

YENİ MEDYADA HABERDEN KAÇINMA DAVRANIŞI NEWS AVOIDANCE BEHAVIOR IN NEW MEDIA

Halime ERDAL

*Üsküdar Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Doktora Programı öğrencisi
ORCID ID: 0000-0002-3642-8709, halime.erdal@st.uskudar.edu.tr*

Prof. Dr. Süleyman İRVAN

*Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, Tez Danışmanı
ORCID ID: 0000-0001- 6281-3355, suleyman.irvan@uskudar.edu.tr*

ÖZ

Dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler, beklentilerinin çok ötesinde yoğun bir enformasyon bombardımanına maruz kalmaktadır. Haber döngüsündeki bu aşırı enformasyon yükü, bireylerin haber tüketim alışkanlıklarında değişimlere yol açmakta; özellikle kriz dönemlerinde artan olumsuz içerikler, çaresizlik, tükenmişlik, kaygı ve depresyon gibi psikolojik sorunları artırmaktadır. Bu bağlamda, bir haber tüketim biçimi olan haberden kaçınma davranışı, bireylerin bilinçli ya da bilinçsiz şekilde kendilerini haber içeriklerinin olumsuz etkilerinden koruma mekanizması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, yeni medya kullanıcılarının haberden kaçınma eğilimini hangi nedenlere bağlı olarak gerçekleştirdikleri ele alınmıştır. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş ve farklı demografik özelliklere sahip 484 katılımcıdan çevrim içi anket yoluyla veri toplanmıştır. Analiz sonuçları, katılımcıların büyük çoğunluğunun her gün düzenli olarak haber takip ettiğini; ancak olumsuz içeriklerin bireylerde psikolojik yorgunluk ve haberden kaçınma eğilimini artırdığını göstermektedir. Bulgular, kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek haberden kaçınma davranışı sergilediğini ve eğitim düzeyi arttıkça bu eğilimin güçlendiğini ortaya koymaktadır. Çalışma, olumsuz haber içeriklerinin bireylerin haber tüketim alışkanlıklarını nasıl dönüştürdüğüne ilişkin güncel veriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Haberden kaçınma, Enformasyon yorgunluğu, Olumsuz haber, Sosyal medya.

ABSTRACT

With the proliferation of digital media, individuals are exposed to an intense information bombardment far beyond their expectations. This excessive information load in the news cycle leads to changes in individuals' news consumption habits; particularly during times of crisis, the increase in negative content exacerbates psychological problems such as helplessness, burnout, anxiety, and depression. In this context, news avoidance behavior, as a form of news consumption, emerges as a mechanism for individuals to consciously or unconsciously protect themselves from the negative effects of news content. This study examines the reasons why new media users engage in news avoidance tendencies. A quantitative method was adopted in the research, and data were collected from 484 participants with different demographic characteristics via an online survey. The results show that most participants follow the news regularly every day; however, negative content increases psychological fatigue and the tendency to avoid news among individuals. The findings reveal that women exhibit higher avoidance behavior compared to men and that this tendency increases with higher education levels. The study presents current data on how negative news content transforms individuals' news consumption habits.

Keywords: News avoidance, Information fatigue, Negative news, Social media.

GİRİŞ

Dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler, yayıncılık alanında köklü bir değişime neden olmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının sayısı giderek artmış ve haber içeriklerinin tüketimi bu platformlara kaymıştır. Bu dönüşümle birlikte sosyal medya yalnızca bir dijital iletişim mecrası olmanın ötesinde, bireylerin sosyal kimliklerini inşa ettikleri bir kamusal alan haline gelmiştir. Bireyler, medya kullanımını aktif ve sürekli biçimde deneyimleyerek kimliklerini çevrim içi ortamlarda yeniden şekillendirmekte ve varlıklarını bu platformlar üzerinden yeniden tanımlamaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşme ile gündelik yaşam pratikleri farklı deneyimlere dönüşmekte; bireysel ve toplumsal düzeyde sosyolojik ve kültürel farklılıklarda önemli değişimler gözlemlenmektedir (Yengin ve Bayrak, 2022).

Medya sektöründe yaşanan bu gelişmeler aynı zamanda bireylerin haberle kurdukları ilişkiyi daha hızlı, kişiselleştirilmiş ve kolay erişilebilir bir noktaya taşımaktadır. Bu aşamada sosyal medya platformları ve algoritmalar, haber tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde etkili olmakta, fakat bu dönüşüm beraberinde aşırı enformasyon yükü ve haber yorgunluğu gibi psikolojik süreçleri gündeme getirmektedir. Bu bağlamda dijital ortamlarda sunulan haberlerin geleneksel medyaya kıyasla toplumsal yaşamda çok daha köklü değişimlere yol açtığı söylenebilir. Bu dönüşümün bireyler üzerindeki etkilerini anlamak için haber tüketim sürecinin psikolojik boyutuna değinmek gerekmektedir. Bu psikolojik etkiler yalnızca haber içeriklerinin niteliğinden kaynaklanmamakta, aynı zamanda maruz kalınan bilgi akışının yoğunluğu da süreci etkilemektedir. Akyüz ve Akpınar'ın (2023) çalışmasında, bilgi ve haber kaynaklarının sayısındaki aşırı artışın ve algoritmaların bu yoğunluğu daha da artırdığı ifade edilmekte ve bireylerin haber tüketiminden belirli ölçülerde kaçınmasına yol açtığı vurgulanmaktadır. Araştırmada, yoğun enformasyon yükünün bireyler üzerinde psikolojik baskı oluşturarak haberdan kaçınma davranışını tetiklediği üzerinde durulmaktadır (Akyüz ve Akpınar, 2023).

Günümüzde gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medyanın yerini büyük ölçüde sosyal medya platformlarının alması, yalnızca teknolojik ilerlemelerle değil, sosyo-kültürel ve ekonomik

dinamiklerle de şekillenmektedir. Sosyal medya hem görsel düzeni hem de bireylerin algılama biçimlerini değiştirerek bilgiye erişimi daha hızlı kılmaktadır. Bu dönüşümün etkileri reklamcılıktan siyasi kampanyalara kadar geniş bir alana yayılmaktadır (Alp ve Altın, 2023). Öte yandan, bireylerin medya kullanımında daha aktif bir rol üstlenmelerini sağlayan bu süreç, aynı zamanda enformasyon yorgunluğu ve aşırı enformasyon bombardımanı sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Haber takibini yoğun olarak yapan bireylerde dikkat dağınıklığı ve ilgi azalması gibi problemler görülmektedir (Villi vd., 2022). Bu psikolojik ve bilişsel süreçlerin bir sonucu olarak, bireylerin haberle kurduğu ilişki giderek zayıflamakta; özellikle yoğun haber akışına maruz kalan kullanıcılar gündemi takip etme motivasyonlarını kaybetmektedir. Nitekim son yıllarda habere yönelik takibin belirgin biçimde azaldığı ve haberdan kaçınma eğiliminin özellikle gençlerde arttığı görülmektedir. Bu durumun temel nedenleri arasında aşırı haber maruziyeti, olumsuz içerik yoğunluğu ve medyaya duyulan güven kaybı yer almaktadır (Yıldızgörür, 2023).

