

'NE ÖNEMİ VAR?'

OKUYUCULARIN HABERDEN KAÇINMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Ramazan YILDIZGÖRÜR*

Gönderim Tarihi: 31.12.2022 - Kabul Tarihi: 24.03.2023

Yıldızgörür, M. R. (2023). 'Ne önemi var?' Okuyucuların haberdan kaçınma davranışları üzerine nitel bir araőtirma. *Etkileşim*, 11, 266-290.
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.11.197

Bu çalışma araőtirma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekteőirilmıőtir.

Öz

Haberin en önemli iőlevlerinden biri, vatandaőlara yaőamları, çevreleri, toplumlari hakkında mümkün olan en iyi kararları vermeleri için ihtiyaç duyduklari bilgileri sağlamaktır. Dolayısıyla haber, bireysel ve toplumsal düzeylerde daha doğru kararlar verilebilmesi için bir gerekliliktir. Ancak özellikle son yıllarda habere gösterilen ilgi zayıflamaya baőlamıőtir. Haberdan kaçınmak dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yıllar içinde giderek artan bir eğilim olarak belirlemektedir. Özellikle gençlerin habere olan ilgisi oldukça düşüktür. Bu durumun birçok nedeni olmakla birlikte alanyazında en sık tekrar eden nedenler arasında çok fazla habere maruz kalmak, gündemin büyük oranda olumsuz olması, gazeteciliğin güven kaybı gibi faktörler yer almaktadır. Araőtirmacının temel amacı özellikle genç bireylerin haberdan kaçınmasına neden olan faktörlerin belirlenmesi ve onların bakış açısından bu faktörlerin nasıl değerlendirildiğinin ortaya konmasıdır. Bu amaçla lisans ve lisansüstü eğitim almakta olan 24 öğrenci ile derinlemesine görüşmeler yapılmıőtir ve kendi deneyimleri çerçevesinde neden haberdan uzak durduklari anlaőtılmaya çalıőtılmıőtir. Ortaya çıkan nedenlerin büyük oranda alanyazında ortaya konmuőtir nedenlerle örtüőtüđu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: gazetecilik, haberdan kaçınma, haber yükü, kutuplaşma, olumsuz gündem.

* Doktor Öğretim Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yozgat, Türkiye.
m.yildizgorur@yobu.edu.tr, ORCID: 0000 0002 8287 6174

'WHAT DOES IT MATTER?' A QUALITATIVE RESEARCH ON BEHAVIORS OF READERS AVOIDING THE NEWS

Mehmet Ramazan YILDIZGÖRÜR*

Received: 31.12.2022 - Accepted: 24.03.2023

Yıldızgörür, M. R. (2023). 'Ne önemi var?' Okuyucuların haberden kaçınma davranışları üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 11, 266-290.
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.11.197

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

One of the most important functions of news is to provide citizens with the information they need to make the best possible decisions about their lives, their environment, their society. Therefore, news is a necessity for making more accurate decisions at individual and societal levels. However, especially in the recent years, the interest in the news has started to weaken. Avoiding the news appears to be an increasing trend over the years in Türkiye as well as in the world. Particularly, young people have very low interest in news. Although there are many reasons for this situation, the most recurring reasons in the literature include being exposed to too much news, a negative agenda to a large extent, and loss of confidence in journalism. The main aim of the researcher is to determine the factors that lead young people to avoid news and to reveal how these factors are evaluated from their point of view. For this purpose, in-depth interviews were conducted with 24 students who are studying undergraduate and graduate programs and an attempt was made to understand why they stayed away from the news based on their own experiences. It is seen that the emerging causes largely overlap with the reasons identified in the literature.

Keywords: journalism, avoiding news, news overload, polarization, negative agenda.

*Assistant Professor/PhD, Yozgat Bozok University, Faculty of Communication, Yozgat, Türkiye.
m.yildizgorur@yobu.edu.tr, ORCID: 0000 0002 8287 6174

Giriş

Reuters tarafından her yıl yapılan, habercilik ve medya temalı araştırmalarda, Türkiye ile ilgili veriler de yer almaktadır. Türkiye açısından en ilgi çekici olan verilerden biri haberdan kaçınma davranışına ilişkin olanlardır. Çünkü haberdan kaçınma davranışı gösteren kişilerin oranı açısından Türkiye en üst sıralarda yer almaktadır (Newman ve diğerleri, 2022). Daha önceki yıllarda yapılan araştırmalarda da benzer biçimde ayrılan Türkiye’de haberdan kaçınma davranışının nedenleri merak uyandırmaktadır. Ayrıca bu çalışmayı yürüten araştırmacı tarafından özellikle gazetecilik bölümü öğrencilerine verilen dersler boyunca, habere olan ilgisizlik ve haber okumaktan kaçınma eğilimi bizzat gözlenmiştir. Haberdan kaçınma eğilimi yalnızca Türkiye’ye özgü bir eğilim değildir. Son yıllarda tüm dünya genelinde böyle bir eğilimin olduğu gözlenmektedir (Goyanes ve diğerleri, 2021, s. 1). Hatta Brezilya ve İngiltere gibi bazı ülkelerde, son beş yılda, bu eğilimin ikiye katlandığı saptanmıştır (Newman ve diğerleri, 2022, s. 10). Dahası, bu eğilimin son 30 yıllık süre zarfında da giderek artmakta olduğu aktarılmaktadır. Öyle ki, yaklaşık yirmi yıl önce yapılmış bir araştırmada; genç okurların giderek azaldığı, gazetelerin gençlerin ilgisini çekmeye yönelmeleri gerektiği çünkü azalan genç okuyucu kitlesinin gazeteleri de olumsuz etkileyeceği ifade edilmiştir (Barnard, 1999’dan akt. Aydın, 2017, s. 38). Yeni iletişim ortamları ve teknolojileri habercilik için rekabeti daha zorlu bir hale getirmiştir. Çoklu medya ortamında insanların ilgisini çekebilmek, her zaman olduğundan daha zordur. Dolayısıyla “dikkat ekonomisi” içinde habere olan ilginin azalması habercilik sektörü açısından önemli bir sorundur (Ytre-Arne & Moe, 2021, s. 1742). Bunun yanı sıra haberdan kaçınma davranışı, siyasal karar alma ve katılım süreçlerinde etkili bir araç olan gazeteciliği zayıflatacağı için, demokratik bir sorun olarak da tanımlanmaktadır (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 459).

Her ne kadar bir uzaklaşma ve güven kaybı söz konusu olsa da haber toplumlar için önemini korumaktadır. Ekonomik, politik, toplumsal ve bireysel boyutlarda karmaşıklaşan ve iç içe geçen ilişkiler, haberi her zaman olduğundan daha önemli bir ihtiyaca dönüştürmüştür. Dünyanın herhangi bir yerinde olan bir gelişme tüm dünya halklarını ilgilendiren sonuçlar doğurmaktadır. Örneğin tüm dünyada etkili olan Covid-19 pandemisinde gazetecilik bu işlevleri dolayısıyla, kaybettiği güveni bir miktar geri kazanmayı başarmış, insanların ilgisini tekrar çekmiş ve habere olan ilgi artmıştır. Ancak pandeminin etkisinin kaybolmaya başlamasıyla bu artan güvenin de yavaşça gerilediği gözlenmiştir (Newman ve diğerleri, 2022, s. 15). Bu durum haberdan kaçınma davranışının yine önemli bir sorun olarak kendisini göstereceği yönünde yorumlanabilir.

Teknolojik yeniliklerin haber üretim süreçlerinde kullanımıyla beraber, habercilik çok daha etkin ve güçlü bir biçimde yapılma olanağına sahip olmuştur. Benzer bir biçimde teknolojik faktörler, haberi tüketenler için de çok sayıda haber kaynağı ve habere erişimin çok kolaylaşması anlamına gelmektedir. Ancak buna rağmen haberdan kaçınma davranışı da giderek artmaktadır. Kimi değerlendirmelere göre dijital teknolojilerin habercilikle buluşması, haberdan kaçınma davranışının nedenlerinden biridir (Aharoni ve diğerleri, 2020, s. 4).

Habercilik için çok geniş fırsat ve avantajlar sunan teknolojiler habere olan ilgiyi artırmak yerine; haber yükü yaratarak ya da “haber beni bulur” algısına neden olarak kaçınma eğilimini artıran bir faktör olarak belirmektedir (Goyanes ve diğerleri, 2021).

Haberden kaçınma davranışını yalnızca teknolojik faktörlerle açıklamak yeterli olmayacaktır. Bunun yanında psikolojik farklılıklar, duygusal etkiler, zaman ve kaynak maliyeti gibi faktörler de söz konusudur (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 464). Haberden kaçınma davranışının belli bir demografik, politik ya da kültürel yapıyla ilişkili olduğunu ileri sürecek veri de bulunmamaktadır. Tam aksine küresel bir eğilim olarak beliren bu davranış, demokratik ve gelişmiş Avrupa ülkelerinde dahi gözlenmektedir (Blekesaune ve diğerleri, 2012). Görüldüğü üzere haberden kaçınma davranışı, geniş bir alana yayılmış ve birçok faktör tarafından belirlenmektedir. Literatürde haberden kaçınma davranışı genellikle bireysel özelliklerle açıklamaya yönelik bir eğilim gözleniyor olsa da bu davranışın “kolektif bir kültürel bağlamın parçası olarak gerçekleştirilen çok yönlü bir olgu” olduğunu öne sürenler de bulunmaktadır (Willi ve diğerleri, 2022, s. 145).

Haberden kaçınmanın çok boyutlu yapısı, olgunun net bir biçimde tanımlanmasını güçleştirmekte ve kavramsal bir belirsizliğe neden olmaktadır. Bu da haberden kaçınma davranışına yönelik çalışmalar için bir engel teşkil etmektedir (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 459). Bu zorluğu aşmak için çalışmada odaklanılan örneklemin kapsamı genç bireylerle sınırlandırılmıştır. Demografik özellikleri açısından benzer bir örneklem üzerinde çalışmanın, daha tutarlı bulgulara ulaşmakta yardımcı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca haberlerin, dijital ortamlardan çok daha yoğun yayılıyor olması ve bu ortamların gençler tarafından çok daha yoğun olarak kullanılıyor olması da bir diğer nedendir. Bu da haberden kaçınma davranışı üzerinde yeni iletişim teknolojilerinin olası etkilerinin görülmesini sağlayabilecektir. Başka bir neden ise, haberden kaçınma davranışına yönelik çalışmaların ağırlıkla gençlere yönelik yapılmış olmasıdır. Bu da ulaşılabilecek bulgularla uluslararası literatürde ortaya konmuş bulgular arasında bir karşılaştırma yapma olanağı verecektir.

