

Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma¹

İlknur Aydoğdu Karaaslan²

Öz

Geleneksel gazetecilikten dijital gazeteciliğe geçiş süreci, okurların enformasyon edinimi ve paylaşımlarını değiştirmiştir. Dijital ortamların değişen haber formatları, daha kolay habere erişebilirlik, aynı haberin farklı içeriklerine erişebilme kolaylığı vb. yetişkinlerin tüketim eğilimlerini etkilemiştir. Okurların, dijital dönemin mobil teknolojilerle uyumlu tekno dünyası içinde, online haber ortamlarına erişim kolaylığı, haber tüketimini arttırmıştır. Online haber ortamları, okurlara daha geniş haber ve bilgi sunmaktadır. Okurlar, önceki geleneksel gazeteler üzerinden karşıladıkları gereksinimlerini, dijital ortamlarda daha yoğun ve çeşitlilikte giderebilmekte, daha yoğun tatmin sağlayabilmektedir.

Yetişkinlerin haber tüketim pratikleri, geleneksel gazeteler ve online haber ortamlarındaki hareketlilikleri bu çalışmada; okurların yaş özelliği temelinde oluşturulan 148 kişilik kota örneklem üzerinde uygulanan anket tekniğiyle sorgulanmaktadır. Okurların eğitim ve çalışma durumu ile online haber ortamlarını kullanımları arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Online Haber Ortamları, Değişen Haber Formatları, Haber Tüketim Eğilimleri, Sosyal Medya

Atf: Aydoğdu Karaaslan, İlknur. (2018). Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL) Aralık (30) s. 241-259

1 Bu çalışma, 3-4-5 Mayıs 2018'de Alanya'da düzenlenen 4. Uluslararası Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu'nun da sunulan "Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri: Yetişkinler Üzerine Yapılan Bir Araştırma" başlıklı sözlü bildirinin genişletilmiş versiyonudur.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ilk2002tr@hotmail.com

News Consumption Practices Transforming During Transition To Online Journalism: A Research Conducted On Adults

Abstract

Transition from traditional journalism to digital journalism has changed readers' information acquisition and sharing. Changing news formats of digital media has affected consumption habits of adults such as easier streaming accessibility, ease of accessing different contents of the same news, and so on. The ease of access of readers to online news media, in the technological world that is compatible with the mobile technology of the digital era, has increased the consumption of news. Online news media offer readers news and information that are more detailed. Readers are able to achieve more satisfaction in the digital media by meeting their requirements with a more intense and diversified manner compared to previous traditional newspapers. In the study where adults' news consumption practices, their activity in traditional newspapers and online news media are questioned, a survey technique applied on the quota sample formed by 148 people based on the age characteristics of the readers was used. Significant relationships emerged between readers' education and working status and online news media use.

Keywords: Online News Media, Changing News Formats, Usage Satisfaction Approach, Changing News Consumption Trends, Social Media

Giriş

Teknolojilerin hızla gelişmesi internetin dolayısıyla online ortamların hayatımıza girmesine neden olmuştur. Böylece gündelik hayatımızın önemli bir parçasında yer alan kitle iletişim araçları da söz konusu değişimden etkilenmiştir. Kitle iletişim araçlarının teknoloji ile bütünleşmesi bireyleri medya ortamında pasif konumdan aktif konuma geçmelerini sağlamıştır. Özellikle online gazetelerde teknolojik dönüşüm hem gazetecilere hem de okurlara sınırsız kaynak kullanımından yararlanma imkanı sağlamaktadır. Böylece gazeteciler haber üretiminden dağıtımına kadar, okuyucu da haber içeriğini tüketmek için yeni yöntemlere başvurmaktadır. Haberin üretim ve sunum biçimleri giderek değişmektedir. Teknolojinin sunduğu olanakların başında internet gelmektedir. İnternet ile çoklu medya ortamları ve okuyucuyla etkileşim, haber metninin, ses ve videosunun anında paylaşılması gündeme gelmiştir. İnternetin sağladığı birçok fırsatlar nedeniyle online gazeteciliğin geleneksel gazetecilikten daha etkili olduğu düşünülmektedir. Bu durum Türkiye’de geleneksel gazeteciliğe alternatif olarak oluşturulan online gazetecilikte okurların habere ulaşmalarında önemli rol oynamaktadır.

Bu duruma paralel olarak online gazetelerdeki habere yönelim de artmaktadır. Geleneksel haber medyası, teknolojiler sayesinde dijital ortama evrilmektedir. Söz konusu ortamlar anlık haberleri geniş kitlelere düşük maliyetlerle ve yüksek performanslarla sunmaktadır. Gazetelerin dijitalleşmesiyle, geleneksel gazetelerin satış oranları düşmekte, okuyucular dijital ortama yönelmektedir.

İnternetin geliştiği ilk yıllarda geleneksel gazetelerin alternatifi olarak görülen online gazeteler günümüzde sosyal ağlar, bloglar, eposta, tartışma forumları, çoklu ortam uygulamaları, etkileşim imkanının olması gibi daha geniş habere ulaşma olanakları bulunmaktadır. Sanal ortamdaki bu uygulamalar hem gazetecilerin hem de okurların haber üretim ve dağıtım sürecinde yararlandıkları mecralar olmaktadır.

