and convey news. With the new media, there is an intense news flow to the masses. However, tools and applications for getting news on local issues are more limited. Therefore, local internet news sites should pay attention to the issues related to their region. In this study, first of all, how much local news is given by 11 local internet news sites in Konya has been investigated by content analysis method. Between 20 and 26 October 2022 the total number of headline news was 1,751. On the relevant dates, 52 percent of the news was local and 48 percent of it was mainstream - news not related to Konya. With the research, it is aimed to show what kind of differences there are in parameters such as the number of visits and the order of success between those who prioritize local news and those who make more widespread news among local internet news sites. As a result of the study, it is understood that those who care about local news and those who take into account the balance of local and mainstream news from local internet news sites rank higher in the statistics of the number of visits and the ranking of the country - news category.

**Keywords:** Local News, Up-to-dateness, Clicking, New Media, Local Media.

### 1. Giriş

Ağ teknolojisinin gelişmesi dünya üzerinde büyük değişimlere yol açmıştır. Bu değişim, medyayı da ciddi manada etkilemiştir. Sınırlar ortadan kalkmış ve dünyanın farklı noktalarındaki medya mecraları, interneti olan herkes tarafından ulaşılabilir olmuştur. Böylece ağ vasıtasıyla gerçekleştirilen yayınlarda fiziksel olarak yerel kavramı geçerliliğini yitirmiştir. İnternetle birlikte yerel kavramına farklı bakış açıları eklenmiştir. İnternet, uzakların yakın olmasını sağlayan yeni bir yerellik anlayışı getirmiştir (Gürçan & Bekiroğlu, 2007, s. 29). Günümüzde internet üzerinden gerçekleştirilen tüm yayıncılık faaliyetlerini küresel

\* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Öğr. Gör. Dr./Lect. Ph.D., Necmettin Erbakan Üniversitesi/Necmettin Erbakan Üniversitesi University, mgungor@erbakan.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 14.08.2023-29.10.2023

**Citation/Atf:** Güngör, M. (2023). Yerel haber sitelerinin güncelliği ve yerelliğinin tıklanma oranlarına etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 126-141. <https://doi.org/10.52642/susbed.1342963>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak içerik bakımından yerel olma, yerel yayın yapma hala büyük öneme sahiptir.

Yerel medya kuruluşları internetin olmadığı, geleneksel yayınların gerçekleştirildiği dönemlerde yayın yaptıkları bölgelerde çok önemli görevleri yerine getirmiştir. Ağ teknolojilerinin yaygınlaşp, bu alanda yer almanın bir zorunluluk olarak algılanmasıyla birlikte yerel medya mecraları, internette de içerik üretmeye başlamıştır. Artık neredeyse yeni medyada yer almayan geleneksel yayın kuruluşu bulunmamaktadır. Bu durum geleneksel medyayı da etkilemiştir.

Geleneksel gazetecilik yapan kuruluşlar ciddi anlamda azalırken, basılı gazeteler hızla kapanırken çevrimiçi gazetelerin sayısı büyük artış göstermektedir. Artık yerel internet haber siteleri, sayıları azalan yerel gazetelerin yerini almaktadır (Royal & Napoli, 2022, s. 119). Bu değişim de göz önünde bulundurulduğunda dijital teknolojiler ve internet bir taraftan fırsatlar sunmakta diğer taraftan da bazı tehditler oluşturmaktadır (Frolov & Chernov, 2023). İnternet haberciliğinin yaygınlaşması pek çok açıdan olumlu olarak değerlendirilebilir ancak bu habercilik türünde özenli ve seçici olma konusunda bazı sorunlar bulunmaktadır.

Ağ teknolojisinin haber ve bilgiye erişimi kolaylaştırması, yer ve zaman mefhumunu ortadan kaldırması, önemli imkânlardır ve internet haber siteleri bu imkanlardan faydalanmaktadır. Sayıca fazla olan siteler ve sosyal medya sayesinde; bireyler bir içeriğe ya da habere pek çok yerden ulaşabilmektedir. Haber okurlarının daha önce gördüğü içeriğin aynısını başka bir uygulama ya da sayfada okumayacağından, yerel internet haber siteleri içeriklerinde seçici davranmalıdır.

Yerel bir haber sitesini ziyaret eden medya takipçileri, yereldeki gelişmelerden bilgi sahibi olmak istemektedir. Yereldeki gelişmeler bireyler için önemlidir çünkü insanlar doğası gereği yakın çevresinde yaşananları bilmek ve bizzat tecrübe edemedikleri gelişmelerin de bilincinde olmak istemektedir (Kovach & Rosenstiel, 2007, s. 23). Yerel haber veren mecralardaki eşik beğçisi konumundaki kişilerin bu isteğe uygun içeriklere öncelik vermesi beklenilmektedir. Yerel internet haber sitelerinin bu konudaki tutumunun hangi yönde olduğundan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada ayrıca yerel gazetelerin, internet haber sitelerindeki içeriklerinde ne kadar yerel habere yer verdiği ve bu tercihlerle birlikte ziyaret edilme oranları ile sitelerin sıralamaları araştırılmıştır.

## 2. Ağ Teknolojileri ve Habere Getirdiği Yenilikler

İnternetin bilgi alanında baskın bir araç olarak hızlı gelişimi, dijital ağ bağlantılı medyanın doğasından kaynaklanan birçok yeniliği de beraberinde getirmiştir (Milosavljević ve diğerleri, 2023). Ağ teknolojileri ile iletişim yeni bir boyut kazanmıştır. Dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan ve “ağların ağı” olarak adlandırılan internet, kullanıcılarına takip ettiği içeriği seçme imkânı sağlamıştır. Ayrıca tek yönlü iletişim, yerini etkileşime bırakmıştır (Tokgöz, 2010, s. 87). Gerçek zamanlı olarak ya da belirli bir zaman dilimi içerisinde, bir bireyin birden fazla insana veya birden çok insanın tek bir kişiye (çoktan çoğa - many to many) ileti göndermesini mümkün kılan internet, iki ağ arasında (noktadan noktaya – point to point); küçük bir hedef kitleye (dar yayın - narrowcasting) ya da büyük kitlelere (broadcasting) medya içeriğinin gönderilmesini sağlayan etkileşimli bir araçtır (Castells, 2009, s. 55). Bu iletişim aracı, gazetecilikte de uzun yıllardır kullanılmaktadır.

1990’ların başından beri gazetecilikte kullanılan internet, kısa sürede habercilik için önemli bir tamamlayıcı haline gelmiştir. Haber için gerekli olan arşivlere, haritalara, ses ve görüntü kayıtlarına ya da haberi destekleyecek materyallere erişim, internet ile ciddi şekilde kolaylaşmıştır (Tokgöz, 2010, s. 90). 2000’li yılların başlarında internetin haberde kullanımı neticesinde insanlar için dünyanın başka yerlerindeki gelişmelerden haberdar olmak, yakın çevresinde yaşananları öğrenmekten kolay hale gelmiştir (Hargreaves, 2005, s. 75). Bu dönemde internet haberciliği günümüzdekinden farklı şekilde gerçekleştirilmiştir. Genelde, geleneksel yayıncılık yapan kuruluşların aktif olduğu çevrimiçi haber siteleri, geleneksel medya için üretilmiş içerikleri tanıtma ya da normalde çevrimdışı olan içerikleri çevrimiçi olarak yayınlamada kullanılmıştır (Salwen, 2005, s. 47). Teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşmasıyla bu durum da değişime uğramıştır.

Teknoloji, gazetecilik ve haber alma şartlarını ciddi anlamda değiştirmiştir. Bu değişime ve internet gazeteciliğine, yazılı ve görsel medya ayak uydurarak dijitalleşme sürecine girmiştir (Taşkıran, 2018, s. 220).

Günümüzde dijital haberleşme büyük gelişim göstermiştir. Gazetecilik alanında da görülen bu dijitalleşme süreci, yerel gazetelerin internet ortamına taşınmasını sağlamıştır. Özellikle ekonomik nedenler bu dijitalleşme sürecini gerekli kılmıştır. Basım ve dağıtım faaliyetlerinin yüksek maliyet gerektirmesi, yerel gazeteciler için internet ortamını büyük ölçüde cazip hale getirmektedir (Arvas, 2019, s. 97). Yerel medya profesyonelleri de bu nedenle dijital dağıtım platformlarında bulunmanın gerekli olduğunu düşünmektedir (Morais & Jerónimo, 2023). Bu düşüncenin dünya genelinde yerel medyada hakim olduğu, hayata geçirilen uygulamalardan anlaşılmaktadır. Öyle ki dijital yerel haber medyası, küresel düzeyde genişleyen, gelişen bir fenomen haline gelmektedir (Salaverria, 2020). Dijitalleşmenin artışı ve çevrimiçi medyanın yaygınlaşması küçük bir ilçede bile yerel internet haberciliği yapılmasına, başka bir ifade ile hiperyerel medyanın gelişmesine imkân sağlamaktadır (Jati, 2021, s. 104). Böyle küçük alanlarda bile habercilik yapılmasını mümkün kılan dijitalleşme, internet ve yeni medyanın; geleneksel habercilikteki pek çok kısıtlı yönü ortadan kaldırdığı görülmektedir.