Haberden kaçınma davranışının iki boyutu vardır. Birincisi kaçınma eğilimi gösteren bireylerdir. Bu haberlerin tüketim süreçlerine karşılık gelmektedir. Burada psikolojik kültürel, demografik vb. bireysel özellikler etkilidir. İkincisi ise haberlerin üretim süreçlerini ifade eden habercilik boyutudur. Enformasyonun haber olarak insanlara sunumuna etki eden her faktör bu boyutun bir parçasıdır. İçsel ve dışsal nedenler olarak tanımlanabilecek bu boyutlar haberden kaçınma davranışının derecesini belirlemektedir (Skovsgaard & Andersen, 2020). Dolayısıyla haberlerin takip edilmesi yalnızca bireylerin sorumluluğu olarak görülmemelidir. Toplumsal düzen için bir risk unsuru olarak değerlendirilen haberden kaçınma eğiliminin tersine çevrilmesi gazetecilik için de önemli bir sorumluluktur. Bu nedenle haberden kaçınma davranışının nedenlerinin anlaşılması, gazetecilerin, akademisyenlerin ya da ilgili kişi ve kurumların gerekli

önlemleri alabilmeleri için önemli görülmektedir.

Haber okuma alışkanlığı ve yaş arasında bir ilişki olduğu söylenmektedir. İnsanların yaşları ilerledikçe haber okuma alışkanlığı edinme olasılıklarının arttığı ileri sürülmektedir. Genç bireylerin haberdan kaçınma davranışına daha yatkın olduğu, dolayısıyla bu davranışı daha fazla gösterdikleri söylenebilir (Zerba, 2011, s. 597). Bu çalışmanın yapılaş amacı, özellikle gençlerin neden haber okumaktan kaçındıklarını anlamaya çalışmaktır. Bu amaç çerçevesinde cevap aranacak soru "genç bireylerin haberdan kaçınma davranışı göstermesine neden olan faktörler nelerdir?" şeklindedir. Bir diğere hedef ise, haber tüketim süreçlerini olumsuz etkileyen faktörlerin, gazetecilik içinde çözülebilecek olanlarının saptanması ve bu sorunlara dikkat çekilmesidir. Bu amaçla, belirlenen yaş aralığındaki kişilerle derinlemesine görüşmeler yürütülerek, onların deneyim ve ifadeleriyle duruma açıklık getirilmek istenmektedir. Bu çalışmayla amaçlanan bir diğere husus, sonrasında daha geniş bir örneklem üzerinde, nicel paradigma çerçevesinde yürütülecek olan aynı temalı çalışma için ön bir veri sağlanmasıdır. Bu sayede test edilmesi hedeflenen değişkenler daha isabetli belirlenebilecektir.

Haberdan Kaçınma Davranışı

Haberdan kaçınma davranışı iki biçimde tanımlanmaktadır. İlk tanım haberle düşük bir ilişkiyi ifade etmektedir. Burada bahsi geçen düşük tüketimden neyin kastedildiği yapılaş kim araştırmalarda kabul edilen oranlara göre değişiklik göstermektedir. İkincisi ise haberle ilişkinin olması ya da olamamasına göre tanımlanmaktadır. Burada habere niyetli ve düzenli bir erişim olması önemlidir (Palmer & Toff, 2020, s. 1639). Haberdan kaçınma davranışına yönelik kavramsal bir karmaşa olduğu, kavramın net bir biçimde tanımlanamadığı ve yapılan birçok araştırmaların kaçınma davranışı gösteren kişilere dair birbirlerinden çok farklı oranlar ortaya koyduğu ifade edilmektedir (Skovsgaard & Andersen, 2020). Bireylerin haberle ilişkileri birçok faktör tarafından belirlenebilir (Aharoni ve diğere, 2020). Yaşanılan coğrafya, kişisel özellikler, aile, sosyo-ekonomik durum hatta bir rol model olarak öğretmenler bile habere olan ilgi ya da ilgisizliğin temel nedenlerinden bir tanesi olabilmektedir (Mindich, 2005, s. 66). Ancak haberdan kaçınma davranışı tek bir faktörden öte birçok faktörün bir arada meydana getirdiği bir eğilim gibi görünmektedir (Edgerly, 2021, s. 1841).

Haberdan kaçınma davranışının kasıtlı ve kasıtsız olarak gerçekleşebileceği ileri sürülmektedir. Kasıtlı olarak haberdan kaçınma davranışı, herhangi bir nedenle, bireylerin haberdan hoşlanmamasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenlerden en yaygın olanları; haberlerin negatif içerikleri, okurların ruh halini olumsuz etkilemesi, haber medyasına yönelik güvensizlik ya da fazla habere maruz kalmanın yarattığı yorgunluk olarak sıralanmaktadır. Kasıtlı olmadan haberdan kaçınma ise, medya ortamının değişimiyle ilişkilendirilmektedir. Dijital medya birçok seçenek ve içerik sunmaktadır. Bu da daha yüksek eğlence bek-

lentisi olan kişilerin bu içeriklere yönelmesine neden olmaktadır. Haberden kaçınma davranışının altında yatan temel motivasyonlardan bir tanesi de maliyet fayda oranlamasıdır. Bireyler medya içeriklerini tüketmek için sarf edecekleri zaman, bilişsel ve fiziksel çaba, maddi karşılık gibi maliyetleri ve karşılığında sağlayacakları yararı düşünmektedir (Palmer & Toff, 2020, s. 1636). Özellikle genç kullanıcılar için sosyal medya maliyet ve yarar oranlamasında haber medyasının çok ötesindedir. Bu durum, kişilerin habere karşı olumsuz bir algıya sahip olmadan ya da aktif olarak haber tüketimlerini sınırlandırmayı tercih etmeden, haberden kaçınmalarına neden olmaktadır (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 460).

Habere olan ilginin azalmasının nedenleri arasında en çok teknolojik dönüşümün yarattığı sonuçlara odaklanılmaktadır. Üretim, dağıtım, erişim, gibi süreçlerin değişiminin okuyucu davranışlarını da dönüştürmesi en yaygın örneklerden biridir. Okuyucuların haberden beklentileri ve haber tüketme biçimleri değişmiştir. Gazetecilik alanında yapılan araştırmalarda da sıklıkla dile getirildiği gibi dijital iletişim teknolojileri ve sosyal medya habere erişim için temel ortam ve araçlara dönüşmüş durumdadır. Televizyon, radyo ya da basılı gazeteler de hala geniş kitlelere ulaşmaya devam etmektedir. Ancak insanların doğrudan ya da dolaylı bir biçimde enformasyona ulaştığı kaynaklar yeni iletişim araçlarıdır (Newman, 2011). Bir diğer etken çok fazla medya seçeneğinin olmasıdır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte kullanıcılara çok fazla içerik sunulması ve içerikler üzerinde kontrol gücü verilmesi kişiselleştirilmiş bilgi ortamları yaratmaktadır (Blekesaune ve diğerleri, 2012, s. 111). Bu kişiselleştirilmiş medya ortamında bireyler, uzak kalmak istediklerinde, haber türü içerikleri kolayca medya tüketimlerinin dışında bırakabilmektedir. Yapılan araştırmalara bakıldığında yeni iletişim teknolojilerinin habere erişim için kullanım oranların yıllar içinde artış gösterdiği de görülmektedir. Geleneksel medya ve yeni iletişim teknolojileri kullanıcıların bu ortamlara ayıracağı zaman ve maliyet açısından da bir rekabet halindedir (Tandoc & Johnson, 2016, s. 154). Bu rekabetin yeni iletişim teknolojilerinin daha baskın geldiği görülmektedir. Özellikle radyo ve gazete takip edenlerin oranına bakıldığında Türkiye'nin Avrupa genelinde en düşük oranlara sahip olduğu görülmektedir (Blekesaune ve diğerleri, 2012, s. 118). Bu durum haber konusunda, özellikle genç kullanıcılar üzerinde yapılan araştırmalarda yeni iletişim ortam ve teknolojilerinin yarattığı dönüşümü temel almayı zorunlu kılmaktadır. Bu araştırmada haberden kaçınmaya yönelik olarak beliren birçok temanın bahsi geçen dönüşümün de bir sonucu olduğu söylenebilir.

Haberden kaçınma eğilimi tüm yaş gruplarında gözlenmesi mümkündür. Ancak bu eğilim genç bireylerde çok daha yaygındır (Newman ve diğerleri, 2022, s. 43). Genç bireylerin haber tüketim alışkanlıklarının daha çok sosyal medya ya da arama motorlarıyla doğrudan habere yönelik olduğu görülmektedir (Newman ve diğerleri, 2022, s. 42). Yeni teknolojilerin sürekli dönüştürdüğü medya ortamı haber tüketim alışkanlıklarını da değiştirmektedir. Bu dönüşümün etkilerinden biri de haberden kaçınmaya neden olmasıdır (Karlsen, ve

diğerleri, 2020, s. 794). Bu ortamlarda genel ortalamanın üzerinde zaman geçiren ve “dijital yerliler” olarak tanımlanan genç bireylerin sözü edilen dönüşümden en fazla etkilenen kişiler olması normaldir.

Yöntem

Araştırmada veri toplamak için derinlemesine görüşmeler¹ gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış bir görüşme formu düzenlenmiştir. Görüşme soruları açık uçlu ve görüşmecilerin yanıtlarına göre başka soruların sorulabilmesine ve görüşmenin araştırmanın amaç ve sorularına göre daha da derinleştirilebilmesine olanak verecek şekilde tasarlanmıştır (Türnüklü, 2000, s. 547). Sorular literatürde haberden kaçınma davranışının nedenlerine yönelik bulgular çerçevesinde hazırlanmıştır. Haberden kaçınma davranışı ile ilgili ulusal ve uluslararası literatürde ortaya konan veriler çerçevesinde bir araştırma yürüterek konunun ayrıntılı bir betimlemesinin yapılması hedeflenmiştir. Nitel paradigma ve derinlemesine görüşme yöntemi böyle bir hedef için oldukça uygundur. Bu yöntemin kullanılmasıyla toplanan veriler çerçevesinde haberden kaçınma olgusu, insanların deneyimlerine ve düşüncelerine dayalı bir biçimde ortaya çıkan kavram ve temalarla, olduğu gibi aktarılabilecektir (Başkale, 2016, s. 26).