Online ortamların ortaya çıkması ve mobil teknolojilerin gelişimiyle, akıllı telefonlar ve tabletler, haber tüketim ve paylaşımında önemli bir yere sahip olmaktadır. Özellikle “18-34” yaş aralığındaki genç yetişkinlerin akıllı cep telefonları üzerinden haber tüketim ve paylaşımları, bireylerin gazete tüketim alışkanlığı ile bağlantılı olarak artış göstermektedir. Mobil teknolojiler kullanılarak sağlanan haber tüketimi, bilgisayar ve tablet kullanma alışkanlığının giderek yerini almaktadır. Ayrıca mobil teknolojiler, ses, video, grafik, animasyon aracılığıyla enformasyon aktarımını sağlamaktadır. Bu durum okurların haber metnini daha kolay anlamalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla online ortamlardaki haber tüketimine yönelmektedirler. Yetişkinlerin mobil haberlere adaptasyonunu etkileyen faktörler içerisinde etkileşim etkili bir role sahiptir. Sanal ortamlardaki eposta tartışma ortamları gibi araçlar, okurların gazete çalışanlarıyla etkileşimini sağlamaktadır. Etkileşimin sağlanması okurun kendini sanal ortamda rahat hissetmesini sağlamaktadır (Değirmencioğlu, 2016:597). Bu bağlamda mobil haber tüketim araçlarına eğilim artmaktadır. Ayrıca bireylerin algıları, haber tüketim ve tercihleri, medya kullanım alışkanlıkları onların mobil haberlere geçiş sürecini etkileyen

faktörlerdendir. Yetişkinler, online ve mobil haber tüketim alışkanlıklarıyla sadece okur değil aynı zamanda haber üreticisi konumunda da yer almaktadır (Chan-Olmsted, Rim, Zerba, 2012). İstedığı zaman istediğı haberi üretme ve dağıtma imkanına sahip olmaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle internet ortamının yaygınlaşması, haberin tüketiminde ve dağıtımında, sosyal ağlar, haber servisleri, online haber siteleri gibi kullanılan yöntemleri de değiştirmektedir. Sosyal ağlar hem gazetecilerin hem de yetişkinlerin haber tüketiminde kullanılan en hızlı şekilde enformasyona ulaşmayı sağlayan araçlardan biri olmaktadır. 2010 yılında Twitter, en çok kullanılan site durumuna yükselmiştir (Armstrong ve Gao, 2010:219). Bu bağlamda, özellikle Facebook ve Twitter başta olmak üzere, sosyal ağ kullanımı yetişkinlerin haber tüketimine ve birbirleri arasındaki etkileşimli haber dağıtımına önemli katkı sağlamaktadır.

Haber tüketiminin dijital ortama kaymasıyla, bireylerin gündelik yaşamdaki alışkanlıkları değişmiş ve sanal mecralar enformasyon sağlamada geleneksel yöntemlerin önüne geçmektedir. Özellikle belli yaş gruplarında olan yetişkinlerin söz konusu ortamlara adapte olup olmadığı araştırılmak istenen konular arasındadır. Dolayısıyla yapılan bu çalışma; yetişkinlerin eğitim ve çalışma durumlarına göre haber tüketim pratiklerini değerlendirmek ve online gazeteciliğe yönelimlerinin betimlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Bu nedenle yaş değişkeni temel alınarak İzmir ilindeki yetişkinlerden seçilerek bir kota örneklem oluşturulmuştur. Anket tekniğı ile elde edilen veriler kodlanarak, bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Uygun olan istatistiksel tekniklerle SPSS 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

1. Literatür Taraması

Gazetelerin gelenekselden dijitalle doğru kayması haber tüketim alışkanlığını da farklılaşmaya yöneltmektedir. 2012 yılında New York Times gazetesinin açıkladığı rapora göre, 55 yaş ve üzeri yetişkinlerin %53'ü geleneksel gazeteleri tercih ettiğini belirtirken, "35-54" yaş aralığında bu oran %22, "18-34" yaş aralığında ise %32'dir. Araştırmaya göre, Amerikalıların %44'ü akıllı cep telefonuna sahipken, %22'si tablete sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca haber tüketiminde eposta kullanımından sonra mobil teknolojilerin tercih edildiğı görülmektedir (Pavlik, 2013:182). Dolayısıyla söz konusu verilere göre; genç yetişkinler, haber tüketimlerinde mobil teknolojileri kullandıkları görülmektedir. Yetişkinlerin geleneksel haberciliğı seçmesinin aksine gençler akıllı telefon ve tabletler aracılığı ile gazete tüketimine yönelmektedir.

İnternetin gelişmesi ile bireylerin online ortama katkı sağladıkları bir dönemde sosyal medyada haberlerin üretimine, tüketimine ve paylaşılmasına katkı sağlamaktadır. Lee ve Ma tarafından 2012 yılında yapılan çalışmada, bilgi paylaşımı, sosyalleşme, sosyal medya paylaşım deneyimlerinin haber paylaşımına olan etkileri incelenmektedir. 203 öğrenci üzerinde yapılan anket sonuçlarına göre, bilgi arayan, sosyalleşen, statü belirleyen bireylerin sosyal medya platformlarından haberleri paylaşma olasılıklarının yüksek olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ ortamında özellikle Facebook kullanan bireyler online ortamın bir parçasıdır. Glynn, Huge ve Hoffman'ın (2012), Facebook'ta haber kullanımıyla ilgili faktörleri araştırmak için 1050 kişi katılımı olan öğrenci, öğretim üyesi ve idari personeller üzerinde yaptığı çalışmada, bireylerin sosyal medyada haber kullanımını belirleyen değişkenlerin yaş ve yaşam memnuniyetleri olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaşları 18 ile 78 arasında değişmekte olup, yaş ortalaması 38.9'dur. Katılımcıların %69.6'sı Facebook hesabına sahip olduğunu belirtmiştir. Facebook hesabına sahip olanların %96.3'ü öğrenci, %77.4'ü idari personel, %63.8'i öğretim üyesinden oluşmaktadır. Facebook hesabına sahip olan bireyler, online haberleri takip ediyor, arkadaşları ile haber bağlantılarını paylaşıyor, haberlere yorum yazıyor. Bununla birlikte sosyal medya kullanıcıları, kendi haber içeriklerini oluşturabilmekte, düzenleyebilmekte, aktarma ve yorum yapabilmektedir. Cinsiyete göre Facebook kullanımı değerlendirildiğinde, kadınların hesabının fazla olduğu görülmektedir. Yaş ile sosyal medya kullanıcılarının sanal ortamda bulunma süreleri de değişmektedir. Genç yetişkinler haber okumak, haber bağlantılarını paylaşmak, haberleri yorumlamak vb. durumlarda sanal ortama katılarak sosyal ağlarda daha fazla zaman geçirmektedirler.