Dijitalleşmeyle beraber artan *haber yorgunluğu* olgusu, bireylerin haberlere yönelik ilgilerinin azalmasına ve haberdan kaçınma davranışlarının artmasına neden olmaktadır. Yeni medya mecralarında sık yaşanan haber yoğunluğu, bireylerin haber tüketim alışkanlıklarını birçok açıdan değiştirmiştir. Özellikle tekrarlayan içerikler ve yoğun haber akışıyla bağlantılı bilişsel yük, bireylerde zamanla haber yorgunluğunun yaşanmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu durum, haberlerden kaçınma davranışını tetikleyen önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir. ABD'de yapılan Pew Research araştırmasında, toplumun yaklaşık üçte ikisinin yoğun haber akışından rahatsız olduğu ortaya konulmuştur (Villi vd., 2022). Aşırı haber akışı, bireylerin haber yorgunluğu yaşamalarında etkin rol oynamaktadır. Yapılan araştırmalar, aşırı ve tekrarlanan haber içeriklerinin bireylerde habere karşı duyarsızlık oluşturduğunu ve bu durumun bireyleri haber tüketiminden kaçınmaya yönlendirdiğini göstermektedir. Bu süreç, bireylerin medya ile kurdukları ilişki biçimlerinde köklü değişimleri beraberinde getirmektedir.

Bu makalede ilk olarak dijital çağda haberdan kaçınma davranışı ve haber yorgunluğu olgusu, güncel araştırmalar çerçevesinde incelenmektedir.

Dijitalleşmenin haber üretimi ve tüketimi üzerindeki etkileri tartışılmakta, ardından haber yorgunluğu kavramı, nedenleri ve bireylerin haber tüketim alışkanlıklarına etkileri üzerinde durulmaktadır. Son olarak saha çalışmasına dayalı bulgular değerlendirilerek haberden kaçınma davranışının temel dinamikleri ortaya konulmaktadır.

1. HABERDEN KAÇINMA DAVRANIŞI

Dijital medya, bireylerin haberle olan etkileşimlerini ve haber tüketim alışkanlıklarını köklü şekilde değiştirmiştir. Bilgiye ulaşımın çok daha kolay hale gelmesi, haber akışının hız kazanması ve içeriklerin yoğunluğu, bireylerin haber tüketim davranışları üzerinde etkin rol oynamaktadır. Bu bağlamda haberden kaçınma davranışı, bireylerin medya içeriklerinden kimi zaman bilinçli, kimi zaman da bilinçsiz kaçınmalarını ifade eden çok boyutlu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2020 yılı Dijital Haber Raporu'na göre (Newman vd., 2020), dünya genelinde habere olan ilgi azalmış durumdadır. Raporda, habere yönelik ilgideki düşüşün giderek arttığı ve araştırma katılımcılarının % 43'ünün Covid-19 ve politika haberlerinden kaçındığı bulgulanmıştır. Bunun yanı sıra katılımcıların % 36'sı haberlerin genel motivasyonlarını olumsuz etkilediğini, % 29'u yoğun haber takibinden sıkıldıklarını, % 29'u haberleri güvenilmez veya taraflı bulduklarını, % 17'si haberlerin ilgi çekici olmadığını ve % 16'sı ise içeriklerin kendi yaşamlarıyla ilgili olmadığını varsaydıkları için haberlerden kaçındıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgular, haberden kaçınma davranışının dijital ortamlarda sunulan içerik yapısıyla da ilişkili olabileceğine işaret etmektedir.

Filtre balonlarına maruz kalan bireyler dar kapsamlı bir haber ve bilgi akışı içerisinde hapsolmakta ve bunun sonucunda farklı düşüncelere, olgulara ve kültürel öğelere karşı daha dirençli hale gelmektedir. Bu durum, bilgi çeşitliliğinin azalmasına ve dünyanın sınırlı bir perspektiften değerlendirilmesine neden olmaktadır. Haberden kaçınma bağlamında bakıldığında, bireylerin yalnızca kendi inanç ve düşüncelerini onaylayan içeriklere yönelmeleri, alternatif bakış açılarına ilgisiz kalmalarına yol açmaktadır. Sonuç olarak, bireysel ve toplumsal düzeyde bilişsel çeşitliliğin daralması,

entelektüel zenginleşme açısından olumsuz bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (Araslı, 2020).

Haberden kaçınma olgusu, kullanıcıların haber içeriklerini olumsuz bulmaları, habere güven duymamaları ya da yoğun haber akışına maruz kalmaları sonucunda ortaya çıkan bir davranış biçimi olarak da tanımlanmaktadır (Pala ve Bilen, 2024). Araştırmacılara göre bu eğilim, bireylerin bilgi eksiklikleri yaşamalarına, baskın söylemlere daha açık hale gelmelerine ve sonuçta yankı odalarında sıkışmalarına yol açabilmektedir. Bu nedenle, haber medyasının kullanıcıları koruyabilmesi için yalnızca toplumsal sorunlara odaklanması yeterli değildir; aynı zamanda bu sorunlara çözüm odaklı bir yaklaşım geliştirmesi ve geleceğe dair bakış açıları sunması da gerekmektedir. Okurun habere olan ilgisini artıracak yeni adımların atılması da bu çerçevede önem taşımaktadır.

Andersen ve diğerleri (2024), haberden kaçınma ile ilgili çalışmalarında, bu davranışın sınırları ve anlamı üzerinde durmuşlardır. Bu anlamda haberden kaçınmanın bilinçli bir tercih mi ya da alışkanlık haline gelen bir süreç mi olduğu konusu tartışmaları beraberinde getirmiştir. Çalışmada, haberden kaçınmanın kasıtlı ve bilinçli bir karar olduğu üzerinde durulurken, öte yandan bu durumun zamanla rutin hale gelen bir medya tüketim alışkanlığı olabileceği ifade edilmektedir. Bu ayrım, haberden kaçınmanın toplumsal ve demokratik etkilerini anlamak açısından önemli görülmektedir. Haber alma ihtiyacının artmasına rağmen, bireyler genel olarak belirli konulara ilişkin haberlerden kaçınma davranışı gösterebilmektedir. Haber takibinin siyasal bilgi ve katılım üzerindeki olumlu etkileri göz önünde bulundurulduğunda, haberden kaçınma genellikle demokratik süreçler açısından problemli bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, bu davranışın yol açtığı etkiler ve demokratik sonuçlar, haberden kaçınmanın doğasına bağlıdır. Eğer haberden kaçınma belirli bir grubu sürekli tanımlayan ve kalıcı bir davranış biçimi olarak ortaya çıkıyorsa, bu bireyler siyasetle ilişkileri bakımından olumsuz bir konumda yer alabilirler. Buna karşılık, haberden kaçınma daha geçici ve duruma bağlı bir tutum olarak geliştiğinde, yani bireyler belirli koşullarda habere olan ilgilerini kaybedip daha sonra yeniden kazanabiliyorlarsa, bu eğilimin demokratik etkileri de sınırlı kabul edilmektedir (Andersen vd., 2024).