Görüşmeciler amaçlı örnekleme tekniği ile seçilmiştir. Çalışmada günlük haber takip etme alışkanlığı olmayan, haberle ilişkisi zayıf ve aktif olarak sosyal medya kullanan kişilerin görüş, düşünce ve deneyimlerine ihtiyaç duyulduğu için bu özellikleri sağlayan kişilere erişilmek istenmiştir. Görüşmeye katılanların seçilmesinde kartopu örnekleme tekniğine benzer bir seçim süreci takip edilmiştir. Nitel yöntem içinde gelişen amaçlı örnekleme seçme tekniklerinden olan kartopu tekniği “araştırmacının probleme ilişkin olarak zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların saptanmasında etkilidir” (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 120). Görüşmeciler 19-27 yaş aralığındaki 24 kişiden oluşmaktadır. Nitel araştırmalarda araştırmanın amacı, kapsamı, derinliği gibi çeşitli ölçütlere bağlı olarak geniş bir aralıkta değişen örnekleme büyüklükleri önerilmiştir (Baltacı, 2018, s. 261). Bu araştırmada erişilen görüşmeci sayısı literatürde önerilen sınırlar dâhilinde, çalışmayı yürütmek için yeterli görülmektedir. Görüşmeciler için bu yaş aralığının tercih edilmesi ise haberden kaçınma davranışının genellikle genç bireyler arasında daha yaygın olduğunu gösteren bulgulardır. Ayrıca yapılan araştırmalarda bireylerin haberle ilişkilerini genellikle gençlik yıllarında oluşturmaya başladıkları ifade edilmektedir (Mindich, 2005, s. 4). Görüşülen kişiler lisans ve yüksek lisans eğitimi almakta olan öğrencilerdir. 20 görüşmeci lisans, geriye kalan 4 görüşmeci yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Görüşmeye katılanların 13’ü kadın 11’i erkektir.

Görüşmecilerin ifadeleri literatürün işaret ettiği kavramlarla doğrudan ya da dolaylı biçimde ilgili olmalarına göre iki biçimde tasnif edilmiştir. Ancak ifadelerin kullanıcıların oranına dağılımlarında doğrudan ya da dolaylı olmalarına dikkat edilmeden bir oranlama yapılmıştır. Tüm ifadeler için ortak bir oran saptanmıştır. Bulgular kısmında başlıklar altında aktarılmış olan temalar en çok atıf yapılandan en az atıf yapılanına doğru sıralanmıştır. Görüşmecilerin konuşma süreci içindeki ifadeleri anlatım ve dil bilgisi bozukluklarını gidermek amacıyla, cümlenin anlamı değiştirilmeden, yalnızca biçimsel olarak değiştirilmiştir. Yapılan değişiklikler ilgili görüşmeciye gösterilmiş ve onayı alındıktan sonra kullanılmıştır.

Nitel araştırmaların en kompleks, hassas ve önemli aşamalarından biri toplanan verilerin analiz edilmesidir. Veri analizinin hassas olarak nitelendirilmesinin nedeni araştırmacının yorumlarının da bir şekilde analize dâhil olmasıdır. Bu nedenle araştırmacı yorumlama sürecinde dikkatli olmak zorundadır. Analiz sonuçları nicel ölçümlerden değil analitik yorumlamalardan oluşmaktadır. Bu nedenle araştırmada elde edilen bulguların tematik olarak sınıflandırılmasında teorik bilginin önemi büyüktür (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 240). Toplanan verilerin analizi ve anlamlı bulgulara dönüştürülmesi amacıyla tematik kodlama yapılmıştır. Buna göre; görüşmelerden elde edilen ifadeler, literatüre dayalı bazı kavram, başlık ya da temalara göre sınıflandırılmış ve araştırmanın cevap bulmak istediği soru bağlamında birbiriyle ilişkilendirilmiştir (Geray, 2006, s. 177).

Nitel araştırmalar daha çok tümevarımsal araştırmalardır (Neuman, 2008, s. 661). Tümevarımsal analiz, nitel araştırmanın doğasında var olan ve verilerin anlamlarını yorumlamak ve yapılandırmak için takip edilen akıl yürütme süreçlerini kapsamaktadır. Bu süreç; nitel araştırmanın en önemli ayırt edici özelliklerinden biridir (Thorne, 2000, s. 68). Ancak nitel araştırmalarda tümdengelimci yol izlenmesi de mümkündür. Araştırmacının konuya ilişkin öncül kategoriler oluşturabileceği bir kuramsal bilgi birikiminin mevcut olduğu durumlarda, tümdengelim uygun bir yaklaşım olabilir. Ancak araştırmacı konuya ilişkin herhangi bir bilgiye sahip değilse ve kendi araştırması çerçevesinde konuya ilişkin bilgiye, temalara, temalar arası ilişkilere ulaşmayı amaçlıyorsa tümevarım daha uygun olacaktır (Ravindran, 2019, s. 41).

Bu araştırmada büyük oranda tümdengelimci yol izlenmiştir. Uluslararası literatürde haberden kaçınma davranışına ilişkin belli düzeyde bir literatür oluşmuştur. Ayrıca, dolaylı olarak, konuya ilişkin bulgular sunan birçok çalışma mevcuttur. Bu durumda konuya ilişkin hazır temalardan yola çıkarak görüşme soruları oluşturmak ve cevapları bu şablona göre kategorize etmek mümkün olmuştur. Ancak literatürde rastlanmayan bazı bulgular da mevcuttur. Bunlar da çalışmanın bulgular arasında sunulmuştur. Daha çok tümevarımsal bir yaklaşım olarak değerlendirilebilecek bu durum analiz sürecini karma bir yapıya büründürmektedir. Straus ve Corbin (1990), tümdengelimci ve tümevarımsal analiz yaklaşımlarının bir arada kullanılabilmesi için bir kodlama süreci önermektedir (akt. Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 243).

Bulgular

Bulgular bölümünde öncelikle görüşmecilerin haberle ilişkileri, haber tüketme biçimleri ve alışkanlıkları üzerinde durulacaktır. Görüşmeciler hali hazırda haberle arasında mesafe olan kişilerden seçilmiştir ancak bu haberle hiçbir ilişkilerinin olmadığı anlamına gelmemektedir. Haberle ilişkileri, düzensiz ve genellikle pasif tüketim ya da maruz kalma şeklinde tanımlanabilir. Sosyal medyada geçirdikleri zamanın genellikle ülke ortalamalarının üzerinde olan görüşmecilerin, bir şekilde haberlerle karşılaşmamaları oldukça zordur. Ancak bu durumda bile gündemdeki önemli gelişmeler hakkında yüzeysel bilgiye sahip oldukları gözlenmiştir. Hatta bazı görüşmeciler görüşme anından çok kısa süre önce gerçekleşmiş önemli gelişmeler hakkında dahi bilgi sahibi değildir. İlgilerini çeken en son haberin ne olduğu sorusuna, görüşmecilerin büyük bir bölümü spesifik bir örnek vermek yerine; kadın cinayetleri, Ukrayna-Rusya savaşı, ekonomi gibi genel başlıklar ile yanıt vermiştir.

Katılımcılar demografik açıdan birbirlerine yakın konumlanmaktadır. Görüşmecilerin eğitim durumu, yaş, gelir gibi değişkenler açısından birbirine yakın kişilerden oluşması nedeniyle, haberden kaçınma davranışı ile demografik etki arasındaki ilişki üzerinde durulmamıştır. En belirgin farklılık kadın ve erkek ayrışmasıdır. Verilen cevaplar haberden kaçınma bağlamında cinsiyete bağlı, anlamlı bir farklılık ortaya koymaktadır. Haberden kaçınma davranışına kadın görüşmecilerin daha yatkın olduğu görülmektedir. Erkek görüşmecilerin ise habere daha az güven duyduğu yönünde bir farklılaşma söz konusudur. Literatürde kadınların haberlere daha az ilgili olduğu yönünde genel bir eğilim söz konusudur. Bu eğilimin politik içeriklerden dolayı haberden kaçınma davranışına dönüştüğü söylenmektedir (Toff & Palmer, 2019, s. 1564). Diğer taraftan, bu çerçevede yapılan birçok araştırma yaş, eğitim, cinsiyet gibi özellikler açısından yaptıkları değerlendirmelerde, birbirlerinin tamamen aksi bulgulara ulaşmıştır (Tsftati & Ariely, 2014, s. 762). Literatürde demografik veriler açısından farklı sonuçlara ulaşılmış olması, bu değişkenlerin haberden kaçınma davranışı üzerindeki etkisinin net olmadığını göstermektedir.