Dijital gazeteciliğin sınırları ortadan kaldırması sayesinde çevrimiçi ortamda güçlü yayıncılık yapan bir yerel gazetenin, yayın yaptığı sınırlı coğrafyadaki dezavantajları internet teknolojisiyle fırsata çevirmesi mümkündür (Köseoğlu, 2018, s. 123). İnternetin haber üretim ve tüketim biçimlerini değiştirmesiyle birlikte, daha önce hiç olmadığı kadar çok sayıda haber, hızlı bir biçimde, daha çeşitli formatlarda, daha fazla cihazda ve milyonlarca insana ulaştırılmaktadır (Song ve diğerleri, 2017). İnternetin, yeni medya teknolojileriyle birlikte daha fazla konunun haber yapılabilmesine imkân sağlaması (Shangyuan, 2020) sayesinde yaygın basında yer bulamayan yerel konuları, yerel medya; okur kitlesine ulaştırabilmektedir (Yaşın, 2009, s. 116). Yerel gazetelerin özgün içeriklerini ve ülke genelini ilgilendiren konuları yerel boyutuyla ele alarak hazırladıkları haberleri internette daha etkili olarak yayınlaması da önemli fırsatlardır (Köseoğlu, 2017, s. 54). İnternetin daha pek çok özelliğinden yerel ve yaygın haber siteleri faydalanmaktadır.

İnternet haberciliği hız, eş zamanlılık, çoklu ortam özelliği, interaktiflik ve haberlere zaman sınırı olmaksızın erişme imkânı sağlayan bir iletişim mecrası özelliği sergilemektedir (Gürçan & Bekiroğlu, 2007, s. 29). Multimedya özelliği, arşivlere kolay erişim, interaktif habercilik yapılabilmesi, etkileşim, içerik zenginliği internet haberciliğinin avantajları arasındadır (Çağlar, 2022, s. 307-308). Ancak bu avantajların hangisinin ne kadar kullanıldığı konusunda tam bir yargıya varmak mümkün değildir. Öyle ki 2018 – 2019 yılları arasında 12 binden fazla basılı ve çevrimiçi haber içeriğini inceleyen Hendrickx (2020) haber çeşitliliğinin basılı gazetelere kıyasla çevrimiçi ortamda önemli ölçüde daha düşük olduğunu tespit etmiştir. Ata (2022, s. 231-232) da 10 gazeteciyle gerçekleştirdiği görüşme neticesinde yerel internet haberciliğinde sitenin güncellenmesinin geleneksel yayıncılığın etkisi altında kaldığı, bekletilmeden servis edilmesi gereken haberlerin bir gün sonraya varıncaya kadar geç zamanda yayınlandığı, hızın görmezden gelindiği sonucuna ulaşmıştır. Haberde, hızı görmezden gelmek temel haber kurallarını ihlal etmek anlamına gelmektedir. Haber tanımlanırken bile dünyadaki olaylar ve kişiler hakkındaki en son, en yeni ve dikkat çeken enformasyon (Çağlar, 2022, s. 12) kavramlarına yer verilmiştir. Haberlerin ilginçliği ve güncelliği, haberin tıklanmasında iki önemli faktördür. Haberinin dakik olması güncelliğin en önemli göstergelerindedir (Xiong ve diğerleri, 2021). Buradan, haberlerin güncellenirken zamanlamanın doğru yapılmasının gerekliliği anlaşılmaktadır.

Literatür taramasından da anlaşılacağı üzere, doğru kullanılması halinde; internetin, habercilik uygulamaları açısından önemli avantajları vardır (İnce, 2018, s. 72). İnternet habere pek çok yenilik getirmiştir. Yaygın medyada yer almayan ancak bir bölgede yaşayan insanlar için önemli olan konuların haber yapılabilmesi yerel medya ile mümkündür. Özellikle yerel internet haber siteleri bu açıdan bir bölgede yaşayanlar için büyük önem taşımaktadır.

### 3. Yerel Medyanın Önemi ve Yerel Habercilik

Yerel basın; sınırları belirli küçük bir bölgede, halkı bilgilendirmeye, haberdar etmeye, eğitmeye, eğlendirmeye ve bölgede kamuoyunun serbest bir biçimde oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık yapan, bununla birlikte yöredeki halkın iletişim kurumu olarak faaliyet gösteren araç ya da araçlar bütünü şeklinde tanımlanabilir (Vural, 1997, s. 61). Geleneksel açıdan değerlendirildiğinde; bir yerleşim biriminde

hazırlanan ve o bölgedeki önemli olayları, etkinlikleri, genel bilgileri; haber, fotoğraf ve görüntüleri ile yansıtan medya kuruluşu, yerel basın olarak tanımlanmaktadır (Bülbül, 2001, s. 10).

Yerel basının, bölgenin ve bölgede yaşayanların sorununu gündeme getirmekle birlikte bu sorunların çözümüne yönelik olarak tartışma ortamı oluşturmak ve çözüm önerileri getirmek gibi görevleri bulunmaktadır. Yerel yönetim ile merkezi yönetim arasında köprü olan yerel basın; hem halkın gözü, kulağı hem de yerel yönetimin dilidir. Yerel yönetimlerin merkezi yönetime iletmek istediği hususları duyurma görevini de yerel medya üstlenmektedir (Girgin, 2001, s. 161). Medyanın aynı zamanda denetleme görevi de bulunmaktadır. Belki de en önemli görevi olan denetleme konusunda da yerel medyanın ciddi sorumlulukları vardır.

Medyanın halk adına yasama, yürütme ve yargıyı denetlemesi onu dördüncü güç konumuna getirmiştir. Bu görevin tam anlamıyla yerine getirilebilmesi için çoğulcu bir yapı gerekmektedir. İnternet bu aşamada da önemli bir rol üstlenmektedir. İnternet haberciliği bir taraftan alternatif medya olarak pek çok kesime, sesini duyurması için olanak sunmakta diğer taraftan da yerel basının sesini, kentinin dışına taşıyabilmesini, bulunduğu coğrafi sınırları aşarak daha genel bağlamda yerini alabilmesini sağlamaktadır (Gürcan & Bekiroğlu, 2007, s. 23). Yerel medya, belirli bir bölgede yaşanan gelişmeleri merak eden bireyler için de önem arz etmektedir.

İnsanoğlu önceden bildiği, tanıdığı yerler ve kişiler ile ilgili gelişmeleri merak edip onlar hakkında bilgi aramaktadır. Bir ünlünün ya da devlet büyüğünün bir bölgeyi ziyareti bu anlamda insanların ilgisini çekmektedir. Yerel medyanın bu bakımdan, ulusal nitelikli haberleri yerel boyutuyla ele alarak, yayın yaptığı bölgedeki gelişmeleri takip edenlerin beklentilerini karşılamaya çalışması gerekmektedir (Tokgöz, 2010, s. 226).

İnsanların toplumda yaşananlarla ilgili merakını giderebilecek yegâne araçlardan biri medyadır. Bir bölgeye özel sorunlar, bölge halkının şikâyet ve beklentileri, o bölgedeki yerel medya tarafından duyurulmaktadır (Görgülü, 2020, s. 80). Yerel gazeteler bir yandan yerel yayın yaparken diğer yandan yerel bağlamından kopmadan dünyayı kapsayan yayın yapmaktadır. Yani yerel gazeteler, yeni iletişim teknolojilerini kullanarak yerel bağlamı kapsamında küresel-yerel/glokal haber içeriği hazırlayıp takipçilerine ulaştırmaktadır. Yerel gazeteciliğin yeni iletişim araçlarını kullanarak online ortamda daha güçlü bir biçimde yayını sürdürmesi mümkündür. Yerel gazetelerin bunu başarabilmesi için, yerel gazetecilik anlayışını koruması ve yeni teknolojilere ayak uydurması gerekmektedir (Özcan, 2016, s. 33).

Yerel gazeteler teknolojiyi takip etme konusunda nispeten şanslıdır. Haber toplama ve dağıtım sürecinde teknolojiden faydalanan yerel medya kuruluşları, internet haberciliğinin yaygınlaşması sonucunda tiraj sorunu yaşamaya başlamıştır. Bu durum interneti fırsata dönüştürme hususunda bir engel niteliğindedir (Çavuş, 2017, s. 30).

