



**Haber Okuryazarlığı Eğitimi Alan Öğrencilerin Haber Algısı**

***News Perception Among Students with News Literacy Training***

İpek ŞENCAN, İrem SOYDAL

**Makale Bilgisi / Article Information**

**Bu makaleye atıf yapmak için / To cite this article:**

Şencan, İ. ve Soydal, İ. (2023). Haber okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin haber algısı.

*Bilgi Dünyası*, 24(2), 1-31. doi: 10.15612/BD.2023.717

**Makale türü / Paper type:** Araştırma Makalesi / Research Article

**DOI:** 10.15612/BD.2023.717

**Geliş Tarihi / Received:** 12.07.2023

**Kabul Tarihi / Accepted:** 09.10.2023

**Elektronik Yayınlanma Tarihi / Online Published:** 20.12.2023

**İletişim / Communication**

Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği / University and Research Librarians Association

Posta Adresi / Postal Address: Marmara Sok. No:38/17 06420 Yenışehir, Ankara, Türkiye.

Tel: +90 312 430 03 61; Faks / Fax: +90 312 430 03 61; E-posta / E-mail: bilgi@bd.org.tr

Web: <https://bd.org.tr>

## Haber Okuryazarlığı Eğitimi Alan Öğrencilerin Haber Algısı\*

İpek ŞENCAN\*\* , İrem SOYDAL \*\* 

### Öz

Günlük yaşamda önemli bir yer tutan haber; gündemle, çevrede gerçekleşen olaylarla, farklı gelişmelerle ilgili bilgilenebilir ve hatta alınan kararlara etki edebilme potansiyeli olan bir bilgi türü şeklinde tanımlanabilir. Dijital ortamların kullanımının ve kullanıcı etkileşiminin artmasıyla, alışlagelmis gazetecilik bakış açısıyla yapılan haber tanımı sınırlı kalabilmektedir. Bu durum, değişen medya ortamına ve bunun etkilerine odaklanan haber okuryazarlığı eğitiminde haberin nasıl tanımlanması gerektiği sorusunu gündeme getirmektedir. Bu noktada, haber kullanıcılarının haberi nasıl algıladıkları ve nasıl tanımladıklarını anlamaya çalışmak önemlidir. Bu çalışmada, bir grup lisans öğrencisinin eleştirel düşünmeyi temel alan haber okuryazarlığı eğitimi almadan önce ve aldıktan sonraki haber algılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Yarı deneysel araştırma tasarımı kullanılarak, eğitim öncesi ve sonrasında öğrencilere öz değerlendirme testleri ile ön ve son testler uygulanmıştır. Bu testlerle öğrencilerin, haber kavramını bilme bakımından kendilerini nasıl değerlendirdikleri, haberi farklı örnekler içerisinde ayırt edip edemedikleri ve nasıl tanımladıklarından yola çıkılarak haber algıları anlaşılmasına çalışılmıştır. Sonuçta, haber kavramını bilme yönünden öğrenciler kendilerini özellikle eğitim sonrasında daha yüksek puanlarla değerlendirmişlerdir. Farklı içeriklere yönelik örnekler arasında haberi ayırt etme bakımından da öğrencilerin genelde iyi bir performans sergiledikleri ancak eğitim sonrasında yarıdan fazlasının köşe yazısı türündeki örneği de haber olarak işaretledikleri belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin eğitim sonrasındaki tanımlarında, "doğru", "güvenilir", "kesin", "SN1K kuralına uygun" gibi haber niteliklerine odaklanan ifadeler kullandıkları görülmüştür. Tüm bunlardan hareketle, haber kullanıcılarının bir içeriğe haber niteliği atfederken haber okuryazarlığının temelini oluşturan eleştirel düşünme becerilerini kullanmalarının önemli olduğu söylenebilir. Bu becerilerin bireylere kazandırılabilmesi, yaşam boyu öğrenme pratiklerine uyarlanmış, zamana yayılmış ve farklı seviyelere uygun bilgi, haber gibi okuryazarlık türleri ya da eleştirel düşünmeye yönelik olarak tasarlanacak eğitimlerle mümkün hale gelebilir.

**Anahtar sözcükler:** Haber, haber algısı, haber tanımlama, haber okuryazarlığı, eleştirel düşünme.

\* Bu makale, İpek Şencan'ın Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 2020 yılında tamamladığı doktora tezine dayanmaktadır. Ayrıca, makaledeki bulguların bir kısmı Avrupa Bilgi Okuryazarlığı Konferansında (ECIL 2021) bildirisi olarak sunulmuştur (Şencan ve Soydal, 2021, s. 68). Makale, bildiri özetinin genişletilmiş tam metin sürümüdür.

\*\* Hacettepe Üniversitesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, Ankara {ipeksencan, soydal}@hacettepe.edu.tr

## News Perception Among Students with News Literacy Training\*

İpek ŞENCAN\*\* , İrem SOYDAL\*\* 

### Abstract

*News, as an information type, occupies a significant place in daily life, providing awareness of current events, developments in the surrounding environment, and even influencing decision-making. However, with the increasing use of digital platforms and user interaction, the common definition of news from a journalistic perspective may no longer suffice. This requires reevaluating how news should be defined in news literacy training that addresses the effects of the evolving media landscape. Therefore, understanding how news consumers perceive and define news is important. This study aims to evaluate the news perception of undergraduate students before and after receiving news literacy training based on critical thinking. Using a semi-experimental research design, self-assessment and, pre- and post-tests were conducted to understand students' news perception. These tests aimed to evaluate students' self-assessment of their understanding of the news concept, ability to differentiate news within different examples, and definitions of news. The results revealed that students rated themselves higher in their understanding of the news concept, particularly after the training. While students generally exhibited good performance in discerning news across diverse content examples, it was observed that over half of the students also classified an opinion column as news after the training. Furthermore, the students' post-training definitions often emphasized qualities such as accuracy, reliability, definitiveness, and adherence to the 5W1H rule. These findings highlight the crucial role of employing critical thinking skills, which form the foundation of news literacy, when attributing news qualities to content. Individuals can acquire these skills through training programs tailored to lifelong learning, extended over time, cater to different proficiency levels and designed to foster critical thinking or various types of literacy, such as information and news.*

**Keywords:** News, news perception, news identification, news literacy, critical thinking.

---

\* This article is based on İpek Şencan's doctoral dissertation completed in 2020 at Hacettepe University Graduate School of Social Sciences. In addition, some of the findings in the article were presented as a paper (abstract) at the European Conference on Information Literacy (ECIL 2021) (Şencan and Soydal, 2021, p. 68). The article is an extended full-text version of the abstract.

\*\* Hacettepe University, Department of Information Management, Ankara {ipekshencan, soydal}@hacettepe.edu.tr

## Giriş

Genellikle günlük yaşamın önemli bir parçası olan haber, bireylerin görüş oluşturmalarına ve karar almalarına yardımcıdır. Bu yönüyle insanların hayatına doğrudan etkisi olduğunu söylemek mümkündür (Botton, 2015, s. 54). Bireylerin çevrelerinden, potansiyel tehditlerden veya avantajlardan haberdar olmaları hayatta kalmaya yönelik temel psikolojik ihtiyaçlarıyla da yakından ilgilidir. Haber takip etmek bireyle sosyal çevre arasında bağ kurulmasına ve bu bağın güçlendirilmesine katkı sağlar (Bogart, 1989, s. 142). Tüm bunların yanı sıra haber; bireylerin bazı psikolojik ihtiyaçlarını karşılama ve karar alma süreçlerindeki algılarını yönetmede etkili olabildiği gibi, kamuoyunu yönlendirme ve bilgilendirme amacıyla da kullanılabilir (Park, 1940, s. 677). Öte yandan, özellikle acil durumlarda ya da kriz zamanlarında (deprem, sel, savaş veya yangın gibi) yaşanan olaylarla ilgili bilgilenme isteği, habere başvurmada temel motivasyon olabilmektedir.

Ulaşmanın zor ve yaymanın da pahalı olduğu geçmiş dönemlerde, haberlerin iç dünyamızda bıraktığı etkileri kontrol altında tutabilmenin görece daha kolay olduğu bilinmektedir. Ancak günümüzde dünyanın neresine gidilirse gidilsin habere bir şekilde maruz kalmak kaçınılmaz hale gelmiştir (Botton, 2015, s. 17). Haberin çevrimiçi haber portalları veya sosyal medya platformları gibi farklı dijital ortamlardan erişilebilir hale gelmesinin ve haber formatlarındaki değişimin bu durumun ortaya çıkmasında önemli bir payı olduğu söylenebilir. Reuters Dijital Haber Raporu 2022'ye göre (Eddy, 2022, s. 42), 18-24 yaş grubundaki gençler arasında haber almak için Instagram, TikTok ve YouTube gibi görsel odaklı platformlar daha popüler hale gelmiştir. TikTok'un 2020-2022 yılları arasında, 18-24 yaş grubundaki gençler tarafından haber amaçlı kullanımı beş kat artmıştır (2020'de %3; 2022'de %15). YouTube ise Doğu Avrupa, Asya-Pasifik ve Latin Amerika'daki gençler arasında giderek daha popüler hale gelmektedir. Türkiye'de ise 2022 yılında yayımlanan bir çalışmaya göre (Ünal ve diğerleri, 2022, s. 346), lisans öğrencilerinin haber almak için en çok başvurdukları kaynakların Twitter, çevrimiçi haber siteleri ve gazeteler ile televizyon olduğu anlaşılmıştır. Bireyler, çeşitlenen dijital haber platformlarında, haber gibi görünen ama aslında propaganda, pazarlama veya yanlış bilgilendirme olabilecek nitelikte içeriklerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu da haberin ne olduğunu ne olmadığını ve ne olması gerektiğini anlamayı zorlaştırmaktadır (McGrew ve diğerleri, 2018, s. 183-184).

Bu gelişmeler, haber kullanımına yönelik farkındalık kazanmak ve haberi doğru şekilde tüketebilmek, doğru ve yanlış/yalan haber/bilgi arasındaki farkı ayırt edebilmek için gerekli bilgi ve becerilerin bireyler ve toplumlar üzerindeki etkisini giderek artırmaktadır. Sözü edilen bilgi ve becerileri içerisinde barındıran haber okuryazarlığı; basılı medya, televizyon, internet ve benzeri herhangi ortamdan elde edilen bilginin güvenilirliğini ve inanılabilirliğini değerlendirmek için gereken eleştirel düşünme becerileri olarak ifade edilmektedir (Hornik, t.y.). Bir başka tanıma göre

haber okuryazarlığı, bireylerin “haberlerin üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği kişisel ve sosyal süreçler hakkında bilgi edinmesi ve bu süreçler üzerinde bir miktar kontrol sahibi olmalarını sağlayan beceriler kazanmasıdır” (Tully ve diğerleri, 2022, s. 1593). Bunlar arasında, haber ile diğer içerik türlerinin farkını anlayabilme, haber içeriklerinin kalitesini değerlendirebilme gibi birtakım beceriler yer almaktadır (Şencan, 2020, s. 40). Dolayısıyla, haber okuryazarlığına yönelik tasarlanan eğitimlerde, değişen medya ortamlarına uyum sağlama ihtiyacının ve bireylerin haberleri tanımlama, algılama ve anlamlandırma biçimlerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Güncel haber tüketim davranışlarındaki değişim, toplumun her kesimi ile birlikte gençlerin de bilinçli birer haber kullanıcısı olmasını son derece önemli hale getirmiştir. Bununla birlikte, daha iyi bir haber okuyucu olarak haber tüketmede özellikle gençler için en temel faktör motivasyondur (Tamboer ve diğerleri, 2022, s. 806). Habere tesadüfen maruz kalmak her ne kadar bireylerin haber gereksinimini bir bakıma karşılıyor olsa da haberlerin belli bir amaca yönelik olarak nasıl aranacağı konusunda da bilinçli olunması önemlidir. Bu noktada haber okuryazarlığına yönelik eğitimler bireylerin bilinçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu eğitimler kapsamında haberi görüş veya reklam gibi diğer yazı türlerinden ayırt etmenin önemine de değinilmektedir (Hornik, t.y.; Silva, 2018). Çünkü görüş yazısı (opinion) genellikle belli bir kişinin konu hakkındaki bakış açısını savunmasına dayanmaktadır. Bu yazı türü zaman zaman gerçekleri de içeriyor olabilir ancak kişilerin fikirlerini ve genellikle önyargılarını ortaya koyması bakımından habere farklıdır (“CCNY introduction to journalism”, 2023). Haber ise muhabir, yazar, yapımcı veya sunucunun görüşleri olmaksızın gerçekleri bildirir. Röportaj ve benzer içerikteki haberler doğası gereği görüş içerebilir ancak haberi yapan kişinin ya da haber kuruluşunun görüşlerini içermemesi gerekir (“CCNY introduction to journalism”, 2023). Tüm bunların yanı sıra, haber içeriğinin oluşturulmasını etkileyen kültürel, siyasi ve ekonomik koşullar hakkında da bilgi sahibi olmak haberleri daha bilinçli kullanmaya yardımcı olabilir (Craft ve diğerleri, 2016, s. 157).