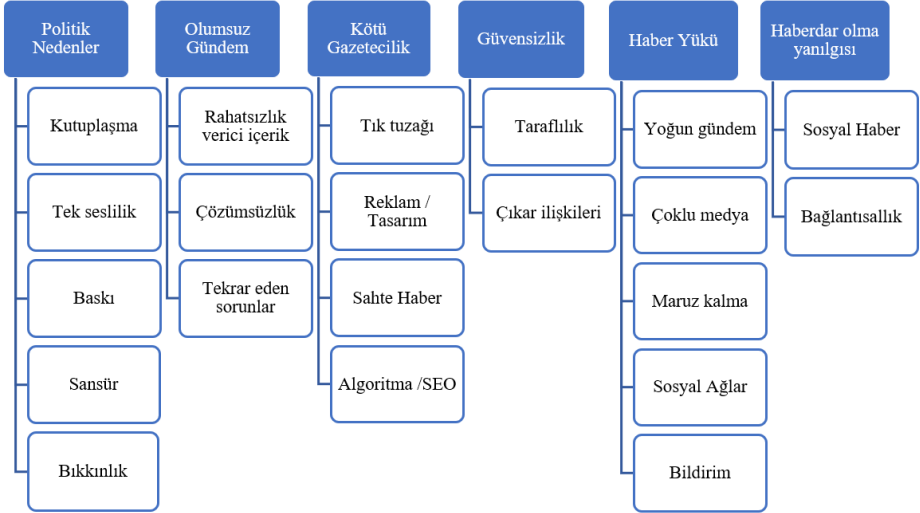
Görüşmecilerin tamamına yakını (24/21) gazete satın almadığını, yarısından fazlası da (24/15) televizyonda haber bülteni izlemediğini ifade etmiştir. RTÜK (2022), tarafından yapılan bir araştırma göre, Türkiye televizyon izleme alışkanlığının hala güçlü olduğu bir ülkedir. Bu nedenle habere televizyon aracılığı ile maruz kalmak olasıdır. Görüşmeye katılanların hepsinin mobil telefonu ve internet bağlantısı mevcuttur. Görüşmecilerin haberle olan ilişkileri genel olarak dijital mecralarla sınırlanmaktadır. Yapılan bir araştırma, habere erişim için sosyal medya kullanma ile habere olan güven arasında negatif bir korelasyon olduğunu ortaya koymuştur (Park ve diğerleri, 2020, s. 91). Habere karşı güvensizlik ve haberden kaçınma davranışı arasındaki ilişki göz önüne alındığında, görüşmecilerin davranışları ve medya kullanma alışkanlıkları arasında bir tutarlılık olduğu söylenebilir.

Araştırmada belirlenen tema ve alt temaların büyük bir bölümü literatür-

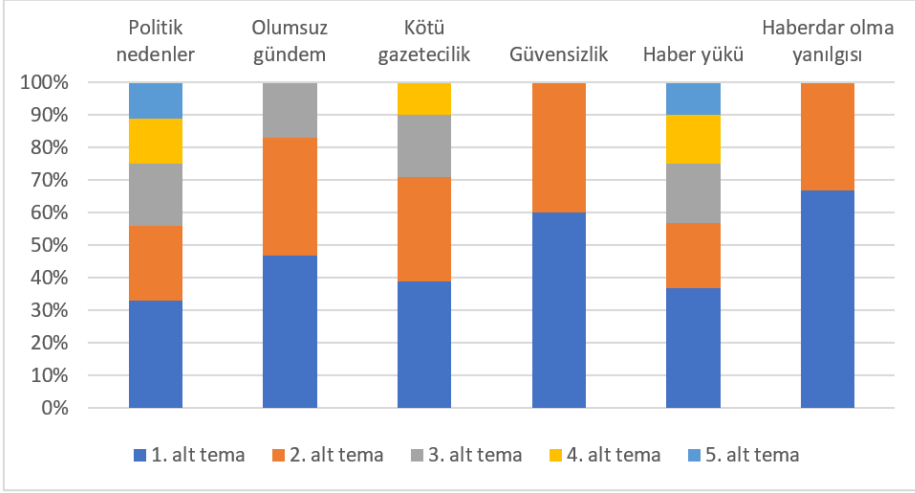
de işaret edilen faktörlerden meydana gelmektedir. Politik nedenler, olumsuz gündem, kötü gazetecilik, güvensizlik, haber yükü, haberdar olma yanılgısı kavramları başka çalışmalarda da haberden kaçınma davranışını ortaya çıkaran faktörler olarak ortaya konmuştur. Bunlara ek olarak görüşmecilerde genel bir ilgisizlik hali gözlenmiştir. Ortaya çıkan faktörler ve alt faktörler *Şekil 1*'de gösterilmiştir. Temalar sırayla başlıklar altında açıklanmıştır. Literatürde temalara ilişkin bulgular ve bu çalışmada görüşmecilerin temalara ilişkin ifadeleri bir arada aktarılmaktadır.

Daha önce de ifade edildiği gibi literatürde çeşitli çalışmalarda ortaya konan bulgulardan hareketle görüşmeler yapılmış ve veriler analiz edilmiştir. Ancak literatürde haberlerin olumsuz içeriği, haberciliğe güvenin azalması, çözümsüz hissetme gibi faktörler ön plana çıkmaktadır (Skovsgaard & Andersen, 2020). Bu çalışmada ise en belirgin faktör "politik nedenler" olarak çıkmıştır. Diğer belirgin faktör "olumsuz gündem" olmuştur. Politik nedenlerin altında yer alan "kutuplaşma" ise en çok atıf yapılan alt temadır. Kötü gazetecilik olarak tanımlanabilecek çeşitli uygulamalara literatürde değinilmektedir. Ancak kutuplaşmaya çok atıf yapılmamıştır. Görüşmecilerin alt temalara karşılık gelen atıflarının ana temalara oransal dağılımı *Şekil 2*'de verilmiştir. *Şekil 1*'de yer alan temalar ve alt temaları en yüksek atıf alandan en düşüğe doğru sıralanmıştır. *Şekil 2* bu oranlara göre oluşturulmuştur. Haber dışı ilgisizlik temasının herhangi bir alt teması olmadığı için grafikte yer almamaktadır.

Şekil 1. Haberden kaçınma davranışına ilişkin beliren tema ve alt temalar.



Şekil 2. Alt temaların ana temalar içinde oransal dağılımı.



Politik nedenler: 'Havuz medyası'

Türkiye'de kutuplaşma tartışmaları uzunca bir süredir gündemdedir. Politik kutuplaşma hemen her toplumda belli ölçülerde mevcuttur. Kutuplaşmanın toplumsal hayatın işleyişini olumsuz etkileyecek düzeyde derinleşmesi ise, önemli bir problemdir. Bu nedenle insanlar kutuplaşmış bir toplumun üyesi olmaktan rahatsızlık duyabilirler. Türkiye'de özellikle haber medyasının da bu politik kutuplaşmanın bir parçası olduğu açıkça görülmektedir. Tarafsızlık bir gazetecilik ölçütü olarak kabul ediliyor olsa da tarafsız haber üretimi de tartışmalı bir konudur. Donnabach'a göre (2004); haber değerleri gazetecinin özne yargılarını içermektedir ve bu nedenle nesnellik mümkün değildir. Ancak taraf olunan görüş, inanç, ideoloji, haber üretiminde temel belirleyici olduğu takdirde, bu bakış açısını benimsemeyen kişilerde bir kaçınmaya neden olabilecektir (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 464). Türkiye'de medya ve habercilik kutuplaşma olgusunu hem beslemekte hem de bu olgudan etkilenmektedir. Bir görüşmeci kutuplaşmada haberciliğin de etkili olduğunu ve yalnızca siyasi konuları değil toplumsal birçok konuyu etkisi altına alan bir etken olduğunu şöyle ifade etmiştir;

Tamam siyaset konusunda insanların ayrışması, kutuplaşması belki normal ama market fiyatlarından tutun, yani bir çevre sorununda bile insanlar arasında kutuplaşma var. Köpekler, kediler, yani eğlence... Her şey... Bu kutuplaşmanın en büyük sebeplerinden biri yapılan haberler bence. Haberler kendi kitlelerini etkileyebilmek için haberi taraflı olarak veriyor.

Türkiye'de basın özgürlüğü geçmişten beri tartışmalara konu olmuştur. Ancak özellikle son yıllarda, tek parti hükümetlerinin medyayla ilişkisi bağlamında, baskı ve sansür algısı oldukça yaygındır. Türkiye kimi uluslararası örgütlerin değerlendirmelerine göre de basının özgür olmadığı ülkeler arasında

gösterilmektedir (Kamer, 2022). Terör, darbe girişimi, halk protestoları gibi önemli toplumsal olayların da etkisiyle bu sansür ve baskı ortamının daha somut biçimde hissedilir olduğu söylenebilir (Yanardağlıoğlu, 2021, s. 151). Katılımcıların yarıdan fazlası haberlerin bağımsız ve basın özgürlüğü kapsamında üretilmediğini düşünmektedir. Kendilerine Türkiye’de haberciliği/gazeteciliği nasıl değerlendirdiklerine dair sorular sorulduğunda en önce verilen cevaplar politik baskının gazetecilik üzerindeki etkisine dönük olmuştur. Reuters (2022, s. 108) tarafından yapılan araştırmada Türkiye’den katılımcıların %77’si gazeteciliğin politik etki altında olduğunu ifade etmiştir. Politik etki ya da belli bir siyasi görüşe paralel olarak habercilik yapmanın, okurlar üzerinde güven kaybına neden olduğu ve haberden uzaklaşma eğilimi yarattığına yönelik bulgular mevcuttur (Meer ve diğerleri, 2022). Çeşitli çevrelerce “havuz medyası” olarak adlandırılan ve medya ile siyaset arasındaki ilişkiye dolaylı olarak birçok gönderme yapılmıştır. Bir görüşmeci ise tarafsızlık bağlamında doğrudan “havuz medyası” tanımlamasını kullanmıştır;

Aslında benim haberden uzak kalmayı tercih etme nedenim biraz da bu. Doğru habercilik yapıldığını düşünmüyorum. İzlediğimde sinirlerimi bozan bir tarafsızlık var. İşte yandaş medya deniyor... Gerçi hepsi yandaş da bir de havuz medyası var ya...

Politik neden olarak değerlendirilebilecek bir diğer faktör ise ülkenin genel siyasi durumuyla kesişmektedir. Görüşmeye katılan insanların tamamı çocukluk yaşlarından itibaren aynı siyasi partinin iktidarda olduğu bir politik gündeme maruz kalmaktadır. Her ne kadar ülke gündemi yoğun ve değişken olsa da benzer siyasi figürlerin benzer söylemlerine birçok ortamda birden maruz kalmak bir “bıkkınlık” hissi yaratmış gibi görünmektedir;

Bir skeç vardı televizyonda. Orda eşin burada eşin, her yerde eşin diye... aklıma onu getirdi soru. Televizyonda o, gazetede o, radyoda o, sosyal medyada o... başka şeyler duymak görmek istiyoruz galiba. Sıkıldık aynı muhabbetlerden.

