

Prof. Dr. Nüket Güz nuketgundes@gmail.com / 0000-0003-4120-9436 / Antalya AKEV Üniversitesi / STF İletişim Tasarımı Bölümü
Prof. Dr. Pınar Seden Meral pinarsedenmeral@beykoz.ed.tr / 0000-0002-1117-7608 / Beykoz Üniversitesi / STF İletişim Tasarımı Bölümü
Öğr. Gör. Dr. Serap Bozkurt serapbozkurt@beykoz.edu.tr / 0000-0001-5722-6252 /
Beykoz Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu-Görsel-İşitsel ve Medya Yapımcılığı Bölüm Başkanı
Yemliha Durmaz durmazyemliha@gmail.com / 0000-0001-9157-9502 / İstatistik Türkiye

Corona Günlerinde Geleneksel Medya ve Yeni Medya Üzerine Bir Araştırma

ÖZET

Araştırma, Corona günlerinde özellikle bu önemli dönemde haber medyası okuryazarlığı üzerine odaklanan bir inceleme yapmayı amaçlamıştır. Çalışmada rastlantısal örnekleme yöntemiyle "Geleneksel Medya" ve "Sosyal Medya" Küresel Salgın (pandemi) dönemi haberlerinin güvenilirliği konusunda bireylerin tutumları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Covid-19 küresel salgınıyla ilgili çıkan haberlerde Türk halkının geleneksel medyayı daha güvenilir bulduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Güvenilirlik, Medya, Sosyal Medya, Geleneksel Medya, Covid-19, Küresel Salgın, Korona Virüs, Pandemi*

Traditional Media And A Research On New Media

ABSTARCT

The research aimed to conduct a review focusing particularly on critical news media literacy in the Corona Days. In the study, the attitudes of the individuals about the reliability of the "Traditional Media" and "Social Media" pandemic period news were examined by random sampling method. According to the results of the research, it has been determined that the Turkish people find the traditional media more reliable in the news about the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Reliability, Media, Social Media, Traditional Media, Covid 19, Global Epidemic, Pandemic, Corona Virus*

GİRİŞ

2020 dünya çapında daha açık bir anlatımla küresel boyutta pek çok sıkıntıyı da yanı sıra getirdi. Tüm sıkıntıları bu yıla yüklemek ne denli doğru o da tartışılır. Çünkü bugün dünün sonuçlarına sahne olduğuna göre sonuçta yaşanılması gerekenler Korona virüsüyle birlikte eş zamanlı bir süreçte 2020 de küresel boyuta ulaşmıştır.

Teknoloji devriminin başlangıcı eğretilmeli bir kullanımla yeni dönemin bilgisayarların, cep telefonlarının üç boyutlu yazıcıların çıkışı gibi düşünülse de içinde bulunduğumuz Korona günlerinde gerçek bir teknoloji devrimi yaşandı. İnternet teknolojisini, sosyal medyayı, cep telefonu uygulamalarını etken ve etkileyici özellikleriyle kullanmayı reddedenler bile tüm bunlardan yararlanmak zorunda kaldı.

Gelecek yine yeniden biçim alırken taşlar yeniden yerine oturduğunda kimi mesleklerin yok oluşuna, kiminin biçim değiştirdiğine kiminin ise yeniden değerlendirildiğine tanıklık edilecek. Örneğin belki tüm göçler durabilecek mekâna olan bağımlılıklar unutulacak. Zamana olan titizlikler artacak, belki aynı zamanda değişik ortamlarda trafiğe takılmadan, gecikmeden bir toplantıya yetişmek olanağı tartışılmaz bir gerçekliğe dönüşecek. Belki de Macluhan'ın araç mesajdır sözü anımsanacak ve daha da önemsenecek, kim bilir?

Tüm bu düşüncelere dayanarak gözlemlenen olgu kitle iletişim araçlarının zamana uyum sağlamak için sürekli evrilmekte olduğudur. Küreselleşmenin sonucu bir virüsün bütün dünyayı etkilediği bu dönemde yeni ve geleneksel kitle iletişim araçlarının haber ve bilgi edinmede güvenilirliği konusunu da bir kez daha tartışmak ve araştırmak gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Kontrol edilebilen geleneksel medyadan alınan haberlerin gerçekliği konusunda kuşku duyuluyor mu? Bu düşünce hiç tartışmasız doğru mu? Haber içeriğinin konusunun medyaya güven ya da güvensizlik duyulması üzerinde bir etkisi var mıdır? Dijital medyada haber içeriklerine erişmek, değerlendirmek, çözümlenmek ve oluşturmak için sayısal/dijital yerliler daha yetkin bir biçimde donanımlı olabilirler belki, ancak haberlerin üretildiği koşullar ve ortam düşünüldüğünde güvenilirliği konusunda ne denli kuşku taşınmaz?

Araştırma bu sorulara yanıt ararken kaynak ya da bütüncü bağlamında “Geleneksel Medya” ve “Yeni Medya” için 3 varsayımda bulunur.

1) Covid-19 haberlerinde geleneksel medya daha güvenilirdir.

2) Küresel Salgın (pandemi) öncesi haber kaynağı olarak sosyal medya kanallarını güvenilir bulanlar için Covid haberleri söz konusu olduğunda geleneksel medyayı daha güvenilir bulmaktadır.

3) Küresel Salgın (Pandemi) öncesi haber kaynağı konumunda geleneksel kanalları güvenilir bulmayanlar Covid haberleri söz konusu olduğunda geleneksel medyayı daha güvenilir bulmaktadır.