Bu çalışma kapsamında, haber okuryazarlığı eğitimi ile kazandırılması hedeflenen, haberi tanımlama ve ayırt etme bilgi ve becerileri incelenmektedir. Çalışmada “haber algısı” olarak tanımlanan bu kazanımların, haber okuryazarlığı eğitimi ile ne kadar mümkün olabildiği araştırılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, öğrencilerin “haber” kavramını bilme konusunda kendilerini nasıl değerlendirdiklerini ortaya koymak, bu kavrama yönelik olarak edindikleri bilgi ve becerileri, haber örneklerini diğer yazı türlerinden (köşe yazısı, reklam, yayın akışı, tektip metni gibi) ayırt edebilmeleri ve haberi tanımlayabilmeleri açısından incelemektir. Buna yönelik olarak yanıtlanması hedeflenen araştırma soruları şu şekildedir:

- Öğrencilerin “haber” kavramının ne anlama geldiğini bilme düzeylerine yönelik öz değerlendirmeleri haber okuryazarlığı eğitimi sonrasında öncesine göre farklılık göstermekte midir?

- Öğrenciler, haber okuryazarlığı eğitimi öncesi ve sonrası haber örneklerini diğer örneklerden (köşe yazısı, reklam, yayın akışı, tekdüz metni gibi) ayırt edebilmekte midir?
- Öğrenciler, haber okuryazarlığı eğitiminden önce ve sonra haberi nasıl tanımlamaktadırlar?

## Haber Kavramı

Haber kavramının etimolojik kökenine bakıldığında (News, t.y.-c), kavramın 14. yüzyıl sonlarında “yeni şey”in (new/news) çoğulu anlamında kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte haberin, 15. yüzyılın başlarından itibaren “son zamanlarda gerçekleşen bir şeyin istihbaratı” anlamı da gündeme gelmiştir. 1920’lerle birlikte “güncel olayları sunan radyo veya televizyon programı” için de söz konusu kavram kullanılmaya başlanmıştır (News, t.y.-c). Haber kavramını tanımlamak çok kolay olmasa da haber yapılırken fikirler, sorunlar veya olaylar hikâyeye edilir ya da özetlenir. Günümüzde bu süreç, yazılı olarak veya görsel-ışitsel biçimlerde gerçekleşmekte, içerikler geleneksel medyanın yanı sıra, sanal ortamlar aracılığı ile iletilmektedir (Tokgöz, 2017, s. 256-257). Örneğin sosyal medya, kamu meseleleriyle ilgili çeşitli iddiaları, hikâyeleri ve bilgileri içerecek şekilde haber kavramının tanımını genişletmiş (Tully ve diğerleri, 2022, s. 1591), bu kavramı gazetecilik alanında yapılan tanımların ötesine taşımıştır.

Haber, insanlar için farklı bağlamlarda farklı anlamlar ifade eden bir kavramdır (Armstrong ve diğerleri, 2015, s. 82). En genel hatlarıyla haber; bir medya türü, bir mesleğin tanımlayıcı çıktısı, demokrasi ile güçlü bağlantıları olan bir kavram olarak ifade edilebilir (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 417-418). Haberin ne anlama geldiğini ortaya koymaya ya da haberi tanımlamaya yönelik çeşitli çabalar olsa da Tokgöz (2017, s. 250), evrensel olarak geçerli bir haber tanımı bulunmadığını belirtmiştir. Hatta haber tanımının tüm izleyiciler, içerikler veya platformlar açısından tutarlı olmayabileceği de ifade edilmiştir (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 430). Bir başka deyişle, neyin “haber” olduğu, haber tüketicisinin anlık ihtiyaç veya algılarına bağlı olarak değişebilmekte, söz konusu kavram, haberin farklı yönleri öne çıkarılarak tanımlanabilmektedir. Örneğin, dijital ortamlarla birlikte kullanıcılar için nelerin haber sayılacağı da değişmiştir. Kullanıcılara göre, gazeteciler tarafından açıklanan olayların yanı sıra Facebook arkadaşlarının kişisel yaşamındaki gelişmeler, Twitter’daki görüşler, bireylerin ilgi ya da çalışma alanlarına yönelik belirli web sitelerindeki bilgiler, kısacası, yeni olan her şey haber olarak ifade edilebilmektedir (Meijer ve Kormelink, 2015, s. 676).

Sözlük ve kavramsal dizinlerde (thesaurus), farklı eğitim materyallerinde ve literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında, haber kavramının tanımlarında farklı unsurların öne çıkabildiği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında, çeşitli kaynaklardan derlenen bazı tanımlar incelenerek bu unsurlar, *kapsam*, *kaynak/kanal*, *hedef kitle* ve *nitelik* olarak tanımlanmıştır (bkz. Tablo 1 ve 2). Söz konusu unsurlar, tanımların içeriğinde

geçen ifadelerle dayandırılarak Tablo 1'deki şekilde kategorize edilmiş, bu gruplama yapılırken ilgili tanımların Tablo 1'de yer alan her bir kategoriye yönelik açıklamalardan en az birini içeren olması dikkate alınmıştır.

**Tablo 1**

*Farklı Haber Tanımlarında Yer Alan Unsurların Açıklanması*

Unsurlar	Açıklama	Kaynaklarda geçen örnek ifadeler
Kapsam	Yerel, dünya ile ilgili, toplumsal ya da toplumlarla ilgili olması.	"Toplumu ilgilendiren...olaylar..." "Ülkede veya dünyada yaşanmakta olan bir olay..."
Kaynak/Kanal	Haberin iletildiği kanal, araç, ortam.	"İletişim veya yayın organlarıyla verilen..." "Tanıdık bir ticari kuruluş ya da devlet kurumu tarafından, haber uzmanları tarafından..."
Hedef kitle	Haberin kimlere aktarıldığı, duyurulduğu, ulaştırıldığı.	"...hedef izlerkitle için önemli olduğu düşünülen..." "...kamuyu ilgilendiren..."
Nitelik	Habere/bilgiye atfedilen "doğru", "güncel", "5N1K", "son olaylar" vb. nitelikler.	"... özgün bir tarzı olan yazı türü..." "Kamu yararına olan doğrulanabilir bilgi..."

Not: 5N1K: "Yazılı basın, haber ajansı, radyo, televizyon ve çevrimiçi medyanın gazetecilik metin formu üretim sürecinde yararlandığı, gazetecilik mesleği araştırmalarının hareket noktasını oluşturan 'N' ve 'K' harfleri ile başlayan sorulardır." (Ne, neden, nasıl, nerede, ne zaman ve kim?) (Alver, 2022).

Çeşitli kaynaklardan elde edilen haber tanımlarının, Tablo 1'de belirlenen unsurlardan hangisi/hangilerini içerdikleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Bir tanım içerisinde birden fazla unsura yönelik ifade yer alabilmektedir.

Habere yönelik tanımlar incelendiğinde (bkz. Tablo 2), bunların çoğunlukla haberin niteliğine (güncel bilgi, yeni bilgi, yeni olay, nesnel, gerçeğe uygun vb.) odaklandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, bazı tanımlarda, haberin kaynağı veya iletildiği kanal (gazete aracılığı, içeriğin aktarıldığı medya/kanal, elektronik iletişim kanalları vb.), haberin kapsamı (ülke ya da toplumda olan olaylar, kamu yararı vb.) ve hedef kitlesine (bireyle/toplumla ilgili, kamuoyuna duyurma vb.) de işaret eden tanımlar bulunduğu anlaşılmaktadır.

Bireylerin haberin ne anlama geldiğine yönelik tanımlamaları gazetecilerin kullandığı geleneksel tanımlarla benzerlik gösterebilmektedir (Bogart, 1989, s. 9, 223). Nitekim buna yönelik yapılan bir çalışmada (Bogart, 1989, s. 9, 223) bireylerin yanıtlarında yer alan haber tanımlarının genelde, "dünyada her gün olup bitenler", "hayatı etkileyen güncel olaylar", "savaşlar, farklı vurgular, konuşmalar, hava durumu", "şehirde güncel olan bir şey", "gün içinde olan önemli şeyler", "felaketler, trajediler, kötü olaylar", "günlük hayatta sizi etkileyen gerçekler", "günümüz dünyasında yolunda gitmeyen şeyler"

şeklinde ifade edildiğine dikkat çekilmiştir. Öte yandan, haber söz konusu olduğunda haberin ne şekilde hazırlanıp sunulduğunun, olayın zamanlamasından önemli olduğu vurgulanmış, yalnızca güncel, yeni ya da kayda değer olma gibi özelliklere odaklanılarak haberleri diğer bilgi türlerinden ayırmanın zor olabileceği belirtilmiştir (Bogart, 1989, s. 223; Robertson, 2023, s. 375). Bu zorluğu aşmada *haber niteliği* (*news-ness*) kavramının kullanımı önerilmiştir (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 417).

Haber niteliği, izleyicilerin belirli bir medya içeriğini haber olarak nitelendirme derecesi olarak tanımlanmakta ve üç temel unsurdan oluşmaktadır. Bu kavram, üretici tanımlarından ziyade, izleyici tanımlarına odaklanmaktadır. Bu noktada haber niteliği; “evet-hayır” şeklinde kategorik değildir, “türden ziyade dereceyi” öne çıkaran bir değerlendirmedir ve belirli medya örnekleriyle ilişkilidir. Haber, tanımlanması zor bir kavram olmasına rağmen insanlar haberle karşılaştıklarında onu tanıyabilirler. Haber niteliği anlayışı da buna dayanmaktadır (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 420-421). Bu anlayışa göre haber; tekil ve sabit olmayan, dereceleri ve boyutları olan bir kavram olarak ifade edilmektedir (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 417; Robertson, 2023, s. 375). Bu boyutlar, haber değerinden (*news value*) yola çıkılarak açıklanabilir. Harcup ve O’Neill’in (2017, s. 1482) haber değerini incelediği çalışmasında, bir içeriğin haber değeri taşıyabilmesi için; *özel olma* (*exclusivity*), *kötü haber* (*bad news*), *çatışma* (*conflict*), *sürpriz* (*surprise*), *görsel-işitsel* (*audio-visuals*), *paylaşılabilirlik* (*shareability*), *eğlence* (*entertainment*), *drama* (*drama*), *takip* (*follow-up*), *güç sahibi seçkinler* (*the power elite*), *ilgililik* (*relevance*), *büyüklik* (*magnitude*), *ünlü olma* (*celebrity*), *iyi haber* (*good news*), *haber kuruluşunun gündemi* (*news organisation’s agenda*) ölçütlerinden en az birkaç tanesini içeriyor olması gerektiğinden söz edilmektedir. Hangi haberin yayımlanacağı da önemli ölçüde haber değerine ve dolayısıyla bununla ilişkili olarak belirtilen ölçütleri karşılıyor olmasına bağlıdır (Schneiders, 2023, s. 3). Bununla birlikte, haberleri kimin, hangi mecrada, hangi araçlarla ve hangi kaynaklarla seçtiği ile haberlerin kimler için seçildiği de haber değeri kadar önemli olabilmektedir (Harcup ve O’Neill, 2017, s. 1483).