Pentina ve Tarafdar tarafından 2014 yılında yapılan bir diğer çalışmada, ABD'nin farklı kesitinden 112 okur ile nitel bir analiz yapılarak haber tüketiminde sosyal medyanın rolü incelenmektedir. Ankete katılanların demografik ve sosyoekonomik özelliklerine göre, bireylerin haber tüketim davranışları arasında herhangi bir farklılık gözlenmemiştir. Bireyler, ana haber kaynağı olarak sosyal medyayı tanımlamamış olsa da haber tüketimindeki rolüyle ilgili çeşitli fikirler beyan etmektedirler. Haber kaynağı olarak görmemelerinin nedenlerini, haberin güvenilirliği ve nesnelliği, alakasız içerikler olduğunu düşünmektedirler.

Sosyal ağlar, bireylerin fikir liderleri olarak hareket etmelerini sağlayan, tartışmalarına teşvik eden, güncel olarak katılımlarını sağlayan ve haber öykülerini paylaşmak için yeni ortamlar sunabilen sanal ortamlardır. Oeldorf-Hirsch ve Sundar (2015:243), 265 okur ile yaptığı çalışmada, Facebook ortamının daha fazla haber ortamına dahil olabilmesi için haber içeriğini paylaşmak, tartışmak, kullanım potansiyelinin faydalarını araştırmaktadır. Sosyal ağlar, haber metnini paylaşan bireylere yorum aracılığı ile tartışmalarına ve dolayısıyla daha fazla sosyal ağa katılmalarına neden olmaktadır. Ayrıca, bireylerin değişen haber ortamındaki güncel olaylara katılımını sağlamak için, bilgi kaynağı olarak sosyal ağları kullanmalarının teşvik edilmesinin önemi vurgulanmaktadır. Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar haber tüketimi için önemli yollar olarak görülmektedir. İnternet kullanıcılarının üçte ikisi, sosyal ağ olan Facebook üzerinden çevrimiçi haberleri takip etmektedirler. Sanal ortamdaki haber tüketicilerinin %75'i kendileriyle paylaşılan haber sitelerinden içeriğe sahip olmaktadır (Oeldorf-Hirsch & Sundar 2015:240). Özellikle genç yetişkinler, kendi yaşlıları tarafından sosyal ağlarda tercih edilen haberlere önem vermektedirler. Bireylerin sosyal ortamdaki haber takibi için en önemli etken haberin güvenilirliğidir. Dolayısıyla okurlar haberleri çoğunlukla sitelerinden değil, arkadaşlarının paylaştıkları bağlantılardan takip etmektedirler.

Ahlers tarafından ABD de 2006 yılında yapılan bir başka çalışmada, “haber tüketiminin geleneksel medyadan online haber medyasına doğru kaymaktadır” hipotezi araştırılmaktadır. 2006 yılında bu hipotez, çalışma ile desteklenmemiştir. Online haber tüketimine bir geçiş söz konusudur. Ancak bu oran düşünölenin çok altında olup %12 olduğu görölmektedir. Araştırmaya katılanların %22’si geleneksel haberciliğe online haberlerden aktarım yapıldığını ifade etmektedir. Online haber medyası geleneksel haberciliğin tamamlayıcısı olarak görölmektedir. Bu çalışma ile ABD’de yaşıyanların üçte ikisinin online haber medyasına yönelmediği ve bu durumunda olma ihtimalinin çok düşük olduğu görölmektedir.

Chan-Olmsted, Rim ve Zerba tarafından 2012 yılında Amerika’da kolejde okuyan 384 genç yetişkinler üzerinde online araştırma yapılarak, mobil haber tüketimleri incelenmiştir. Sonuçlar, mobil haberlerin özellikle içeriklerinin, kullanıcıya fayda sağlamasının, kullanım kolaylığının benimsenmesi ile tüketimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Genç yetişkinlerin haber tüketim formatları, tercihleri, medya kullanımı, mobil haberlerin benimsenmesinde önemli bir yer oynamaktadır. Genç yetişkinler, mobil haber tüketimleri ile sık sık haber takibi yapabilmekte, birden fazla haber kaynağından yararlanabilmekte, özellikle sosyal medya aracılığı ile haber sitelerinden içerik paylaşma gibi faaliyetlerde bulunabilmektedirler. Bu çalışma aynı zamanda genç bireylerin yetişkin olma sürecindeki mobil haber tüketimine odaklanmaktadır. Gençlerin haber tüketim alışkanlıkları haber kuruluşları için de önem arz etmektedir. Çalışmaya göre mobil haberlerin avantajları, kullanım kolaylığı, sağladığı fayda ile yetişkinlerin mobil haber tüketimleri arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu görölmektedir.

2012 yılında PEW’in yaptığı araştırmaya göre; haber tüketimleri mobil araçlara kaymaktadır. Tablet ve akıllı telefonlardaki günlük haber tüketimleri yetişkinlerin demografik özelliklerine göre değişmektedir. Özellikle erkeklerin ve eğitim düzeyi yüksek olan yetişkinlerin, günlük haber tüketimlerini tablet ve akıllı telefonlardan sağlamarı farklılaşmaktadır. Akıllı telefon kullanımındaki farklılık ise yetişkinlerin yaş ve gelir durumuna göre değişmektedir (PEW, 2012).