Yapılan görüşmelerden ortaya çıkan sonuçlardan biri de görüşmecilerinin büyük bir çoğunluğunun politik ilgisinin düşük olarak belirmesidir. Politikaya ilgi duymayan özellikle genç bireylerin haberden kaçınma davranışı gösterdiğine yönelik bulgular mevcuttur (Palmer & Toff, 2020; Edgerly, 2021). Siyasi konularla ilgili haber ihtiyaçlarının düşük olması, genel anlamda habere olan ilgileri üzerinde olumsuz bir etki yaratmış olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Özellikle Türkiye gibi politik gündemin çok baskın olduğu bir ülkede veya sosyal medya gibi, politika dışı konuların dahi politik bağlamlar içinde tartışıldığı, kutuplaşmış ortamlarda politik ilginliğin düşük olması, genel olarak habere karşı bir mesafe oluşturabilir. Yapılan bir araştırma politik ilginliği yüksek olan kişilerin haberlere duydukları güvenin daha yüksek olduğunu göstermektedir (Tsftati & Ariely, 2014, s. 775). Politik konularla ilgilenen kişilerin haberle arasına mesafe koymasının mantıksal bir geçerliliği yoktur. Tersinden bakıldığında politik konulara ilgisi olmayan insanların haberden uzaklaşması da anlaşılabilir bir gerektir.

Olumsuz gündem: 'Serbest bırakıldı'

Gazetecilikte "iyi haber, kötü haberdır" şeklinde bir deyiş vardır. Burada kast edilen kötü haber, meydana gelen olumsuz gelişmelerdir. Ekonomik kriz, doğal afet, savaş, kaza, cinayet gibi olayların haber değeri her zaman yüksek olmuştur. İnsanlar doğaları gereği çevrelerinde olan olumsuz gelişmelerden haberdar olmaya daha eğilimlidir. Bu nedenle özellikle ana akım habercilik, genellikle bu türden olumsuzluklara odaklanmaktadır (Soroka, 2014'ten akt., Overgaard, 2021, s. 1876). Görüşmeciler de; ekonomik kriz, üçüncü sayfa haberleri, göçmen krizi, pandemi, Rusya Ukrayna savaşı, gibi gündemleri, haberdan uzaklaşmak için önemli gerekçeler arasında göstermişlerdir. İzleyicilerin haberlerde negatif mesajlara maruz kalmasının, medyaya olan güveni düşürdüğü ileri sürülmektedir (Tsfati & Ariely, 2014, s. 763).

Haberler insanın psikolojisini bozuyor. Üç yıldır televizyonda haber izlemiyorum. Arada (haber sitesi ismi veriyor) giriyorum genel gündeme bir bakıyorum yeterli oluyor.

Alıntılanan bu görüşmeci ifadesi olumsuz gündemin haberdan kaçınmak için yeterli bir gerekçe olduğunu göstermektedir. Bir diğer görüşmeci özellikle sosyal medyaya sıklıkla yayınlanan kaçak göçmen görüntülerini izlemekten kaçındığını belirtmektedir. Bu durum hem olumsuz gündem hem haber yoğunluğu hem politika hem de sosyal medya gibi tema başlıklarının birçoğuyla keşim göstermektedir.

Mesela kaçak göçmen haberleri modumu düşürüyor. Bu konuda bir video, bir link ne biliyim bir haber gördüğümde kesinlikle bakmak istemiyorum çünkü canım sıkılıyor. O koşarak sınırdan girenler, kamyonlardan şehirlere dağılanlar falan, kadınları, çocukları telefona çekenler... Bunları izlediğimde ciddi moralim bozuluyor.

Olumsuz gündemin bir diğer alt teması 'rahatsızlık veren içerik' olarak belirmektedir. Burada haber içeriklerinin yarattığı rahatsızlığın, doğrudan haberdan uzaklaşmaya neden olması söz konusudur (Ytre-Arne & Moe, 2021, s. 1743). Şiddet gören bir kadın, zehirlenmiş bir köpek, savaş mağdurları veya ölümcül hastalığı olan bebek gibi örnekler verilmiştir. Bir görüşmeci özellikle kadına yönelik şiddet haberlerinin yıllardır devam ettiğini ancak olumlu bir değişim yerine yıllar içinde olumsuz haberlerin daha da arttığı yönünde algısını dile getirmiştir;

Hayır bir de haberin sonunda ifadesi alındı serbest bırakıldı diyor. Ya da cinayeti işlemeden önce de şiddet uygulamış ama serbest bırakılmış. Biz de bunları haberlerde duydukça sınırdan kuduruyoruz.

Çözülemeyen problemler, başkalarının acıları karşısında yoğun empati duygusu psikolojik faktörler de haberdan uzaklaşmak için önemli gerekçeler olarak gösterilmiştir. Bir diğer gerekçe haberde korku unsurunun yoğun olarak kullanılmasıdır. Bu durum özellikle pandemi sürecinde sıklıkla haberlere yansımıştır (Kormelink & Gunnewiek, 2022, s. 672). Bir görüşmeci bu tür haberlerle ilgili en yoğun rahatsızlığı Covid-19 pandemisi döneminde yaşadığını şöyle dile getirmiştir;

Bazen evde ailemle televizyon izlerken çıkıyordum... hastanede yerlerde yatan insanlar, nefes alamayanlar... Kalkıp çıkıyordum odadan. Babam kalp hastası. İki ameliyat geçirdi. Şu an geçti de o dönem bu haberler yüzünden çok korkuyordum.

Haberlerin olayları aktarırken kullandığı fotoğraf ya da videolar da en az haberin konusu kadar etkilidir. Bu kullanılan görseller rahatsız edici bir içerikteyse genellikle uyarıyla birlikte yayınlanır. Ancak çoğu zaman herhangi bir uyarı verilmeden yayınlandığı görülebilmektedir. Bir görüşmeci televizyonda zehirlenmiş bir köpeğin can çekişmesinin, uyarı ya da sansüre gerek duymadan dakikalarca yayınlandığını ifade etmiştir. Birçok kişi bu tür görüntülerden rahatsız olmakta ve haberden uzaklaşmaktadır. Bu tür görüntü ve içerikler haberden kaçınma davranışının en yaygın nedenleri arasındadır (Newman vd., 2017, s. 40). Felaket kaydırması (*Doomscrolling*) olarak adlandırılmış bir medya kullanma biçimi de olumsuz gündeme maruz kalma ve haberden kaçınma davranışını ilişkilendirmektedir. Kıyamet kaydırmasındaki kıyamet ifadesi kötü veya olumsuz içerikleri kaydırma ise cep telefonlarından sosyal medya gibi ortamlarda içerik tüketmeyi tanımlamaktadır. Yapılan araştırmada Covid-19 salgınında en yoğun haber takip eden kişilerin dahi olumsuz gündeme ara vermek için haberden kaçındığını göstermiştir (Ytre-Arne & Moe, 2021).

Kötü gazetecilik: 'Reklamlardan habere erişemiyorum ki!'

Birçok araştırma özellikle 2000'li yılların ortalarından itibaren haber tüketiminin çevrimiçi platformlara kaydığını göstermiştir. Bugün de aynı durum söz konusudur. Geleneksel medyanın yaşadığı güven krizi, insanların bu mecralarca verilen haberlere güvenmemesi, farklı kaynak arayışlarına neden olmuştur. Bu da dijital mecraların yükselişine geleneksel medyanın ise ticari olarak zayıflamasına neden olmuştur (Tsftati & Ariely, 2014, s. 761). Bu durum geleneksel haber mecralarının da dijital platformlara taşınmasını hızlandırmıştır. Dijital mecralarda habercilik yapılabilmesi, geleneksel medyaya göre çok daha düşük maliyetlidir. Bu da reklam gelirleri açısından rekabeti artırmıştır. Ek olarak *Google*, *Facebook* gibi devasa şirketlerin de haber yayıncılığı yapmaları rekabeti daha da sertleştirmektedir. Bu rekabet ortamında okurları kendi sitelerine yönlendirmek ve mümkün olan en uzun süre sitede tutmak için tartışmalı ve çoğunlukla gazetecilik ahlakıyla bağdaşmayan uygulamalara yönelmektedir. Çoğu haber kurumu "sitenin trafiğini artırmak, müşteri sadakati yaratmak ya da ve harcanan zamanı artırmak için oyunlaştırma, algoritmik ve otomatik öneriler ve kişiselleştirilmiş kullanıcı deneyimlerini" kullanmaktadır (Syvertsen, 2020, s. 37). Tık tuzağı gibi ilgi çekici başlıklarla kullanıcıları siteye çekmek en yaygın uygulamalardandır. Bu medya deneyimi "ilgi ekonomisi" kavramı ile açıklanmakta ve "yapışkan" medya olarak adlandırılmaktadır (Ytre-Arne & Moe, 2021, s. 1742). Elde edecekleri gelirin kullanıcı ilgisiyle paralel olduğu bir medya sisteminde habercilik deneyiminin de kullanıcılar açısından olumsuz olması normaldir.

Sahte haberlerin, haberden kaçınma davranışını belirleyen bir alt tema

olarak ortaya çıkması da beklendik bir durumdur. Sahte haberin gazeteciliğin güvenilirliğini sarstığı ve gazetecilik için önemli bir sorun olduğu bilinmektedir (Tandoc Jr., ve diğerleri, 2019, s. 674). Çalışmada haber olarak değerlendirilen enformasyon formu, profesyonel habercilik kapsamında üretilendir. Ancak güncel olanaklar mesleği gazetecilik olmayan kişilerin de haber üretim süreçlerine dâhil olabilmelerini sağlamıştır. Enformasyon üretimindeki artışa benzer biçimde haber üretiminde de büyük bir artış söz konusudur. Bu da çağın önemli sorunlarından bilgi bozukluklarının (Wardle & Derakhshan, 2017), haberleri de etkilemesine neden olmuştur. Bu durum da haberin ve gazeteciliğin değer yitirmesiyle sonuçlanmıştır (Salman, 2022, s. 140). Ayrıca sahte haberlerin yayılmasında dijital medya kullanıcıları kadar geleneksel medyanın da payı olduğuna dair araştırmalar vardır (Tsfati, ve diğerleri, 2020). Bu noktada görüşmecilerin sahte haberlerin yarattığı etkilerden ötürü genel anlamda habere karşı negatif bir tepki göstermeleri anlaşılabilir. Sahte haberle ilgili bir değerlendirme de gazete ve haberlerin yaptığı haber formundaki reklamlara yönelik olmuştur. Görüşmeci birkaç kere haber okuduğunu zannederken reklam aslında bir reklamı okumakta olduğunu fark ettiğini ifade etmiştir. Bu kötü gazetecilik olarak tanımlanabilecek uygulamalardan biridir ve özellikle son yıllarda sıklıkla yapılmaktadır. Ayrıca bu türden uygulamalar sahte haber sınıflandırmaları içinde de yer almaktadır (Tandoc, 2018, s. 142).