**Tablo 2**

*Farklı Kaynaklardan Derlenen Haber Tanımları ve Bunlarda Yer Alan Unsurlar*

Tanım	Kapsam	Kaynak/ Kanal	Hedef kitle	Nitelik
“Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi, salık.” (Haber, t.y.)				√
“İletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi.” (Haber, t.y.)		√		
“Yakın zamanda gerçekleşmiş bir şey hakkında yeni bilgi.” (News, t.y.-d)				√
“Gazetelerde veya televizyon, radyo ya da internette yer alan son olaylara ilişkin raporlar.” (News, t.y.-d)		√		√



"Yakın zamanda gerçekleşen bir şey hakkında yeni bilgi veya rapor." (News, t.y.-e)				√
"Bir gazetede, dergide, televizyon haber programında vb. yer alan bilgiler." (News, t.y.-e)			√	
"Daha önce bilinmeyen son olaylar veya gerçekler hakkında bir rapor." (News, t.y.-b)				√
"Son olaylar hakkında bir rapor." (News, t.y.-a)				√
"Önceden bilinmeyen bilgiler." (News, t.y.-a)				√
"Belirli bir nüfuzu (influence) veya etkisi (effect) olan bir şey." (News, t.y.-a)				√
"Bir gazete veya haber dergisinde ya da bir haber bülteninde yer alan materyal." (News, t.y.-a)			√	
"Haber değeri olan konu." (News, t.y.-a)				√
"Ülkede veya dünyada yaşanmakta olan bir olay veya değişen durumla ilgili olarak medya tarafından kamuoyuna nesnel ve gerçeğe uygun biçimde sunulan bilgi demektir." (İrvan, 2022)	√	√	√	√
"Toplumu ilgilendiren güncel olaylara ve gelişmelere ilişkin özgün bir tarzı olan yazı türüdür." (İrvan, 2022)	√			√
"Kitle medyasında, genellikle ilgili enformasyon hazır olduktan sonra bir dergi, gazete veya elektronik iletişim aracında yayınlanan, hedef izlerlikle için önemli olduğu düşünülen olayların belirli bir biçimde rapor edilmesi." (Chandler ve Munday, 2018, s. 175)		√	√	√
"İletişimin bizi dış dünyadaki değişen olaylar, konular ve karakterler hakkında bilgilendiren bir parçasıdır." (American Press Institute, t.y.)				√
"Paylaşılan ve gazetecilik doğrulama sürecine tabi olan ve bağımsız bir kişi veya kuruluşun doğrudan sorumlu olduğu, kamuyu ilgilendiren güncel bilgiler." (Digital Resource Center, 2016)			√	√
"Farklı olan/Öne çıkan/Atlatma (Scoop)." (Digital Resource Center, t.y.)				√
"Editörün haber olduğunu düşündüğü şeydir." (Digital Resource Center, t.y.)				√
"Toplumun aklında olan şeylerdir." (Digital Resource Center, t.y.)		√		√
"Güçlü insanların bilmenizi istemediği şeylerdir." (Digital Resource Center, t.y.)				√
"Temelinde, bireyi yaşamsal olarak ilgilendiren gelişmeler ve bu gelişmelere ilişkin bilgilerdir." (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2013, s. 5)		√		√
"Tanıdık bir ticari kuruluş ya da devlet kurumu tarafından, haber uzmanları tarafından, bir olayın kayda değer olduğunun ilan edilmesidir." (Schudson, 2003, s. 31)			√	√
"Gazeteciliğin arketipik ve evrensel bir söylem türüdür." (Bogdanić, 2022, s. 488)		√		√
"Kamu yararına olan doğrulanabilir bilgidir ve bu koşulları sağlamayan bilgi haber etiketini hak etmez." (Ireton ve Posetti, 2018, s. 7)			√	√

## Haber Algısı

21. yüzyıl ile birlikte dijitalleşme iletişim teknolojilerinde de dönüştürücü bir etki yaratmıştır. Çevrimiçi platformların kullanılmaya başlanması, izleyici kitlelerine ulaşabilmeleri için gazetecilere yeni olanaklar sunmuştur. Buna bağlı olarak, günümüzde haberler görsel, işitsel, metinsel ve hipermetinsel şekilde yer alabilmektedir. Öte yandan, dijitalleşme süreci, haberlerin geleneksel tanımlarına bir meydan okuma olarak da değerlendirilmektedir (Fry, 2008, s. 550; Tandoc Jr. ve diğerleri, 2018, s. 139). Gazeteci olmayan bireylerin, gazetecilik faaliyetlerine girişerek haber benzeri içerikler üretme ve paylaşma faaliyetleri ile “vatandaş gazeteciliği” kavramı devreye girmiştir. Bu durum, gazeteci ile haber arasındaki ilişkinin sorgulanmaya başlamasına neden olmuştur (Robinson ve DeShano, 2011). Özellikle sosyal medya gibi platformlar, vatandaş gazeteciliği örneklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte sadece haberin dağıtılma biçimini değiştirmekle kalmayıp aynı zamanda haberin sunumuna yönelik geleneksel inançlara da meydan okumuştur. Örneğin, herhangi bir sosyal medya platformu akışında yer alan bir içerik eğer otorite kurumlar ya da tanınmış kişiler tarafından paylaşılmışsa haber olarak kabul edilebilmektedir.

Kullanıcı üretimi içeriklerin devreye girmesiyle birlikte, neyin haber değeri taşıdığına, neyin güvenilir ve doğru olduğuna kimin karar vereceği, içeriklerden kimin sorumlu olacağı gibi konularda bazı sorunlar da gündeme gelmiştir (Singer ve Ashman, 2009, s. 233). Ayrıca, günümüz medya ortamında sunulan içerik ve kaynakların artmasıyla birlikte, izleyicilerin haber algıları da bulanıklaşabilmektedir. Örneğin insanlar, sponsorlu içerikleri veya çevrimiçi reklamları (Buvár ve Orosz, 2020, s. 43) haber olarak değerlendirebilmektedir. Bu nedenle, izleyicilere odaklanmak ve onların bir içeriği ne zaman haber olarak değerlendirebileceğini dikkate almak gerekmektedir. Bu noktada, Edgerly ve Vraga'nın çalışmaları (2020a) vurguladıkları haber niteliği kavramı izleyicinin algısını merkeze alması bakımından önemlidir. Bu anlayış sayesinde, izleyicilerin haber değeri derecelendirmelerindeki farklılıklar incelenerek haberleri nasıl tanımladıkları hakkında bilgi edinilebilir (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 417).

Edgerly ve Vraga'nın haber niteliği ile ilgili olarak deneysel tasarım kullanarak yaptıkları bir başka çalışmada (2020b), ABD'deki bireylerin, hükümetin kapanması (government shutdown) hakkındaki bir Twitter gönderisini, haber başlığının türüne (son dakika, özel, doğruluk kontrolü, görüş) ve haberin/tweet'in kaynağına (Associated Press, MSNBC, Fox News) göre nasıl değerlendirdikleri incelenmiştir. Buna göre, haber başlığının ve kaynağının haber niteliğini ayrı ayrı etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, izleyicilerin daha yüksek haber niteliği derecelendirmesinde buldukları içerikler için doğrulama yapma eğilimlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Edgerly ve Vraga, 2020b, s. 730). İzleyicilerin son dakika haberlerine doğruluk kontrolü, görüş ve özel haberlere kıyasla daha yüksek haber niteliği atfettiği anlaşılmıştır. Örneğin, bir kuruluşun bir olayın açığa çıkmasıyla ilgili bir içeriği haber olarak iletmesi izleyici

tarafından da haber olarak değerlendirilirken, özel etiketi ve ileriye dönük bir başlıkla merak uyandırmaya yönelik bir içeriğin haber niteliğine uygunluğu daha düşük olarak değerlendirilmiştir. Öte yandan, genellikle iki farklı içerik olarak düşünülen gerçekler/olgular ve buna karşılık görüş (fact vs. opinion) haber niteliği açısından benzer şekilde değerlendirilmektedir (Edgerly ve Vraga, 2020b, s. 745).

Literatürde haber kavramına yönelik bazı çalışmalarda, haber kapsamına ilişkin yargıların altında yatan haber değerini ve gazeteciliğe ilişkin rolleri etkileyen (Hallin ve Mellado, 2018; Harcup ve O'Neill, 2017; Mellado ve diğerleri, 2017) ve haberin ne olduğuna ilişkin değerlendirmeleri şekillendiren unsurlar (McGregor ve Molyneux, 2020) tanımlanmakta ve gazetecilikten beklentilere odaklanılmaktadır (Riedl ve Eberl, 2022). Bunların yanı sıra, gazetecilik çalışmalarındaki haber tanımları ve değerlendirmelerinin, izleyici bakış açısındaki dönüşümü benimsemesi ve gündelik yaşam bağlamlarında deneyimlenen haberleri hedeflemesi (Swart ve diğerleri, 2022, s. 8) önemlidir. Aksi takdirde araştırmalar; habere olan ilgiyi, haber kullanımını, haberden kaçınmayı ve bunlarla ilişkili etkileri olduğundan farklı (az ya da fazla) tahmin etme riski taşıyabilir (Schneiders, 2023, s. 2).

Haberin tanımına izleyici bakış açısıyla yaklaşan çalışmalar kullanıcıların haber algısını daha iyi anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcıların haberin tanımına yönelik anlayışlarını inceleyen bazı nitel çalışmalarda, gençler ve genç yetişkinler üzerine odaklanıldığı görülmektedir (Swart ve diğerleri, 2017; Tamboer ve diğerleri, 2022). Odak grup çalışması ile 12-16 yaş aralığındaki gençlerin gözünden haber tüketimi ve haber okuryazarlığını değerlendiren çalışmanın sonuçları, katılımcıların haber tanımlarının "yeni olan her şey" de dâhil olmak üzere geleneksel tanımlardan biraz daha geniş olduğunu ve katılımcıların haberleri her yerde mevcut olarak değerlendirdiklerini vurgulamaktadır (Tamboer ve diğerleri, 2022, s. 818). Q metodolojisi, sesli düşünme tekniği ve günlük yaşam görüşmeleri ile birleştirilerek gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise (Swart ve diğerleri, 2017) haber kullanım modelleri haritalandırılmış ve bireylerin günlük yaşamda farklı türlere, platformlara ve uygulamalara verdikleri değer incelenmiştir. Çalışmada, "haber" ve "sivil katılım" kavramlarına yönelik değişen anlayışlar olduğu, bölgesel haberleri takip eden kullanıcıların çoğunun bu terimleri alışlagelmiş ifadeler kullanarak kavramsallaştırdığı belirlenmiştir. Haber almak için dijital ortamları kullanan katılımcıların ise bilgi-eğlence (infotainment) sitelerini "haber" veya haberler için ücret ödemeyi "sivil katılım" olarak algılama olasılığının daha yüksek olduğu ifade edilmiştir (Swart ve diğerleri, 2017, s. 1356-1357).

Hollanda'da yaşayan 15-25 yaş arası, farklı kültürel ve eğitim geçmişlerine sahip 450 gencin medya deneyimlerine odaklanan bir başka çalışmada (Meijer, 2007), söz konusu gençlerin haber ve bilgiyi kendi başına bir amaç olarak değil, daha ziyade sohbet konusu, ilham kaynağı, aidiyet duygusu ve hayatlarına anlam katmak için aradıkları anlaşılmıştır (Meijer, 2007, s. 96). Ayrıca, ciddi haberlerden duydukları memnuniyet ve

ilgi otomatik olarak bu haberleri izlemelerine neden olmazken, tam tersi, hafif (örneğin, eğlence içerikli) haber programlarını küçümsemeleri, onları izlemekten ve bunlardan zevk almaktan alıkoymamaktadır. Buna karşın, haber içerikleri daha çekici bir şekilde sunulduğunda, kullanımı artsa da artık haber olarak görülmemektedir. Çünkü bunun gerçek haberleri sahte haberlere indirgediğini veya haberi önemsizleştirdiğini düşünmektedirler. Gençlerin bu bakış açısı onların “haber”i nasıl algıladıklarıyla da yakından ilişkilidir. Buna dayanarak, bir programın gerçekten izlenmesi ile aynı programa atfedilen önem arasında otomatik bir bağlantı olmadığı söylenebilir (Meijer, 2007, s. 106). Öte yandan, kullanıcı etkileşimini öne çıkaran dijital mecraların günlük yaşamın parçası haline gelmeden önce gerçekleştirilen bu çalışma güncellendiği takdirde çok farklı sonuçlar da verebilir.