Lee ve arkadaşları tarafından 2017 yılında kota örnekleme kullanılarak 1001 Amerikalı vatandaşı online anket yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada, sosyal medya aracılığıyla gazetecilik pratikleri ve normlarının algılanması, haber tüketimi, aşırı haber yüklenmesi, bireylerin habere erişimleri arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Katılımcılar “18-90” yaş aralığındadır. Sonuçlarda, aşırı haber yüklenmesi ve seçiciliğe maruz kalınması, ayrıca sosyal medya aracılığı ile habere erişim ve kaliteli haber için ödeme istekliliği arasında bir ilişki gözlenmektedir. Gazetecilik normları ve pratikleri dikkate alındığında, geleneksel gazetecilik normlarından daha hızlı bir şekilde sosyal medya üzerinden sıklıkla erişebildiklerinden bireyler gazeteciliğin bu yönüne değer vermektedirler. Özetle, aşırı haber yükleme, seçiciliğe maruz kalma ve haberden sakınma gibi katılımcıların algıları ile bireylerin tüketim davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlılık söz konusudur. Sonuçlar, yetişkinlerin günlük haber tüketimlerinde sosyal medyayı kullandıklarını göstermektedir.

Haber ortamlarının teknoloji ile değişmesi, yetişkinleri özellikle gençleri online haber ve bilgi kaynaklarına yöneltmektedir. Amerika'da 2018 yılında Antunovic, Parsons ve Cooke tarafından yapılan bir diğer çalışmada, üniversite öğrencilerinin haber gruplarını kullanarak haber alma yöntemlerini belirlemek için odak grup görüşme yöntemi kullanılarak haber tüketim süreçleri değerlendirilmiştir. Çalışma, bu yaş grubundaki genç yetişkinlerde teknolojik ve endüstriyel yapıya bağlı olarak haber tüketiminde de eşzamanlı bir değişime yola açtığını göstermektedir. Çalışma sonucuna göre, genç yetişkinler mobil ve online ortamları kullanarak haberleri kontrol ettiklerini ifade etmektedirler. Gençlerin haber alışkanlıklarının şekillenmesinde, ebeveynlerinin haber tüketim tercihlerinin etkisi olmaktadır. Ancak aile ortamının tercih ettiği geleneksel haber tüketimi, gençlerin üniversite ortamına kaymasıyla kendi buldukları ortamdaki sanal haber tüketim formatlarına yönelmektedirler. Özellikle gençler, bilgisayarlarından ve akıllı telefonlarından haber takibi yapabilmek için çevrimiçi olduklarını ifade etmektedirler.

1.1. Online Gazetecilik

Teknolojilerin giderek yaygınlaşması sonucunda online gazetelerin ortaya çıkması okurlara zaman ve mekan kısıtı olmadan haberlerin toplanması, dağıtılması, hızlı ulaşması, güncel haberleri takip edebilmesi, haber arşivine kolay ulaşabilmesi, farklı kaynaklardan haber takibi yapabilmemesi ve haberin üretim esnasında aktif olarak yer almasını, haberin güncellenmesi gibi birçok avantajlar sunmaktadır. Bu bağlamda kısa zamanda herkes tarafından tercih edilen bir ortam olmuştur. Özellikle, online haber medyasının sağladığı çoklu ortam özellikleri (metin, görüntü, ses, grafik ve tablo), hipermetinsellik, etkileşimlilik okuyucuları geleneksel gazetecilikten uzaklaştırmaktadır (Taşkiran&Kırık, 2016:219). Bu özellikler sayesinde okurlar haberin içinde kendini konumlandırmakta ve yorumlar yapabilmektedir.

Gazeteciler ile yetişkinler arasında çift yönlü bir etkileşimin olması, geleneksel gazeteciliğin eksikliğini ortadan kaldırmaktadır. Yetişkinler gündelik yaşamlarında toplum içinde kendilerine bir alan oluşturabilmek ve haber ortamına dahil olabilmek için online ortama yönelmektedirler.

Online gazetecilik, sektöre girdiği ilk yıllarda geleneksel gazetenin tamamlayıcı olurken, daha sonra haberlerin hızla yayılma imkanının ve okur ile etkileşimin sağlanmasından dolayı bağımsız online haber siteleri gündeme gelmiştir. Dolayısıyla okurlar online haber kanallarının avantajlarından yararlandıklarından geleneksel gazete okuma eğilimlerinin düştüğü görülmektedir (Duman, 2017:96). Kürkcü ve Kürkcü (2016) tarafından yapılan çalışmada mühendislerin sosyal medya ve internet gazeteciliğine ilişkin tutumları ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. 624 mühendise internet üzerinden anket tekniği uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, mühendislerin %93.6'sı sosyal medya kullanmakta, %91.8'i internet üzerinden gazete okumaktadır. En çok tercih edilen sosyal ağ Facebook olurken, online okunan gazeteler Hürriyet ve Milliyet olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla eğitim düzeyinin yüksek olması mühendislerin online ortamları kullanabilmelerini sağlamaktadır.

1.2. Değişen Haber Tüketim Pratikleri

Dijital medyanın değişime uğramasıyla diğer alanlarda olduğu gibi gazetecilikte de okur hem üretmekte hem de tüketmektedir. Okur pasif bir konumdan uzaklaşarak gündemin içinde yer alabileceği online mecralar gündeme gelmektedir. Dolayısıyla okur istediği zaman istediği haber metnine ulaşabilmektedir. Okur sadece gazetenin sunduğu haberi okumakla kalmayıp kendinin de zaman zaman haber üretebildiği, gazeteci ile iletişim kurabildiği, haberlerini paylaşabildiği ortamlara dahil olabilmektedir. Böylece dijitalleşmenin ilerlemesiyle okurların haber tüketimleri de değişmektedir Freeman tarafından 2013 yılında Malezya'da "18-24" yaş aralığındaki 500 kolej öğrencisi üzerinde yapılan çalışmada, gençlerin çoğunlukla geleneksel haber medyasının yerine online haberleri tercih ettikleri görülmektedir. Elde edilen veriler, gençlerin eğlence haberlerini tercih ettiklerini, finans ve iş haberlerini sevmediklerini göstermektedir. Haber tüketimi cinsiyet ve yaşa göre değişkenlik göstermektedir. Haber tüketimi erkeklerde ve yaşça büyük gençlerde diğerlerine göre anlamlılık görülmektedir. Haber tüketiminde önemli ve ilginç olaylar olduğu zaman %81 kadının haberleri yakından takip ettiği görülmektedir.