Kötü gazetecilik bununla sınırlı değildir. Haber siteleri reklam verenlerin ilgisini çekebilmek için kullanıcıların bir sitede geçirdiği zamanı ve siteyle etkileşimini de göz önüne almaktadır. Haber siteleri de bu zamanı ve etkileşimi artırmak için sürekli kayan sayfa tasarımları, galeri haberler, haber önerileri gibi unsurları kullanmaktadır. Ayrıca internet şirketleri tarafından kullanılan algoritmalar da kullanıcılara çeşitli haberler önermektedir. Bu da kullanıcıların karşılıklarına ilgilerini çekecekleri varsayılan haberlerin sürekli olarak çıkması anlamına gelmektedir. Görüşmecilerden biri bu durumu haber sitelerinin 'agresif arama politikalarıyla' ifade etmektedir:

Daha yeni bir marketin kapanma saatini aradım internette Sabah, Hürriyet falan çıktı aramalarda. Market kapanma saati ne alaka gazeteyle? Bu haber olabilir mi?

Arama motoru optimizasyonu (*search engine optimization*) yaparak, arama sonuçlarında üst sıralarda çıkmayı hedefleyen haber siteleri en sık aratılan anahtar kelimeleri kullanarak kullanıcılarını kendi sitelerine yönlendirmeyi hedeflemektedir. Bu durum da yapılan çoğu aramada kullanıcıların haber siteleriyle karşılaşmasına neden olmaktadır.

Yine rekabetçi ortamın ve ilgi ekonomisinin bir sonucu olan 'kötü gazetecilik' ise reklamların haber sitelerinde sunulmuş biçimidir. En sık ziyaret edilen haber sitelerinden en küçük sitelere kadar sayfa içlerine oldukça yoğun bir biçimde reklam yerleştirilmektedir. Bu durum yalnızca habere erişim açısından değil, haberin güvenilirliği açısından da olumsuz etki yaratmaktadır (Molyneux & Coddington, 2020, s. 430). Bir görüşmeci bu sorunu video haber izlemek isterken yaşadığı deneyimi aktararak somutlaştırmıştır;

Bazen bir haber linki düşüyor. İzleyeyim diye tıklıyorum. Yine tıkladım bir tane. Başına geleceği de biliyorum ama gerçekten ilgimi çekti. Bir reklam iki reklam... Atlanmıyor da reklamlar, 40 saniye 1 dakika reklam peş peşe... Eeh! deyip kapattım. Reklam izlemekten habere erişemiyorum ki...

Güvensizlik: 'Haber YouTube'dan izliyorum'

Görüşmeciler arasında habere karşı genel anlamda bir güvensizlik söz konusudur. Aslında güvensizlik haberden kaçınmak için bir faktör olmaktan öte, haberden kaçınma davranışına neden olan tüm faktörlerin ortaya çıkardığı bir sonuç olarak görünmektedir. Ancak görüşmecilerin ifadelerinden hareketle; habere karşı olan güvensizliğin bir ön yargıya dönüştüğü; bunun da haberden kaçınma davranışına neden olduğu yorumu yapılabilir. Alıntılanan şu ifade durumu daha net açıklamaktadır;

Benim için haber demek yalan demek, taraflılık demek, çarpıtmak demek... Habere ihtiyaç duyuyor muyum? Bu nedenle duymuyorum. Bir haber görünce de şüpheyle yaklaşıyorum. Hatay'da orman yangını olduğunda ben oradaydım, hemen bizim mahallenin üst tarafında oldu. Ben kendim gözümle gördüğüm şeyler, akşam haberlerde farklı anlatıldı (detaylandırıyor). Şimdi ben kendim bunu yaşadıkten sonra, kim bilir diğer haberleri nasıl veriyorlar diyorum.

Gazetecilik güven kavramıyla yüksek düzeyde ilişkili bir meslektir. Bu ilişki güvensizlik oluşumunu hassas bir dengede konumlandırmaktadır. İnsanların habere ve gazetecilere ilişkin güveni çok kolay kaybolabilmektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi güvensizlik haberden uzaklaştıran tüm faktörlerin bir sonucudur da aynı zamanda. Bu çalışmada da değinilen; sahte haber ve siyaset güdümlü propaganda bu faktörlerden bazılarıdır. Yine bu çalışmada 'kötü gazetecilik' temasıyla ilişkili olarak; haber kisvesi altında sunulan reklamlar ya da halkla ilişkiler, uydurma ya da abartılı haberler, parodi ya da hiciv haberler, özellikle dijital içerikler üzerinde kolayca yapılabilen manipülasyon gibi faktörler, geçmişten bu yana çok da yüksek olmayan güven düzeyinin daha da düşmesine neden olmaktadır (Park vd., 2020, s. 85). Bunlar ve diğer faktörlerin ortaya çıkmasına veya etkilerinin artmasına neden olan durum ise 'sosyal haber' olarak nitelendirilmektedir. Sosyal haber haberin sosyal medya platformları aracılığı ile tüketilmesi olarak tanımlanabilir.

Özellikle dijital ortamlarda yayınlanan haberlere karşı genel olarak bir güvensizlik ve şüphe duyulması söz konusudur (Park ve diğerleri, 2020, s. 84). Türkiye'de yapılmış bir çalışmada da benzer biçimde sosyal medya haber kaynağı olarak en az güvenilen ortam olarak belirlemiştir (Ünal ve diğerleri, 2022, s. 346). Bu mecraların 2000'li yıllardan sonra yükselmeleri internette yeni tekelleşmeler meydana getirmiştir. *Facebook*, *Google*, *Microsoft* gibi büyük şirketler internet ve sosyal medya alanında belirleyici konuma gelmiştir. Bu da özgürlük ve enformasyonun demokratikleşmesi vaatleriyle ortaya çıkan mecraların giderek geleneksel medyaya benzemesine neden olmuştur (Flew, 2019, s. 10). Geleneksel medyanın görece kontrol edilebilir ve yasal düzenle-

melerle belirlenen sınırlarından büyük ölçüde muaf olan bu mecralarda haberin bir probleme dönüşmesi de sürpriz değildir. Habere erişimin kolaylaştığı ve haber kaynaklarının arttığı ölçüde, haberden kaçınma davranışının da arttığı görülmektedir (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 459). Bu şirketler tarafından kullanılan algoritmalar, enformasyon güvenilirliği bağlamında hala tartışılmaktadır.

Haberlerin sunumunda yoğun bir taraflılık ve çıkar ilişkilerinin olduğunu düşünen ve bu nedenle haberlere karşı güvensizlik hissettiğini ifade eden görüşmecilere, hangi kaynağını güvenilir olarak değerlendirdikleri sorulduğunda, genel olarak haber araçlarını, popüler bilim insanlarını ve uzmanları işaret ettikleri görülmektedir. Görüşmecilerden birinin ifadesi şu şekildedir;

Herkesin tarafı belli. Ama önemli olan bilgiyi nasıl verdiği. Ben de haberi doğrudan izlemek yerine YouTube'dan Cüneyt Özdemir'i izliyorum. O da belki bir taraftır ama en azından izlemesi zevkli oluyor.

Haber araçları olarak adlandırılan kişiler haber ile okur arasında bir köprü kurmaktadır. Bu kişiler gazeteci, uzman, sosyal medya fenomeni, aktivist olabilmektedir. Ancak hepsinin ortak yönü, gelişmeleri, hitap ettikleri kitle için, kendi bakış açılarıyla yorumlamalarıdır. İnsanlar bu araçların olayları yorumlama biçimlerinden memnun oldukları için onları takip etmektedir. Bu durum, aslında habere olan mesafenin profesyonel habercilikle ilintili olabileceğini göstermektedir. Haberi farklı biçimlerde sunan ve aslen çoğu gazeteci olmayan kişilerin insanlara ulaşabilmesi, bunu göstermektedir.

Haber yükü: 'Haberdan bıktım'

Enformasyon yükü özellikle dijital medya ile birlikte yoğun bir biçimde hissedilen ve tartışılan bir olgudur. İnternet ve sosyal medyanın yarattığı bağlantısallık, mobil teknolojilerle bir araya gelince her an her yerde diğerlerine bağlı bir topluluğun parçası haline gelmiştir. Aktif olarak internet ya da sosyal medya kullananlar sürekli bir bilgi akışına maruz kalmaktadır. Enformasyon yüküne benzer biçimde bir haber akışı da söz konusudur. Kullanıcılar yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı enformasyon yükünü azaltmak için stratejik olarak haberden kaçınmayı tercih edebilmektedir (Song ve diğerleri, 2017). Geleneksel medyadan alışık olunan belirli zaman aralıklarında erişilebilen haberler artık anlık olarak okurlara iletilmektedir. Haber akışı hiç kesilmemektedir. Daha önce sözü edilen rekabetin de etkisiyle haber kuruluşları mümkün olduğunca çok kişiye ilk ulaşan olmak için yarışmaktadır. Bu kötü gazeteciliğin de altında yatan faktörlerden biridir. Görüşmelerden elde edilen verilere göre sürekli gelen bildirimler, sosyal medyada sürekli habere maruz kalmak, çevreden gelen haber linkleri gibi faktörler habere karşı bir bıkmaya hissi yarattığı gözlenmiştir. Bu durum haber yükü kavramıyla tanımlanmaktadır. Bir araştırmada haber yükünün, haberden kaçınma davranışına neden olduğu ortaya konmuştur (Goyanes ve diğerleri, 2021, s. 12).