Odak grup görüşmeleriyle 15-18 yaş aralığındaki gençler üzerine yapılan bir çalışmada ise bu bireylerin haberlere daha çok sosyal medya veya ebeveynler aracılığıyla tesadüfen maruz kaldıkları görülmüştür. Katılımcılar, haberlerin kendilerini bulacağı hissini dile getirmişler ve yine habere yönelik daha geleneksel tanımlar sunmuşlardır (Craft ve diğerleri, 2016, s. 143). Katılımcılar haberi, “şu anda olup bitenler”, “sıra dışı” veya “ilginç” bir şey, “daha önce bilmediğiniz bilgiler” ve “CNN ve Fox’ta olanlar” şeklinde tanımlamışlardır. Ayrıca, tanımlarda politikacıların, çatışmanın ve ünlülerin de ön planda olduğu görülmüştür (Craft ve diğerleri, 2016, s. 151). Birleşik Krallık, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri ve Rusya’dan öğrenci grupları arasında iki yıl boyunca yürütülen bir başka çalışmada ise (Rulyova ve Westley, 2017), öğrencilerin haber tanımlarında, neyin haber olarak kabul edilebileceğinin sınırlarının genişlediğini gösteren çeşitli değişimler olduğu fark edilmiştir. Buna göre haber kavramının tanımı daha kişisel, bir başka deyişle, kullanıcının kendi yaşamı ve yerelliği ile ilgili hale gelmiştir. Öğrenciler, gelecekteki mesleki uzmanlıkları veya yeni eğitim materyalleri de dâhil olmak üzere mevcut çalışma konularıyla ilgili her türlü yeni bilgiyi haber olarak tanımlamışlardır. Popüler kültür ve sıra dışı haberler de öğrencilerin haber öğeleri (news items) arasında yer almıştır (Rulyova ve Westley, 2017, s. 999).

Türkiye’de gençlerin haber tüketim alışkanlıkları üzerine bazı çalışmalar (Gönenli, 2008; İnce, 2017; Taşdelen, 2020; Ünal ve diğerleri, 2022) olmakla birlikte, gençlerin haber algısına ya da haberi nasıl tanımladıklarına ilişkin direkt ilgili çalışmalar yetersizdir. Konuyla benzer sayılabilecek bir çalışmada (Algül ve Sütcü, 2015), değişen haber algısına odaklanılarak, sosyal medyadaki haberlerin nasıl değerlendirildiği ele alınmış ve bu amaçla, 520 üniversiteli katılımcıya anket uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara dayanarak, katılımcıların perspektifinden sosyal medyanın haber ajansına dönüşmeye başladığı ifade edilmektedir (Algül ve Sütcü, 2015, s. 18). Zamana, kültüre ve bireylerin özelliklerine göre değişebilen haber algısının daha derinlemesine ve nitel yöntemlerle araştırılmasının ilginç sonuçlar ortaya koyabileceği düşünülmektedir.

Yapılan çalışmalar değişen teknoloji ve dijital dünya ile birlikte bireylerin haber

anlayış ve algılarının da değiştiğini ortaya koymaktadır. Bireyler, her ne kadar hakkında muğlak görüşlere sahip olsalar da önlerine çıkan bir haberi tanıyabilmektedirler. Bunun nedeninin habere dair sıradan algıların şemalar biçiminde hafızaya alınması olabileceği dile getirilmektedir (Schneiders, 2023, s. 7). Bireylerin, çeşitliliğin hâkim olduğu günümüz medya ortamındaki hareket örüntülerini ve haberin değerini anlayabilmek, değişen kullanıcı davranışlarını ve tercihlerini aynı anda dikkate almayı gerektirmektedir. Kullanıcılar için haberin günlük değeri de (everyday value of news) habere yönelik tanımlarla birlikte değişme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, konuyla ilgili yapılacak araştırmalarda bu değişimlerin dikkate alınması önerilmektedir (Swart ve diğerleri, 2017, s. 1357).

## Yöntem

Bu çalışma, tasarlanan haber okuryazarlığı eğitiminin Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi (HÜ BBY) Bölümü birinci sınıf öğrencileri<sup>1</sup> üzerindeki olası kazanımlarını değerlendirmeye yönelik olarak gerçekleştirilen yarı-deneysel tasarıma sahip bir araştırmanın (Şencan, 2020) bazı bulgularına dayanmaktadır. Bu bulgular, 2017-2018 Bahar döneminde eğitim gören öğrencilerden oluşan 20 kişilik deney grubundan elde edilmiştir. Bu grupta, çalışma kapsamında uygulanan öz değerlendirme, ön ve son testler ile haber okuryazarlığı eğitime katılmayı kabul eden gönüllü öğrenciler yer almaktadır.

Çalışmaya dâhil olmayı kabul eden öğrencilerin genel profilini ortaya koymak amacıyla haber okuryazarlığı eğitimi<sup>2</sup> verilmeden önce ilk olarak haber kavramıyla ilişkileri anlaşılmasına çalışılmış, bu amaçla daha önce konuyla ilgili herhangi bir eğitim alıp almadıkları, haber takip edip etmedikleri ve haber takip edenlerin en çok hangi kaynakları kullandıkları araştırılmıştır.

Çalışma kapsamında ayrıca, araştırmaya katılan öğrencilerin konuyla ilgili genel bilgi düzeyleri sorgulanmış ve kendilerini haber okuryazarlığına yönelik kavramlar açısından ne şekilde değerlendirdiklerini belirleyebilmek için hem eğitim öncesinde hem de sonrasında birer "öz değerlendirme" testi uygulanmış, öğrencilerin konuyla ilgili farkındalık düzeylerinde bir değişiklik olup olmadığı, kendileri ile ilgili yaptıkları değerlendirmeler üzerinden anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu çalışma kapsamında, "haber

<sup>1</sup> Henüz bölüm dersleri yoğunlaşmamış ve konuyla ilgili mesleki bilgi ve becerileri artmamış olduğu için çalışma kapsamında birinci sınıf öğrencileri tercih edilmiştir.

<sup>2</sup> Bu makalenin dayandığı haber okuryazarlığı eğitimi, toplam yedi modülden oluşmaktadır. "Haber okuryazarlığı nedir?" başlıklı ilk modülün öğrenme çıktıları arasında öğrencilerin, "haber, bilgi, okuryazarlık, görüş, olgu, reklam, medya" kavramlarının tanımlarını ayırt edebilir ve bu kavramlar arasındaki farklılıkları gerekçeleriyle yazıp söyleyebilir hale gelmeleri bulunmaktadır (bkz. Şencan, 2020, s. 195). Bu modül içeriğine yönelik olarak, 2017-2018 Bahar döneminde eğitime katılan 20 öğrenciyse, 23 Mart 2018 tarihinde, üç saatlik bir eğitim verilmiştir. Haber okuryazarlığı eğitimi müfredat dâhilinde olmayıp, öğrencilerin derslerinin olmadığı bir günde gerçekleştirilmiştir. Tüm modül eğitimleri araştırmayı yapan HÜ BBY Bölümü öğretim elemanı İpek Şencan tarafından verilmiştir.

kavramının ne anlama geldiğini bilme” açısından öğrencilerin kendilerine verdikleri puanlar üzerinden ulaşılan tanımlayıcı bulgulara yer verilmiştir.

Öz değerlendirme testlerinde, “haber kavramının ne anlama geldiğini bilme” üzerine yapılan değerlendirme için öğrencilerden kendilerine 1 (en düşük) ile 10 (en yüksek) arasında puan vermeleri istenmiş, böylece öğrencilerin bilgi düzeylerine yönelik mevcut durumları, kendi bakış açılarından ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin eğitim öncesi ve sonrası kendilerine verdikleri puanlarda istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık olup olmadığını görmek amacıyla puanlarının ortancaları karşılaştırılmıştır. Normal dağılım gerektiren parametrik test varsayımlarından biri olan “denek sayısının 30’dan büyük olması” (Field, 2013) bu çalışma kapsamında yer alan öğrenci sayısı açısından sağlanmadığı için, puan karşılaştırmaları için parametrik olmayan bağımlı iki örneklem testlerinden Wilcoxon İşaretli Sıra Testi uygulanmıştır.

Hazırlanan haber okuryazarlığı eğitim içeriğinin öğrenciler üzerindeki etkisini belirlemeyi de amaçlayan araştırma (Şencan, 2020) kapsamında ayrıca eğitim öncesi ve sonrasında olmak üzere birer “ön test” ve “son test” uygulanmıştır. Haber okuryazarlığına yönelik farklı bilgi ve becerilerin sorgulandığı bu testlerde, bu çalışmanın kapsamı ile ilişkili olarak, öğrencilere haber, köşe yazısı, reklam, yayın akışı, tezkip metni gibi örnekler sunulmuş ve hangilerinin haber olabileceğini işaretlemeleri istenmiştir. Böylece öğrencilerin, karşılarına gelen örnekler içerisinde haberi ayırt edemediklerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Sunulan farklı örneklerin işaretlenme sıklıkları tablolaştırılarak gösterilmiştir.

Ön ve son testlerde ayrıca öğrencilere, “sizce haber nedir, tanımlayınız” sorusu sorulmuş ve verilen açık uçlu yanıtlar, bu çalışma kapsamında öğrencilerin hangi sözcük ve ifadeleri kullandıkları dikkate alınarak içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Böylece bu tanımların, ilgili kaynaklarda geçen haber tanımları (bkz. Tablo 2) ile ne derece örtüştüğü ve verilen eğitimden sonra farklılık gösterip göstermediği değerlendirilmiştir.<sup>3</sup> Tablo 2’de, çeşitli kaynaklardan elde edilen haber kavramına yönelik tanımlar araştırmacılar tarafından kategorize edilmiş ve daha önce de belirtildiği gibi bunların içerisinde; haberin niteliği, sunulduğu ya da paylaşıldığı kaynak veya kanal, kapsamı ve hedef kitlesinin öne çıkabildiği görülmüştür. Çalışmaya katılan 20 öğrencinin haber kavramına yönelik olarak yaptığı tanımların bu kategoriler söz konusu olduğunda bir çeşitlilik gösterip göstermediğini değerlendirebilmek için tanımlarda kullanılan ifadeler, üzerinde hiçbir değişiklik yapılmadan incelenmiş ve Tablo 1’deki kategorizasyona göre etiketlenmiştir. Tanımlardan elde edilen ifadeler birden fazla kategori içerisinde yer alabilmektedir.

<sup>3</sup> Bu çalışmaya temel teşkil eden araştırma kapsamında (Şencan, 2020, s. 226) yer alan kontrol grubuna ait öz değerlendirme testi bulgularında, ilgili grubun ön ve son testleri arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılığa rastlanmadığından, bu çalışmada yalnızca deney grubu öğrencilerine odaklanılmıştır.

Farklı kaynaklardan elde edilen 25 tanım ile öğrencilerin ön test ve son testte yaptıkları 20'şer farklı tanım, sayı ve sözcük detayı açısından farklılık sergilediğinden, bunları karşılaştırılabilir hale getirmek amacıyla bir grup işlem yapılmıştır. Buna göre tanımlar, yukarıda anılan unsurlar açısından etiketlendikten sonra hangi unsurların öne çıktığını oransal olarak görebilmek için her bir unsurun aldığı değer, ilgili tanım kapsamında ağırlıklandırılmıştır. Bunun için, her bir tanımın içerdiği unsura yönelik olarak verilen "1" değeri, ilgili tanımda yer alan toplam unsur sayısına bölünmüştür. Bu aşamadan sonra, her bir unsur için elde edilen ağırlıklandırılmış değerlerin toplamı, toplam tanım sayısına bölünmüş, böylece ilgili unsurun tüm tanımlar içerisinde hangi oranda yer kapladığı ortaya konulmuştur.

## Bulgular ve Değerlendirme

Bu kısımda ilk olarak, haberle olan ilişkilerini ortaya koymak amacıyla, öğrencilerin daha önce konuyla ilgili herhangi bir eğitim alıp almadıkları ve haber takip etme durumlarına dair bazı tanımlayıcı bulgular sunulmuştur. Ardından, eğitim öncesi ve sonrasında uygulanan öz değerlendirme testleri ile ön ve son testin sonuçlarına yer verilmiştir.