Yaş ve cinsiyet okurların haber tüketimini etkileyen faktörlerdendir. 55 yaş ve daha yaşlı okurlar geleneksel gazeteleri okumayı tercih ederken, "37-55" yaş ve daha aşığı yaştaki okurlar, haber ve bilgi edinmek için online ortamları kullandıkları görülmektedir (Bachmann, Kaufhold, Lewis, & Zuniga, 2010). Amerika Birleşik Devletleri'nde erkekler, bilim konularında haber arayacakları zaman haber medyasından daha fazla erişmektedirler. Kadınlar ise geleneksel gazetelere ve televizyonlara yönelmektedirler. Aslında erkeklerin haber toplamak için medya web sitelerinin yanı sıra sosyal ağları kullandıkları ortaya çıkmaktadır (Freeman, 2013). Erkeklerin kadınlara göre teknoloji kullanım yatkınlığı onların haber tüketim eğilimlerini de etkilemektedir.

Geleneksel gazeteler, teknolojilerin gelişmesi, online ortamların avantajları ve mobil haber tüketimlerinin yaygınlaşması sonucunda son yıllarda çok fazla sayıda okur kaybetmektedir. Online gazetelerin okurlara yorum yapabilme olanağını sunması, gerektiğinde bir gazeteci kimliğine bürünerek haber eklemesi gibi çift yönlü etkileşimi sağlaması, hatta sosyal medya aracılığıyla haberin hızlı yayılması yetişkinlerin tüketimlerini de doğru orantılı olarak etkilemektedir (Huang, 2009). Dolayısıyla teknolojiyi oldukça iyi kullanan yetişkinler bu sürece kolayca adapte olmaktadır.

Haber tüketim pratiklerindeki değişiklikler iki nedenden kaynaklanmaktadır. Birincisi, haber ortamındaki teknolojik ve yapısal farklılıklar, ikincisi ise haber tüketenlerin tüketim pratiklerindeki eğilimleridir. Yetişkinlerin haber tüketim davranışları, haber üretiminin endüstriyel ve sosyal yapısı haber tüketim sürecini oluşturmaktadır. 2008 yılından beri geleneksel haber tüketim kaynakları azalırken, genç yaş grubundaki yetişkinler için internet haber kaynaklarının tüketimi giderek büyümektedir (Antunovic, Parsons ve Cooke, 2018). Söz konusu çalışmada, üç aşamalı tüketim süreci tanımlanmaktadır. Bunlar; rutin gözetim, tesadüfi ve yönlendirilmiş tüketim'dir. Rutin gözetleme, bazı okurlar için otomatik olarak gerçekleşmektedir. Okurlar, haber ortamlarını belirli haber

kuruluşlarından otomatik olarak gelen haberleri tarayarak enformasyon sağlamış olmaktadır. Rutin haberlerin yanısıra haberler tesadüfi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu durum özellikle online haber tüketiminde ortaya çıkmaktadır. Özellikle sosyal medya aracılığı ile tüketiciler profillerini kontrol ederken, gelen paylaşımlardan tesadüfi olarak haber tüketimi gerçekleşmektedir. Yönlendirilmiş tüketim, okur tarafından dünyadaki haberleri daha hızlı taramak için tasarlanmıştır. Okur, bir konuda daha fazla bilgi almak için online ortamlar aracılığı ile başka kaynaklara yönlendirilir. Dolayısıyla ek bilgi almak için diğer haber ortamlarına aktarılmaktadır.

2.Yöntem

Online gazeteciliğe geçiş sürecinde yetişkinlerin haber tüketim pratiklerindeki meydana gelen değişimleri ortaya koymak ve demografik özellikler ile ilişkisini değerlendirmek üzere yapılan bu çalışma, nicel araştırma yöntemiyle yapılandırılmıştır. Araştırma 2017 yılında İzmir ilinde kota örnekleme kullanılarak yapılmıştır. Kota örnekleme evrenin belli özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim, sosyo-ekonomik düzey, vb) seçim yapmayı gerektirmektedir. Çalışmada yaş değişkeni temel alınarak her yaş grubundan 40'ar kişi alınmıştır. Bazı anket formlarının geçersiz sayılması nedeniyle çalışmaya dahil edilememiş ve her yaş grubundan 37 kişi olmak üzere toplam 148 kişi üzerinden veriler değerlendirilmiştir. Araştırmada veriler frekans dağılımları üzerinden yorumlanmıştır. Veriler kategorik değişkenlerden elde edildiğinden ve normal dağılışa uygun olmadığından nonparametrik testlerden Kruskal-Wallis ve Spearman Korelasyon testi uygulanmıştır. Değerlendirmeler yapılırken SPSS 15.0 programı kullanılmıştır.

2.1.Araştırmanın Hipotezleri

H₁:Okuyucuların demografik özelliklerine göre haber tüketim pratikleri değişmektedir.

H₂:Okuyucuların demografik özelliklerine göre online haber ortamlarındaki hareketlilikleri değişmektedir.

2.2.Araştırmanın Amacı

Çalışmada, yetişkinlerin geleneksel ve online haber ortamlarındaki haber tüketim pratikleri ve hareketliliklerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Okuyucuların yaş, cinsiyet, eğitim ve çalışma durumları ile online haber ortamlarını kullanımları arasındaki ilişkiler araştırılmıştır.

2.3.Araştırmanın Sınırlılığı

Araştırma 2017 yılında İzmir ili Bornova yerleşim yerinde gerçekleştirilmiştir. Yetişkinlerin geleneksel ve online haber ortamlarındaki haber tüketim pratikleri ve hareketliliklerinin değerlendirilmesi ile sınırlandırılmıştır. Denekler belirlenen kategoriler temelinde rastlantısal olarak seçilmiştir.