GELENEKSEL MEDYA VE SOSYAL MEDYA'YA GÜVEN

Haberlerin, diğer medya içeriklerinden farklı olarak, vatandaşları bilgilendirme işini yapması beklenir. Günümüzde, geleneksel haber yayın kanallarının yerini alan, sosyal medya kanallarının da etkisiyle geleneksel medyanın önemini kaybettiği, küçüldüğü ve ortadan kalkma tehlikesiyle karşı karşıya kaldığı düşünülmeye başlanmıştır.

Haber medyası okuryazarlığı, medya okuryazarlığının daha geniş bir alanının alt kümesidir. Günümüzde bir de dijital medya okuryazarlığı kavramından söz edilmektedir. “Dijital göçmenler” olarak adlandırılan 1980 öncesi doğumlular haberlerini geleneksel medyadan izlerken, 1980 ve sonrası doğumlular, daha açık bir anlatımla “dijital yerliler” (Pedro, 2006’dan aktaran Şahin, 2009: 156) olarak adlandırılan grubun yeni medya kanallarından haber izlediklerini saptayan pek çok araştırma vardır. Kavramsal bağlamda medya güvenilirliği (Hovland, Janis ve Kelley, 1953; Kohring ve Matthes, 2007; Westley ve Severin, 1964) medyaya güvenin azalmasının nedenleri (Cappella & Jamieson, 1997) ve medyaya güvenin sonuçları (Carr ve diğerleri, 2014; Tsfati & Cappella, 2003; Ardeevol-Abreu, A., Zuniga, H.C., 2017) konularında araştıran pek çok çalışma yapılmıştır.

Medya bilgiye ulaşma ve katılım sağlama açısından demokrasinin can damarı diye bilinir (Gunther, 1992; Habermas, 1996). Dahası, medya geleneksel olarak kamu otoritelerinin etkinliklerini vatandaşları adına denetleyen ve arabulucu işlevi taşıyan bir güç kimliğiyle kabul edilmiştir (Serrin & Serrin, 2002). Bunun nedeni vatandaşların, medyanın “nesnellik”, “adalet” ve “doğru bilgi” ilkelerine uygun biçimde tarafsız haberler yaptıklarına yönelik güven duymasıdır (Farnsworth & Lichter, 2007). Medyaya duyulan güvensizlik medyanın topluma karşı zaman zaman adil ya da tarafsız olmadığı ve tüm öyküyü her zaman anlatmadıklarıdır (Tsfati, 2003, s. 159).

Geleneksel haber medyası okur/izleyicilerine tek yönlü bilgi akışı sunar ve sürece katılımlarını da sınırlandırırken internet ve sosyal medyanın yaygın kullanımıyla bu süreç yavaş yavaş değişmiştir. Medyada çift yönlü bilgi akışı sonucunda bireylerin bilgi üretimi sürecine etkin biçimde katılmaları için yeni olanaklar doğmuştur (Bachmann, Correa, Gil de Zuniga; 2012).

Sosyal medyanın yurttaş gazeteciliğine kapı araladığı bir gerçektir. Yeni medya her bireye kendi içeriğini geliştirme olanağı sunarken bu içeriklerin değişik açılardan eleştirildiği de görülmektedir. Haber içeriğinin niteliği konusunda en ciddi eleştirilerden biri de iletilen bilginin güvenilirliği konusudur (Evers, H., 2020; Keen, A., 2007; Özdemir, Z. ve Diğ 2019). Öte yandan sosyal medyada paylaşılan haberlerin bağlantısı bireylerin yakınlığına göre güvenilirliği artırmaktadır (Turcotte ve diğ. , 2015). Bu güvenilen bir tanıdığın belirli bir haber kaynağından alıntı yaptığını düşündürmektedir (Çömlekçi, M.F., Başol.,O., 2019). Metzger ve diğerlerine (2010) göre göndericinin ve alıcının görüş ve değerleri birbirleriyle örtüşüyorsa, sosyal medyadaki iletilen bilgiye güven de artmaktadır .

Medya ortamları söz konusuysa, insanların güvenilir bulunduğunu düşündükleri kaynaklardan doğru bilgi arama eğiliminde olduklarını ve güvenmedikleri kaynaklardan ise kaçındıklarını varsaymak mantıklıdır (Gaziano, 1988; Kioussis, 2001; Tsfati ve Cappella, 2003).

ARAŞTIRMANIN AMAÇ VE ÖNEMİ

Çalışma, medya kullanıcılarının geleneksel ya da sosyal medya üzerinden çeşitli kanallardan edindikleri Covid-19 gibi belirli bir konuda ulaştıkları haberlere karşı güven düzeylerinin belirlenmesini, geleneksel medyada yayımlanan haberlerle, kullanıcıların ürettikleri ya da paylaştıkları sosyal medya haberlerine güven arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemeyi amaçlamaktadır.