HÜ BBY Bölümü lisans programının ilk yılının güz dönemine<sup>4</sup> ait ders programında, bilgi okuryazarlığı dersi bulunmasından dolayı, daha önce hangi okuryazarlık türlerinde eğitim aldıkları sorulduğunda öğrencilerin tamamı (20 öğrenci) üniversite düzeyinde bilgi okuryazarlığı dersi aldıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin tamamına yakınının (19 öğrenci, %95) herhangi bir medya okuryazarlığı dersi almadıkları görülmüştür. Ayrıca, öğrencilerin hiçbiri daha önce haber okuryazarlığı eğitimi de almamıştır.

Çalışmaya dâhil olan öğrencilerin haberlere olan ilgisini daha net görebilmek amacıyla haber takip etme durumları da sorgulanmıştır. Buna göre, öğrencilerin %90'ı (18 öğrenci) haber takip etmektedir. Haber takip eden öğrencilerden 16'sı (%89) çevrimiçi haber platformlarını, 15'i (%83) televizyonu öncelikli haber kaynakları olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Kuşak özellikleri açısından düşünüldüğünde, televizyon yayınlarının haber kaynağı olarak tercih edilmesi dikkat çekicidir. Reuters Dijital Haber Raporu 2022'ye göre (Newman, 2022, s. 109), Türkiye'de 2015 ve 2022 yılları arasında televizyonun haber takibi için kullanma oranlarının giderek düştüğü rapor edilmiştir (sırasıyla, %75 ve %60). Bunun yanı sıra, öğrencilerin yarısından fazlasının da (11 öğrenci, %61) aile üyeleri, arkadaşlar, iş çevresi vb. sosyal çevreyi haber kaynağı olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Çalışmanın yapıldığı dönemde, Twitter, YouTube, Facebook gibi sosyal ağların ve WhatsApp benzeri kapalı mesajlaşma gruplarının görece daha az sayıda öğrencinin öncelikli haber kaynakları arasında bulunduğu görülmüştür (sırasıyla; 7, 4, 3 ve 1 öğrenci). Haber tüketme alışkanlıkları zaman içerisinde değişiklik

<sup>4</sup> Bkz.

<https://bilsis.hacettepe.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=520&curSunit=396#>

gösterebilmektedir. Örneğin, Dijital Haber Raporu 2019'a göre (Newman, 2019, s. 15), 2016 yılında Birleşik Krallık'ta bireylerin haberle ilk temas ettiği kaynakların başında televizyon gelmekteyken, 2019 yılında ilk sırayı internete bağlanılabilen akıllı telefonlar almıştır.

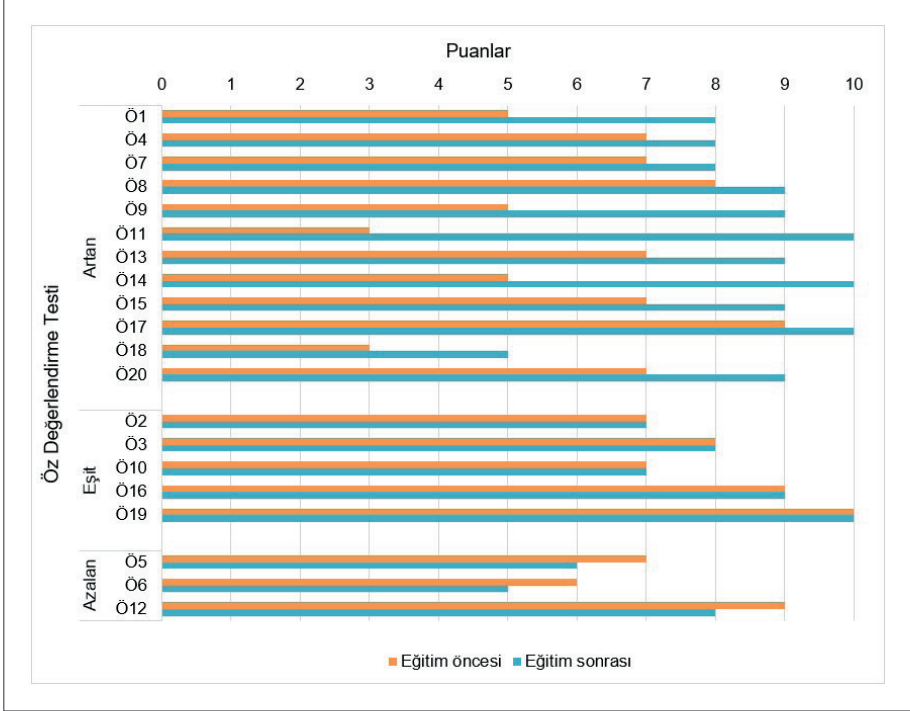
Çalışmada elde edilen tanımlayıcı bulgular çerçevesinde, öğrencilerin çoğunlukla haber takip ettiği ve haber takip edenlerin en çok resmi kaynaklar olarak nitelendirilebilecek çevrimiçi haber platformları, gazeteleri ve televizyonları tercih ettikleri görülmektedir. Benzer bir bulgu, ABD'deki bir üniversitede farklı disiplinlere yönelik yapılan bir araştırmada da elde edilmiştir (Powers ve Koliska, 2016, s. 105, 117). Bu araştırmada, öğrencilerin özellikle "isim yapmış" haber kaynaklarına güvendikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte, güvenilen kaynakların da yanlış bilgi/haber yayma olasılığı göz önüne alındığında, her kaynağa eleştirel bir yaklaşım sergilemek bilinçli bir haber tüketicisi olmak açısından önemlidir. Bu bağlamda, çalışmada da belirtildiği gibi haber okuryazarlığı eğitimi önemli bir rol oynamaktadır (Powers ve Koliska, 2016, s. 105, 117).

Haber okuryazarlığına işaret eden farklı bilgi ve becerilere yönelik olarak kendilerini değerlendirebilmeleri amacıyla eğitim öncesi ve sonrasında uygulanan öz değerlendirme testlerinde, öğrencilerin haber kavramının ne anlama geldiğini bilme durumları sorgulanmıştır. En yüksek puanın 10 olduğu bu soru için öğrencilerin kendilerine verdikleri puanların dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir.



**Şekil 1**

Öğrencilerin Haberin Ne Anlama Geldiğini Bilme Durumlarına Yönelik Öz Değerlendirmeleri



Öğrencilerin “haber” kavramını bilme durumlarına yönelik olarak eğitim öncesinde kendilerine verdikleri puanda (ortanca=7, minimum=3 maksimum=10, dağılım genişliği=7), eğitim sonrasında bir miktar artış olduğu görülmektedir (ortanca=8,5, minimum=5, maksimum=10, dağılım genişliği=5). Bu puanların ortancaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık da bulunmaktadır ( $z=-2,763; p=0,006$ ). Öğrencilerin %60’ı (12 öğrenci) eğitim sonrasında kendini daha yüksek puanla değerlendirmiştir. Buna göre, eğitim sonrasında bu öğrencilerin, “haber” kavramına ilişkin bilgilerinin arttığını düşündükleri söylenebilir. Öte yandan, öğrencilerin %15’i (3 öğrenci) eğitim sonrasında kendini daha düşük puanla, %25’i (5 öğrenci) ise eğitim öncesi ve sonrası aynı puanla değerlendirmiştir. Öğrencilerin değerlendirmelerinde eğitimle birlikte ortaya çıkan bu farklılığın haberi ayırt etme ve tanımlama becerilerine yansıyor yansımadığı, uygulanan ön ve son testlerle incelenmiştir.

## Öğrenciler “Haber” Kavramından Ne Anlamaktadır?

Çalışmanın bu kısmında, verilen haber okuryazarlığı eğitiminin öğrencilerin bilgi ve beceri düzeylerine etkisini ölçmek için uygulanan ön ve son testteki iki sorunun bulguları sunulmaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın temel amacına yönelik olarak, öğrencilerin haber örneklerini diğer yazı türlerinden ayırt edip edemedikleri ve haberi nasıl tanımladıkları incelenmiştir.

Her ne kadar öğrenciler, özellikle eğitim sonrasında uygulanan öz değerlendirme testinde haberi bilme durumlarına yönelik olarak kendilerine yüksek puanlar vermiş olsalar da bu değerlendirmelerinin uygulamada karşılık bulup bulmadığı da belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla öğrencilerden, görsel olarak sunulan, gazete (basılı/çevrimiçi) ya da haber portallarında yayımlanmış olan altı farklı örnek<sup>5</sup> içerisinde “haber” olanları işaretlemeleri istenmiş ve her bir örneğe ait işaretlenme sıklıkları Tablo 3’te sunulmuştur.

**Tablo 3**

*Haber Örneklerinin Ayırt Edilebilme Durumu (N=20)*

Ön test	Son test	
	n	%
<b>Haber I (Görsel 2)</b>	19	95
<b>Haber II (Görsel 3)</b>	18	90
Yayın akışı (Görsel 6)	8	40
Tekzip metni (Görsel 4)	6	30
Köşe yazısı (Görsel 1)	2	10
Reklam (Görsel 5)	2	10

Her iki testte de öğrencilerin işaretlemesi için yalnızca ikişer adet haber örneği bulunmaktadır. Öğrencilerin hem ön (Haber I: 19 öğrenci, %95; Haber II: 18 öğrenci, %90) hem de son testte (Haber I: 17 öğrenci, %85; Haber II: 18 öğrenci, %90) haber örneklerini çoğunlukla doğru şekilde ayırt edebildikleri görülmektedir. Öte yandan ön testte, yayın akışı (8 öğrenci, %40) ile tekzip (düzeltme) metnine (6 öğrenci, %30) ait seçenekleri de haber olarak işaretleyen öğrenci sayılarının da görece yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu öğrencilerin haber örneğini ayırt etmede kafa karışıklığı yaşadığı söylenebilir. Son testte ise tekzip metni ve yayın akışını haber örneği olarak işaretleme oranları ön teste göre azalmış, köşe yazısının haber olduğunu düşünen öğrencilerin oranı ise ön teste göre artış göstermiştir (11 öğrenci, %55).

<sup>5</sup> Ön testte sunulan örnekler için bkz. <https://bit.ly/3NGTFHO>; son testte sunulan örnekler için bkz. <https://bit.ly/3renVlv>

Köşe yazısının da bir görüş yazısı türü olduğu düşünüldüğünde, özellikle eğitim sonrasında öğrencilerin köşe yazısı örneğini haber ile karıştırmış olması dikkat çekicidir (bkz. Tablo 3). Hornik (t.y.), haberi görüş, tanıtım yazısı vb. içeriklerden ayırt edebilmenin eleştirel düşünme becerisi kazanma konusunda etkili olduğunu belirtmektedir. Silva (2018) ise, haber, görüş ve propaganda arasında ayırım yapabilme becerisinin sosyal ya da siyasi konularla ilgilenme eğilimi gösteren öğrencileri yanlış bilgi ve dezenformasyonun olumsuz etkilerine karşı daha dayanıklı hale getireceğini belirtmiş, böylece bireylerin farklılıkları tanımak, güvenilir ve gerçeklere dayalı kaynaklar aramak konusunda daha bilinçli olabileceklerini vurgulamıştır. Bu noktada, görüş ve haber arasındaki farkı hatırlamakta yarar vardır. Görüş yazısı, belirli bir konu hakkındaki kişisel görüş ya da bakış açısı ile hazırlanırken; haber, haberi yapan veya aktaranın görüşlerine yer vermez ve yalnızca olgulara odaklanır ("CCNY introduction to journalism", 2023). Öte yandan, "otorite" olarak kabul edilen kaynaklara duyulan güvenin irdelendiği bir çalışmada (Evanson ve Sponsel, 2019), öğrencilerin bilinen medya kaynaklarından gelen içeriklerin doğruluğu konusunda daha olumlu yaklaşım sergiledikleri belirtilmiş, buna karşılık, otoritenin nasıl inşa ve istismar edilebildiği, konuyla ilgili eğitim içeriklerinin geliştirilmesinde bu tür bir eleştirel yaklaşımın kazandırılmasının önemi vurgulanmıştır. Bu çalışma kapsamında da, HÜ BBY öğrencilerine sunulan eğitim içeriğinde de eleştirel düşünce pratikleri kazandırmaya yönelik olarak, farklı çalışmalarda anılan bu konulara odaklanılmıştır. Buna rağmen, öğrencilerin eğitim sonrasında köşe yazısı ile haberi ayırt etmede kafa karışıklığı yaşamış olmalarında, ilgili örneklerin başlık veya içeriğinde kullanılan dilin etkili olmuş olabileceği akla gelmektedir (Ön test köşe yazısı: "*Şunları yaparsan Uber'i bitirirsin sarı taksici*"; Son test köşe yazısı: "*5 yılda kaç TV kanalı kapandı?*"). Öte yandan hem eğitim öncesinde hem de sonrasında sunulan köşe yazısı örnekleri bilinen gazetelerde, gazeteci kimliği ile yazı yazar kişilere aittir. Buradan hareketle, eğitim sonrasında köşe yazısının haber olarak işaretlenme sıklığındaki artışın, eğitimle birlikte edinilmiş olması muhtemel "otorite kaynak" algısından da kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin haberi nasıl algıladıklarını daha detaylı değerlendirebilmek için, çalışma kapsamında uygulanan ön ve son testlerde öğrencilerden haber kavramını kendi cümleleri ile tanımlamaları istenmiştir. Bu tanımlamalar, Yöntem başlığında belirtildiği şekilde, çeşitli kaynaklarda yer alan haber tanımlarından elde edilen (bkz. Tablo 1) *kapsam*, *kaynak/kanal*, *hedef kitle* ve *nitelik* unsurları açısından etiketlenmiştir. Her bir tanımın içerdiği kategorilerin ağırlıklandırılmış değerleri Tablo 4'te, bu tabloda yer alan toplam değerlerin oranları ise Şekil 2'de sunulmuştur.