Bir diğer faktör dijital ortamın çok fazla seçenek sunuyor olmasının yarattığı etkidir. Bu ortam çok seçenekli medya olarak tanımlanmaktadır (Karlsen ve diğerleri, 2020, s. 795). Araştırmalar çok seçenekli medya ortamının bir bilgi direnci yarattığını söylemektedir. Artan medya arzıyla birlikte bilgi kirliliğinin ve yanlış bilginin de artmasıyla, insanlar, içerikler arasından tercih ettiklerine maruz kalıp, diğerlerinden uzaklaşmaktadır (Strömbäck ve diğerleri, 2022, s. 50). Çok seçenekli medya ortamının her gün saatlerce oyalanabilecek içerik sunuyor olması da haberden kaçınmak için bir etken olmaktadır (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 465). Bir görüşmecinin “Ekran sürem yedi saatin üzerinde. En çok Instagram’da takılıyorum” ifadesi ve bir diğerinin “YouTube varken gazeteye ya da televizyona gerek kalmıyor” kalmıyor demesi benzer bir durumu ortaya koymaktadır. “Medya kullanımının, insanların ilgi alanları, tercihleri veya motivasyonları ile mevcut medya içeriğinin birleşiminden kaynaklandığına dair teorik varsayım” (Karlsen ve diğerleri, 2020, s. 794) göz önüne alındığında yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu sınırsız ve kişiselleştirilebilir içeriğin, haberden kasıtsız kaçınmaya neden olma ihtimali oldukça yüksektir. Bir görüşmecinin “haber takip edeceğime bir bölüm dizi izlemek bana daha mantıklı geliyor” ifadesi de çok seçenekli medya ortamının habere ilgiyi nasıl etkilediğini göstermektedir.

Haberdar olma yanılığı: “Haber bizi buluyor...”

Bilgilenme yanılması kişilerin yeterince bilginin kendilerine ulaştığı ya da ulaşması gereken önemli bir bilgi varsa mutlaka kendilerine ulaşacakları yönündeki yanlış inançlarına değinilmektedir. Görüşmecilerin bazılarının ifadeleri sahip oldukları bilgilenme yanılığı nedeniyle habere erişim için özel bir çaba harcamadıklarını göstermektedir. Bu yönde fikir beyan eden kişilerden bazılarının sosyal medya kullanım oranlarının diğerlerinden biraz daha fazla olduğu da görülmektedir. Bu yanılığı besleyen en önemli unsurun bilgiye erişim olanaklarını ve bilgi miktarını çok büyük oranlarda artıran bilişim teknolojileri olduğu söylenebilir. Özellikle sosyal medyanın bu konudaki etkisi büyüktür. Ancak sosyal medyadan erişilen haberin daha az bilgilendirici olduğu, bu haberlerin okuyucuların daha az ilgisini çektiği yönünde bulgular mevcuttur (Mitchell ve diğerleri, 2020). Sürekli erişilebilir olan mobil cihazlarla bireyler dış dünyayla kesintisiz bir iletişim halindedir. Bir görüşmecinin

Haberleri sosyal medyadan takip ediyorum. Sosyal medya bizim için hepsinin bir arada olduğu bir ortam olduğu için daha kolay takip etmek.

ifadesi, sosyal medyada geçirilen zaman boyunca karşılaşılan içeriklerin, bilgilenmek için yeterli olduğu algısına sahip olunduğunu göstermektedir. Benzer bir düşünce başka bir görüşmeci tarafından da dile getirilmiştir;

Ben sözlüğe (Ekşi Sözlük) bakıyorum. Orada açılmış başlıklardan gündemi takip edebilirsin. Zaten önemli bir şey olmuşsa mutlaka orada başlığı açılmış oluyor.

Sosyal medyada olmak kullanıcılarda önemli gelişmeler hakkında mutlaka

bir bildirim alacakları düşüncesini doğurmaktadır. Kullanıcılar internete bağlı oldukları için çaba harcamasalar da haberin bir şekilde kendilerine ulaşacağını varsaymaktadırlar (Zúñiga ve diğerleri, 2017, s. 108). Bu da dolaylı olarak bazı haberlerden kaçınma durumunu doğurmaktadır (Goyanes ve diğerleri, 2021, s. 16). Ancak haber yalnızca önemli ve “flash” gelişmelerden oluşmamaktadır. Sosyal medyada yoğun bilgi ve haber akışı içinde çoğu önemli gelişmenin gözden kaçması muhtemeldir. Bu bilgiler toplumsal düzeyde olabileceği gibi kişilerin kendi ihtiyaç duyacakları bilgileri de içeriyor olabilir.

Haberleri kendi sosyal ağlarından, sosyal çevrelerinden ya da belirli sanal mecralardan takip ettiğini ifade eden birkaç görüşmeciğin ifadelerinden anlaşıldığı kadarıyla haber gereksinimi geleneksel ya da dijital haber yayın mecralarına başvurmadan da karşılanabildiği algısı söz konusudur. Bu kısmen doğru olabilir. Ancak literatürde yankı odası etkisi olarak tanımlanan durumun gerçekleşmesi de oldukça yüksek ihtimaldir. Sosyal psikoloji kavramı olan “homofili” insanların kendilerine yakın hissettikleri ve kendileriyle benzer kişilerle ilişki içinde olmaya daha eğilimli olduğunu söylemektedir. Bu durum dijital mecralar için de geçerlidir. Haberin profesyonel haber kaynaklarından alınması da yankı odası etkisini bertaraf etmeye yeterli olmayabilir. Çünkü haber kaynakları da belli görüşler çerçevesinde yayın politikalarını belirleyebilmektedir. Ancak haber ekosistemi içine giren ve haber okuma alışkanlığı olan bir kişinin alternatif görüşlerle karşılaşması daha olasıdır. Haberi sosyal çevresinden edinen bir kişinin ise yankı odası etkisine maruz kalması daha yüksek bir ihtimaldir.

Haber dışı ilgisizlik

Bu başlık altında görüşmeler süresince gözlemlenmiş bir durumdan bahsedilecektir. Erişilebilen alanyazında rastlanmayan bu duruma göre görüşmelerde yalnızca habere yönelik değil genel bir ilgisizlik söz konusudur. Kitap, sinema, müzik gibi birçok başlıkta güncel gelişmelerden uzak oldukları zaman zaman ifadelerine yansımıştır. Bu durum görüşme yapılan kişilerin sosyo ekonomik durumları ya da yaşadıkları sosyal çevreyle ilişkili olabilir. Ancak bu genel ilgisizliğin yaşanılan topluma ilişkin gelişmelere de yansıyor olması muhtemeldir. Bu durumun özellikle psikoloji alanı içinde araştırılması yararlı sonuçlar ortaya koyabilir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmanın temel amacı haberden kaçınma davranışının nedenlerini anlamaya çalışmaktır. Bu nedenle veri toplamak için genellikle haberlerden uzak kalmayı tercih eden kişilerle görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın bulguları, literatürde sıralanan nedenlerden çok farklı değildir. Fakat bu araştırmada çok baskın biçimde dile getirilen politik nedenler ve kutuplaşma faktörleri uluslararası literatürde bu derece ön plana çıkmamaktadır. Bu da ülkenin genel politik gündeminden kaynaklanıyor olabilir. Görüşmeye katılan kişilerin tama-

mı, ilk çocukluk yıllarından bu yana aynı politik figürlere ve söylemlere maruz kalmaktadır. Ama yine de haberden kaçınmaya neden olan davranışların genel geçer olduğu söylenebilir. Araştırmanın ortaya koyduğu veriler nitel araştırmaların da doğası gereği bir genelleme amacı taşımamaktadır. Dolayısıyla araştırma, veri toplanan örneklem çerçevesinde, haberden genel anlamda kaçınıldığı yönünde bir sonuç ortaya koymamaktadır. Ulaşılan bulgular bizzat kendileri haberden kaçındıklarını ifade eden kişilerin, bu davranışlarını dayandırdıkları nedenlerden ibarettir. Dünya genelinde, özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında gençler; eğlence, giyinme, beslenme, iletişim gibi birçok açıdan benzerlik göstermektedir. Görünen o ki haber tüketim alışkanlıkları ve haberden kaçınma davranışları arasında da benzerlikler söz konusudur. Bu araştırmada da ortaya konan sorunların tamamı küresel ölçekte hissedilen ve akademi ya da akademi dışında tartışılan konulardır.

Gazetecilik mesleği uzunca bir süredir var olan ve varlığı özellikle demokratik toplumlar için elzem olan bir meslektir. Haberden kaçınma davranışı, demokratik toplum ideali için de bir sorundur (Goyanes ve diğerleri, 2021, s. 2). Haber bireyler için temel ihtiyaçlardandır. Ancak hem gazetecilik giderek güven kaybetmekte hem de insanlar habere olan ilgilerini yitirmekte ve başka bilgi kaynaklarına yönelmektedir. Bu sorunun üstesinden gelmek için haber ve gazetecilik üzerine yürütülen tartışmaların değerlendirilip, gazetecilik pratiklerine dönüştürülmesi gerekmektedir. Bu çalışma bağlamında sorun, haberin kendisidir. Haber değeri kavramı üzerinde yürütülen tartışmalara bakıldığında eski değerlerin güncellenmesi (Harcup & O'Neill, 2017) ve "kötü gazetecilik" uygulamalarının sonlandırılması, bu çalışmada ortaya konan sorunun çözümünde yararlı olacaktır.

İnsanların haber okuma alışkanlıklarını gençlik yıllarının başında edindikleri söylenmektedir. Bu nedenle gençlerde haber okuma alışkanlığının oluşması önemlidir. Ancak mevcut durum haber okuma alışkanlığı yaratmanın çok uzaktadır. Aksine gençleri haberden uzaklaştıran birçok faktör söz konusudur. Bu faktörlerin birçoğunun, dijital iletişim teknolojileriyle ilintili olduğu görülmektedir. Yapılması gereken gazetecilik mesleğinin saygınlığını artıracak ve özellikle gençlerin ilgisini tekrar habere yönlendirecek adımlar atılmasıdır. Bu adımlar medya sahipleri, ilgili sivil toplum örgütleri, meslek profesyonelleri, akademisyenler, politikacılar gibi geniş bir katılım gerektirmektedir.

Haberden kaçınma davranışının zaman zaman ve düzenli olmak üzere iki biçimde meydana geldiği gözlenmiştir. Düzenli olarak haberden kaçınan kişilerin bu davranışlarının nedenleri başka araştırmalarla ortaya çıkarılabilir. Zaman zaman haberden kaçınmanın nedenleri ise araştırmada da ortaya çıkan faktörlerdir. Bu faktörlerin büyük bir bölümü gazetecilik içinde ortadan kaldırılabilir faktörlerdir. Zaten akademik ve mesleki düzeyde bu faktörler tespit edilmiş ve ortadan kaldırmak ya da etkilerini azaltmak için yöntemler geliştirilmiştir. Bu mücadelenin yaygınlaştırılması ve bireylerin haberle olan ilişkilerini güçlendirmek gazetecilik çalışanları ve akademisyenleri için önemli bir görev olarak

görülmektedir.

