

Emre Osman OLKUN



Haber ve Güven

Sosyal Algılamada
Medya Haberlerinin Güvenilirliği

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ.....	7
ÖNSÖZ.....	11
İÇİNDEKİLER.....	13
TABLolar LİSTESİ.....	17
GİRİŞ.....	19

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL YAŞAMDA MEDYA HABERCİLİĞİ

1.1. Toplumsal Yaşamda Medya	25
1.2. Toplumsal Yaşamda Medyanın Rolü ve İşlevleri	28
1.3. Toplumsal Yaşamda Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş	37
1.4. Haber ve Haber Üretim Süreci	45
1.4.1. Haber Kavramı	47
1.4.2. Haber Üretim Sürecine Etki Eden Unsurlar	50
1.4.3. Haber Üretim Sürecine Alternatif Yaklaşımlar	55
1.4.3.1. Liberal Çoğulcu Yaklaşımlar	56
1.4.3.1.1. Gündem Kurma Kuramı	59
1.4.3.1.2. Eşik Bekçiliği Kuramı	63
1.4.3.1.3. Haber Değeri Kuramı	65
1.4.3.1.4. Yanlı Haber Kuramı	67
1.4.3.2. Eleştirel Yaklaşımlar	68
1.4.3.2.1. Marksist Yaklaşım	71
1.4.3.2.2. İngiliz Kültürel Çalışmaları	72
1.4.3.2.3. Ekonomi Politik Yaklaşım	74
1.4.4. Haber ve Rıza Üretimi	78
1.5. Medya Haberlerinin Etiği	80
1.6. Türkiye’de Medya ve Sahiplik Yapısı	88

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA HABERCİLİĞİNİN OBJEKTİFLİĞİ VE GÜVENİLİRLİĞİ

2.1. Haberde Objektiflik.....	95
2.1.1. Haber Konularının Seçiminde Objektiflik.....	99
2.1.2. Haberin Yazımında Objektiflik.....	100
2.1.3. Haberin Yayınlanmasında Objektiflik.....	102
2.1.4. Objektifliği Sağlayan Unsurlar.....	103
2.1.4.1. Netlik.....	103
2.1.4.2. Denge.....	104
2.1.4.3. Eşit Alan/Eşit Zaman.....	105
2.1.5. Haberde Objektifliğin Eleştirisi.....	106
2.2. Haberde Güvenilirlik.....	107
2.3. Haber Güvenilirliğine Etki Eden Unsurlar.....	110
2.3.1. Siyasi Otoriteye Yakınlık.....	111
2.3.2. Siyasi Nedenler.....	112
2.3.3. Ekonomik Nedenler.....	113
2.3.4. Mülkiyet/Tekelleşmeden Kaynaklanan Nedenler.....	116
2.3.5. Reyting Kaygısı.....	118
2.3.6. Doğruluk.....	119
2.3.7. Haberde Taraflılık.....	122
2.3.8. Haberde İdeolojik Yanlılık.....	124
2.3.9. Haberde Gizli ya da Açık Reklam Yapılması.....	125
2.3.10. Haberin Toplanmasıdaki Yöntemler.....	126
2.3.11. Haberde Yönlendirme Yapılması.....	127
2.3.12. Haberde Bilgi Eksikliği.....	127
2.3.13. Medyada Özdenetim.....	128
2.3.14. Haber ve Yorum Farkı.....	129
2.3.15. Özel Hayatın Gizlilik İhlali.....	131
2.3.16. Kişilik Haklarının İhlali.....	134
2.3.17. Haber Kaynağıyla İlişki Düzeyi.....	136
2.3.18. Kaynak Belirtilmeden Yazılan Haberler.....	139
2.3.19. Ayrımcılık.....	141
2.4. Haberde Güvenilirlik Tartışmalarında Alternatif Habercilik ve Yurttaş Gazetecilik.....	142
2.5. Medya Haberlerinin Güvenilirliği Üzerine Yapılmış Araştırma Bulguları.....	148