Haberdan kaçınma davranışı ile ilgili yapılan bir araştırmada, bireylerin bu eğilimi gösterme nedenleri arasında zaman bulamama (% 26), yalan ya da yanlış haberlerin yaygınlığı (% 20,9), haberlerin doğruluğuna duyulan güvensizlik (% 19,2) ve haberlerin olumsuz psikolojik etkileri (% 15,3) dikkat çekmektedir. Özellikle 20–29 yaş aralığındaki bireylerin haberdan kaçınma davranışlarının diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır (Şencan ve Kalkan, 2019). Araştırma sonuçları, bazı bireylerin medya ekosistemine güven duymadıklarını ve yoğun haber takibinin psikolojik etkiler üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Bir başka çalışmada Türkiye’de lisans düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin haber tüketim alışkanlıkları, haber paylaşım pratikleri, haberdan kaçınma eğilimleri, haber mecralarına olan güvenleri, dezenformasyona dair kaygıları ve haber doğrulama davranışları araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların büyük çoğunluğu günde en az bir kez haber takibi yapmaktadır. Ayrıca, hiç haber takip etmeyen küçük bir öğrenci grubunun da bulunduğu saptanmıştır. Özellikle pandemi döneminde öğrencilerin haber izleme sıklığında artış olduğu görülmüştür. En çok takip edilen haber kategorilerinin ise siyaset/politika, eğitim ve sağlık ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların haber kaynağı olarak en yoğun biçimde sosyal medyayı, özellikle Twitter’ı kullandıkları; fakat bu platformun aynı zamanda güven düzeyi en düşük haber kaynaklarından biri olduğu görülmüştür (Ünalın, 2021).

Haberdan kaçınma davranışının psikolojik nedenlerini irdeleyen bir araştırmada, bu davranış anksiyete ile ilişkisi çerçevesinde tartışılmıştır. Çalışmada pandemi döneminde haber tüketiminin ilk aşamalarda yoğun olduğu, ancak zamanla kaygıyı azaltmak amacıyla haberdan kaçınma eğiliminin arttığı bulgulanmıştır. Bunun yanı sıra, haberdan kaçınmanın politik eğilimlerle de bağlantılı olduğu ve muhafazakâr bireylerin, liberal bireylere göre habere yönelik daha fazla kaçınma eğilimi gösterdiği belirtilmektedir (Tunney, 2021). Benzer şekilde, Zeng ve diğerlerinin (2024) araştırmasında da bireylerin haber içeriklerine verdikleri psikolojik tepkilerin haberdan kaçınma davranışının ortaya çıkmasında etkili olduğu ortaya konulmaktadır. Özellikle bireyler haberlerin kendilerine zorla sunulduğunu düşündüklerinde,

haber kaynaklarına karşı direnç geliştirebilmekte ve karşı argümanlar üretebilmektedir; bu tepkinin ise haber kaynaklarına olan güveni zayıflatarak haberdan kaçınma davranışını artırabildiği ifade edilmektedir (Zeng vd., 2024). Bireylerin özellikle kriz dönemlerinde belirli bir konuyla ilgili haberleri yoğun biçimde takip etmeleri, kaygı düzeylerinin artmasına neden olabilir. Sürekli olarak olumsuz içeriklere maruz kalmak, psikolojik açıdan olumsuz etkiler yaratabilir ve bireyleri haber tüketim alışkanlıklarını yeniden düzenlemeye yöneltebilir. Bu bağlamda, haber takibini belirli bir zaman dilimiyle sınırlandırmak, gün boyunca maruz kalınan duygusal yükü azaltma açısından işlevsel bir yöntem olarak öne çıkmaktadır (Sayar ve Yalaz, 2022).

Öte yandan, haber platformları zaman zaman bireylere, güncel gelişmeleri sürekli takip etmenin onlara avantaj sağlayacağı yönünde mesajlar iletebilmektedir. Ancak, yoğun haber tüketiminin bireylere doğrudan fayda sağladığına ilişkin bir kanıt bulunmamaktadır. Aksine, habere sürekli maruz kalmanın bilişsel yükü artırdığına ve odaklanma becerisini olumsuz yönde etkilediğine dair bulgular mevcuttur. Bu bağlamda, eğer haber tüketimi bireysel başarı için belirleyici bir faktör olsaydı, medya profesyonellerinin gelir düzeylerinde de buna paralel bir artış olması beklenirdi (Dobelli, 2022). Yapılan çalışmalar ışığında haberdan kaçınma davranışının bireysel, duygusal ve bilişsel faktörler dikkate alınarak değerlendirilmesi, konunun anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

Sürekli haberlere maruz kalmak, sadece psikolojik etkilerin ortaya çıkmasıyla sınırlı kalmaz; aynı zamanda fiziksel sağlığın da olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Yapılan araştırmalar, bireylerin aşırı enformasyon yükü nedeniyle kronik stres yaşadıklarını, bağışıklık sistemlerinin olumsuz etkilendiğini ve uyku bozuklukları gibi durumların ortaya çıktığını göstermektedir. Bu bağlamda, sürekli haber tüketim alışkanlığının sadece bilişsel bir yük oluşturmakla kalmayıp fizyolojik rahatsızlıklara da yol açtığı görülmektedir. Bunun yanı sıra yapılan araştırmalar, aşırı haber tüketim düzeyi yüksek olan bireylerin fiziksel sağlık sorunlarını daha sık yaşadıklarını ve bu durumun uzun vadede yaşam kalitesini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bu bireylerde yorgunluk, ağrı, dikkat güçlüğü ve sindirim problemleri gibi belirtiler çok daha yaygın görülmekte, gereğinden fazla haber tüketimi