3.Bulgular

Yetişkinlerin haber tüketim alışkanlıkları değerlendirildiğinde, internet kullanıcılarının sıklığına bağlı olarak, sosyal medyayı takip etmektedirler. Ancak yine de geleneksel gazeteye yönelimlerinin olduğu ve mobil teknolojilerin artan kullanımının da bir sonucu olarak online gazeteye de yöneldikleri de görülmektedir. Yetişkinler cep telefonlarından ve tabletlerden sıklıkla haber sitelerini takip etmektedirler. Güncel haberleri online ortamlardan tüketmeyi tercih etmekte, giderek geleneksel gazeteleri daha az tüketmektedirler. Çalışmaya göre yetişkinlerin cinsiyetleri ile haber okuma pratikleri arasında anlamlı bir ilişki gözlenmezken, yaş, eğitim ve çalışma durumuna göre online haber ortamlarını kullanarak enformasyon sağlamaları arasında farklılıklar saptanmıştır.

Araştırmaya katılanların 54.1'i erkek, %45.9'u kadındır. Okuyucuların %34.5'ü üniversite, %31.8'i lise, 16.9'u ortaokul, %12.2'si ilkokul ve %4.7'si de yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyine sahiptir. Araştırmaya katılan okuyucuların %44.6'sı çalışan, %26.4'ü çalışmayan ve %29.1'i de öğrenci olan bireylerden oluşmaktadır. Okuyucuların %82.4'ü bilgisayar kullanmaktadır. Bilgisayar kullanan okuyucuların %81.1'i interneti aktif kullanmaktadır. Okuyucuların %37.2'si günde "3-4" saat, %31.1'i "1-2" saat, %18.9'u "5-6" saat, %9.5'u "7-8" saat, %3.4'ü ise 9 saatin üzerinde internete zaman ayırmaktadırlar. Yetişkinlerin internete en çok nereden bağlandıkları sorulduğunda, %35.8'i masaüstü bilgisayarlardan, %34.4'ü cep telefonlarından, %23.6'sı laptop bilgisayarlardan, %6.1'i ise diğer imkanlarını kullanarak interneti kullandıklarını ifade etmektedir. Okuyucuların %50'si interneti daha çok sosyal medyayı takip etmek için kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanısıra %20.3'ü eğlence amaçlı, %12.2'si araştırma yapmak, %11.5'i gündemi takip etmek, %6'sı ise e-posta için interneti kullanmaktadırlar. Araştırmaya katılan bireylerin % 73.6'sı sosyal ağları kullanmakta olup, %67.6'sınının Facebook'ta, %43.2'sininin de Twitter da hesabı, %27'sininin de kişisel bloğu bulunmaktadır. Okuyucuların %40.5'i sosyal medyayı gündemi takip etmek, %15.5 zaman geçirmek, %13.5'u arkadaşlarını takip etmek, %8.8'i paylaşımlarda bulunmak, %8'i yeni arkadaşlar bulmak, %7.4'ü oyun oynamak, %6.1'i online sohbet etmek için kullanmaktadırlar. Yetişkinlerin %62.8'i gazete almaktadır. Gazete alan bireylerin gazete alma durumları incelendiğinde, okuyucuların %39'u çok nadir gazete aldıklarını, %27.7'si günlük gazete aldıklarını, %19.6'sı hafta birkaç kez ve %13.5'u da sadece hafta sonları gazete aldıklarını ifade etmektedir. Bireylerin %75.7'si gazetelerin cep telefonu ve tablet için uygulamalarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Okuyucuların %60.1'i online gazete ve sosyal medyadan haber takibi daha kolay olduğundan dolayı gazete almaya gerek olmadığını ifade ederken, %21.6'sı bu fikre katılmamaktadır. Ayrıca yetişkinlerin %21.6'sı ise bu konuda hiçbir fikir ifade etmemişlerdir. Okuyucuların %70.9'u günümüzde internetin gelişmesi ve online haber kaynakların artmasıyla geleneksel gazeteciliğin önemini kaybettiğini belirtmektedir.

3.1. Demografik Özelliklere Göre Online Ortamların Kullanımları ve Haber Okuma Pratikleri Arasındaki İlişkiler

Çalışmaya katılan yetişkinlerin cinsiyetleri ile online ortamları kullanımları ve haber okuma pratikleri arasında bir ilişki gözlenmemektedir. Okuyucuların yaşlarına göre internete bağlanma süreleri arasında bir ilişki söz konusudur ($p=0.013$). “20-29” yaş aralığındaki bireyler gün içinde daha fazla internete bağlanmaktadır. Bu grubu takiben 50 yaş üzeri yetişkinler gelmektedir. Orta yaş aralığındaki bireyler iş yoğunluğundan dolayı interneti keyfi veya eğlence amaçlı kullanamamaktadırlar. Ancak 50 yaş üzeri okuyucular emekli grubu oluşturduklarından, interneti, sosyal medya takibi ve eğlence amaçlı kullanmaktadır. Yaşlarına göre yetişkinlerin internete bağlanma seçenekleri de değişmektedir ($p=0.0$). “20-29” yaş aralığındaki bireyler, diğer yaş gruplarına göre, interneti farklı amaçlar için kullanmaktadır. Çünkü bu gruptaki yetişkinler aktif internet kullanıcılarıdır. Dolayısıyla internet ortamında yapılabilecek gündemi ve sosyal medyayı takip etmek, eposta alışverişi ve araştırma yapmak, resmi hizmetler, eğlence gibi hizmetlerden yararlanmaktadır. Yaşa göre internet kullanım amaçları da değişmektedir. “20-29” yaş aralığındaki bireyler daha çok eğlence ve gündemi takip etmek için interneti kullanmaktadır. Ancak sosyal ağ kullanımı yaş ilerledikçe artmaktadır ($p=0.0$). Çünkü yetişkinlerin özellikle emeklilik yaşlarında fazla zamanlarının olması bu duruma imkan vermektedir. Sosyal ağlar aracılığı ile gündemi takip etmek daha kolay hale gelmektedir. Okuyucuların yaşlarına göre blog açma ve kullanma durumları da değişmektedir ($p=0.003$). Gençler günümüz trendlerine hemen adapte olabilmekte, sanal ortamda daha fazla yer almak ve düşüncelerini sosyal platformlardan aktarma eğilimindedirler. Yetişkinlerin yaşlarına göre gazete alma ve okuma sıklıkları da farklılık göstermektedir ($p=0.020$). “20-29” yaş aralığındaki okuyucularda geleneksel gazetelere yönelim azalmaktadır. Çünkü söz konusu yaş grubu gündemi cep telefonu ve tablet uygulamalardaki sanal ortamdaki hizmetlerden takip edebilmektedirler. Dolayısıyla yaşa göre, haber takibinde online ortamlardaki uygulamaların kullanımı değişmektedir ($p=0.017$) (Tablo 1).