Literatür taramasından anlaşılacağı üzere yerel medyanın insan hayatında önemli bir rolü vardır. Özellikle yaşadığı bölgedeki gelişmeleri öğrenmek isteyenler için yerel habercilik mühim bir konumdur. İnternet sayesinde yerel haber mecralarının sayısı artmıştır. Bu araçların ne kadar yerel haber verdiği, yani işlevlerini hangi düzeyde yerine getirdiği tartışma konusudur. Şüphesiz bu mecraların tercihlerinin hedef kitleleri üzerinde farklı etkileri olmaktadır.

## 4. Uygulama

### 4.1. Yöntem

Günümüzde habere ulaşmak için pek çok araç bulunmaktadır. Bunlardan biri de internet haber siteleridir. Teknoloji ve internetin gelişmesiyle, bir internet haber sitesi açmak ciddi anlamda kolaylaşmıştır. Böylece, habere ulaşmak isteyen bireylerin elindeki alternatif artmıştır. Erişim kolaylığı ve hızlı yapısı sayesinde internet haber siteleri yerel haberleri öğrenmede medya takipçilerine önemli bir hizmet vermektedir. Yaygın haber siteleri tüm ülkedeki bireylerin ilgisini çekecek önemde olmadıkça yerel bir konuyu manşetlerinde ya da sayfalarındaki en çok okunan haber bölümlerinde yayınlamamaktadır. Yaygın bir haber sitesinde yer alması da yerel bir bölge için önemli olan pek çok konu bulunmaktadır. Bu konular da yerel haber sitelerinde manşet olabilmektedir. İşte bu noktada yerel internet haber sitelerinin konu tercihinde dengeli olması gerekmektedir çünkü yerel konuların haber olacağı mecrası sayısı daha sınırlıdır. Yerel internet haber sitelerinin yerel haberlere ne oranda yer verdiği, manşetlerini ne kadar güncellediği ve

bu tercihlerinin tıklanma düzeyleri üzerindeki etkisi çalışmanın sorunsalını oluşturmaktadır. Çalışmada yerel internet haber sitelerinin manşetlerinin güncelliği ve yerel - yaygın haber oranları, ziyaret edilme üzerinde etkili olmakta mıdır? sorusuna cevap aranmıştır.

Araştırmanın öncelikli amacı Konya'daki yerel internet haber sitelerinin ne kadar yerel içeriğe yer verdiğini ve manşetlerinin ne kadar güncellendiğini tespit edip bu tercihlerin ziyaret edilme üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Elde edilen bulguların ışığında internet haberciliğinde yerelin ne denli önemli olduğunun gösterilmesi hedeflenmektedir.

Araştırma Konya'daki yerel internet haber sitelerindeki yerel – yaygın haber oranını ortaya koyması, 8 farklı arama motoru optimizasyonu (SEO) verisi üzerinden ziyaret edilme düzeylerini göstermesi bakımından önemlidir. Ziyaret edilme düzeyleri ve sitelerin sıralamaları ile yerel – yaygın haber oranları üzerinden kıyaslama yapılarak yerel internet haberciliğinde yerel konulara yer vermenin gerekliliğini tartışması da çalışmayı önemli kılmaktadır.

Çalışma, Basın İlan Kurumu'nun listelediği Konya il merkezinde günlük yayın yapan 11 gazetenin internet haber sitelerinin (Basın İlan Kurumu, 2022) manşet haberleri ile sınırlıdır. Çalışmada 11 gazetenin 20-26 Ekim 2022 tarihleri arasındaki tüm manşet haberleri değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Her bir sitenin 7 günlük manşet haberlerinin tamamı incelenmiş ve yerel haber (Konya ile ilgili haberler), yaygın (Türkiye'nin genelini ilgilendiren) – diğer (farklı illerle ilgili) haberler olarak iki kategorideki toplam haber sayıları ortaya konmuştur.

Sitelerin manşetlerinin güncellik oranını tespit etmek için ana sayfalarındaki manşet haber sayıları ile yayınlanan manşet haber sayıları kıyaslanmıştır. Haber sitesindeki manşet sayısı üzerinden 7 günde tüm manşetlerin yeni haberlerle değişmesi durumunda kaç haber yapılması gerektiği tespit edilmiş ve sitelerin 7 günde yayınladığı manşet haber toplamı ile kıyaslanmış, neticede ortaya çıkan yüzde değerleri üzerinden en çok güncellenen ve en az güncellenen haber siteleri belirlenmiştir.

Çalışmanın evrenini Konya'da yayın yapan yerel internet haber siteleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise Basın İlan Kurumu'nun (Basın İlan Kurumu, 2022) listesindeki, Konya merkezde günlük yayın yapan 11 yerel gazetenin internet haber siteleri belirlenmiştir. Konya'da pek çok haber sitesi yerel ağırlıklı yayın yapmaktadır. Ancak bu siteleri tek bir listede resmi olarak bulmak mümkün değildir. Bu durum göz önünde bulundurularak, Basın İlan Kurumu'nun listelediği yerel gazetelerin internet haber siteleri araştırmada analiz edilmiştir.

Araştırmanın Konya ile sınırlandırılmasının iki ana sebebi vardır. Birincisi Konya, yerel medya bakımından Türkiye'de en çok kurum ve kuruluşa sahip illerden biridir. İkincisi ise araştırmacının Konya yerel gündemine aşina olması, tüm ilçelerle ilgili bilgisinin bulunması dolayısıyla örneklem olarak Konya'nın tercih edilmesinin incelenen haberin yerelliği konusunda daha net karar verilebilmesine imkân sağlamasıdır.

Çalışmada açık içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Fiziksel olarak var olan ve sayılabilir unsurları inceleyen, yüzeysel anlamları ele alan açık içerik analizi yönteminin (Berg & Lune, 2019, s. 353-354) kullanıldığı bu çalışmada, içerik analizi ile haberlerin yerel mi yoksa yaygın – Konya dışındaki illerle ilgili mi olduğu analiz edilmiştir.

Analizler neticesinde elde edilen bulguların geçerliği ve güvenilirliği de üçgenleme yöntemiyle sağlanmıştır. Nitel çalışmalarda bulguların ve bulgulardan elde edilen sonuçların geçerli olması için "inanırlık" gerekmektedir. Bir ölçümün inanırlığını kanıtlamak ve artırmak için tercih edilen yöntemlerden biri de çeşitlemedir. Veri kaynaklarının niteliği ile niceliğini artırmak, araştırmadaki yöntemlerin ve yaklaşımların sayısının çoğaltılması, farklı yöntemlerin ve kaynakların kullanılması ile gerçekleştirilecek çeşitlemeye iç geçerliliği artırmada genellikle başvurulmaktadır. Türkçede üçgenleme olarak da adlandırılan çeşitlemede ne kadar çeşitli veri kaynağı kullanırsa inandırıcılık o kadar kolaylaşmaktadır (Aydın & Bayazit, 2021, s. 186-192).

Farklı yöntemlerle ulaşılan veriler birbirini teyit etmek için kullanılabilir. Bu sayede araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği artmaktadır. Çeşitleme adıyla da anılan farklı yöntem kullanımının farklı türleri bulunmaktadır. Bunlardan biri veri kaynaklarının çeşitlendirilmesidir (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 291). Çeşitleme, güvenilirlik için güçlü kanıt oluşturma adına önemlidir. Elde edilen verilerin birbirini teyit etmesi, kanıtların güçlendirilmesi anlamına gelmektedir. Böylece inanırlık, geçerlik ve güvenilirlik sağlanmaktadır

(Aydın & Bayazıt, 2021, s. 204). Bu çalışma kapsamında da farklı veri kaynakları ile elde edilen sonuçların tutarlılığı sağlanmıştır.

Araştırılan konu ile ilgili aynı alanda çalışıp bilgi birikimi olan ve nitel araştırma yöntemlerinde uzmanlaşmış olan isimlerin araştırmayı incelemesi inandırıcılık adına alınabilecek önemlerden biridir (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 291-292). Bu çalışmada da haber konusunda uzman iki akademisyenden verilerin toplanması ve analizi ile ilgili görüş alınmıştır.

Araştırma kapsamında geçerliği sağlamak için çeşitleme yöntemi tercih edilerek veri kaynakları bakımından 11 yerel internet haber sitesinin 7 günlük haberleri analiz edilip çeşitlilik sağlanmıştır. Ayrıca sitelerle ilgili başarı sırası, tıklanma oranı vb. verileri almak için de 6 farklı SEO uygulaması ve yazılımından, 8 farklı SEO verisi (Similarweb adlı siteden 3 farklı veri alındığı için sayı 8 olmuştur) alınmış ve birbirleri ile tutarlı olan veriler değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

#### 4.2. Bulgular ve Yorum

Araştırmanın uygulamasında ilk olarak toplam haber sayıları çıkarılmıştır. Konya'daki yerel gazetelerin internet haber sitelerindeki manşetler bölümünde 20 – 26 Ekim 2022 tarihleri arasında yer alan günlük toplam haber sayıları Tablo 1'de verilmiştir. Konya'daki 11 gazetenin günlük ortalama toplam manşet haber sayısı 250'dir. Yani 11 gazete günlük 250 manşet haber üretmektedir. Bahsedilen tarihler arasında toplam manşet haber sayısı ise bin 751'dir. Bu sayılar yerel gazetelerin internet haber sitelerinde ağ teknolojilerinin ve yeni medyanın imkanlarından faydalandığını göstermektedir.