yapan kullanıcılarda ise diğer gruplara oranla anlamlı düzeyde daha fazla fiziksel rahatsızlık ortaya çıktığı belirtilmektedir (McLaughlin vd., 2023). Betakova ve arkadaşlarının (2024) araştırması ise özellikle genç bireylerin haber yorgunluğunu daha yoğun yaşadığını ve bu durumun haber içeriklerini aşırı olumsuz algılamalarıyla ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bu bireylerin, olumsuz haber içerikleri ile psikolojik baskı hissettikleri ve uykuya dalmakta güçlük gibi fiziksel belirtiler gösterdikleri ifade edilmektedir (Betakova vd., 2024). Dolayısıyla haber tüketimi, sadece bilişsel ve duygusal süreçleri değil; aynı zamanda bireyin fiziksel sağlığını da doğrudan etkileyebilecek bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Literatürdeki bulgular, haberden kaçınma davranışının farklı dinamikler sonucunda ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Bazı bireylerde bu eğilim kalıcı bir alışkanlık olarak gözlenirken, çevresel faktörler ve enformasyon yorgunluğu gibi olgular da bu davranışın şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Bu bağlamda, medya kuruluşlarının haber tüketim davranışlarını etkileyen bu unsurları dikkate almaları önemli görülmektedir. Bu kapsamda, dijital minimalizm, bireylerin medya tüketiminde daha bilinçli tercihler yapmalarına olanak tanıyan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, haber sunumlarında *zaman çerçevelemesi* yönteminin uygulanması, bireylerin haber tüketimlerini sınırlamada önemli bir rol üstlenmektedir. Her ne kadar son dakika bildirimleri bazı bireylerde merak ve heyecan uyandırsa da çoğu zaman tedirginlik ve baskı hissine yol açabilmektedir. Bu nedenle, haber içeriklerinin sunumunda zamanlama unsuruna dikkat edilmesi, bireylerin medya tüketimlerini daha kontrollü ve farkındalık temelli biçimde yönetmelerine katkı sağlayabilir. Ayrıca, çözüm odaklı habercilik yaklaşımı çerçevesinde olumlu örnekler yer verilmesi, olumsuz haberlerin psikolojik etkilerini azaltmada işlevsel bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Bu tür uygulamalar, bireylerin dijital dengeyi korumalarına ve haber içeriklerine karşı daha seçici bir tutum geliştirmelerine olanak tanıyarak dijital minimalizm anlayışını desteklemektedir (Pala ve Bilen, 2024). Sonuç olarak hem bireysel hem de kurumsal düzeyde geliştirilecek stratejiler, dijital çağda haber tüketiminin olumsuz etkilerinden korunmada belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda, medya

okuryazarlığının yaygınlaştırılması, dijital medyanın bilinçli kullanılmasıyla birlikte bu platformların zararlarından korunmaya yönelik farkındalık çalışmalarının artırılması ve etik habercilik ilkelerinin benimsenmesi, bireylerin haberle kurduğu ilişkiyi daha sağlıklı yürütmesine olanak tanıyacaktır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu makalenin saha araştırması, ilk yazarın yaptığı doktora tezinin saha çalışmasının bir bölümünden oluşmaktadır ve toplanan ana verilerden yalnızca haberden kaçınma davranışına ilişkin bulgular değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma, nicel araştırma yöntemi yaklaşımıyla gerçekleştirilmiş; veri toplama aracı olarak çevrim içi anket formu kullanılmıştır. Anket formu, bireylerin haber tüketim alışkanlıklarını ve haberden kaçınma eğilimlerini ölçmeye yönelik maddelerden oluşmaktadır. Bu araştırma için etik onay, Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'ndan alınmıştır (Dosya No: 2025-69; Toplantı No: 06; Tarih: 26.05.2025). Etik kurul onayının alınmasının ardından ölçeğin geçerlilik ve güvenirlik değerlendirmesi 70 kişilik örneklem üzerinde gerçekleştirilen pilot uygulama ile test edilmiştir. Ölçeğe ilişkin istatistiksel veriler analiz edilerek, maddelerin tutarlı olduğu bulgulanmıştır. Ana veri çalışması 1 Haziran-30 Temmuz 2025 tarihleri arasında Google Forms aracılığıyla çevrim içi olarak toplanmış ve farklı demografik özelliklere sahip 484 katılımcıdan veri elde edilmiştir.

Haberden kaçınma davranışına ilişkin anket formu hazırlanırken, Lee, Kim ve Koh (2016) ile Lee, Lindsey ve Kim (2017) tarafından geliştirilen *Haber Tüketim Biçimleri* ve *Aşırı Haber Yükü Algısı* ölçeklerinden faydalanılmıştır. Bu çalışmada, söz konusu ölçeklerin doğrudan çevirisi veya birebir uyarlaması yapılmamış; yalnızca ilgili ölçek sorularının kavramsal çerçevesi ve ölçme boyutları temel alınarak özgün anket maddeleri oluşturulmuştur. Mevcut ölçeklerin haberden kaçınma davranışını doğrudan ölçmekten ziyade haber tüketimi ve enformasyon yükü bağlamında ele alması, bu çalışmada haberden kaçınmayı merkezine alan bir ölçme aracının geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Söz konusu ölçeklerin Türkçeye doğrudan uyarlanması, Araslı (2020) tarafından gerçekleştirilmiş olup, bu çalışmada ilgili uyarlamadan

tematik olarak yararlanılmıştır. Haberden kaçınma davranışı literatürde çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmakla birlikte, bu çalışmada geliştirilen ölçek söz konusu boyutları ayrı ayrı ölçmekten ziyade bireylerin haberden kaçınma davranışını genel bir eğilim olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen tek faktörlü yapı, ölçeğin bu genel eğilimi ölçmeye uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğin güvenilirliği yalnızca Cronbach Alfa katsayısı ile değerlendirilmemiş; faktör yapısı, madde yükleri ve doğrulayıcı faktör analizi sonuçları birlikte ele alınmıştır.

Toplanan veriler Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada yalnızca Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği ele alınmış; ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla keşfedici faktör analizi uygulanmış ve elde edilen yapının geçerliliğini test etmek için AMOS-22 programı ile doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ilişkin demografik özellikler frekans ve yüzde dağılımlarıyla sunulmuştur. Ayrıca ölçeklere ilişkin normallik analizleri gerçekleştirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında yer alması, verilerin parametrik analizler için uygun olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bazı alt gruplarda gözlem sayısının 30'un altında olması durumunda non-parametrik testlerin kullanılması önerilmektedir (George & Mallery, 2010).