Tablo 1: Yaşa Göre Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri

Kruskal-Wallis Test İstatistiği	İnternete Bağlanma Süreleri	İnternete Bağlanma Seçenekleri	Sosyal Ağ Kullanma Durumları	Blog Açma	Gazete Alma ve Okuma Sıklığı	Cep Tlf. Ve Tablet Uygulamalarından Gazete Okuma
χ^2	10.751	20.419	21.128	14.156	9.877	10.162
p	0.013	0.0	0.0	0.003	0.020	0.017

Eğitim düzeyine göre internete bağlandıkları teknolojik araçlar arasında bir ilişki söz konusudur ($p=0.002$). Üniversite ve yüksek lisans mezunları en çok internete bağlanma araçları olarak cep telefonlarını ve dizüstü bilgisayarları kullanmaktadır. Ortaokul

mezunları ise masaüstü bilgisayarı tercih etmektedirler. Bu durum yetişkinlerin eğitim düzeyine bağlı olarak teknoloji okuryazarlığından kaynaklanmaktadır. Eğitim düzeyi bireylerin interneti kullanma amaçlarını da etkilemektedir ($p=0.0024$). Üniversite ve yüksek lisans mezunları çoğunlukla interneti sosyal medya kullanmak, gündemi takip etmek, araştırma yapmak için kullanırken, ortaokul ve lise mezunları tam tersi eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Okurların eğitim durumu da onların sosyal ağları kullanmalarını etkilemektedir. Eğitim düzeyi arttıkça sosyal ağ kullanımı da artmaktadır. Bireylerin söz konusu ağlara olan eğilimi, teknoloji yatkınlıkları ile bağlantılıdır. Okuyucuların kullandıkları sosyal ağlar (Facebook, Twitter) da eğitim düzeyine göre değişkenlik göstermektedir. Okurun bilgi düzeyinin artması, teknoloji okuryazarlığını, farkındalığı beraberinde getirdiğinden, üniversite mezunu olan bireylerin Facebook ($p=0.0$) ve Twitter ($p=0.017$) hesabına sahip olmaları daha yüksek orandadır. Benzer şekilde okurun eğitim düzeyi, farklı sanal ortamları kullanmalarına imkan sağlamaktadır. Blog kullanımı da bu ortamlar arasındadır. Teknoloji kullanımı ve okuryazarlığı bireylerin eğitim düzeyi ile ilişkili olduğundan, bu durum okuyucuların sanal ortamda var olmalarına imkan vermektedir ($p=0.002$). Okuyucuların eğitim düzeyi bireylerin gazete alma ve okuma sıklıkları da etkilemektedir ($p=0.017$). Düşük eğitim seviyesine sahip bireyler geleneksel gazeteyi alıp haftada birkaç kez okuma alışkanlığı gösterirken, yüksek eğitim seviyesine sahip okuyucular gazeteleri online olarak her gün sıklıkla takip etmektedirler. Teknolojilerin zamandan ve mekândan bağımsız olması, gündelik alışkanlık pratiklerin sanal ortama taşınması, bireylerin cep telefonu ve tabletlerden gazete okuma alışkanlıklarını da gündeme getirmektedir. Söz konusu durum ile okuyucuların eğitim düzeyi arasında ilişki söz konusudur ($p=0.001$) (Tablo 2).

Tablo 2: Eğitim Durumuna Göre Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri

Kruskal-Wallis Test İstatistiği	İnternete Bağlanma Seçenekleri	İnternet Kullanma Amaçları	Sosyal Ağ Kullanma Durumları	Blog Açma	Gazete Alma ve Okuma Sıklığı	Cep Tlf. Ve Tablet Uygulamalarından Gazete Okuma
χ^2	16.878	11.251	31.209	17.034	12.005	19.436
p	0.002	0.024	0.0	0.002	0.017	0.001

Okuyucuların çalışma durumu ile onların gün içerisinde internete bağlanma süreleri arasında bir ilişki söz konusudur ($p=0.002$). Öğrenciler ve çalışanların internete bağlanma zamanları çalışmayan okuyuculara göre daha fazladır. Bu durum çalışanların ve öğrencilerin her an internete bağlanabilme imkânlarından kaynaklanmaktadır. Okuyucuların internete bağlanırken kullandıkları araçlar, onların çalışma durumuna göre değişmektedir ($p=0.0$). Çalışanlar ve öğrenciler internete bağlanma aracı olarak en çok cep telefonu ve tabletleri tercih etmektedirler. Sanal ortamların gündelik yaşamda sıklıkla yer alması özellikle öğrenciler ve çalışanlar için olumlu sonuçlar yaratmaktadır. Söz konusu bireylerin çalışma durumu ile interneti kullanım amaçları arasında anlamlı