**Tablo 1.** 20-26 Ekim 2022 Arasındaki Günlük Toplam Manşet Haber Sayıları

Gazetelerin İnternet Siteleri	Günler							Sitelerin 7 Günlük Toplamı
	20.10 2022	21.10 2022	22.10 2022	23.10 2022	24.10 2022	25.10 2022	26.10 2022	
Anadolu'da Bugün	14	19	12	13	16	17	19	110
BBN Haber	47	41	25	23	38	49	44	267
Hakimiyet	17	23	17	16	20	24	24	141
Konya Postası	20	22	18	9	7	7	23	106
Konya Yenigün	29	19	18	35	31	28	29	189
Konya'nın Sesi	10	14	17	15	19	14	16	105
Merhaba	21	23	11	15	13	14	18	115
Pusulula	38	32	11	27	34	30	32	204
Yeni Haber	19	18	15	13	13	30	17	125
Yeni Konya	21	44	43	46	54	52	53	313
Yeni Meram	15	11	7	9	12	10	12	76
Tüm Sitelerin Gün Bazlı Toplamı	251	266	194	221	257	275	287	1751

20 – 26 Ekim 2022 tarihleri arasında manşetlerde yer alan günlük toplam yerel haber sayıları ise Tablo 2'de ortaya konmuştur. Konya'daki 11 gazetenin günlük ortalama yerel manşet haber sayısı 131'dir. Yani 11 gazete günlük 131 yerel manşet haber üretmektedir. Bu tarihlerdeki toplam yerel haber sayısı ise 915'tir. Sitelerin 7 günlük yerel haber toplamlarına bakıldığında dengeli bir dağılım söz konusu değildir. Bazı siteler yerel haberlere daha çok yer verirken bazıları ciddi manada az yerel haber yapmıştır.

**Tablo 2.** 20-26 Ekim 2022 Arasındaki Günlük Yerel Manşet Haber Sayıları

Gazetelerin İnternet Siteleri	Günler							Sitelere 7 Günlük Toplamı
	20.10 2022	21.10 2022	22.10 2022	23.10 2022	24.10 2022	25.10 2022	26.10 2022	
Anadolu'da Bugün	13	16	9	10	14	16	16	94
BBN Haber	8	3	5	6	2	5	8	37
Hakimiyet	5	12	9	8	7	11	11	63
Konya Postası	15	14	5	7	5	3	13	62
Konya Yenigün	27	19	9	33	23	26	26	163
Konya'nın Sesi	8	11	11	13	16	13	12	84
Merhaba	13	14	10	13	6	8	8	72
Pusula	18	14	10	17	17	13	12	101
Yeni Haber	14	14	11	6	9	13	12	79
Yeni Konya	4	12	15	11	24	19	10	95
Yeni Meram	12	10	5	9	9	10	10	65
Tüm Sitelerin Gün Bazlı Toplamı	137	139	99	133	132	137	138	915

Manşetlerdeki 7 günlük toplam yaygın – Konya dışı haber sayıları ise Tablo 3'te gösterilmiştir. Konya'daki 11 gazetenin günlük ortalama yaygın manşet haber sayısı 119'dur. Yani 11 gazete, günlük 119 yaygın – Konya dışı manşet haber üretmektedir. Toplam yaygın haber sayısı ise 836'dır. Yerel haberlerdeki sayılara benzer bir yorum yaygın haberler için de yapılabilir. Yaygın haberlerde de siteler arasında ciddi farklar bulunmaktadır. Ayrıca bazı yerel haber sitelerinin çok yoğun olarak yaygın haber verdiği görülmektedir. Bu da yerel habercilikle bağdaşmamaktadır.

**Tablo 3.** 20-26 Ekim 2022 Arasındaki Günlük Yaygın – Konya Dışı Manşet Haber Sayıları

Gazetelerin İnternet Siteleri	Günler							Sitelere 7 Günlük Toplamı
	20.10 2022	21.10 2022	22.10 2022	23.10 2022	24.10 2022	25.10 2022	26.10 2022	
Anadolu'da Bugün	1	3	3	3	2	1	3	16
BBN Haber	39	38	20	17	36	44	36	230
Hakimiyet	12	11	8	8	13	13	13	78
Konya Postası	5	8	13	2	2	4	10	44
Konya Yenigün	2	0	9	2	8	2	3	26
Konya'nın Sesi	2	3	6	2	3	1	4	21
Merhaba	8	9	1	2	7	6	10	43
Pusula	20	18	1	10	17	17	20	103
Yeni Haber	5	4	4	7	4	17	5	46
Yeni Konya	17	32	28	35	30	33	43	218
Yeni Meram	3	1	2	0	3	0	2	11
Tüm Sitelerin Gün Bazlı Toplamı	114	127	95	88	125	138	149	836

20-26 Ekim 2022 tarihleri arasındaki toplam manşet haberler ve yüzdeleri Tablo 4'te yer almaktadır. Tablo 4'te görüldüğü üzere 20-26 Ekim 2022 tarihleri arasında en fazla toplam manşet haberi *Yeni Konya* (313) daha sonra *BBN Haber* (267) üçüncü olarak da *Pusula* (204) yapmıştır. En az toplam manşet haberi ise *Yeni Meram* (76) daha sonra *Konya'nın Sesi* (105) üçüncü olarak da *Konya Postası* (106) yapmıştır. İlgili tarihlerde yaklaşık yüzde 52 oranında yerel, yüzde 48 oranında ise yaygın – Konya dışı haber yapılmıştır.

Yerel ve yaygın – Konya dışı haber sayıları birbirine en yakın olan üç site *Pusula* (2 fark) *Hakimiyet* (15 fark) *Konya Postası* (18 fark); yerel ve yaygın – Konya dışı haber sayıları bakımından aralarında en büyük fark olan üç site ise toplam haberlerinin yüzde 86'sı yaygın – Konya dışı kategorisindeki *BBN Haber* (193 fark) toplam haberlerinin yüzde 86'sı yerel olan *Konya Yenigün* (137 fark), toplam haberlerinin yüzde 70'i yaygın – Konya dışı olan *Yeni Konya* (123 fark) şeklindedir.

Tabloya bakıldığında, internet haber siteleri arasında gerek yerel haberlerde gerekse yaygın – Konya dışı haberlerde büyük yüzdelerlik farkların olduğu anlaşılmaktadır. Yerel haber arayan hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurulduğunda, gazetelerin ağırlıklı olarak yerel ya da yaygın – Konya dışı haber vermesinin, sitelerinin ziyaret edilmesini olumlu ve olumsuz yönde etkileyebileceği çıkarımı yapılabilir.

**Tablo 4.** 20-26 Ekim 2022 Arasındaki Toplam Manşet Haberler ve Yüzdeleri

Gazetelerin İnternet Siteleri	Toplam Manşet Haber Sayısı	Yerel Manşet Haber Sayısı	Yerel Manşet Haber Yüzdesi	Yaygın	Yaygın
				– Konya Dışı Manşet Haber Sayısı	– Konya Dışı Manşet Haber Yüzdesi
Anadolu'da Bugün	110	94	%85,45	16	%14,55
BBN Haber	267	37	%13,86	230	%86,14
Hakimiyet	141	63	%44,68	78	%55,32
Konya Postası	106	62	%58,49	44	%41,51
Konya Yenigün	189	163	%86,24	26	%13,76
Konya'nın Sesi	105	84	%80,00	21	%20,00
Merhaba	115	72	%62,61	43	%37,39
Pusulula	204	101	%49,51	103	%50,49
Yeni Haber	125	79	%63,20	46	%36,80
Yeni Konya	313	95	%30,35	218	%69,65
Yeni Meram	76	65	%85,53	11	%14,47
Toplam	1751	915	%52,26	836	%47,74

Tablo 5'te haber sitelerinin ana sayfalarındaki manşet haber sayısı ve bu sayının yedi günlük toplamı, yedi günde yayınlanan toplam manşet sayısı ile güncellenme oranları verilmiştir. *Yeni Konya* %212,9, *BBN Haber* %190,7 oranında haberlerini güncellemiştir. Yani bu iki site neredeyse günde iki kere tüm manşet haberlerini yenilemektedir. Manşetlerindeki güncellenme oranı en az olan siteler ise *Yeni Meram*, *Konya'nın Sesi* ve *Konya Postası*'dir. Bu sitelerin ana sayfalarında bulunan manşet haberler bölümündeki haberlerinin yaklaşık olarak dörtte biri, bir sonraki gün de aynı kalmakta, başka bir ifadeyle yenilenmemektedir.