Bu doğrultuda, haberden kaçınma davranışının demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek amacıyla iki gruplu değişkenlerde bağımsız örneklem t-testi ve Mann-Whitney U testi; üç ve daha fazla gruplu değişkenlerde ise tek yönlü ANOVA ve Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Ayrıca, katılımcıların haber tüketim mecralarına (televizyon, gazete, sosyal medya, haber siteleri ve podcast/radyo) göre farklılıkları belirlemek üzere ilgili gruplarda parametrik ve non-parametrik testler uygulanmış; haberden kaçınma davranışının çeşitli medya kullanım alışkanlıklarıyla ve demografik özelliklerle ilişkisini ortaya koymak için korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır. Tüm analizler %95 güven düzeyinde ($\alpha = 0,05$) anlamlılık kriterine göre değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde araştırmadan elde edilen sonuçlar, özellikle haberden kaçınma davranışına ilişkin bulgularla birlikte tablolar eşliğinde sunulmuştur. Veriler, araştırma soruları doğrultusunda sistematik biçimde değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

Değişkenler	Grup	N	Yüzde (%)
Yaş	18-24	39	8,1
	25-34	136	28,1
	35-44	200	41,3
	45-54	81	16,7
	55 ve üzeri	28	5,8
Cinsiyet	Kadın	248	51,2
	Erkek	235	48,6
	Belirtmek istemiyorum	1	0,2
Eğitim Durumu	İlkokul	15	3,1
	Ortaöğretim (Ortaokul / Lise)	112	23,1
	Lisans	285	58,9
	Lisansüstü	72	14,9
Gelir Durumu	Hiç gelirim yok (çalışmıyorum)	96	19,8
	Düşük gelir grubunda yer alıyorum	63	13,0
	Orta gelir grubunda yer alıyorum	289	59,7
Günlük Ortalama Haber Tüketim Süresi	Üst gelir grubunda yer alıyorum	36	7,4
	Hiç haber okumuyorum	27	5,6
	1 saatten az	192	39,7
	1-2 saat arası	157	32,4
Haberleri Televizyon ile Takip Etme	2-3 saat arası	86	17,8
	3 saatten fazla	22	4,5
	Evet	167	34,5
	Hayır	317	65,5

Haberleri Gazete ile Takip Etme	Evet	83	17,1
	Hayır	401	82,9
Haberleri Sosyal Medya ile Takip Etme	Evet	422	87,2
	Hayır	62	12,8
Haberleri Haber Siteleri ile Takip Etme	Evet	160	33,1
	Hayır	324	66,9
Haberleri Podcast/Radyo ile Takip Etme	Evet	15	3,1
	Hayır	469	96,9

Araştırmaya katılanların yaş dağılımına bakıldığında, örneklemin büyük kısmını 35–44 yaş aralığındaki bireyler (% 41,3) oluşturmaktadır. Cinsiyet dağılımı dengeli bir şekilde kadın (% 51,2) ve erkek (% 48,6) katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların çoğu lisans mezunudur (% 58,9) ve kendilerini ağırlıklı olarak orta gelir grubunda (% 59,7) tanımlamaktadırlar.

Günlük haber tüketimi incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğu haberleri günde bir saatten az (% 39,7) veya 1–2 saat arası (% 32,4) süreyle takip etmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı haberleri sosyal medya üzerinden (% 87,2) okumakta; televizyon (% 34,5) ve haber siteleri (% 33,1) ise ikinci ve üçüncü sırada tercih edilen mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bulgular, örneklemin genel olarak orta yaş grubunda, eğitilmiş ve haberler için sosyal medyaya yönelik bir kullanıcı profiline sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Haberdan Kaçınma Davranışı Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

Maddeler	F1	Ölçek Güv.
Madde 11	,854	
Madde 4	,815	
Madde 17	,789	
Madde 9	,777	,954
Madde 16	,768	
Madde 6	,767	
Madde 10	,765	
Madde 5	,758	

Madde 15	,753	
Madde 8	,751	
Madde 7	,741	
Madde 2	,727	
Madde 1	,725	
Madde 14	,714	
Madde 3	,688	
Madde 12	,591	
Madde 13	,581	
Açıklanan Varyans:	%57,66	Toplam: %57,66

KMO: ,960 χ^2 :5859,551 Sd:136 Sig: ,000

Haberdan Kaçınma Ölçeği'ne ilişkin yapılan keşfedici faktör analizi sonucunda, verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür (KMO = .960; Bartlett's $\chi^2(136) = 5859.551, p < .001$). Analiz bulgularına göre ölçek, tek boyutlu bir yapı göstermekte ve toplam varyansın % 57,66'sını açıklamaktadır. Maddelerin faktör yüklerinin yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu durum ölçeğin yapısal geçerliliğini desteklemektedir. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiş ve .954 olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar, ölçeğin haberdan kaçınma davranışını ölçmede geçerli ve güvenilir bir araç olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 3. Haberdan Kaçınma Davranışı Ölçeği Madde Korelasyonunu

	Madde Toplam Korelasyon Değeri	Ort.	SS
1. Bilinçli olarak haberleri takip etmekten kaçınılmaktayım.	,700	2,53	1,237
2. Farkında olmadan pasif şekilde haberdan kaçındığımı gözlemlemekteyim.	,706	2,62	1,221

3. Olumsuz haber içeriklerinden kaçınmak için belli haber platformlarını tercih etmekteyim.	,673	2,76	1,262
4. Haber takibi yapmak, stres ve kaygımı arttırdığı için haberlerden kaçınmaktayım.	,790	2,77	1,325
5. Haber tüketimi yapmak, beni zihinsel anlamda çok yormaktadır.	,733	2,98	1,356
6. Haber takibi yapmadığımda kendimi daha huzurlu hissedirim.	,742	2,88	1,332
7. Haber kaynaklarına güven duymadığım için haber takibinden uzaklaşmaktayım.	,722	2,82	1,328
8. Yalan haberlerin yaygın olması, haberlerden uzak kalmayı tercih etmeme neden olmaktadır.	,733	2,91	1,324
9. Çok fazla bilgiye maruz kalmak, zihinsel olarak beni yorduğu için haberlerden kaçınıyorum.	,756	2,74	1,298
10. Haber takibi yapmak, fiziksel sağlığımı olumsuz etkilediği için haber takip etmiyorum.	,744	2,59	1,263
11. Genel olarak kötü haberlere maruz kalmamak için haberleri takip etmemeye özen gösteririm.	,829	2,73	1,301
12. Kendi düşüncemi yansıtmayan haber içeriklerinden uzak kalmayı tercih ederim.	,595	2,58	1,233
13. Bir haber benim fikirlerimi yansıtmıyorsa, o habere etkilenmemek için ilgili içeriği takip etmiyorum.	,581	2,54	1,260
14. Zamanımı daha faydalı kullanmak için haber tüketiminden kaçınıyorum.	,702	2,66	1,204

15. Haberdan kaçınmam, günlük rutinlerimi daha sağlıklı sürdürmemi sağlamaktadır.	,740	2,83	1,272
16. Kötü olaylara dair haberleri takip etmemin bana faydadan çok zarar verdiğini düşünüyorum.	,750	2,91	1,325
17. Haberlerden uzak durmak beni rahatlatıyor.	,771	2,80	1,305

Haberdan Kaçınma Davranışı Ölçeği'nin madde-toplam korelasyon değerleri incelendiğinde, tüm maddelerin .30'un üzerinde değer aldığı ve ölçeğin bütünü temsil etmede yeterli olduğu belirlenmiştir. Korelasyon değerleri .581 ile .829 arasında değişmekte olup, en yüksek ilişkiler 'Kötü haberlere maruz kalmamak için haberleri takip etmemeye özen gösteririm' (Madde 11), 'Haber takibi yapmak, stres ve kaygımı artırdığı için haberlerden kaçınmaktayım' (Madde 4) ve 'Haberlerden uzak durmak beni rahatlatıyor' (Madde 17) maddelerinde görülmüştür. Bu bulgular, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ve haberdan kaçınma davranışını güvenilir biçimde ölçtüğünü ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberdan Kaçınma Davranışı Ölçeği	Kadın	248	48,49	16,956	2,464	481	,014*
	Erkek	235	44,79	15,962			