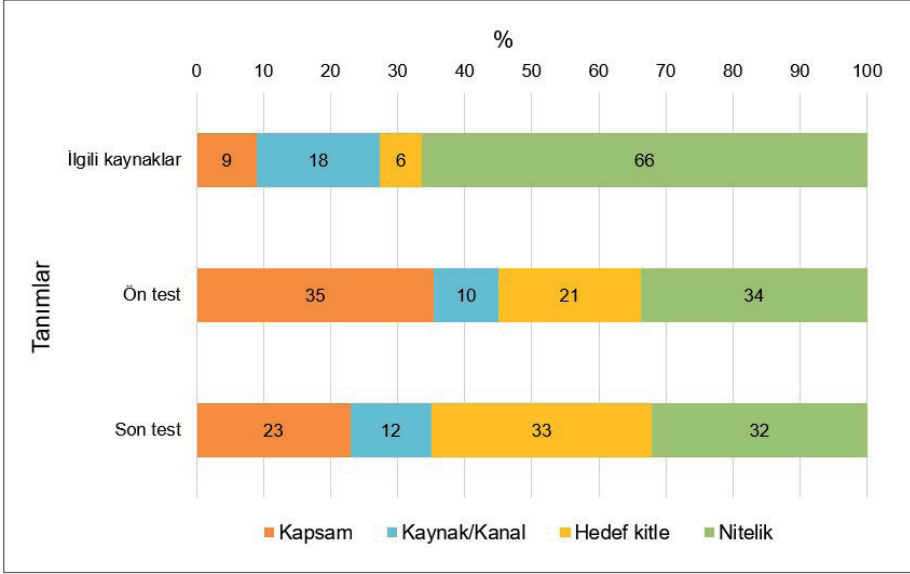
**Tablo 4***Öğrencilerin Haber Tanımlarında Yer Alan Unsurlar ve Ağırlıklandırılmış Değerleri\**

Öğrenci ID	Ön Test				Öğrenci ID	Son Test			
	Kapsam	Kaynak/Kanal	Hedef kitle	Nitelik		Kapsam	Kaynak/Kanal	Hedef kitle	Nitelik
Ö1	0,00	0,00	1,00	0,00	Ö1	1,00	0,00	0,00	0,00
Ö2	0,00	0,00	0,00	1,00	Ö2	0,00	0,00	0,50	0,50
Ö3	0,00	0,00	0,00	1,00	Ö3	0,00	1,00	0,00	0,00
Ö4	0,25	0,25	0,25	0,25	Ö4	0,00	0,00	0,50	0,50
Ö5	0,00	0,50	0,50	0,00	Ö5	0,00	0,00	0,50	0,50
Ö6	0,33	0,00	0,33	0,33	Ö6	0,00	0,00	1,00	0,00
Ö7	0,50	0,00	0,00	0,50	Ö7	0,33	0,33	0,33	0,00
Ö8	0,00	0,00	0,00	1,00	Ö8	0,00	0,00	0,00	1,00
Ö9	0,33	0,33	0,00	0,33	Ö9	0,25	0,25	0,25	0,25
Ö10	0,50	0,50	0,00	0,00	Ö10	1,00	0,00	0,00	0,00
Ö11	1,00	0,00	0,00	0,00	Ö11	1,00	0,00	0,00	0,00
Ö12	1,00	0,00	0,00	0,00	Ö12	0,00	0,00	0,00	1,00
Ö13	0,50	0,00	0,00	0,50	Ö13	0,00	0,00	0,50	0,50
Ö14	0,33	0,00	0,33	0,33	Ö14	0,33	0,33	0,33	0,00
Ö15	0,33	0,00	0,33	0,33	Ö15	0,00	0,00	0,00	1,00
Ö16	0,33	0,33	0,33	0,00	Ö16	0,00	0,50	0,50	0,00
Ö17	0,33	0,00	0,33	0,33	Ö17	0,33	0,00	0,33	0,33
Ö18	0,00	0,00	0,50	0,50	Ö18	0,00	0,00	1,00	0,00
Ö19	0,33	0,00	0,33	0,33	Ö19	0,00	0,00	0,50	0,50
Ö20	1,00	0,00	0,00	0,00	Ö20	0,33	0,00	0,33	0,33
<b>Toplam</b>	<b>7,06</b>	<b>1,91</b>	<b>4,23</b>	<b>6,73</b>	<b>Toplam</b>	<b>4,57</b>	<b>2,41</b>	<b>6,57</b>	<b>6,41</b>

\* Her öğrenci tarafından yapılan tanımlar ve tablonun diğer detayları için bkz. <https://bit.ly/46R8TCO>. Tablo 4 ile bağlantıda sunulan tablo detayında yer alan sütun toplamaları yuvarlama hatasından dolayı birbirinden farklıdır.

## Şekil 2

## Haber Tanımları



İlgili kaynaklarda geçen tanımlara bakıldığında (bkz. Tablo 2 ve Şekil 2), haberin yeni bilgiye ya da güncel olaylara dayanması, nesnel ve gerçeğe uygun olması, kamu yararı ve doğrulanabilir olma gibi nitelikler taşıması gibi özelliklerinin öne çıktığı görülmektedir. Bu özellikler bu çalışma kapsamında *nitelik* unsuru olarak tanımlanmıştır. Şekil 2'de yer alan ve ilgili kaynaklardan gelen tanımların yarıdan fazlasında (%66) bu unsurun öne çıktığı görülmektedir. Öğrencilerin yaptıkları tanımlarda ise farklı bir tablo söz konusudur (bkz. Tablo 4 ve Şekil 2). Öğrencilerin, *nitelik* ile birlikte ön testte *kapsam* (%35), son testte ise *hedef kitle* (%33) unsurlarını öne çıkaran tanımlar yaptıkları görülmektedir. Ayrıca, hem haber okuryazarlığı eğitimi almadan önce hem de bu eğitimden sonra öğrencilerin, ilgili kaynaklardaki tanımlara kıyasla *nitelik* unsuruna daha az yer verdikleri gözlenmiştir (bkz. Tablo 4 ve Şekil 2; Ön test: %34; Son test: %32). Bununla birlikte, öğrencilerin eğitim öncesinde yaptıkları tanımlarda nitelik unsuruna dahil edilebilecek "...son zamanlarda geçen bir olay..."; "...gündem ve gündem dışı olaylar..."; "...önemli bilgiler..."; "...insanları etkileyen olaylar..."; "...bilgi niteliği taşıyan olgu..." gibi ifadeler kullandıkları, eğitim sonrasındaki tanımlarında ise haberin niteliği ile ilişkilendirilebilecek olan "...belli olgu ve olaylar..."; "...5N1K sorularına cevap verebilecek tarzdaki mesajlar..."; "5N1K kuralı çerçevesinde doğru, güvenilir, kesin bilgiler..."; "insanların ... başkalarıyla paylaşma zorunluluğu ve gereksinimi duyduğu bilgiler..." gibi ifadelere yer verdikleri görülmüştür. Eğitim sonrasında, kullandıkları kavramlar açısından dikkat

çeken bazı tanımları yapan öğrencilerin eğitim öncesi ve sonrasındaki tanımlarına bazı örnekler şunlardır:

(Ö2 - ÖT): “Son zamanlarda geçen bir olay, duyulan söylenti”

(Ö2 - ST): “Güncel olayların, olguların insanların bilgilendirilmesine aracı olan bilgi, durum.”

(Ö13 - ÖT): “Bir toplumu etkileyen önemli olayların açıklaması”

(Ö13 - ST): “Belli olgu ve olayları insanlara aktarmak.”

(Ö15 - ÖT): “İnsanların bilmediği konularda, ilgi duyduğu alanlardaki gelişmelerden haberdar olmasını sağlayan bunu yaparken de en geniş kitleye ulaşmayı hedefleyen mesajdır.”

(Ö15 - ST): “Olmuş ve olabilecek olayların 5N1K sorularına cevap verebilecek tarzdaki mesajlardır.”

(Ö20 - ÖT): “Dünyanın dört bir tarafında olan her şeyden haberdar olabilmemiz için kurulan sistem.”

(Ö20 - ST): “Haber dünya üzerinde olup biten 5N1K kuralı çerçevesinde doğru, güvenilir, kesin bilgilerden diğer insanları haberdar etmektir.”

Öte yandan, bir öğrencinin (Ö17) yaptığı tanımda, Meijer ve Kormelink'in (2015, s. 676) tespit ettiği dijital ortamın etkisi hissedilmektedir. Hem ön hem de son testte bu öğrenciye göre; “...Haberler günlük hayatta çok daha basit konuları da kapsayabilir. Örneğin bir çocuk, annesine takdir alacağını söylediğinde de bu da haber olabilir [Ön test]. İnsanların daha önceden bilmeyip yeni öğrendiği ve başkalarıyla paylaşma zorunluluğu ve gereksinimi duyduğu bilgileri içeren şeylerdir... [Son test]”. Öğrencide böyle bir haber algısının oluşmasında, özellikle dijital mecraların etkili olabileceği düşünülmektedir. Nitekim Meijer ve Kormelink (2015, s. 676), yeni bilgi ekosistemi ile birlikte kullanıcılar için neyin haber sayılabileceğinin de değiştiğini, haber tüketicilerine göre haberin yalnızca gazeteciler ile ilişkilendirilmediği, sosyal ağlardaki zaman akışlarında yer alan içeriklerin de haber kategorisinde değerlendirilebildiğini ifade etmiştir.

## Tartışma ve Sonuç

Haber kavramı, özellikle günümüzde, farklı bakış açılarına göre farklı anlamlar içerebilmektedir. Örneğin, gazeteci, haberdeki “haber değeri”ni dikkate alırken, haber tüketicileri “haber niteliği” ile ilgilenebilmektedir. Bu durumda, resmî kaynaklarda yer alan haber tanımları, kavrama özellikle gazetecilik ya da editoryal bakış açısıyla yaklaşarak genellikle; haberin güncelliğine, yeniliğine, toplumu ilgilendiriyor olmasına

odaklanmaktadır. Haber tüketicisi için ise, örneğin, sosyal ağ hesabındaki zaman akışında gördüğü bir gönderinin içeriği de haber niteliği taşıyabilmektedir. Haberi üreten ve tüketen arasında oluşabilecek bu farklı bakış açıları, haberin tanımlanmasını da güçleştirebilmektedir. Öte yandan, bugünün medya ortamında haber tüketicisinin, haberi diğer bilgi türlerinden ayırt edebilmek için bir şekilde tanımlayabilmesi de önemlidir. Bu nedenle bu çalışmada, haber tüketicisi ya da haber kullanıcısı olarak tanımlanan bireylerin, bilginin bir türü olarak değerlendirilebilecek haber kavramını nasıl algıladığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Böylece haber, medya veya bilgi gibi farklı okuryazarlık türleri için geliştirilecek eğitim içeriklerinde konunun ne şekilde aktarılacağına yönelik ipuçları edinilebileceği ve bireylere haber kavramına dair daha net bir bakış açısı sağlamanın mümkün olabileceği düşünülmüştür.