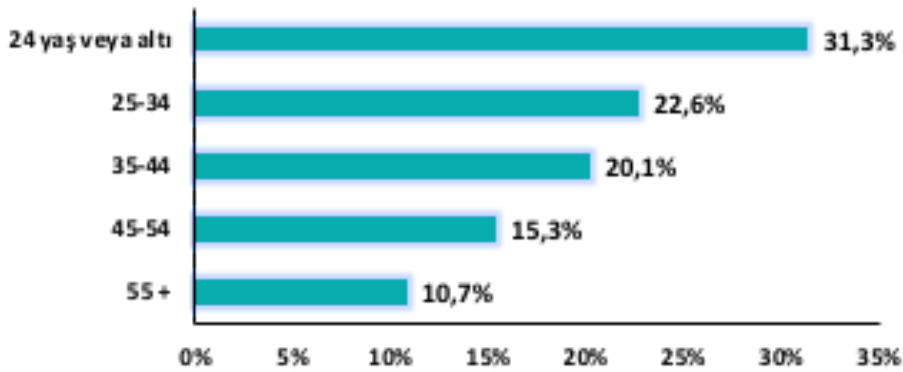
Araştırma Covid-19 haberlerine sosyal medya ya da geleneksel medyaya güven konusunda bilgi verirken içeriklerin metni oluşturan ve metni okuyanlar (özellikle maddi kazanç istemiyle güdülenen, eyletilen ve harekete geçen, kitleleri hedefleyen yazarlar ve hedefledikleri kitleler açısından anlamların okuyucular/ izleyiciler/takipçiler tarafından ayrı biçimde yorumlanabilecek değer yargıları ve anlam düzeyinin istatistiksel olarak ortaya konmasının hedeflemesi açısından önem taşımaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEM VE BULGULARI

Türkiye genelinde yapılan araştırma, rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilen 18-65 yaş aralığında 1164 katılımcıyla 27 Mart-14 Nisan 2020 tarihleri arasında CAWI (bilgisayar destekli internet anketi) yöntemiyle gerçekleştirildi. Verilerin değerlendirilmesinde Descriptive Statistics, Ki-kare, Crosstabs, T-test, Anova Test analiz tekniklerinden yararlanılmıştır.

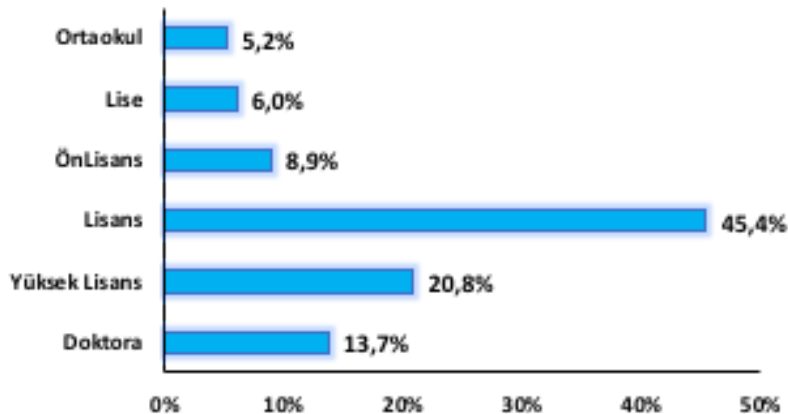
Ankette 15 soru için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ankette demografik özellikler, geleneksel ve sosyal medya tutumları, Covid-19 haberleri ve öbür haberlerde geleneksel medya ve sosyal medya tutumları, Covid19 geleneksel ve sosyal medya ve demografik özelliklerin karşılaştırması yapılmıştır.

Katılımcıların %50'si kadın %50'si erkektir ve yine %50'si evli %50'si bekadır. Araştırma kapsamındaki katılımcıların Grafik 1.'de de görüldüğü gibi %31,3'ü 24 yaş ya da altındadır, %22,6'sı 25-34 yaş, %20,1'i 35-44 yaş, %15,3'ü 45-54 yaş ve %10,7'si 55 yaş ya da üzerindedir. Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 35'tir. Araştırmaya katılanlar en küçük 18, en büyük 65 yaşındadır.



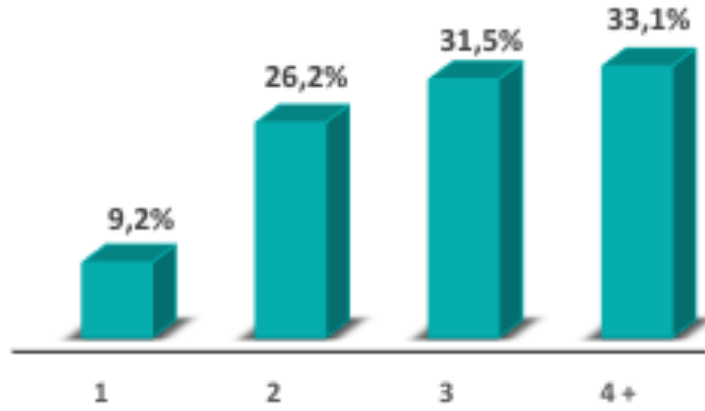
Grafik 1. Yaşa göre katılımcıların dağılımı

Grafik 2.'de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %5,2'si ortaokul mezunu, %6'sı lise, %8,9'u ön lisans, %45,4'ü lisans, %20,8'i yüksek lisans ve %13,7'si doktora mezunudur.



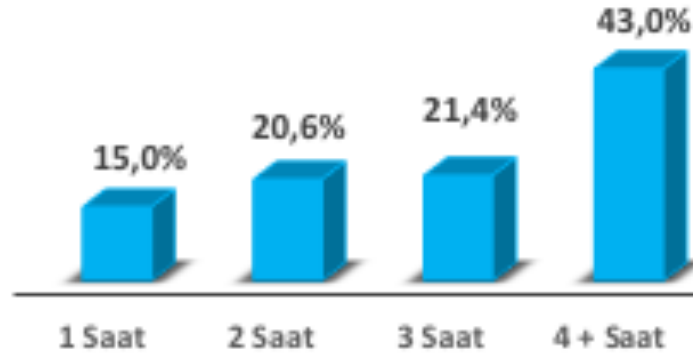
Grafik 2. Eğitim düzeyine göre katılımcıların dağılımı

Grafik 3.'de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %9,2'sinin 1 adet sosyal medya kullandığı, %26,2'sinin 2 adet sosyal medya kullandığı, %31,5'inin 3 adet sosyal medya kullandığı, %33,1'inin 4 adet ya da daha fazla sosyal medya kullandığı saptanmıştır.