*p<0,05

Cinsiyet değişkenine göre yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda, kadın katılımcıların haberdan kaçınma ortalama puanlarının (Ort.=48,49) erkek katılımcıların puanlarından (Ort.=44,79) anlamlı düzeyde yüksek olduğu bulunmuştur (t (481) =2,464, p=0,014). Bu bulgu, kadınların erkeklere kıyasla haberdan kaçınma eğilimlerinin daha güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Eğitim Durumu Değişkeni Kruskal Wallis-H Analizi

Ölçek	Grup	N	S. Ort.	H	P	Fark
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	a) İlkokul	15	227,90	12,560	,000*	c>a,b
	b) Orta-öğretim (Ortaokul / Lise)	112	232,90			
	c) Lisans	285	251,27			
	d) Lisansüstü	72	225,76			
	Toplam	484				

*p<0,05

Elde edilen bulgular, haberden kaçınma davranışı açısından eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ($\chi^2 = 12,560$; $p < 0,05$). Kruskal-Wallis H Analizi sonuçlarına göre, lisans mezunu katılımcıların haberden kaçınma davranışına ilişkin sıra ortalamalarının, ilkokul ve ortaöğretim mezunlarına kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, eğitim düzeyi arttıkça bireylerin haberden kaçınma eğilimlerinin de arttığına işaret etmektedir.

Tablo 6. Yaş Değişkeni Kruskal Wallis-H Analizi

Ölçek	Grup	N	S. Ort.	H	P	Fark
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	a) 18-24	39	233,97	9,225	,056	
	b) 25-34	136	230,69			
	c) 35-44	200	259,92			
	d) 45-54	81	236,13			
	e) 55 ve üzeri	28	205,70			
Toplam	484					

*p<0,05

Tablo 6'da yer alan Kruskal-Wallis H Analizi sonuçlarına göre, *Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği* açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır ($\chi^2 = 9,225$; $p = 0,056 > 0,05$). Bu bulgu, katılımcıların haberden kaçınma davranışlarının yaş değişkenine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını

göstermektedir. Yaş gruplarına ait sıra ortalamaları incelendiğinde bazı gruplar arasında görece farklılıklar gözlemlense de bu farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı düzeye ulaşmamıştır. Dolayısıyla, haberden kaçınma davranışının yaş faktöründen ziyade bireylerin psikolojik özellikleri, sosyal bağları ve medya kullanım alışkanlıkları gibi değişkenlerle daha yakından ilişkili olabileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 7. Gelir Durumu Değişkeni Tek Yönlü ANOVA Analizi

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	SD	F	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	a) Hiç gelir yok (çalışmıyorum)	96	46,48	17,273	3	1,456	,226
	b) Düşük gelir grubunda yer alıyorum	63	47,19	17,226			
	c) Orta gelir grubunda yer alıyorum	289	47,28	16,172			
	d) Üst gelir grubunda yer alıyorum	36	41,22	16,278			
	Toplam	484	46,66	16,565			

*p<0,05

Tek Yönlü ANOVA analizi bulgularına göre, *Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği* boyutunda gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($F=1,456$; $p=,226 > 0,05$). Sonuçlar, katılımcıların haberden kaçınma düzeylerinin gelir durumuna göre belirgin biçimde değişmediğini ortaya koymaktadır. Ortalama puanlara göre, gelir düzeyi düşük ve orta olan grupların haberlere karşı benzer düzeyde kaçınma eğilimi gösterdiği, üst gelir grubundaki bireylerin ise nispeten düşük kaçınma eğilimine sahip olduğu söylenebilir. Fakat bu fark istatistiksel olarak anlamlı sınırdadır.

Cinsiyet ve eğitim değişkenlerinde anlamlı farklar gözlenirken, yaş ve gelir düzeyine göre yapılan analizlerde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p > 0,05$). Bu durum, haberden kaçınma davranışının yaş ve gelir düzeyinden bağımsız biçimde ortaya çıktığını göstermektedir.

Tablo 8. Günlük Ortalama Haber Tüketim Süresi Değişkeni Kruskal Wallis-H Analizi

Ölçek	Grup	N	S. Ort.	H	P	Fark
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	a) Hiç haber okumuyorum	27	166,09	5,018	,285	
	b) 1 saatten az	192	212,08			
	c) 1-2 saat arası	157	245,82			
	d) 2-3 saat arası	86	312,60			
	e) 3 saatten fazla	22	303,98			
Toplam		484				

*p<0,05

Elde edilen bulgulara göre, Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği açısından günlük ortalama haber tüketim süresine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($\chi^2 = 5,018$; $p = 0,285 > 0,05$). Bu sonuç, bireylerin günlük haber tüketim sürelerinin haberdan kaçınma davranışı üzerinde belirgin bir farklılaşmaya neden olmadığını göstermektedir. Sıra ortalamaları incelendiğinde, haber tüketim süresi arttıkça haberdan kaçınma davranışında görece bir artış eğilimi gözlemlense de bu eğilimin istatistiksel açıdan anlamlı düzeye ulaşmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 9. Haberleri Televizyon ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	Evet	167	44,87	14,743	-1,728	482	,085
	Hayır	317	47,60	17,396			

*p<0,05

Haberleri Televizyon ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu sonuçlarına göre, Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği puanları televizyonla haber takibi yapma durumunda anlamlı bir farklılık ortaya koymamaktadır ($t=-1,728$; $p=,085>0,05$). Sonuçlar, televizyon üzerinden haber takip eden katılımcılar ile televizyon izlemeyenler arasında haberdan kaçınma düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını

göstermektedir. Ortalama değerlere bakıldığında, televizyon aracılığıyla haberleri takip etmeyen bireylerin (Ort.=47,60) nispeten daha yüksek haberdan kaçınma eğilimine sahip oldukları görülmektedir. Fakat bu fark istatistiksel olarak anlamlı düzeye ulaşmamıştır.