**Tablo 5.** 20-26 Ekim 2022 Arasındaki Manşetlerin Güncellenme Oranları

Haber Sitesi	Ekim 2022 Ana Sayfadaki Manşet Sayısı	7 Günlük Manşet Toplamı	7 Günlük Yayınlanan Manşet Toplamı	Manşetlerin Güncellenme Oranı
Anadolu'da Bugün	15	105	110	%104,7
BBN Haber	20	140	267	%190,7
Hakimiyet	17	119	141	%118,4
Konya Postası	20	140	106	%75,7
Konya Yenigün	20	140	189	%135
Konya'nın Sesi	20	140	105	%75
Merhaba	15	105	115	%109,5
Pusulula	23	161	204	%126,7
Yeni Haber	20	140	125	%89,2
Yeni Konya	21	147	313	%212,9
Yeni Meram	15	105	76	%72,3

Tablo 4 ve 5 birlikte değerlendirildiğinde haber sayıları en az olan ya da yerel haberde de yaygın – Konya dışı haberde de en az haberi veren sitelerin bile büyük oranda haberlerini güncellediği anlaşılmaktadır. Konya'daki yerel haber sitelerinin güncellenme konusunda ciddi bir sorunu bulunmamaktadır. Problem, yakın çevresindeki ya da sınırlı bir bölgedeki gelişmeleri takip etmek isteyenlerin; yoğun olarak yaygın haber veren siteleri ziyaret etmesi halinde ortaya çıkmaktadır. Yerel haber sitesinden, ağırlıklı olarak yerelle ilgili haberleri vermesi beklenildiğinden, yerel haber sitelerini ziyaret edenlerin, aşırı miktarda yaygın haber görmesi halinde, siteyi bir daha ziyaret etmede tereddüt etmesi muhtemeldir.

Tablo 6'da sekiz farklı SEO verisi üzerinden sitelerin sıralamaları ve haber sayıları ile 20-26 Ekim 2022 tarihleri arasındaki haberlere ilişkin toplu istatistikler birlikte verilmiştir. Tablo incelendiğinde dikkate değer bazı sonuçlar göze çarpmaktadır. Bunlardan en önemlisi toplam manşet haber sayısında ilk sırada olan yani en fazla manşet haberi yapan *Yeni Konya* 5 farklı (4-5-6-7-8) kategorideki SEO verisinde son üç sırada yer almıştır. En fazla manşet haberi yapan ikinci site olan *BBN Haber* 3 farklı (2-7-8) kategorideki SEO verisinde son üç sırada bir kategoride (1) ilk üç sırada yer almıştır.



Tablo 4, 5 ve 6 birlikte değerlendirildiğinde, yerel haber sitelerinin güncellenmesinden ziyade yerelliğinin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Tablolara bakıldığında sırasıyla en fazla haber yapan *Yeni Konya ve BBN Haber*, yerel haber yüzdesi en düşük olan *BBN Haber* ve *Yeni Konya*, en fazla yaygın – Konya dışı haber yüzdesi olan *BBN Haber* ve *Yeni Konya* siteleridir. Bu iki site aynı zamanda en fazla manşet güncellemesi yapan sitelerdir. Yine aynı iki site, ziyaret edilme oranı, ülke ve haber kategorisi sıralaması verilerinde sonlarda yer almıştır. Bu verilerden hareketle yerel sitelerin haber güncellemesinde nicelikten çok niteliğin önemli olduğu anlaşılmaktadır.

İstatistikler yorumlandığında, okuyucuların haber sayısından ziyade içeriğe odaklandığı değerlendirilmesi yapılabilir. Ayrıca çok sayıda haberin olmasının okuyucuda ters tepki oluşturduğu çıkarımını yapmak da mümkündür. Yıldızgöçür (2023, s. 266) dünyada ve Türkiye’de insanların haberden kaçınma eğiliminde olduğunu, bu durumun ortaya çıkmasında, çok fazla habere maruz kalmanın önemli rol oynadığını belirtmektedir. En fazla haber yapan iki internet haber sitesinin ülke ve haber kategorisi sıralamasında ve ziyaret edilme oranlarında geride kalmasını çok fazla habere maruz kalmak istemeyen okurların kaçınma davranışı ile açıklamak mümkündür. Yerel haber yüzdesi en az olan iki sitenin ziyaret edilme, ülke ve haber kategorisi sıralamalarında sonlarda olmasından hareketle de aradığı yerel habere ulaşamayan okurların beklentilerine cevap vermeyen sitelerden uzaklaştığı değerlendirilebilir.

**Tablo 6. Sekiz Farklı SEO Verisi Üzerinden Sitelerin Sıralamaları ve Haber Sayıları**

Gazetelerin İnternet Siteleri	Ekim 2022 Verileri											
	İnternet Haber Sitelerinin Sıralama, Tıklanma vb. İstatistiklerini Veren SEO Uygulamaları ve Sayfaları							20-26 Ekim Manşetlerin Genel Toplamlar				
	Seoquake Visits <sup>1</sup> (1)	Website Informer Addon Daily Visitors <sup>2</sup> (2)	Siteprice Daily Unique Visitors <sup>3</sup> (3)	Seranking Organic Traffic <sup>4</sup> (4)	Semrush Ziyaretçi Sayısı <sup>5</sup> (5)	Similar Toplam Ziyaret <sup>6</sup> (6)	Similar Ülke Sıralaması <sup>7</sup> (7)	Similar Haber Kategorisi Sıralaması <sup>8</sup> (8)	Toplam Manşet Haber Sayısı	Yerel Manşet Haber Sayısı	Yaygın – Konya Dışı Manşet Haber Sayısı	Yerel ve Yaygın – Konya Dışı Fark
Anadolu’da Bugün	18200	3306	3150	31098	39600	258400	7996	466	110	94	16	78
BBN Haber	106000	534	1200	16107	33000	71000	20312	1093	267	37	230	193
Hakimiyet	974	534	295	1659	6500	39200	29605	1525	141	63	78	15
Konya Postası	16300	2136	674	256	14100	38500	18195	979	106	62	44	18
Konya Yenigün	14200	267	330	2135	4200	78600	18380	992	189	163	26	137
Konya’nın Sesi	--	593	190	34	---	---	---	---	105	84	21	63
Merhaba	102000	3204	8335	19984	179700	1600000	3103	222	115	72	43	29
Pusulula	109000	4172	2300	44048	66300	126300	11563	661	204	101	103	2
Yeni Haber	32800	5341	4300	7863	43500	207500	6748	405	125	79	46	33
Yeni Konya	---	534	589	995	2200	33700	52624	2545	313	95	218	123
Yeni Meram	48100	1068	1500	25672	46100	135500	11962	679	76	65	11	54

<sup>1</sup> Seoquake adlı uzantının “traffic analytics” başlığı altında “visits” olarak verilen değerler

<sup>2</sup> Website Informer Addon adlı uzantının “Daily visitors” başlığı altında verdiği değerler

<sup>3</sup> <https://www.siteprice.org/> adlı sitenin “Daily Unique Visitors:” başlığı altında verdiği değerler

<sup>4</sup> <https://seranking.com/> adlı sitenin “Organic traffic” başlığı altında Ekim 2022’deki bir aylık organik trafik verileri

<sup>5</sup> <https://www.semrush.com/> adlı sitenin “traffic analytics” başlığı altında Ekim 2022’deki tekil ziyaretçi sayısı verileri

<sup>6</sup> <https://www.similarweb.com/> adlı sitenin Ekim 2022 toplam ziyaret sayısı verileri

<sup>7</sup> <https://www.similarweb.com/> adlı sitenin Ekim 2022’deki ülkedeki tüm sitelerin arasında araştırmaya konu olan sitenin sıralaması ile ilgili verileri

<sup>8</sup> <https://www.similarweb.com/> adlı sitenin Ekim 2022’deki ülkedeki haber siteleri arasında araştırmaya konu olan sitenin sıralaması ile ilgili verileri

Tablo 6 tümüyle yorumlandığında haber sayıları ve güncellenmenin doğru şekilde yapılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle okurların beklentilerine cevap verebilecek şekilde haberlerin tercih edilmesi gerekmektedir. Örneğin haberlerin güncellenebilir olması sosyal medyanın haber takibinde tercih edilmesi için önemli bir sebeptir (Somuncu & Temel, 2020, s. 4462) Yani insanlar haberlerin güncel olmasına önem vermektedir. Ancak güncelliği ararken aşırı bilgi yüküne maruz kalmak istememekte, kendi ilgi alanlarındaki en güncel gelişmeleri talep etmektedir.