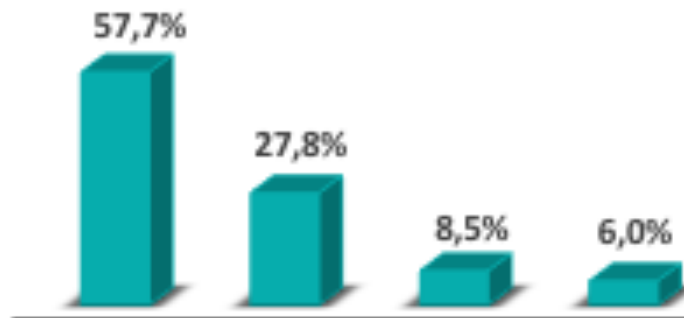
Grafik 3. Katılımcıların kullandıkları yeni medya sayısı dağılımı

Grafik 4.'de görüldüğü üzere araştırma kapsamındaki katılımcıların %15'i günde 1 saat, %20,6'sı günde 2 saat, %21,4'ü günde 3 saat ve %43'ü günde 4 saat ya da daha fazla üzerinde sosyal medyada zaman geçirmektedirler.



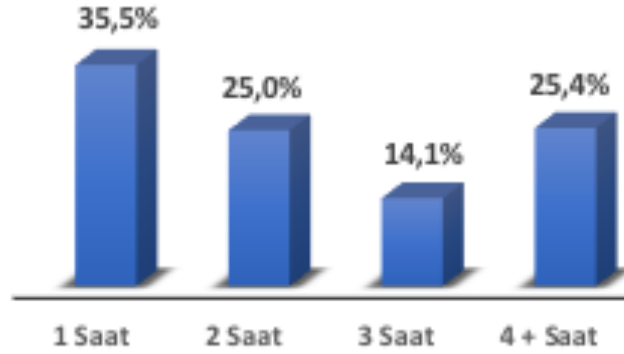
Grafik 4. Katılımcıların yeni medyada geçirdikleri toplam süre dağılımı

Grafik 5. 'de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların 57,7'si 1 adet, %27,8'i 2 adet, %8,5'i 3 adet, %6'sı 4 ya da üzerinde geleneksel medya kullanmaktadırlar.



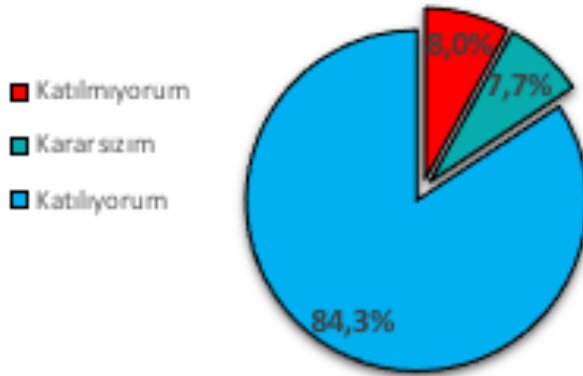
Grafik 5. Katılımcıların kullandıkları geleneksel medya sayısı dağılımı

Grafik 6.'da da görüldüğü üzere araştırma kapsamındaki katılımcıların %35,5'i 1 saat, %25'i 2 saat, %14,1'i 3 saat, %25,4'ü 4 saat daha fazla geleneksel medyada zaman geçirmektedirler.



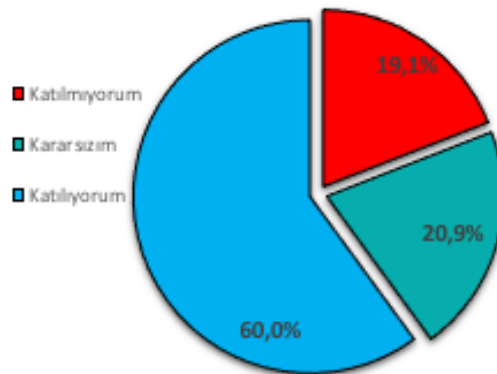
Grafik 6. Katılımcıların geleneksel medyada geçirdikleri toplam süre dağılımı

Grafik 7'de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %84,3'ü sosyal medyada Covid-19 ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan ayrı anlamlar çıkarabileceği düşüncesine katılmaktadırlar.



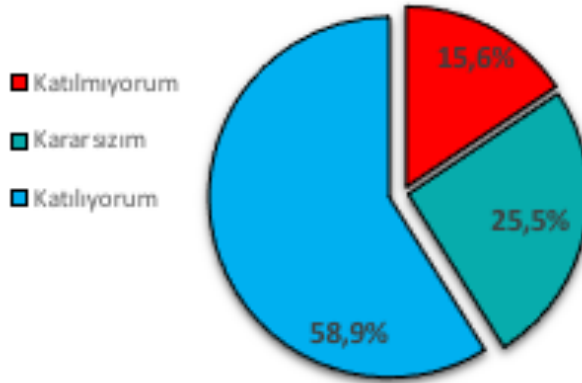
Grafik 7. Sosyal Medyada Covid-19 ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan ayrı anlamlar çıkarabilir

Grafik 8'de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %60'ı sosyal medyada Covid-19 haberlerinin durumu daha dramatik duruma getirdiği düşüncesine katılmaktadır.