Tablo 10. Haberleri Gazete ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	Evet	83	46,87	13,536	,148	482	,882
	Hayır	401	46,61	17,139			

*p<0,05

Analiz bulgularına göre, Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği verileri gazete aracılığıyla haber takibi yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır ($t=,148$; $p=,882>0,05$). Bulgular, basılı ya da dijital gazeteler üzerinden haber takip eden bireylerle etmeyenler arasında haberdan kaçınma davranışları açısından anlamlı bir fark bulunmadığını göstermektedir. Ortalama puanlara bakıldığında, gazeteden haber takip eden bireylerin (Ort.=46,87) ve etmeyenlerin (Ort.=46,61) benzer düzeyde haberlere karşı kaçınma eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Haberleri Sosyal Medya ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	Evet	422	47,59	16,364	3,248	482	,001*
	Hayır	62	40,34	16,537			

*p<0,05

Tabloya göre, Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği puanları sosyal medya aracılığıyla haber takip etme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=3,248$; $p=,001<0,05$). Bulgulara bakıldığında, sosyal medya üzerinden haberleri takip eden katılımcıların ortalama puanı (Ort.=47,59), sosyal medya kullanmayan katılımcıların ortalamasından (Ort.=40,34) anlamlı düzeyde daha yüksektir. Sonuçlar, sosyal medya kullanıcılarının haber akışında karşılaştıkları yoğun ve

çoğunlukla olumsuz içeriklerin, bireylerde haberden kaçınma eğilimini güçlendirdiğini göstermektedir.

Tablo 12. Haberleri Haber Siteleri ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	Evet	160	44,72	15,603	-1,813	482	,070
	Hayır	324	47,61	16,962			

*p<0,05

Haberleri Haber Siteleri ile Takip Etme Değişkeni T-Test Tablosu sonuçlarına göre, *Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği* puanları haber siteleri aracılığıyla haber takip etme durumuna göre anlamlı bir farklılık ortaya koymamaktadır ($t=-1,813$; $p=,070>0,05$). Bulgulara göre, haber siteleri üzerinden haber takip eden bireylerin ortalama puanı (Ort.=44,72), etmeyen bireylerin ortalamasından (Ort.=47,61) düşük olmakla birlikte bu fark istatistiksel olarak anlamlı görülmemektedir. Analizler, haber sitelerinin haberden kaçınma davranışı üzerindeki etkisinin sınırlı olduğuna ve kullanıcıların bu platformlarda karşılaştıkları içerikleri genellikle diğer dijital mecralarla birlikte tükettiklerine işaret etmektedir.

Tablo 13. Haberleri Podcast/Radyo ile Takip Etme Değişkeni Mann-Whitney U Test Tablosu

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	SD	P
Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği	Evet	15	41,27	12,775	-1,340	482	,180
	Hayır	469	46,83	16,653			

*p<0,05

Tabloda yer alan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, *Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği* puanları podcast veya radyo aracılığıyla haber takip etme durumuna göre anlamlı bir farklılık ortaya koymamaktadır ($Z=-1,340$; $p=,180>0,05$). Bulgulara göre, podcast ya da radyo üzerinden haber takip eden katılımcıların ortalama puanı (Ort.=41,27), etmeyen katılımcılara (Ort.=46,83) göre daha düşük olmasına rağmen bu fark istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde değildir. Sonuçlar, geleneksel sesli mecraların (radyo/podcast) günümüz dijital

medya ortamında haber tüketimi açısından sınırlı bir etkiye sahip olduğunu ve bu platformların bireylerin haberden kaçınma davranışlarını anlamlı biçimde etkilemediğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Yeni medya teknolojilerinin gelişimi, bireylerin haber tüketim alışkanlıklarında köklü değişikliklere yol açmıştır. Haberlerin anlık olarak güncellenebilmesi, çok sayıda dijital platformdan erişilebilir hale gelmesi ve kullanıcıların içeriklerle etkileşim kurabilmesi, bilgiye ulaşımı önemli ölçüde kolaylaştırmıştır. Fakat bu süreç, beraberinde aşırı enformasyon yükü ve buna bağlı olarak gelişen enformasyon yorgunluğu gibi sorunları da getirmiştir. Bu bağlamda, literatürde son yıllarda dikkat çeken *haberden kaçınma davranışı* kavramı, bireylerin yoğun, olumsuz veya güvenilir bulmadıkları haber içeriklerinden bilinçli ya da bilinçsiz şekilde uzaklaşma eğilimlerini açıklamaktadır. Haberden kaçınma olgusu aynı zamanda dijital çağda bireylerin psikolojik, bilişsel ve duygusal sınırlarını koruma biçimlerinden biri olarak da değerlendirilmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları, haberden kaçınma davranışının literatürde tanımlanan çok boyutlu yapısıyla genel olarak benzerlik göstermektedir. Literatürde haberden kaçınmanın kalıcı bir alışkanlık ya da bilinçli bir başa çıkma stratejisi olarak ortaya çıkabildiği ele alınmaktadır (Andersen vd., 2024). Bu çalışmada ise katılımcıların haber tüketimini belirli dönemlerde bilinçli biçimde azalttıkları görülmektedir. Bu durum, haberden kaçınma davranışının bağlamsal koşullar ve farklı değişkenler çerçevesinde ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Bu çalışma kapsamında geliştirilen *Haberden Kaçınma Davranışı Ölçeği* geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmış, ölçeğin güvenilirliği yüksek bulunmuştur. Yapılan saha araştırmasında ise demografik değişkenler açısından anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Cinsiyet değişkeni çerçevesinde elde edilen bulgular, kadınların erkeklere oranla haberden kaçınma davranışını daha yüksek oranda sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmada kadın katılımcıların haberden kaçınma düzeylerinin erkek katılımcılara göre anlamlı biçimde daha yüksek olması, haber içeriklerinin psikolojik etkilerine yönelik duyarlılığın

toplumsal cinsiyet bağlamında değerlendirilebileceğini düşündürmektedir.

Psikolojik boyut açısından değerlendirildiğinde, bu araştırmanın bulguları haberden kaçınmanın kaygıyı azaltmaya yönelik bir başa çıkma stratejisi olarak işlev görebileceğini ileri süren çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Tunney, 2021). Katılımcıların olumsuz ve yoğun haber akışını psikolojik açıdan zorlayıcı olarak algılamaları, haber tüketimini azaltmanın duygusal yükü hafiflettiğini vurgulayan çalışmalarla örtüşmektedir (Sayar ve Yalaz, 2022). Bu durum, haberden kaçınmanın yalnızca pasif bir eylem değil, aynı zamanda bireylerin psikolojik sınırlarını korumaya yönelik aktif bir süreç olduğunu düşündürmektedir.

Eğitim değişkeni çerçevesinde elde edilen bulgulara göre lisans mezunlarının haberden kaçınma davranışı ölçeğinde ilkokul ve ortaöğretim mezunlarına kıyasla daha yüksek puana sahip oldukları belirlenmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça haberden kaçınma eğiliminin de artması, literatürde haberden kaçınmanın bilinçli ve seçici bir medya pratiği olarak tartışıldığı çalışmalarla paralellik göstermektedir (Andersen vd., 2024).