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MEDYA HABERLERİNİN GÜVEN ALGISIYLA İLGİLİ SAHA ARAŞTIRMASI BULGULARI

3.1. Metodoloji	155
3.1.1. Araştırmanın Sorunu	155
3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	156
3.1.3. Araştırmanın Modeli	156
3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	157
3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	157
3.1.6. Soru Formu ve Ölçüm Araçları	157
3.1.7. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler	160
3.1.7.1. Bağımsız Örneklem T-Testi	160
3.1.7.2. Korelasyon Analizi	160
3.1.7.3. Ki-Kare (X ²) Testi	161
3.1.7.4. İlişkili Örneklemeler İçin Tek Faktörlü ANOVA Testi	162
3.1.8. Araştırmanın Hipotezleri	162
3.2. Bulgular ve Yorum	163
3.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	163
3.2.2. Katılımcıların Haftalık Medya Araçlarını Kullanım Sıklığı	166
3.2.3. Katılımcıların Haftalık Televizyon Program Türleri İzleme Sıklıkları	169
3.2.4. Katılımcıların Gazete Bölümleri Okuma Sıklıkları	171
3.2.5. Katılımcıların Günlük Yaşamda Haber Alma İhtiyaç Durumları	173
3.2.6. Katılımcıların Haber Alma İhtiyaçları İçin Medya Araçlarını Kullanım Sıklığı	174
3.2.7. Katılımcıların Kurumlara Olan Güven Düzeyleri	177
3.2.8. Katılımcıların Haber Elde Etmek İçin Medya Tercihinde Etkili Olan Faktörler	180
3.2.9. Katılımcıların Haber Edinirken En Çok Güvenilir Buldukları Medya Araçları	183
3.2.10. Katılımcıların Medya Araçlarında Yayınlanan Haberlere Güven Düzeyleri	184
3.2.11. Katılımcıların Haber Türlerine Güven Düzeyleri	187
3.2.12. Katılımcıların Haber Güvenilirliği Üzerinde Etkili Olan Faktörler	190

Haber ve Güven

Sosyal Algılamada

Medya Haberlerinin Güvenilirliği

Emre Osman OLKUN

Dünyada ve Türkiye’de özellikle son yıllarda gerçekleşen siyasal ve toplumsal olaylar, toplumun önemli bir kesiminin medya haberlerine olan güvenini zedelemiş ve medyanın halk tarafından sorgulanmasını arttırmıştır. Bu nedenle halkın belli bir kısmı, haber elde etmek için geleneksel medya yerine alternatif medyaya yönelmeye başlamışlardır. Ancak yeni medya ve alternatif medya, güvenilirlik tartışmalarını bitirmemiş, aksine tartışma alanını genişletmiştir. Yeni medyayla beraber haber elde etmek için alternatifler çoğalmış ancak güvenilirlikle ilgili sorunlar bitmemiştir. Bu çerçevede, iletişim araştırmalarının başlıca araştırma konuları arasında yer alan güvenilirlik araştırmaları kapsamında, halkın medya haberlerine olan güven algısını belirleyen faktörleri belirlemek, halkın medyaya ve habere olan güven algısının oluşmasında hangi faktörlerin etkili olduğunu tespit etmek, halkın medyaya olan güven düzeyini ortaya koymak ve de halkın hangi haber türlerine daha çok güvendiğini anlayabilmek bu çalışmanın temel sorunsallarıdır.

TEMEL DEĞERLERE SAHİP OLMAK,
BAĞLI KALMAK,
İNANMAK VE SÜRDÜREBİLMEK AŞK’INA!..



LİTERATÜRK AKADEMİA: 132 - ARAŞTIRMA: 121



TV'de şiddete hayır!
şiddet eğilimleri içeren TV programlarını
reklamlarıyla destekleyen şirketlerin
ürünlerini satın alma...
TV'de şiddete sen de hayır de!