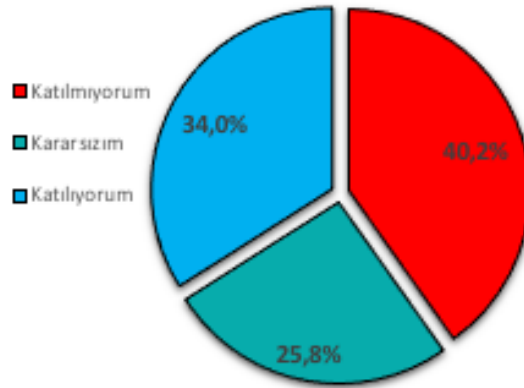
Grafik 8. Sosyal Medyada yer alan Covid-19 haberleri işleri olduğundan daha dramatik duruma getiriyor

Grafik 9'da da görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %58,9'u geleneksel medyada Covid-19 ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan değişik anlamlar çıkarabileceği düşüncesine katılmaktadırlar.



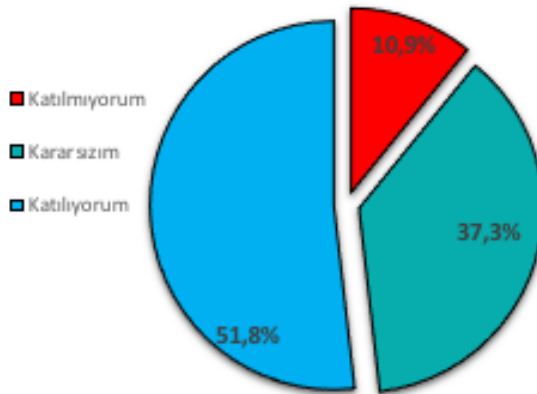
Grafik 9. Geleneksel Medyada Covid-19 ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan farklı anlamlar çıkarabilir

Grafik 10'da görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %34'ü geleneksel medyada Covid-19 haberlerinin durumu daha dramatik duruma getirdiği düşüncesine katılmaktadır.



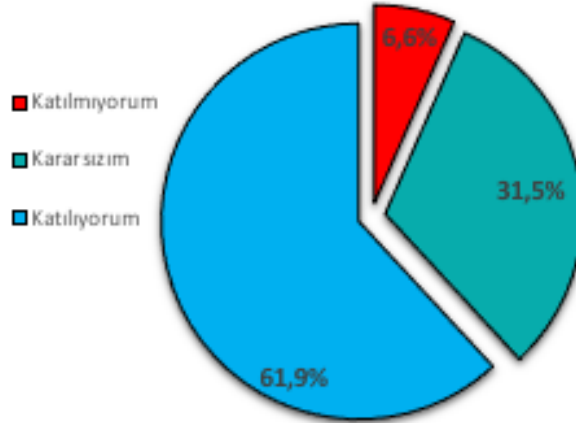
Grafik 10. Geleneksel Medyada yer alan Covid-19 haberleri işleri olduğundan daha dramatik hale getiriyor

Grafik 11'de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %35,7'si Covid-19 ile ilgili haberlerde sosyal medya ortamını daha güvenilir bulmaktadır. Katılımcıların %32,7'si sosyal medyayı Covid-19 ile ilgili haberlerde daha güvensiz bulmamaktadır.



Grafik 11. Corona Virüs'le İlgili Haberlerde Sosyal Medya/Dijital Ortamı Daha Güvenilir Buluyorum.

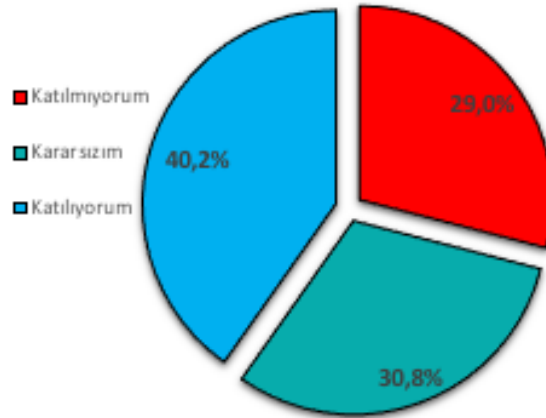
Grafik 12'de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %51,8'i Covid-19'suz zamanlarda normalde sosyal medyayı daha güvenilir görmekte-dirler.



Grafik 12. Normal Zamanlarda Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medyayı Genellikle Daha Güvenilir Bulurum.

Geleneksel Medyada Covid-19 İle İlgili İki Kişi Aynı Haberi Gördüğünde Bundan Farklı Anlamlar Çıkarabilir

Araştırma kapsamındaki katılımcıların %61,9'u Covid-19 ile ilgili haberlerde geleneksel medya ortamını daha güvenilir bulmaktadır. Katılımcıların %6,6'sı geleneksel medyayı covid-19 ile ilgili haberlerde daha güvensiz bulmamaktadır.



Normal Zamanlarda Haber Kaynağı Olarak Geleneksel Medyayı Genellikle Daha Güvenilir Bulurum.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların %40,2'si Covid-19'suz zamanlarda normalde geleneksel medyayı daha güvenilir görmekte-dirler.

GELENEKSEL MEDYA İLE SOSYAL MEDYA GÜVENİRLİK KARŞILAŞTIRMASI

Tablo 1.'de de görüldüğü gibi normal zamanlarda haber kaynağı olarak geleneksel kanalı güvenilir bulmayanların %53'ünün Covid-19 zamanında geleneksel kanalı daha güvenilir buldukları, normal zamanlarda haber kaynağı olarak geleneksel kanalın güvenilirliği konusunda kararsız kalanların %38,3'ü Covid-19 zamanında geleneksel kanalı daha güvenilir bulduklarını, normal zamanlarda haber kaynağı olarak geleneksel kanalını güvenilirlik bulanların %86,3'ü Covid-19 zamanında yine geleneksel kanalı daha güvenilir bulduklarını ifade etmiştir.