“Aşırı Enformasyon Yükü”, medya takipçilerinin bilgiyi faydalı ve etkin bir şekilde kullanmalarının önüne geçmektedir. Bireyler enformasyonun çok ve yoğun olduğu medyada beklentileri, istekleri ve ihtiyaçlarını karşılayacak haberlere ulaşmakta zorlanabilmektedir (Araslı & Yıldırım, 2021). Bu noktada da haberlerde seçici olmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6'daki verilere yerel haber boyutundan bakıldığında, manşetlerdeki yerel haber sayısı en az olan *BBN Haber* 3 farklı (2-7-8) kategorideki verilerde son üç sırada bir kategoride (1) ilk üç sırada yer almıştır. Manşetlerdeki yerel haber sayısı en az olan ikinci site *Konya Postası* da benzer şekilde 3 farklı (1-4-6) kategorideki verilerde son üç sırada yer almıştır. Bu sonuçlar belirli bir bölgede yayın yapan gazeteleri takip eden bireylerin yerele verdiği önemin bir göstergesidir. Bireyler aslen yerel olan bir haber kuruluşunu internetten takip ediyor olsa da yereli aramaktadır. Çünkü bireylerin yaygın ve global haberlere ulaşacağı sınırsız kaynak bulunmakta ancak söz konusu yerel olduğunda aynı çeşitlilik bulunmamaktadır. Daha sınırlı olan yerel habere ulaşmada beklediğini bulamayan bireyler yerel haber kuruluşlarının sitelerini de sınırlı oranda ziyaret etmektedir.

Yerel haberlere medya takipçilerinin verdiği önem, bilimsel araştırmalarda da ortaya konmuştur. Avusturalya'da 2038 haber tüketicisi ile gerçekleştirilen araştırma neticesinde yerel haberlere önemli ölçüde ilginin olduğu, takipçilerin abonelik sistemi ile yerel haberleri desteklemeye gönüllü olduğu tespit edilmiştir. Medya takipçileri yerel haberlerin daha kaliteli, değerli olmasını istemektedir. Araştırmada böyle bir durumda yerel abonelik konusunda gönüllülüğün artacağı da bulunmuştur. Özetle medya takipçileri yerel haberlere değer vermektedir (Park ve diğerleri, 2022). Avusturalya'da gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına benzer bir okumayı bu çalışmada da yapmak mümkündür. Gerçekte yerel ağırlıklı olan haber siteleri, yeterince yerel haber yapmadığı takdirde ziyaret edilme oranlarında ve sıralamalarda geri planda kalabilmektedir.

Park vd.'nin (2022) gerçekleştirdiği araştırmada bireylerin yerel internet haber sağlayıcılarından yerelle ilgili ve değeri yüksek haberleri beklediği ve taleplerine uygun haberlerin olmasıyla abonelik gibi destek sistemlerine katılmada daha gönüllü olacakları sonucuna ulaşılmıştır. Yani yerel haberde de bireyler seçici davranılmasını beklemektedir.

Yerel haber sitelerinde yeterince yerel haberin olmaması ya da yaygın haberlere ağırlık verilmesi, potansiyel hedef kitlenin siteleri ziyaret etmesi üzerinde etkili olmaktadır. Tablo 6'da görüldüğü üzere manşetlerdeki yaygın – Konya dışı haber sayısı en fazla olan *BBN Haber*, 3 farklı (2-7-8) kategorideki verilerde son üç sırada bir kategoride (1) ilk üç sırada yer almıştır. Manşetlerdeki yaygın – Konya dışı haber sayısı en fazla olan ikinci site *Yeni Konya* 5 farklı (4-5-6-7-8) kategorideki verilerde son üç sırada yer almıştır. Bu durum da yerel medya takipçilerinin aslında yerel olan internet haber sitelerinde yakın çevresi ile ilgili konuları görememesi durumunda bu siteleri daha az ziyaret ettiği sonucunu çıkarmaktadır.

İnternet haber sitelerindeki yerel ve yaygın – Konya dışı haberler arasındaki fark açıldıkça başka bir ifadeyle haber ağırlığının yaygın – Konya dışı olması halinde de yerel internet haber sitelerinin ziyaret edilme ve sıralamalarda geride kalma durumu ortaya çıkmaktadır. Tablo 6 incelendiğinde bu durum net bir şekilde görülmektedir. Yerel ve yaygın haber farkı en fazla olan *BBN* 3 farklı (2-7-8) kategorideki verilerde son üç sırada bir kategoride (1) ilk üç sırada yer almıştır. Yerel ve yaygın haber farkı en fazla olan ikinci site *Konya Yenigün* 4 kategoride (1-2-3-5) son üç sırada yer almış ve hiçbir kategoride ilk üç sırada yer almamıştır. Yerel ve yaygın haber farkı en fazla olan üçüncü site *Yeni Konya* 5 farklı (4-5-6-7-8) kategorideki verilerde son üç sırada yer almıştır. İnternet haber sitelerinin normalde yerel kökenli olup haberlerinde yaygın – Konya dışı içeriklere ağırlık vermesinin kendileri açısından olumsuz sonuçlandığını bu veriler göstermektedir.

20 – 26 Ekim verilerinden; toplam, yerel, yaygın – Konya dışı manşet haberi sayısında ve yerel haber ile yaygın haber arasındaki fark sayısında ilk üç sırada olan tek site *Yeni Konya*'dır. Yani nicelik bakımından 4

kategoride de aynı anda ilk üç sırada yer alan tek site *Yeni Konya*'dır. Aynı site hiçbir SEO istatistiğinde (günlük ziyaret sayısı en çok olan, aylık toplam ziyareti en çok olan, tekil ziyaretçisi en çok olan, en çok tıklanan site sıralaması vb.) ilk üç sıraya girememiştir. Sitenin diğerlerine göre çok haber yaptığı hem toplam haber sayısı hem yerel hem de yaygın – Konya dışı haber sayısı ilk üçte olup, yaygın – Konya dışı haberler ile yerel haber farkı da en fazla olan tek site olmasından anlaşılmaktadır. Burada önemli olan bu kadar çok haberi yapan sitenin ziyaret edilme, ülke sıralaması gibi verilerde ilk üçe girememesidir. Bu durumu ortaya çıkaran pek çok sebep olabilir. Ancak köklü bir geçmişi olan sitenin Tablo 6'daki 4-5-6-7-8 başlıklı sütunlarda son üçte yer almasını, haber tüketicilerinin aşırı habere maruz kalmaktan kaçınma davranışı ile açıklanabilir.

Çin'de 358 sosyal medya kullanıcısı ile gerçekleştirilen araştırma, bireylerin sosyal medyada aşırı haber yüküne maruz kaldıklarını ve bu durumdan kurtulmak için haber aramaktan kaçınabildiğini ya da kendileri için yorucu olan haberleri filtreleme eğilimine girdiklerini ortaya koymuştur (Tian, 2022).

Güney Kore'de bin 200 yetişkinle gerçekleştirilen araştırma, haberlerin her zamankinden daha erişilebilir olduğunu ancak insanların aşırı habere bunalıp haber okumaktan kaçındığını göstermiştir. Bireylerin önceliklendirme ya da reddetme stratejisiyle aşırı habere kaçınmasının mümkün olduğunu ortaya koyan araştırma, katılımcıların aşırı haber yüküyle başa çıkma stratejisi olarak kaçınmayı tercih ettiğini göstermiştir (Song ve diğerleri, 2017). *Yeni Konya* sitesinin de haber sayıları bakımından yani nicelik olarak tüm verilerde ilk üçte yer alan tek site olduğu halde, ziyaret edilme gibi sıralamalarda 5 kategoride son üçte yer almasında, diğer kategorilerde de ilk üçe girememesinde bireylerin kaçınma davranışının etkili olduğu düşünülebilir.

Bu görüşü destekleyen bir diğer veri ise Tablo 6'daki *Yeni Meram* internet haber sitesinin istatistikleridir. *Yeni Meram*, en az toplam haberi ve en az yaygın – Konya dışı haberi yapan sitedir. Bu internet haber sitesi ziyaret edilme ve ülke – haber kategorisi sıralamalarının hiçbirinde son üç sırada yer almamıştır. Tablo 6'daki iki kategoride (4 – 5) ise ilk üç sırada yer almıştır.