Haber, -fark etsek de etmesek de- günlük yaşamımızda önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle dijital medyanın bireylerin hayatının merkezine yerleşmesi ile birlikte haberi üreten ve tüketen arasındaki ayırım da bulanıklaşmaya, tanımlı editoryal süreçler yerini bireylerin ürettiği içerikleri hızla yayan platformlara bırakmaya başlamıştır. Bu noktada, doğruluk ve güvenilirlik gibi, haberin olmazsa olmaz niteliklerini sağlamak ya da bunun takibini yapmak gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Bunun çözümü için bireylerin günümüzde bilgi, veri, medya ve haber gibi farklı okuryazarlık becerilerine sahip olmaları giderek daha önemli hale gelmektedir. Bugünün medya ortamında, haber tüketicisi olan bireylerin özellikle haber okuryazarlığı becerileri edinmeleri, bazen ortamın doğası gereği bazen de bilinçli olarak göz ardı edilebilen editoryal süreçlerin bir nebze telafisi gibi düşünülebilir. Haber ile farklı içerik türleri arasındaki farkı anlayabilmek de haber okuryazarlığına işaret eden becerilerden birisidir (Hornik, t.y.; Silva, 2018; Şencan, 2020, s. 40). Bu nedenle, tasarlanacak eğitim içeriklerinde, değişen medya ortamlarına uyum sağlama ve bireylerin haberleri tanımlama, algılama ve anlamlandırma becerilerinin de dikkate alınması gerekmektedir.

Çalışmanın amacı çerçevesinde, haber okuryazarlığı eğitimi uygulanan öğrencilerin haber algısı incelenmiştir. Bu öğrenciler çalışma kapsamı dışında haber ya da medya okuryazarlığı eğitimi görmemiş olmakla birlikte, öğrencisi oldukları bölümün zorunlu dersleri kapsamında bilgi okuryazarlığı dersi almışlardır. Öğrencilerin tamamına yakınının haber takip ettiği, bu öğrenciler içerisinde haber almak için en çok başvurulan kaynakların başında, çevrimiçi haber platformları ve televizyon olduğu görülmüştür. Bu eğilimin resmî ya da isim yapmış kaynaklarla sınırlı olup olmadığına dair veri, çalışma kapsamında bulunmamaktadır. Ancak bu mecralar arasında televizyonun bulunuyor olması, öğrencilerin bilinen yayın kuruluşlarına ait içeriklerden haber takip ettiklerini veya bu mecralara güvendiklerini düşündürmektedir. Bu tür bir eğilim söz konusu olduğunda, bu kaynakların da yanlış bilgi paylaşma ihtimallerinin göz önünde bulundurulmasında yarar vardır. Bilinçli bir haber tüketicisi olarak her kaynağa eleştirel yaklaşma bilincine sahip olmak (Powers ve Koliska, 2016, s. 105, 117), bir başka deyişle,

önde gelen haber kaynaklarından ya da en tanınmış isimlerden gelen haberlere dahi şüpheyile yaklaşabilmeyi öğrenmek önemlidir.

Çalışma kapsamında yer alan öğrencilerin yarısından fazlası için, sosyal çevre de haber almak amacıyla başvurulmuş bir kaynak olarak görülmektedir. Bu durum, özellikle yanlış bilginin viral şekilde yayılmasında sosyal çevre ile iletişimin etkisini akla getirmektedir. Öğrencilerin haberi nasıl algıladıkları ve tanımladıkları, bu tür bir eğilimin söz konusu olduğu bir ortamda daha önemli hale gelmektedir. Bu nedenle, bu eğilime yönelik pratiklerin daha detaylı şekilde incelenmesi gerekmektedir. Öte yandan öğrencilerin, çalışmanın yapıldığı dönemde Twitter, YouTube, Facebook gibi sosyal ağları ve WhatsApp benzeri kapalı mesajlaşma gruplarını haber takibi için görece daha az tercih ettikleri anlaşılmıştır. Bu noktada, haber tüketme alışkanlıklarının zamana göre veya zaman içerisinde değişebileceği göz önünde bulundurulmalı ve gündemin yoğunluğu, öne çıkan bir olay yaşanması gibi durumların bireylerin farklı dönemlerde farklı mecralara haber kaynağı olarak yönelmesine neden olabileceği de dikkate alınmalıdır.

Öğrencilerin ön ve son testlerde kendilerine sunulan altışar farklı örnek içerisinde haber örneklerini ayırt etme konusunda görece iyi bir performans sergilediklerini söylemek mümkündür. Nitekim bu sonuç, Edgerly ve Vraga'nın da (2020a, s. 420-421) ifade ettiği gibi, haber, her ne kadar tanımlanması zor bir kavram olsa da, bireylerin haberle karşılaştıklarında onu tanıyabildiklerini göstermektedir.

Haber niteliği üzerine yapılan bir çalışmada (Edgerly ve Vraga, 2020b), haber başlığının ve kaynağının haber niteliğini, yani kullanıcıların bir içeriği haber olarak değerlendirme derecelerini, etkilediği belirlenmiştir. Aynı çalışmada, genelde iki farklı içerik olarak düşünülen gerçekler/olgular ile görüşün haber niteliği açısından benzer şekilde değerlendirildiği de belirtilmektedir (Edgerly ve Vraga, 2020b, s. 745). Bu çalışmada da, son testte köşe yazısı türündeki örneğin öğrencilerin yarısından fazlası tarafından haber olarak işaretlenmiş olması dikkat çekmektedir. Bu kafa karışıklığının arka planında, öğrencilere sunulan örneklerin başlığı ya da içeriğinde kullanılan dilin ve eğitimle birlikte edinilmiş olması muhtemel "otorite kaynak" algısının yer almış olabileceği tahmin edilmektedir. Zira ilgili örnekte yer alan başlıkta kullanılan ifadeler, içeriğin haber olarak algılanmasına uygun, örneğin yayımlandığı kaynak ise bilinen bir gazetede yazan bir isme aittir.

İlgili kaynaklardan derlenen haber tanımlarında, *nitelik* unsurunu karşılayan ifadelerin diğer unsurlara (*kapsam*, *kaynak/kanal*, *hedef kitle*) yönelik olanlara kıyasla daha dikkat çekici şekilde öne çıktığı gözlemlenmiştir. Buna karşılık, öğrencilerin eğitim öncesi yaptıkları tanımlarda *kapsam* ve *nitelik*, sonrasındaki tanımlarında ise *hedef kitle* ve *nitelik* unsurlarının öne çıktığı görülmüştür. Eğitim içeriğinde, "olgilara dayanma" ve "5N1K kuralı" gibi haberin taşınması gereken özelliklere yönelik bilgiler yer almaktadır. Öğrencilerin eğitim sonrasında, öncesinde olduğundan farklı olarak "doğru", "güvenilir",



“kesin”, “5N1K kuralına uygun” gibi haber niteliklerine odaklanmış olmaları, eğitimin öğrencilerin haber algısında bir farklılık yaratmış olabileceğini düşündürmektedir.

Dijital medyanın henüz son kullanıcı ile buluşmadığı dönemlerde, okuyucu gözünden haberin anlamını ortaya koymaya yönelik olarak yapılan bir çalışmada (Bogart, 1989, s. 9, 223), verilen yanıtların gazetecilerin kullandığı geleneksel tanımlarla benzeştiği, bireylerin yaptıkları tanımlarda güncellik, önem, gerçekler, dünyadaki olaylar vb. ifadelerin kullanıldığı belirtilmiştir. Geçmişten beri kullanılan haber kavramı ile özdeşleştirilmesi ve bir bakıma geleneksel şekilde ifade edilebilecek tanımlarla benzeşmesi açısından, haber tüketicileri tarafından yapılan tanımlarda, geçen zaman içerisinde çok fazla bir şey değişmediği bir başka çalışmada (Craft, Ashley ve Maks, 2016, s. 143) da görülmektedir. Söz konusu çalışmada, haber tanımı yapan gençlerin güncellik, daha önce bilinmemesi, sıra dışılık, ilginçlik gibi ifadeleri kullandığı rapor edilmiştir. Benzer bir durum, öğrencilerin haber algısının incelendiği bu çalışma kapsamında da söz konusu olmuştur. Eğitim öncesi ve sonrasında yapılan tanımlarda, geçmiş çalışmalara benzer şekilde; güncellik, önemlilik, olgu, gündem, toplumu etkileme ve ilgi çekicilik gibi ifadelerle karşılaşmıştır. Öte yandan, haberi tanımlaması istendiğinde bilinen ya da ilk akla gelen kavramlarla ifade eden bireylerin, aslında neyin haber olduğunu algılama veya anlama konusunda her zaman bu kadar net olmayabileceği de unutulmamalıdır. Örneğin, bir öğrencinin verdiği yanıtta aile veya sosyal çevre ile paylaşılabilir bir bilginin de haber olarak tanımlanabileceği ifade edilmiştir. Nitekim önceki çalışmalarda da (Bogart, 1989, s. 223; Robertson, 2023, s. 375), yalnızca haberin zamanlaması (örneğin, güncellik) veya önemine (örneğin, kayda değer olup olmaması) odaklanılarak haberleri diğer bilgi türlerinden ayırmanın güç olabileceğine değinilmiştir. Özellikle değişen medya ortamının vatandaş gazeteciliğini mümkün kılması, farklı platformlarda yazılı ya da görsel-işitsel (örneğin; Twitter, Facebook, TikTok, Medium, YouTube, Discord, Spotify vb.) içerik oluşturmaya, yorum ve paylaşım yapmaya ve gündem yaratmaya olanak tanınması da haber algısını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu noktada, haberleri geleneksel gazetecilik bakış açısı ile benzer ifadelerle tanımlasalar da bireylerin, örneğin, karşılıklarına çıkan herhangi bir röportajı, kaynağını irdelemeden haber olarak algılayabilecekleri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Haber tüketicilerinin ciddi bir habere değer atfediyor olmaları, her zaman bu tür içerikleri takip etmelerini sağlamayabilir. Benzer bir şekilde, resmî anlamda haber tanımını karşılama eğiliminde sunulan haber içeriklerinin, haber kavramının önemini azaltan bir algı oluşturabildiği, buna karşılık bireylerin bu tür içerikleri yine de izleyebildikleri belirtilmiştir. Yani, bireyin bir içeriği takip etmesi ile o içeriğe yönelik olarak yapacağı önem değerlendirmesi arasında doğrudan bir bağlantı her zaman kurulamayabilir (Meijer, 2007, s. 106). Bu noktada, neyin haber olduğunu ayırt edebilmek için haber tüketicisinin, edinilmesi en zor becerilerden olan eleştirel düşünmeyi bir alışkanlık haline getirmesine ihtiyaç vardır.

Haber okuryazarlığı içeriğini gazetecilik perspektifinden tasarlamak (örneğin, Stony Brook Üniversitesi - Haber Okuryazarlığı Merkezi [Hornik, t.y.]), içeriğin haber değerini önceliklendiren bir yapı sergilemesine neden oluyor olabilir. Aslında, bireylerin habere atfettiği haber niteliği, kişinin kendisine göre neyin haber olduğunu tanımlamasını sağlamakta (Edgerly ve Vraga, 2020a, s. 420-421), dolayısıyla hem kişiden kişiye, hem zamana göre, hem de resmî haber tanımlamalarına kıyasla farklılık gösterebilmektedir. Haber algısını şekillendiren bu durumun eleştirel düşünme becerileri olan ve olmayan bireyler arasında da farklılık gösterebileceği dikkate alınmalıdır. Bu nedenlerle, haber okuryazarlığı eğitim içeriğinin tasarlanmasının güç olduğu da söylenebilir. Ancak değişen medya ekosisteminde haber okuryazarlığının temelini oluşturan (Hornik, t.y.) ve sorgulama, araştırma yapma, değerlendirme, çıkarım yapma gibi becerileri kapsayan eleştirel düşünmenin herkes için önemli olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla, belirtilen farklılıklar gözetilerek, zamana yayılmış bir eğitim süreci ile eleştirel düşünme becerilerinin kazandırılmasının mümkün olabileceği düşünülmektedir. Öte yandan, eleştirel düşünme, kısa sürede edinilebilecek bir beceri olmadığı için bunu yaşam boyu öğrenme pratiklerine uyarlamak gerekmektedir. Bunun için de erken yaşlardan başlayarak farklı haber örnekleri üzerinde değerlendirme yapma fırsatı yaratmak, yaşamın her döneminde bu beceriyi geliştirmeye yönelik olarak çeşitli uygulamaları eğitim sistemine dâhil etmek son derece önemlidir.