Normal Zamanlarda Haber Kaynağı Olarak Geleneksel Kanalı Güvenilir Bulurum		Coronavirüs Günlerinde Haber Kaynağı Olarak Geleneksel Kanalı Güvenilir Bulurum		
		KATILMIYORUM	KARARSIZIM	KATILYORUM
KATILMIYORUM	f	61	98	179
	%	%18	%29	%53
KARARSIZIM	f	8	213	137
	%	%2,20	%59,50	%38,30
KATILYORUM	f	8	56	404
	%	%1,70	%12	%86,30

X²=322,3; p=0,001<0.01 (%99 güven düzeyinde değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır)

Tablo1. Normal Zamanlarda ve Corona Virüs Haber Kaynağı Olarak Geleneksel Kanal

Tablo 2.'de de görüldüğü üzere normal zamanlarda haber kaynağı olarak sosyal medyayı daha güvenilir bulmayanların %71'inin Covid-19 zamanında sosyal medyayı daha güvenilir buldukları, normal zamanlarda haber kaynağı olarak sosyal medyanın güvenilirliği konusunda kararsız kalanların %14,5'inin Covid-19 zamanında sosyal medyayı daha güvenilir buldukları, normal zamanlarda haber kaynağı olarak sosyal medyayı güvenilir bulanların %56,9'u yine Covid-19 zamanında sosyal medyayı daha güvenilir bulduklarını dile getirmiştir.

Normal Zamanlarda Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medyayı Güvenilir Bulurum		Coronavirüs Günlerinde Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medyayı Güvenilir Bulurum		
		KATILMIYORUM	KARARSIZIM	KATILYORUM
KATILMIYORUM	f	94	24	9
	%	%74	%18,90	%7,10
KARARSIZIM	f	147	224	63
	%	%33,90	%51,60	%14,50
KATILYORUM	f	140	120	343
	%	%23,20	%19,90	%56,90

X²=322,3; p=0,001<0.01 (%99 güven düzeyinde değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır)

Tablo 2. Normal Zamanlarda ve Corona Virüs Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medya

Tablo 3.'de görüldüğü gibi Korona virüs günlerinde haber kaynağı olarak sosyal medyayı güvenilir bulmayanların %78,5'i Covid-19 zamanında geleneksel kanalı daha güvenilir buldukları, Korona virüs günlerinde haber kaynağı olarak sosyal medyanın güvenilirliği konusunda kararsız kalanların %48,1'inin Covid-19 zamanında geleneksel kanalı daha güvenilir buldukları, Korona virüs günlerinde haber kaynağı olarak sosyal medyayı güvenilir bulanların %58,8'i Covid-19 zamanında geleneksel kanalı daha güvenilir bulduklarını ifade etmiştir.

Corona Virüs İle İlgili Haberlerde Sosyal Medya/Dijital Ortamı Daha Güvenilir Buluyorum		Corona Virüs Haberlerinde Geleneksel Medyayı Daha Güvenilir Buluyorum		
		KATILMIYORUM	KARARSIZIM	KATILYORUM
KATILMIYORUM	f	13	69	299
	%	%3,40	%18,10	%78,50
KARARSIZIM	f	3	188	177
	%	%0,80	%51,10	%48,10
KATILYORUM	f	61	110	244
	%	%14,70	%26,50	%58,80

X²=322,3; p=0,001<0.01 (%99 güven düzeyinde değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır)

Tablo3. Corona virüs ile ilgili haberlerde sosyal medya/dijital ortam ve Geleneksel Medya

Tablo 4.'te cinsiyete göre güvenilirlikte bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Kadınların (ort=2,11) Covid-19 ile ilgili haberlerde sosyal medyayı erkeklere (ort=1,95) göre daha fazla güvenilir buldukları belirlenmiştir. Kadınlar ile erkekler arasında Covid-19 ile ilgili haberlerde geleneksel medyayı daha fazla güvenilir bulma durumlarında bir ayrım bulunamamıştır ($p>0.05$; $p=0,821$)

	Cinsiyet	f	Ortalama	Standart Sapma	t	sd	p
Corona Virüs İle İlgili Haberlerde Sosyal Medya/ Dijital Ortamı Daha Güvenilir Buluyorum	Erkek	582	1,95	0,85	3,491	1162	0,000**
	Kadın	582	2,11	0,79			
Corona Virüs Haberlerinde Geleneksel Medyayı Daha Güvenilir Buluyorum	Erkek	582	2,56	0,61	0,238	1162	0,821
	Kadın	582	2,55	0,62			

**p<0.01; (%99 güven düzeyinde değişkenler gruplar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlıdır)
Bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır.

Tablo 4. Cinsiyete göre dijital medya ve geleneksel medya güvenilirliği

Tablo 5.'te medeni duruma göre güvenilirlikte bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Evli katılımcılar ile bekarlar arasında Covid-19 ile ilgili haberlerde sosyal medyayı daha fazla güvenilir bulma durumlarında bir fark bulunamamıştır ($p>0.05$; $p=0,056$) Evli katılımcıların (ort=2,62) Covid-19 ile ilgili haberlerde geleneksel medyayı bekarlara (ort=2,485) göre daha fazla güvenilir buldukları belirlenmiştir.

	Medeni Durum	f	Ortalama	Standart Sapma	t	sd	p
Corona Virüs İle İlgili Haberlerde Sosyal Medya/ Dijital Ortamı Daha Güvenilir Buluyorum.	Evli	582	1,98	0,83	1,917	1162	0,056
	Bekar	582	2,08	0,83			
Corona Virüs Haberlerinde Geleneksel Medyayı Daha Güvenilir Buluyorum.	Evli	582	2,62	0,59	3,875	1162	0,000**
	Bekar	582	2,48	0,64			

**p<0.01; (%99 güven düzeyinde değişkenler gruplar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlıdır)
Bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır.