Yerel medya takipçilerinin, yerel ve yaygın haber dengesine önem verdiği, yaygın haberi fazla olan sitelerin sıralama verilerinde daha gerilerde olmasından anlaşılmaktadır. Yine aynı şekilde yerel ve yaygın haber dengesini gözeten internet haber sitelerinin sıralama verileri de bireylerin dengeli dağılıma önem verdiğinin göstergesidir. Öyle ki toplam, yerel, yaygın – Konya dışı manşet haberi sayısında ilk üç sırada olup, yerel ve yaygın haber farkı en az olan *Pusulula*, dört kategoride (1-2-4-5) ilk sırada yer almış, hiçbir kategoride son sırada yer almamıştır. Toplam ve yaygın – Konya dışı haber sayısında üçüncü, yerel haber sayısında ikinci olan *Pusulula*, *BBN* ve *Yeni Konya*'dan, yerel ve yaygın haber farkı bağlamında ayrılmaktadır. *BBN* ve *Yeni Konya* yerel ve yaygın haber sayısı bakımından en fazla farka sahip ilk üç site arasında yer alırken *Pusulula* tüm siteler içerisinde yerel ve yaygın haber farkı en az olan site olarak göze çarpmaktadır. Bundan dolayı, her ne kadar toplam, yerel ve yaygın haber sayılarında ilk üç sırada yer alsada *Pusulula* bu üç kategoride değerlendirilmeye tabi tutulmamıştır. Yerel ve yaygın haber farkı olarak en az site başlığında sıralamalarda değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Haber sayıları bakımından ilk üç ve son üç sırada olanların dışındaki sitelerin ziyaret edilme ve ülke-haber kategorisi sıralamasındaki yerleri incelendiğinde yerel ağırlıklı olmakla birlikte dengeli bir dağılıma önem verenlerin SEO sıralaması dikkat çekmektedir. Tablo 6 incelendiğinde toplam manşet haber sayısı, yerel manşet haber sayısı, yaygın – Konya dışı manşet haber sayısı ile yerel ve yaygın- Konya dışı manşet haber sayısı farkı istatistiklerinde ilk üç ve son üç sırada yer almayan yani orta sıralarda bulunan, başka bir ifade ile buldukları ile göre yerel ve yaygın haber dengesini gözeten iki siteden *Merhaba 7* farklı (1-2-3-5-6-7-8) kategorideki verilerde ve *Yeni Haber 4* farklı (3-6-7-8) kategoride ilk üç sırada yer almıştır. Buradan hareketle yereli önceleyen, haberde seçici davranıp çok sayıda haber girmeyen, yayın yaptığı çevreye uygun biçimde yaygın haberleri dengeli olarak paylaşan internet haber sitelerinin ziyaret edilmede ve ülke – kategori sıralamalarında kendileri için olumlu sonuçlar aldığı görülmektedir.

## 5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Geleneksel gazetecilik faaliyetinin sürdürülmesinin her geçen gün daha da zorlaştığı bilinmektedir. Bu durum yerel medyada daha fazla kendini göstermektedir. Yerel gazeteler bir bir kapanırken yerlerine ağ teknolojilerini kullanan haber siteleri açılmaktadır. Bu sayede daha fazla yerel haberin medya takipçilerine

ulaştırılması mümkün olmaktadır. Araştırmada yerel gazetelerin dijital teknolojiye uyum sağladığı, her gazetenin haber sitesinin olmasından ve sitelerin güncellenmesinden yola çıkarak tespit edilmiştir.

Yerel gazetelerin dijital teknolojiye uyum sağlamada bir problemi olmasa da hedef kitlelerinin beklentilerine uygun yayın yapma konusunda eksikleri vardır. Öyle ki bazı yerel haber siteleri manşetlerinin büyük çoğunluğunda yaygın – Konya dışı haberlere yer vermektedir. Yerel haber sitelerinin ülkenin tamamını ilgilendiren, doğal olarak yayın yaptığı bölgedeki vatandaşların da takip etmek isteyeceği haberleri vermesi normaldir. Ancak yaygın habercilik yapma eğiliminde ya da görünümünde olmaları hedef kitlelerinin beklentileriyle örtüşmemektedir.

Bu araştırmada ortaya çıkan en önemli sonuçlardan birisi fazla sayıda haber vermenin ziyaret edilme üzerinde olumlu etki oluşturmadığıdır. Aşırı haber yükü ve kaçınma davranışları konusunda gerçekleştirilen araştırmalara benzer bir sonuç bu çalışmada ziyaret edilme, ülke – haber kategorisi başarı sıralarında ortaya çıkmıştır. Manşetlerindeki tüm haberleri neredeyse günde iki kez güncelleyen ancak ağırlıklı olarak yaygın haberlere yer veren haber siteleri SEO verilerine göre diğerlerinden geri planda kalmıştır. Buradan hareketle medya takipçilerinin nicelikten çok, beklentilerine uygun nitelikte haber veren siteleri ziyaret ettiği yorumunu yapmak mümkündür.

Günümüzde medya takipçilerinin elinde habere ulaşabileceği çok sayıda alternatif bulunmaktadır. İnternet kullanımının son derece hızlı yaygınlaşması ve popüler hale gelmesiyle birlikte çevrimiçi haber kaynakları, medya yelpazesindeki yerini almıştır (Chung ve diğerleri, 2012, s. 181). Bu haber kaynaklarının sayıca fazla olması, medya takipçilerinin elinde seçeneğin fazla olması adına önemlidir ancak her çevrimiçi haber sitesinin takipçilerinin beklentilerine cevap verebildiği söylenemez. Yani, haber sitelerinin fazla olması, çok seslilik adına önemli olsa da sitelerin içeriklerinde yerele yeterince yer vermemesi, niceliğin fazla olması noktasındaki avantajı ortadan kaldırmaktadır.

Günümüzde neredeyse sayısız haber sitesi, yayın hayatına devam etmektedir. Bu sitelerden bazıları gerek tıklanma bakımından gerekse habercilik açısından başarıyla bazıları iki yönden de başarısız olmaktadır. Özellikle yerel haber sitelerinin başarılı olabilmesi, tıklanma oranlarını artırabilmesi için yayınlarında dengeyi gözetmesi gerekmektedir.

Yerel internet haber sitesi olup yaygın haberlere de yer vermesine rağmen bu dengeyi gözetemeyen, aşırı haber vermeyen siteler, ziyaret edilme bakımından ve ülke – kategori sıralamaları açısından diğer sitelerden daha iyi yerde bulunabilmektedir. Buradan hareketle yerel – yaygın haber dengesini gözetemeyen, medya takipçilerini aşırı bilgiye maruz bırakmayan sitelerin daha başarılı olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Yerel internet haber sitelerinden yaygın haberlere ağırlık verenlerin ziyaret edilme ve ülke – haber kategorisi sıralamasında geride kalması, bireylerin yaygın haberleri çok fazla yerden görebilmesi, yaygın ağırlıklı haber veren yerel sitelerde beklediği haberleri bulamaması neticesinde bu tür sayfaları daha az ziyaret etme eğiliminde olmasıyla açıklanabilir.

Bu çalışma Konya'daki yerel internet haber siteleri üzerine gerçekleştirilmiştir. İlerleyen çalışmalarda farklı illerdeki yerel internet haber sitelerinin yerel - yaygın haber oranı ve ziyaret edilme istatistikleri araştırılabilir. Bu çalışmada sadece 7 günlük periyottaki haberlerden yola çıkılarak veriler elde edilmiş ve bu veriler üzerine yorumlar gerçekleştirilmiştir. İlerleyen çalışmalarda yılın farklı dönemlerindeki belirli periyotlarda haber istatistikleri ve ziyaret edilme istatistikleri araştırılıp, yerel – yaygın dengesi değiştiğinde ziyaret edilme anlamlı bir farklılığın olup olmadığı ile ilgili kıyaslama yapılabilir. Ayrıca aynı periyot içerisinde, internet haber sitelerinin tıklanma için gerçekleştirdikleri ekstra faaliyetler araştırılıp bu girişimlerin ziyaret edilme etkili olup olmadığı yerel ve yaygın haber dengeleri de göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapılabilir.

## 6. Extended Abstract

People, by their nature, desire to be aware of the developments around them. The most important tool by which this demand can be fulfilled is the media. New media is also used a lot today to receive and convey news. With the new media, there is an intense news flow to the masses. There are almost countless channels for individuals to learn about the country and world they live in. However, tools and applications for getting news on local issues are more limited. Therefore, local internet news sites should pay attention to the issues related to their region. In this study, first of all, how much local news is given by 11 local