### **Çıkar Çatışması**

Çalışma kapsamında kişisel ve finansal herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Yazarlık Katkısı**

Çalışmada, veriler İpek Şencan tarafından toplanmıştır. Diğer tüm süreçler yazarların ortak katkısı ile tamamlanmıştır.

### **Etik Kurul Kararları ve İzinler**

Hacettepe Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 01.03.2018 tarihli ve 35853172/433-946 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

### **Kaynakça**

Algül, A. ve Sütcü, C. S. (2015). Değişen haber algısı: Kullanıcılar sosyal medyada haberleri nasıl değerlendiriyorlar?. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 18-34. <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/And%20ALGU%CC%88L%20%26%20Cem%20S.%20Su%CC%88tc%CC%A7u%CC%88.pdf>

Alver, F. (2022). 5N1K. Y. Saraç (Ed.), *Sosyal bilimler ansiklopedisi* içinde. TÜBİTAK.

- American Press Institute. (t.y.). What is the purpose of journalism?. <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/purpose-journalism/>
- Armstrong, C. L., McAdams, M. J. ve Cain, J. (2015). What is news? Audiences may have their own idea. *Atlantic Journal of Communication*, 23(2), 81-98. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.1013102>
- Bogart, L. (1989). *Press and public: Who reads what, when, where, and why in American newspapers*. Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Bogdanić, A. (2022). Theorizing news: Toward a constitutive model of journalistic discourse. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(2), 487-514. <https://doi.org/10.1177/1077699020966755>
- Botton, A. D. (2015). *Haberler: Bir kullanma kılavuzu* (Z. Baransel, Çev.). Sel Yayıncılık. (Orijinal basım tarihi c2014).
- Buvár, Á. ve Orosz, G. (2020). "Branded, biased and it wants to sell a product": Typical ad representations influence the effect of ad recognition: A mixed-method research, *International Journal of Advertising*, 39(1), 32-50. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1613848>
- CCNY introduction to journalism. (2023, 25 Ocak). Opinion vs. news. <https://ccnyintroductiontojournalism.com/2023/01/25/opinion-vs-news/>
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). *Medya ve iletişim sözlüğü* (B. Taşdemir, Çev.). İletişim.
- Craft, S., Ashley, S. ve Maksl, A. (2016). Elements of news literacy: A focus group study of how teenagers define news and why they consume it. *Electronic News*, 10(3), 143-160. <https://doi.org/10.1177/1931243116656716>
- Digital Resource Center. (t.y.). Definitions of news. <https://digitalresource.center/content/definitions-news>
- Digital Resource Center. (2016). *Module 14 What is news. CNL module lessons*. <https://digitalresource.center/content/cnl-module-lessons>
- Eddy, K. (2022). The changing news habits and attitudes of younger audiences. N. Newman, R. Fletcher, C. T. Robertson, K. Eddy ve R. K. Nielsen (Ed.). *Reuters Institute digital news report 2022* içinde (s. 42-45). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)
- Edgerly, S. ve Vraga, E. K. (2020a). Deciding what's news: News-ness as an audience concept for the hybrid media environment. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 416-434. <https://doi.org/10.1177/1077699020916808>
- Edgerly, S. ve Vraga, E. K. (2020b). That's not news: Audience perceptions of "news-ness" and why it matters. *Mass Communication & Society*, 23(5), 730-754. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1729383>

- Evanson, C. ve Sponsel, J. (2019). From syndication to misinformation: How undergraduate students engage with and evaluate digital news. *Communications in Information Literacy*, 13(2), 228-250. <https://doi.org/10.15760/comminfolit.2019.13.2.6>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th edition). SAGE.
- Fry, K. G. (2008). News as subject: What is it? Where is it? Whose is it?. *Journalism Studies*, 9(4), 545-560. <https://doi.org/10.1080/14616700802114258>
- Gönenli, G. (2008). *Gazetelerin genç okurlara yaklaşımı ve Türkiye'deki gençlerin haber alma alışkanlıklarına yönelik bir araştırma* [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi. <https://openaccess.marmara.edu.tr/items/4b409261-9e01-42ad-a65f-6f6ca5ac59dd>
- Haber. (t.y.). *TDK Güncel Türkçe sözlük* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/adresinden> erişildi.
- Hallin, D. C. ve Mellado, C. (2018). Serving consumers, citizens, or elites: Democratic roles of journalism in Chilean newspapers and television news. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 24-43. <https://doi.org/10.1177/1940161217736888>
- Harcup, T. ve O'Neill, D. (2017). What is news?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hornik, R. (t. y.). *Why news literacy matters: A new literacy for civil society in the 21st century*. Digital Resource Center. <https://digitalresource.center/why-news-literacy-matters>
- Ireton, C. ve Posetti, J. (2018). Foreword. C. Ireton ve J. Posetti (Ed.) *Journalism, Fake news & disinformation* içinde (s. 7-13). UNESCO. [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf)
- İnce, G. B. (2017). Yeni medyanın haber tüketim pratiklerine etkisi: Ampirik bir değerlendirme. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 189-214. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.009.x>
- İrvan, S. (2022). Haber. Y. Saraç (Ed.), *Sosyal bilimler ansiklopedisi* içinde. TÜBİTAK. <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/haber>
- McGregor, S. C. ve Molyneux, L. (2020). Twitter's influence on news judgment: An experiment among journalists. *Journalism*, 21(5), 597-613. <https://doi.org/10.1177/1464884918802975>
- McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M. ve Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & Research in Social Education*, 46(2), 165-193. <https://doi.org/10.1080/00933104.2017.1416320>
- Meijer, I. C. (2007). The paradox of popularity: How young people experience the news. *Journalism Studies*, 8(1), 96-116. <https://doi.org/10.1080/14616700601056874>

- Meijer, I. C. ve Kormelink, T. G. (2015). Checking, sharing, clicking and linking changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*, 3(5), 664-679. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.937149>
- Mellado, C., Hellmueller, L., Marquez-Ramirez, M., Humanes, M. L., Sparks, C., Stepinska, A., Pasti, S., Schielicke, A., Tandoc, E. ve Wang, H. (2017). The hybridization of journalistic cultures: A comparative study of journalistic role performance. *Journal of Communication*, 67(6), 944-967. <https://doi.org/10.1111/jcom.12339>
- Newman, N. (2019). Section 1: Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos ve R. K. Nielsen (Ed.). *Reuters Institute digital news report 2019* içinde (s. 8-30). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)
- Newman, N. (2022). Turkey. N. Newman, R. Fletcher, C. T. Robertson, K. Eddy ve R. K. Nielsen (Ed.). *Reuters Institute digital news report 2022* içinde (s. 108-109). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)
- News. (t.y.-a). *Merriam-Webster dictionary* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://www.merriam-webster.com/dictionary/news> adresinden erişildi.
- News. (t.y.-b). *Merriam-Webster thesaurus* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/news> adresinden erişildi.
- News. (t.y.-c). *Online etymology dictionary* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://www.etymonline.com/word/news> adresinden erişildi.
- News. (t.y.-d). *Oxford learner's dictionaries* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/news?q=news> adresinden erişildi.
- News. (t.y.-e). *The Britannica dictionary* içinde. 5 Mart 2023 tarihinde <https://www.britannica.com/dictionary/news> adresinden erişildi.
- Park, R. E. (1940). News as a form of knowledge: A chapter in the sociology of knowledge. *American Journal of Sociology*, 45(5), 669-686. <http://www.jstor.org/stable/2770043>
- Powers, E. ve Koliska, M. (2016). Placing trust in others: How college students access and assess news and what it means for news literacy education. *Journalism Education*, 5(1), 105-122. <https://journalism-education.org/2020/07/placing-trust-in-others-how-college-students-access-and-assess-news-and-what-it-means-for-news-literacy-education/>
- Riedl, A. ve Eberl, J. M. (2022). Audience expectations of journalism: What's politics got to do with it? *Journalism*, 23(8), 1682-1699. <https://doi.org/10.1177/1464884920976422>
- Robertson, C. T. (2023). Defining news from an audience perspective at a time of crisis in the United States. *Journalism Practice*, 17(2), 374-390. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1919178>

- Robinson, S. ve DeShano, C. (2011). 'Anyone can know': Citizen journalism and the interpretive community of the mainstream press. *Journalism*, 12(8), 963-982. <https://doi.org/10.1177/1464884911415973>
- Rulyova, N. ve Westley, H. (2017). Changing news genres as a result of global technological developments: New news genres. *Digital Journalism*, 5(8), 986-1005. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1351882>
- Schneiders, P. (2023). News from the user's perspective: With naivety to validity. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2182804>
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news (1. basım)*. W. W. Norton & Company.
- Silva, J. (2018, 20 Haziran). Distinguishing among news, opinion and propaganda. News Literacy Project. <https://newslit.org/educators/civic-blog/distinguishing-among-news-opinion-and-propaganda/>
- Singer, J. B. ve Ashman, I. (2009). User-generated content and journalistic values. S. Allan ve E. Thorsen (Ed.), *citizen Journalism: Global Perspectives* içinde (s. 233-242). Peter Lang. <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/4020/1/2009CitizenJournalismChapterSinger%20-%20user%20generated.pdf>
- Swart, J., Peters, C. ve Broersma, M. (2017). Navigating cross-media news use: Media repertoires and the value of news in everyday life. *Journalism Studies*, 18(11), 1343-1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>
- Swart, J., Kormelink, T. G., Meijer, I. C. ve Broersma, M. (2022). Advancing a radical audience turn in journalism. Fundamental dilemmas for journalism studies. *Digital Journalism*, 10(1), 8-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2024764>
- Şencan, İ. (2020). *Haber okuryazarlığı programı: İçerik tasarımı ve etkinliğinin değerlendirilmesi* [Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi. [https://bby.hacettepe.edu.tr/akademik/ipeksencan/isencan\\_PhD\\_web\\_2.pdf](https://bby.hacettepe.edu.tr/akademik/ipeksencan/isencan_PhD_web_2.pdf)
- Şencan, İ. ve Soydal, İ. (2021). Students' awareness about "news" concept [Öz]. S. Şpiranec, S. Kurbanoglu, D. Kos, J. Boustany (Ed.), *The Seventh European Conference on Information Literacy, September 20th-23rd, 2021*, Online: Abstracts içinde (s. 68). Information Literacy Association.
- Tamboer, S. L., Kleemans, M. ve Daalmans, S. (2022). 'We are a neeeeew generation': Early adolescents' views on news and news literacy. *Journalism*, 23(4), 806-822. <https://doi.org/10.1177/1464884920924527>
- Tandoc Jr., E. C., Lim, Z. W. ve Ling, R. (2018). Defining "fake news". *Dijital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Taşdelen, B. (2020). Enformasyondan bilgi'ye: Üniversite öğrencileri haberleri sosyal medyadan mı öğrenir?. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 241-252. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.676339>

- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). *Gazetecilik: Haberin nitelikleri*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. [http://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Haberin%20Nitelikleri.pdf](http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Haberin%20Nitelikleri.pdf)
- Tokgöz, O. (2017). Temel gazetecilik. İmge Kitabevi.
- Tully, M., Maksl, A., Ashley, S., Vraga, E. K. ve Craft, S. (2022). Defining and conceptualizing news literacy. *Journalism*, 23(8), 1589-1606. <https://doi.org/10.1177/14648849211005888>
- Ünal, Y., Şencan, İ. ve Kurbanoglu, S. (2022). Gerçek ötesi dönemde Türkiye'deki lisans öğrencilerinin haber tüketim ve paylaşım davranışları. *Türk Kütüphaneciliği*, 36(3), 334-359. <https://doi.org/10.24146/tk.1081859>