Tablo 5. Medeni Duruma göre dijital medya ve geleneksel medya güvenilirliği

Tablo 6. 'da Yaş gruplarına göre güvenilirlikte bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Covid-19 ile ilgili haberlerde sosyal medyayı daha fazla güvenilir bulma durumlarında bir fark bulunamamıştır ($p>0.05$; $p=0,290$) 55 ya da üzerinde yaşı olanların (ort=4,01) Covid-19 ile ilgili haberlerde geleneksel medyayı diğer yaş gruplarına göre daha fazla güvenilir buldukları belirlenmiştir.

	Yaş Grubu	f	Ortalama	Standart Sapma	t	sd	p
Corona Virüs ile İlgili Haberlerde Sosyal Medya/ Dijital Ortamı Daha Güvenilir Buluyorum	24 yaş ve altı	364	3,03	1,16	1,246	4	0,290
	25-34	263	2,94	1,21			
	35-44	234	3,05	1,07			
	45-54	178	3,15	1,14			
	55+	125	3,16	1,04			
Corona Virüs Haberlerinde Geleneksel Medyayı Daha Güvenilir Buluyorum	24 yaş ve altı	364	3,71	0,88	4,874	4	0,001**
	25-34	263	3,62	0,95			
	35-44	234	3,60	0,92			
	45-54	178	3,74	0,99			
	55+	125	4,01	0,77			

**p<0,01; (%99 güven düzeyinde değişkenler gruplar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlıdır) Tek Yönlü Anova Testi Yapılmıştır.

Tablo 6. Yaşa göre dijital medya ve geleneksel medya güvenilirliği

SONUÇ

Bireylerin medyaya karşı güvensizlik düzeyleri ve medyadaki önyargı algıları, son yıllarda çoğu demokraside artmıştır. Bu çalışma, medya üzerindeki bu olumsuz yargının Kovid haberleri için geleneksel ve sosyal medya kullanımları tutumlarını nasıl etkileyebileceğini araştırıyor.

Kamuoyu araştırmasının sonuçlarına göre Covid-19 pandemisiyle ilgili çıkan haberlerde Türk halkı geleneksel medyayı daha güvenilir buluyor. Katılımcıların %50'sini kadın %50'sini erkeklerin oluşturduğu araştırmada, katılımcıların %45,4'ü üniversite mezunu. Katılımcıların %31,5'i üç, %33,1'i ise dört ya da daha fazla sosyal medya mecrası kullanırken, %43'ü günde en az dört saatini sosyal medyada geçirmektedir.

Katılımcıların geleneksel medya kullanımlarına bakıldığında, %57,7'sinin bir adet, %6'sının ise dört ya da daha fazla geleneksel medya aracını kullanmakta olduğu görülmüştür. Katılımcıların geleneksel medyada geçirdiği süreye bakıldığında %35,5'i günde bir saat, %25,4'ü ise dört saatten fazla geleneksel medyada zaman geçirmektedir.

Araştırmaya katılanların %84'ü sosyal medya içeriklerinin %59'u ise geleneksel medyadaki aynı haberden farklı kişilerin farklı anlamlar çıkarabileceğini düşünmektedir. Araştırmaya katılanların %60'ı sosyal medyada %34'ü ise geleneksel medyada Covid-19'a dair yayınlanan haberlerin mevcut durumu daha dramatik hale getirdiğini düşünmektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre küresel salgın öncesi ya da Korona haberleri söz konusu olmadığında sosyal medyada yer alan haberlere daha çok güvenen bireyler, küresel salgın sonrasında Korona ile ilgili doğru bilgiye ulaşmak için geleneksel medyayı tercih etmektedir. Küresel salgın öncesi haber kaynağı olarak geleneksel kanalları güvenilir bulmayanlar ise yine Korona haberleri söz konusu olduğunda geleneksel medyayı daha güvenilir bulmaktadır.