internet news sites in Konya has been investigated by content analysis method. With the research, it is aimed to show what kind of differences there are in parameters such as the number of visits and the order of success between those who prioritize local news and those who make more widespread news among local internet news sites. Between 20 and 26 October 2022, the average number of daily headline news in 11 newspapers on the internet news sites of the newspapers within the scope of the research was 250, and the total number of headline news in these dates was 1,751. The daily average number of local headline news was 131, and the total number of local news was 915. The 7-day total number of news not related to Konya was 119 on average, with a total of 836. On the relevant dates, 52 percent of the news was local and 48 percent of it was mainstream - news not related to Konya. At the time of the research, Yeni Konya (313) made the most headline news, followed by BBN Haber (267), and Pusula (204) was the third. Yeni Meram (76) followed by Konya'nın Sesi (105) and Konya Postası (106) made the least total headline news. Local and mainstream – The three sites with the closest number of news not related to Konya are Pusula (2 differences) Hakimiyet (15 differences) Konya Postası (18 differences); local and mainstream – Three sites with the biggest difference in the number of news not related to Konya, with 86 percent of their total news coverage – Those in the category of news not related to Konya are BBN Haber (193 differences), Konya Yenigün, 86 percent of their total news is local news (137 differences) and Yeni Konya, 70 percent of their total news is mainstream - not related to Konya (123 differences). Along with these statistics that emerged within the scope of the study, the country rankings, news category rankings and visit rates of the sites were investigated through 8 different applications. Ranking first in the total number of headline news, Yeni Konya was ranked in the last three in five of the 8 categories of data such as the number of visits, country and news category rankings. BBN Haber, which is the second site with the most headline news, has the least number of local news in the headlines, and the highest number of the news not related to Konya, is in the last three of the ranking data in 3 different categories. Konya Post, the second site with the least number of local news in the headlines, is also in the last three places in the data in 3 different categories. Yeni Konya, the second site with the highest number of the news (mainstream - not related to Konya in the headlines), ranked in the last three places in the data in 5 different categories. Yeni Meram is the site that makes the least total news and the least mainstream news. This internet news site is not in the last three places in any of the number of visits and country - news category rankings. It ranked in the top three in both categories. Pusula, which is in the top three in the number of the headline news, local, mainstream - not related to Konya, has the least difference between local and mainstream news, ranked first in four categories, and was not in the last place in any category. In the statistics of the total number of headline news, number of local headline news, number of mainstream headline news (out of Konya) and number of local and mainstream headline news (out of Konya), one of the two sites that are not in the first three and the last three places, that is, in the middle, and which observes the balance of local and mainstream news according to the city they are located in, Merhaba was ranked in the first three places in 7 different categories of data and Yeni Haber in 4 different categories. As a result of the study, it is understood that those who care about local news and those who take into account the balance of local and mainstream news from local internet news sites rank higher in the statistics of the number of visits and the ranking of the country - news category. Although it is a local internet news site and includes widespread news, sites that take this balance into account and do not provide excessive news can rank better than other sites in terms of visits and country-category rankings. Another result of the research is that media followers tend to avoid excessive news, based on the relationship between news numbers, click-through and visit rates.

**Keywords:** Local News, Up-To-Dateness, Clicking, New Media, Local Media.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiđi Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiđi Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

**Kaynakça**

- Araslı, O., & Yıldırım, B. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Aşırı Enformasyon Yükü ve Aşırı Haber Enformasyon Yükü Algılarına Dair Bir Alan Araştırması: Atatürk Üniversitesi Örneği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(38), 302-322. <https://doi.org/10.17829/turcom.930825>
- Arvas, İ. S. (2019). Dijital Haberleşme Çağında Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 97-110. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.459851>
- Ata, F. (2022). *Yerel İnternet Haberciliğinde Doğrulama: Hatay Örneği*. Doktora Tezi.
- Aydın, S., & Bayazıt, İ. (2021). Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirlik. M. Çelebi içinde, *Nitel Araştırma Yöntemleri* (s. 182-211). Pegem Akademi.
- Basın İlan Kurumu. (2022, Ekim 19). *Basın İlan Kurumu Resmî İlan ve Resmî Reklam Alan Süreli Yayınlar Listesi*. Ekim 23, 2022 tarihinde Basın İlan Kurumu: <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe> adresinden alındı
- Berg, B. L., & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (A. Arı, Çev.) Eğitim Yayınevi.
- Bülbul, R. (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Chung, C., Nam, Y., & Stefanone, M. (2012). Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors. *J. Computer-Mediated Communication*(17), 171-186. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01565.x>
- Çağlar, Ş. (2022). *Haber Toplama ve Yazma*. Ekim 23, 2022 tarihinde Yök Dersleri Platformu: [http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik\\_ue/habertoplamaveyazma.pdf](http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik_ue/habertoplamaveyazma.pdf) adresinden alındı
- Çavuş, S. (2017). Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 19-32. <http://aksarayibd.aksaray.edu.tr/tr/pub/issue/35013/388648> adresinden alındı
- Frolov, I. S., & Chernov, A. Y. (2023). Psychological aspects of perception of negative news on the Internet. *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Pedagogika i psibologiya*(3), 76-82. <https://doi.org/10.18323/2221-5662-2023-3-76-82>
- Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*. İnkılap Kitabevi.
- Görgülü, Y. (2020). Yerel Gazetelerin Haber İçeriklerine Yönelik Bir Analiz Khabar E- Jonoob Morning (Şiraz) Bir İçerik Analizi. *Asya Studies*, 4(11), 79-90. <https://doi.org/10.31455/asya.694591>
- Gürcan, H. İ., & Bekiroğlu, O. (2007). Türkiye'de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel Basının Genel Görünümü ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 5(1), 22-29. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19015/200718> adresinden alındı
- Hargreaves, I. (2005). *Journalism A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Hendrickx, J. (2020). Trying to Survive While Eroding News Diversity: Legacy News Media's Catch-22. *Journalism Studies*, 21(5), 598-614. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1694430>
- İnce, M. (2018). *Haber Edinme Aracı Olarak İnternet ve İnternet Haberciliği*. Eğitim Yayınevi.
- Jati, R. P. (2021). Local Culture Through Hyperlocal Media Using New Media Platforms. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 5(1), 104-115. <https://doi.org/10.20961/ijsascs.v5i1.62089>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *Gazeteciliğin Esasları*. (S. Göktaş, Çev.) Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Köseoğlu, A. (2017). Dijital Ortamda Yerel Basın: Tekirdağ Örneği Üzerinden Bir İnceleme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*(1), 33-56. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egemiadergisi/issue/31728/332287> adresinden alındı
- Köseoğlu, A. (2018). Erzurum Yerel Gazeteleri Örneğinde Yerel Haberciliğin Dijital Gazetelerde Uygulanışının Avantaj ve Dezavantajlarına Yönelik Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 115-124. <https://doi.org/10.18506/anemon.349558>
- Milosavljević, I., Trajković, J., & Necić, N. (2023). Information Chaos on the Internet -Perception in Relation to the Age of Users. *Media Studies and Applied Ethics*, 4(1), 65-80. <https://msae.rs/index.php/home/article/view/72> adresinden alındı

- Morais, R., & Jerónimo, P. (2023). "Platformization of News", Authorship, and Unverified Content: Perceptions around Local Media. *Social Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/socsci12040200>
- Özcan, A. (2016). Yeni İletişim Teknolojileri, Yerel Gazetecilik ve Yerellik Algısı. *Marmara İletişim Dergisi*(26), 17-36. <https://doi.org/10.17829/midr.2017.42>
- Park, S., Fisher, C., & Lee, J. Y. (2022). Regional news audiences' value perception of local news. *Journalism*, 23(8), 1663 - 1681. <https://doi.org/10.1177/1464884921992998>
- Royal, A., & Napoli, P. M. (2022). Local Journalism without Journalists? Metric Media and the Future of Local News. *JOCIS*, 8, 118-147. <https://doi.org/10.56140/JOCIS-v8-2>
- Salaverría, R. (2020). Exploring Digital Native News Media. *Media and Communication*, 8(2), 1-4. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3044>
- Salwen, M. B. (2005). Online News Trends. M. B. Salwen, B. Garrison, & P. D. Driscoll içinde, *Online News and the Public* (s. 47-81). Lawrence Erlbaum Associates.
- Shangyuan, W. (2020). When new media operates within a state-mediated press system: assessing new media's impact on journalism crisis perceptions in Singapore and Hong Kong. *Information, Communication & Society*, 23(4), 572-587. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1521458>
- Somuncu, B., & Temel, M. (2020). Habere Erişim Pratiklerinin Dönüşümü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(31), 4445-4468. <https://doi.org/10.26466/opus.775977>
- Song, H., Jung, J., & Kim, Y. (2017). Perceived News Overload and Its Cognitive and Attitudinal Consequences for News Usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1172-1190. <https://doi.org/10.1177/1077699016679975>
- Taşkıran, İ. A. (2018). Dijital Gazetelerin Sosyal Medya Stratejileri ve Sosyal Medyanın Haber Okunurluğuna Etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(30), 218-240. <https://doi.org/10.31123/akil.465578>
- Tian, Q. (2022). Impact of Social Media News Overload on Social Media News Avoidance and Filtering: Moderating Effect of Media Literacy. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.862626>
- Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi.
- Vural, A. M. (1997). *Bir İletişim Kurumu Olarak Yerel Basının Kamuoyu Oluşumu Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın-Kamuoyu İlişkileri Eskişehir Basını Örneğinde Bir Uygulama*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Xiong, J., Yu, L., Zhang, D., & Leng, Y. (2021). DNCP: An Attention-based Deep Learning Approach Enhanced with Attractiveness and Timeliness of News for Online News Click Prediction. *Information & Management*, 58(2). <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103428>
- Yaşın, C. (2009). Türkiye'de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(28), 115-151.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin.
- Yıldızgörür, M. R. (2023). 'Ne önemi var?' Okuyucuların haberden kaçınma davranışları üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*(11), 266-290. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.11.197>