Medya kullanım alışkanlıkları açısından elde edilen bulgular, sosyal medya kullanıcılarının haberden kaçınma davranışını sosyal medya kullanmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek sergilediklerini göstermektedir ($p = ,001$). Buna karşılık, günlük haber tüketim süresine göre haberden kaçınma davranışı açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Sosyal medya üzerinden haber takip eden bireylerin haberden kaçınma düzeylerinin daha yüksek olması, literatürde vurgulanan yoğun, tekrarlayan ve çoğunlukla olumsuz içeriklere maruz kalma durumu ile benzerlik göstermektedir (Ünalın, 2021; Newman vd., 2020). Televizyon, gazete, haber siteleri ve podcast/radyo gibi diğer haber platformları açısından anlamlı bir farklılık bulunmaması ise, sosyal medyanın haberden kaçınma davranışı üzerindeki belirleyici rolünü daha görünür kılmaktadır. Bu bulgular, sosyal medya ortamlarının bireylerde psikolojik ve bilişsel yük oluşturarak haberden uzaklaşma eğilimini güçlendirebildiğine işaret etmektedir.

Bununla birlikte yaş ve gelir düzeyi değişkenlerine ilişkin analizlerde anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu bulgular, haberden kaçınma davranışının demografik

özelliklerden çok, dijital medya ortamlarının yapısal durumlarıyla ve bireylerin maruz kaldığı aşırı enformasyon yükü ile ilişkilendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, haber tüketiminde dijital platformların hız ve içerik çeşitliliği açısından her ne kadar olumlu katkıları olsa da kullanıcılar üzerinde yarattığı psikolojik etkilerinin de dikkate alınması önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma haberden kaçınma davranışının tek bir nedenle açıklanamayacağı; bireysel, duygusal, bilişsel ve medya ortamına bağlı dinamiklerin etkileşimi sonucunda şekillenen çok boyutlu bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, literatürdeki yaklaşımları destekler nitelikte olup, özellikle sosyal medya temelli haber akışının haberden kaçınma davranışını güçlendiren önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Yapılan analizlerin sonucunda, bireylerin dijital medya ortamlarında maruz kaldıkları yoğun bilgi akışına karşı farklı biçimlerde psikolojik tepki verdikleri belirlenmiştir. Özellikle sosyal medya kanalıyla haber akışının takip edilmesi, bireylerde psikolojik yorgunluk ve bilişsel yük gibi süreçleri etkileyerek habere yönelik kaçınma davranışını artırdığı görülmektedir. Bu bağlamda, dijital çağda haber üretim ve tüketim alışkanlıklarının, teknolojik dönüşümün yanı sıra psikolojik bir süreci de beraberinde getirdiği ifade edilebilir. Medya kuruluşlarının bu dönüşümün dinamiklerini dikkate alarak çözüm odaklı bir yayın anlayışını benimsemeleri, kullanıcıların haber tüketim alışkanlıkları ve psikolojik iyi oluşları üzerinde olumlu etkiler meydana getirecektir.

Bu çalışma, haberden kaçınma davranışına ilişkin gelecekte yapılacak çalışmalara da çeşitli açılardan ışık tutmaktadır. Ölçeğin farklı yaş, meslek ve kültürel gruplarla analiz edilmesi bulguların genellenebilirliğini artıracaktır. Ayrıca, derinlemesine görüşmeler ve odak grup gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanılması, bireylerin haberden uzaklaşma nedenlerinin ve motivasyonlarının daha ayrıntılı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Dijital platform algoritmalarının ve kişiselleştirilmiş haber akışlarının haberden kaçınma davranışı üzerindeki etkilerinin incelenmesi ise gelecekteki araştırmalar için önemli bir inceleme alanı imkânı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akyüz, S. ve Akpınar, G. (2023). Sosyal medyada enformasyon yoğunluğu ve haberden kaçınma davranışları üzerine bir araştırma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 1-22.
- Alp, H. ve Altın, M. (2023). Basılı gazetelerden dijital platformlara: Medya tüketimindeki paradigma kayması. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(20), 364-383.
- Andersen, K., Shehata, A., Skovsgaard, M. ve Strömbäck, J. (2024). Selective news avoidance: Consistency and temporality. *Communication Research*, 1-28.
- Andersen, K., Toff, B. ve Ytre-Arne, B. (2024). Introduction: What we (don't) know about news avoidance. *Journalism Studies*, 25(12), 1367-1384.
- Araslı, O. (2020). Aşırı enformasyon yükü teorisi çerçevesinde üniversite öğrencilerinin haber tüketim davranışları ve habere bakışları. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Betakova, D., Boomgaarden, H., Lecheler, S. ve Schäfer, S. (2024). I do not (want to) know! The relationship between intentional news avoidance and low news consumption. *Mass Communication and Society*, 1-28.
- Dobelli, R. (2022). *Dijital yaşamla başa çıkma sanatı*. Pegasus Yayınları.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. Pearson.
- Lee, S. K., Kim, K. S. ve Koh, J. (2016). Antecedents of news consumers' perceived information overload and news consumption pattern in the USA. *International Journal of Contents*, 12(3), 1-11.
- Lee, S. K., Lindsey, N. J. ve Kim, K. S. (2017). The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices. *Computers in Human Behavior*, 75, 254-263.
- McLaughlin, B., Gotlieb, M. ve Mills, D. (2023). Caught in a dangerous world: Problematic news consumption and its relationship to mental and physical ill-being. *Health Communication*, 38(12), 2687-2697.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. ve Nielsen, R. (2020). *Digital news report 2020*. Reuters Institute, Oxford University.
- Pala, S. ve Bilen, M. (2024). Dijital çağda habere karşı aktif bir direniş: Haber yorgunluğu ve haberden kaçınma. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 180-193.
- Sayar, K. ve Yalaz, B. (2022). *Dijital yorgunluk*. Kapı Yayınları.
- Şencan, İ. ve Kalkan, O. (2019). *Medya kullanımı ve haber tüketimi: Güven, doğrulama, siyasi kutuplaşmalar*. Teyit.org – İsveç Konsoloslugu Türk-İsveç Kalkınma İş Birliği Birimi İkili İş Birliği Programı.
- Tunney, C. (2021). Anxiety's effect on news seeking and avoiding: An evolutionary perspective. Michigan State University, Information and Media Department, Doctoral Dissertation.
- Ünal, D. (2021). Gazeteciliğin dönüşümü: Habertürk, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin sosyal medya haberciliği çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(2), 952-981.
- Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P., Hayashi, K., Mitchelstein, E. ve 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.
- Yengin, D. ve Bayrak, T. (2022). *Yeni medya kuramları*. Der Yayınları.
- Yıldızgörür, M. (2023). Ne önemi var? Okuyucuların haberden kaçınma davranışları üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim Dergisi*, 11, 266-290.
- Zeng, R., Guo, S. ve Evans, R. (2024). Intentional news avoidance on short-form video platforms: A moderated mediation model of psychological reactance and relative entertainment motivation. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(248), 1-9.