Medyaya güvenin eksikliğinin bir açıklaması, farklı haber medyasını kullanmak için farklı güdümlerin olmasıdır denebilir. Bireylerin sosyal, siyasal, eğitim, eğlence gereksinimi ya da bilgi gereksinimine göre hangi medyaya güvenip hangisine güvenmedikleri değişmektedir. Medya güveninin belki de çok boyutlu ve değişken bir yapı olduğu düşüncesi, her bir boyutun medya kullanımını farklı biçimde etkilemesini beklemek mantıklıdır. Korona haberleri dışında haber örnekleri ile aynı çalışma aynı sonuçları vermeyebilir ve araştırmanın medya kullanımı ile ilgili güdümleri ve alt boyutları ortaya çıkarmak üzere genişletmesi konusunda yeni çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ardeevol-Abreu, A., Zuniga, H.C.(2017), Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 94(3) 703-724
- Bachmann, I., Correa, T., & Gil de Zúñiga, H. (2012). Profiling online political content creators: Advancing the paths to democracy. *International Journal of E-Politics*, 3(4), 1-19.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York, NY: Oxford University Press.
- Carr, D. J., Barnidge, M., Lee, B. G., & Tsang, S. J. (2014). Cynics and skeptics: Evaluating the credibility of mainstream and citizen journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91, 452-470
- Çömlekçi, M.F., Başol, O.(2019), Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme, *İletişim* 30 DOI:10.16878/gsuilet.518697
- Evers, H. (2010), *Medya Etiği, Televizyon Haberciliğinde Etik Ed.* Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Fatusch B.V., 45-59
- Farnsworth, S. J., & Lichter, S. R. (2007). The nightly news nightmare: Television's coverage of US presidential elections, 1988-2004. Plymouth, UK: Rowman & Littlefield.
- Gaziano, C. (1988). How credible is the credibility crisis? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 65, 267-278.
- Gunther, A. C. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, 56, 147-167.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy* (W. Rehg, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Keen, A. (2007), *The Cult Of Amateur*, NewYork: Doubleday
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication and Society*, 4, 381-403.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34, 231-252.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J. ve Medders, R. B. (2010). Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60, 413- 439.
- Serrin, J., & Serrin, W. (2002). *Muckraking! The journalism that changed America*. New York, NY: The New Press.
- Şahin, M. C. (2009), Yeni bin yılın öğrencilerinin özellikleri, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 155- 172. https://www.anadolu.edu.tr/arastirma/hakemli_dergiler/sosyal_bilimler/pdf/2009-2/2009_02_08.pdf,
- Tsfati, Y. (2003). Does audience skepticism of the media matter in agenda setting? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(2), 157-176.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30, 504-529
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M. ve Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520-535.
- Ünal, R.(2019) Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler, *Dijital Habercilik Döneminde Yurttaşın İçerik Üretimine Katılımı: Kavramlar, tartışmalar, Olanaklar ve Sınırlılıkla*, Ed. Dr.Zafer Özdemir, Dr. Aysel Çetinkaya, İstanbul:Der Yayınları
- Westley, B. H., & Severin, W. J. (1964). Some correlates of media credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 41, 325-335.

EK 1. ANKET FORMU

Beykoz Üniversitesi Göstergibilim Uygulama ve Araştırma Merkezi, adına yürütülen bu çalışma, “Korona Günlerinde Geleneksel Medya mı? Yeni Medya mı? daha güvenilir bilgi kaynağıdır” konusunu araştırmayı amaçlamaktadır. Katkılarınız araştırma sonuçları için büyük önem taşımaktadır. Anketi doldurmak yaklaşık 10 dakika sürmektedir. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Önemli olan vereceğiniz cevabın sizin duygu, düşünce ve davranışlarınızı yansıtmasıdır. Yanıtlarınız sadece bilimsel amaçlı kullanılacak; kesinlikle gizli tutulacak, özenle muhafaza edilecek ve sonuçlar toplu olarak istatistiksel analizler uygulanarak, anonim bir şekilde raporlanacaktır.

Saygılarımızla,

Öğr. Üyesi Prof. Dr. Nüket Güz / Öğr. Üyesi Doç. Dr. Pınar Seden Meral / Öğr. Gör. Serap Bozkurt

Araştırma ile ilgili sorularınız için Öğr. Gör. Serap Bozkurt (serapbozkurt@beykoz.edu.tr) ile iletişime geçebilirsiniz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı yayımlarda kullanılmasını kabul ediyorum.

Onaylıyorum Onaylamıyorum

Yaş (Lütfen belirtiniz):

Cinsiyet:

Kadın Erkek

Medeni Haliniz:

Evli Bekar Diğer (Lütfen belirtiniz):

Yaşadığınız şehir (Lütfen belirtiniz):

En son Mezun Olduğunuz/Okumakta Olduğunuz Okul

Lise

Önlisans

Lisans

Yüksek lisans

Doktora

Kullandığınız Sosyal Medya/Dijital Ortam Aracı Sayısı (Lütfen belirtiniz):

Sosyal Medya/Dijital Ortamda 1 Günde Toplam Saat Olarak Geçirdiğiniz Süre (Lütfen belirtiniz):

Kullandığınız geleneksel (TV, Gazete, Radyo) medya aracı sayısını (Lütfen belirtiniz):

Geleneksel Medyada (TV, Gazete, Radyo) 1 günde toplam saat olarak geçirdiğiniz süre (Lütfen belirtiniz):

Lütfen size en uygun ifadeyi işaretleyiniz.

	<i>Kesinlikle katılıyorum</i>	<i>Katılıyorum</i>	<i>Kararsızım</i>	<i>Katılmıyorum</i>	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>
Sosyal Medyada Corona virüs ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan farklı anlamlar çıkarabilir.					
Sosyal Medyada yer alan Corona virüs haberleri işleri olduğundan daha dramatik hale getiriyor.					
Geleneksel medyada Corona virüs ile ilgili iki kişi aynı haberi gördüğünde bundan farklı anlamlar çıkarabilir.Geleneksel Medyada yer alan Corona virüs haberleri işleri olduğundan daha dramatik hale getiriyor.					
Corona virüs ile ilgili haberlerde sosyal medya/dijital ortamı daha güvenilir buluyorum.					
Corona virüs haberlerinde geleneksel medyayı daha güvenilir buluyorum.					
Haber kaynağı olarak soyal medyayı genellikle daha güvenilir bulurum.					
Haber kaynağı olarak geleneksel medyayı genellikle daha güvenilir bulurum.					
Soyal medyayı gerçek habere ulaşmak için kullanırım. Geleneksel medyayı gerçek haberlere ulaşmak için kullanırım.					
Geleneksel haber kanalları sadece bilinmesini istediklerini kitlelerle paylaşır.					
Sosyal medya /dijital ortam kitleleri kendilerine çekecek haberleri paylaşır.					
Geleneksel medyada haberler daha fazla taraflıdır.					
Geleneksel medyanın sosyal medya uzantılarından haber almayı tercih ederim.					
Dijital medyada haberler daha fazla taraflıdır.					