Çözüm gazeteciliği ya da yapıcı gazetecilik bu bağlamda etkili gazetecilik yöntemleri olarak daha sık kullanılabilir. Bu tür gazetecilik pratiklerinin motivasyonları daha iyi bir gazetecilik yaparak, toplumun gelişmesi, kutuplaşmanın azalması ve habere karşı negatif algının değişmesi yönündedir (Aitamurto & Varma, 2018, s. 704). Haberlerin en azından bir kısmının, yalnızca sorunları değil sorunlarla birlikte çözümleri de içerecek, ya da çözüm yollarına yönelik öneriler ve örnekler sunacak şekilde biçimlendirilmesi, okuyucuları habere yaklaştırabilecek bir değişim yaratabilir. Negatif çerçevelemenin ve olumsuz gündemlerin insanlarda yarattığı olumsuz psikolojik etkilerle başa çıkmak için, haberlerin yapıcı bir biçimde çerçevelemesi, olumlu sonuçlar vermektedir (Overgaard, 2021, s. 1878). Bir diğer çözüm önerisi de yavaş gazeteciliktir. Yavaş gazetecilik özellikle haber yükü ve haber yorgunluğu nedeniyle haberden kaçınma davranışına yönelik bir çözüm olarak önerilmektedir (Skovsgaard & Andersen, 2020, s. 469). Yavaş gazetecilik haberin kalitesini artıracak, gazetecilik etiğiyle bağdaşan haberlerin üretilmesine yardımcı olacaktır.

Olumsuz gündemin haberden kaçında davranışı yaratması oldukça anlaşılır bir neden sonuç ilişkisidir. Ancak bazı görüşmecilerin ifadelerinde tamamen haberden uzaklaşmaktan farklı olarak, moral bozucu, negatif duygular uyandıran haberlerden kaçınıldığı da gözlenmiştir. Bu durum, haberden kaçma davranışının her zaman, tüm haberlere karşı bir mesafe almayı gerektirmediği şeklinde yorumlanabilir. Bazı haberleri seçerek, onlardan kaçınmak da söz konusu olabilmektedir. Bu konuda yapılacak araştırmalar, seçici kaçınma davranışının ne tür haberlere karşı daha yoğun gösterildiğini ortaya koyarak, bu tür haberlerin üretim ve yayın süreçlerinin yeniden gözden geçirilmesinde etkili olabilir. Görüşmecilerin haberden kasıtsız kaçınma davranışıyla tutarlı ifadeleri de olmuştur. Bu tür kaçınma davranışlarının önüne geçmek için belki gençlere yönelik, eğlence ve haberin bir arada olduğu içerikler oluşturulabilir (Skovsgaard & Andersen, 2020).

Kaynakça

- Aharoni, T., Kligler-Vilenchik, N., & Tenenboim-Weinblatt, K. (2020). "Be less of a slave to the news": A text-material perspective on news avoidance among young adults. *Journalism Studies*, 22(1), 42-59.
- Aitamurto, T., & Varma, A. (2018). The constructive role of journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 695-713.
- Aydın, G. (2017). Gazetelerin genç okurlara yönelik gerçekleştirdiği faaliyetler üzerine bir araştırma. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 8(15), 35-56.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemsirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.

- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Blekesaune, A., Elvestad, E., & Aalberg, T. (2012). Tuning out the world of news and current affairs-An empirical study of Europe's disconnected citizens. *European Sociological Review*, 28(1), 110-126.
- Creswell, J. W. (2015). *Karma yöntem araştırmaları: Tasarımı ve yönetilmesi*. Anı Yayıncılık.
- Donsbach, W. (2004). Psychology of news decisions Factors behind journalists' professional behavior. *Journalism*, 5(2), 131-157.
- Edgerly, S. (2021). The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism*, 23(9), 1828-1845.
- Flew, T. (2019). Digital communication, the crisis of trust, and the post-global. *Communication Research and Practice*, 5(1), 4-22.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK). (2022). *Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması 2022*. https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Kamuoyu/genclerin_medya_kullanimi_ve_dijital_okuryazarlik_arastirmasi_.pdf
- Geray, H. (2006). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle*. Siyasal Kitabevi.
- Goyanes, M., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2021). Antecedents of news avoidance: Competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and "news finds me" perception. *Digital Journalism*, 1-18.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Ünal, Y., Şencan, İ., & Kurbanoğlu, S. (2022). Gerçek ötesi dönemde Türkiye'deki lisans öğrencilerinin haber tüketim ve paylaşım davranışları. *Türk Kütüphaneciliği*, 36(3), 334-359.
- Kamer, H. (2022, 3 Mayıs). *Türkiye, basın özgürlüğü endeksinde 180 ülke arasında 149'uncu sırada yer aldı*. BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-61307115> adresinden erişilmiştir.
- Karlsen, R., Beyer, A., & Steen-Johnsen, K. (2020). Do high-choice media environments facilitate news avoidance? A longitudinal study 1997-2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 64(5), 794-814.
- Kormelink, G. T., & Gunnewiek, A. K. (2022). From "far away" to "shock" to "fatigue" to "back to normal": How young people experienced news during the first wave of the COVID-19 pandemic. *Journalism Studies*, 23(5-6), 669-686.
- Meer, V., Gla, T., Anne, C., Vliegthart, K., & Vliegthart, R. (2022). Do news media kill? How a biased news reality can overshadow real societal risks, the case of aviation and road traffic accidents. *Social Forces*, 101(1), 506-530.

- Mindich, D. T. (2005). *Tuned out: Why Americans under 40 don't follow the news*. Oxford University Press.
- Mitchell, A., Jurkowitz, M., Oliphant, B. J., & Shearer, E. (2020, 07 30). *Americans who mainly get their news on social media are less engaged, less knowledgeable*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/07/30/americans-who-mainly-get-their-news-on-social-media-are-less-engaged-less-knowledgeable/> adresinden erişilmiştir.
- Molyneux, L., & Coddington, M. (2020). Aggregation, clickbait and their effect on perceptions of journalistic credibility and quality. *Journalism Practice*, 14(4), 429-446.
- Neuman, L. W. (2008). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar* (2. Cilt). Yayın Odası.
- Newman, N. (2011). *Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery*. Reuters Institute.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute digital news report*. Reuters Institute: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf adresinden erişilmiştir.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Digital news report 2022*. Reuters Institute: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf adresinden erişilmiştir.
- Overgaard, C. S. (2021). Constructive Journalism in the face of a crisis: The effects of social media news updates about COVID-19. *Journalism Studies*, 22(12), 1875-1893.
- Palmer, R., & Toff, B. (2020). What does it take to sustain a news habit? The role of civic duty norms and a connection to a "news community" among news avoiders in the UK and Spain. *International Journal of Communication*, 14(20), 1634-1653.
- Park, S., Fisher, C., Flew, T., & Dulleck, U. (2020). Global mistrust in news: The impact of social media on trust. *International Journal on Media Management*, 22(2), 83-96.
- Ravindran, V. (2019). Data analysis in qualitative research. *Indian Journal of Continuing Nursing Education*, 20, 40-45.
- Salman, G. (2022). Dijital iletişimde yanlış bilgi: Teknolojik ve psikolojik faktörler açısından bir değerlendirme. Ö. Silsüpür (Der.) *Dijital iletişim: Fırsatlar ve tehditler* içinde (s. 135-150). Eğitim Yayınevi.
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476.
- 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.

- Strömbäck, J., Boomgaarden, H., Broda, E., Damstra, A., Lindgren, E., Tsfatı, Y., & Vliegthart, R. (2022). From low-choice to high-choice media environments: Implications for knowledge resistance. J. Strömbäck (Ed.) *Knowledge resistance in high-choice information environments* içinde (ss. 49-68). Routledge.
- Syvetsen, T. (2020). *Digital detox: The politics of disconnecting*. Emerald.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim bilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Tandoc Jr., E. C., Jenkins, J., & Craft, S. (2019). Fake news as a critical incident in journalism. *Journalism Practice*, 13(6), 673-689.
- Tandoc, E. C., & Johnson, E. (2016). Most students get breaking news first from Twitter. *Newspaper Research Journal*, 153-166.
- Tandoc, E. J. (2018). Defining "fake news. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Thorne, S. (2000). Data analysis in qualitative research. *Evidence-based nursing*, 3(3), 68-70.
- Toff, B., & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: "News-is-for-men" perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579.
- Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782.
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017, 27 Eylül). *Information disorder*. Strasbourg: Council of Europe report. Council of Europe report: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77> adresinden erişilmiştir.
- Will, M., Ahroni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, B. J., Hayashi, K., Mitchelstein, E., & Kligler-Vilenchik, N. (2022). Taking a break from news: A five-nation study of news avoidance in the digital era. *Digital Journalism*, 10(1), 148-164.
- (2022). Taking a break from news: A five-nation study of news avoidance in the digital era. *Digital Journalism*, 10(1), 148-164.
- Wong, L. P. (2008). Data analysis in qualitative research: A brief guide to using Nvivo. *Malaysian Family Physician*, 3(1), 14-20.
- World Without News*. (2020, 14 Ekim). Newsworks: <https://www.newsworks.org.uk/research/world-without-news/> adresinden erişilmiştir.

- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yanardağlıoğlu, E. (2021). Just the way my generation reads the news': News consumption habits of youth in Turkey and the UK. *Global Media and Communication*, 17(2), 149-166.
- Ytre-Arne, B., & Moe, H. (2021). Doomscrolling, monitoring and avoiding: News use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies*, 22(13), 1739-1755.
- Zúñiga, D. H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105-123.
- Zerba, A. (2011). Young adults' reasons behind avoidances of daily print newspapers and their ideas for change. *Journalism & mass communication quarterly*, 88(3), 597-614.

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onamları alınmıştır.

Etik kurul onayı: T.C. Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonunun tarafından 28.07.2022 tarih ve 35/16 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.

Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from Yozgat University Ethics Committee with report number 35/16 on 28/07/2022.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.

Financial support: No funding was received for this study.