bir ilişki söz konusudur ($p=0.008$). Çalışan okurlar ve öğrenciler interneti, gündemi takip etmek, sosyal medyayı kullanmak, resmi işlemler ve araştırma yaptıkları ortamlar olarak değerlendirirken, çalışmayan okurlar için bu ortamlar eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Sosyal ağların kullanılması ($p=0.0$), Facebook($p=0.0$), Twitter ($p=0.0$) ve blog ($p=0.002$) sahipliği ile okurların çalışma durumu arasında bir ilişki söz konusudur (Tablo 3a). Öğrenciler ve çalışanlar, gündemi sıklıkla takip etmek, paylaşımlarda bulunmak, yorum yapmak için en çok kullanılan Facebook ve Twitter sosyal ağlarına sahip olduklarını beyan etmektedirler. Aynı zamanda teknolojinin sağladığı online ortamlarda fikirlerini özgürce paylaşabilecekleri blog yazarlığı da yapmaktadırlar. Okuyucuların çalışma durumu ile geleneksel gazete alma ($p=0.0$) ve takip etme sıklıkları ($p=0.0$) arasında da anlamlı ilişki söz konusudur. Çalışan ve çalışmayan yetişkinler her gün ve haftada birkaç sıklıkla geleneksel gazeteyi almaktadırlar. Ancak öğrenciler geleneksel gazete almadıklarını ve bulduklarında göz gezdirdiklerini ifade etmişlerdir. Çünkü çalışanlar, online gazeteden gündemi takip ederken bir taraftan da basılı yayına önem vermektedir. Öğrenciler sanal ortamda habere ulaşma aracı olarak cep telefonu ve tabletleri sıklıkla kullanmaktadırlar ($p=0.017$). Çünkü gazetelerin cep telefonu ve tabletler için sanal ortamda kullanılabilen uygulamaları söz konusudur. Online ortamdaki bu uygulamalar aynı zamanda çalışanlar tarafından haberin sağlanmasında da kullanılmaktadır. Okuyucuların çalışma durumu ile online ortamlardan haber sağlamaları arasında da bir ilişki söz konusudur ($p=0.001$) (Tablo 3b). Öğrenciler ve çalışanlar, sosyal medya aracılığı ile olup biteni en kısa sürede ve doğru kaynaktan almaktadırlar. Gazeteler önemini internet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla yitirmiştir. Bu fikre katılanlar yine çalışan ve öğrenci grubundan kişilerdir.

Tablo 3a: Çalışma Durumuna Göre Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri

Kruskal-Wallis Test İstatistiği	İnternete Bağlanma Süreleri	İnternete Bağlanma Seçenekleri	İnternet Kullanma Amaçları	Sosyal Ağ Kullanma Durumları	Blog Açma
χ^2	12.611	38.258	9.716	49.218	12.986
p	0.002	0.0	0.008	0.0	0.002

Tablo 3b: Çalışma Durumuna Göre Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri

Kruskal-Wallis Test İstatistiği	Gazete Alma	Gazete Okuma Sıklığı	Cep Telefonu ve Tablet Kullanma	Online Ortamlardan Haber Sağlama
χ^2	32.929	30.514	8.104	13.281
p	0.0	0.0	0.017	0.001

3.2. Teknoloji Kullanımı ve Gazete Tüketim Pratikleri Arasındaki İlişkiler

Bilgi iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bilgisayar ve internet kullanımının okuyucular arasında artması gazete tüketim pratiklerini ve bireylerin alışkanlıklarını değiştirmiştir. Okuyucuların yaygın bilgisayar kullanımları ve buna bağılı olarak gelişen teknoloji okuryazarlığının artması onların sanal ortamdaki uygulamalara yönelimlerini etkilemektedir. Bilgisayar kullanımı ile internet kullanımı arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki vardır ($S_r=0.808$). Bu durum okuyucular arasında bilgisayar kullanımı arttıkça internet kullanımının da arttığını göstermektedir. Ayrıca bilgisayar kullanımı ile sosyal ağlara (Facebook, Twitter,) ve bloglara yönelme arasında da pozitif bir ilişki söz konusudur. Bilgisayar kullanımı arttıkça Facebook kullanımı yüksek ($S_r=0.863$), Twitter kullanımı orta ($S_r=0.697$), blog kullanımı da düşük ($S_r=0.422$) düzeylerde artmaktadır. Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile gazete alımı ($S_r=-0.300$) ve okuma sıklığı ($S_r=-0.379$) arasında da negatif yönde zayıf bir ilişki söz konusudur. Teknolojiye yönelim arttıkça basılı yayın kullanımı giderek azalmaktadır. Dolayısıyla internet ve sosyal medyadan haber alma bilgisayar kullanımı ile pozitif ve orta düzeyde ($S_r=0.413$) bir ilişkiye sahiptir. Okuyucular arasında bilgisayar kullanımı onların teknolojiye daha çabuk adapte olmalarını da sağlamaktadır. Dolayısı ile cep telefonu, tabletlerin etkin kullanımı haberlerin sanal ortamdan takibini de gündeme getirmektedir. Bilgisayar kullanımı ile gündemin cep telefonu ve tabletlerden takip edilmesi arasında da orta düzeyde pozitif ($S_r=0.274$) bir ilişki bulunmaktadır. Bu durumda okuyucuların bilgisayar kullanımları ve internet gazetelerine yönelimleri arasında orta düzeyde pozitif ($S_r=0.448$) bir ilişki söz konusudur. Çünkü giderek artan bilgi iletişim teknoloji kullanımı ve okuryazarlığı haberin okuyucular tarafından elde edilmesini de online ortama taşımaktadır (Tablo 4a-4b).

Tablo 4a: Bilgisayar Kullanımı ile Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri Arasındaki İlişki

	İnternet Kullanımı	Sosyal Ağ Kullanımı	Blog Sahipliği	Gazete Alma
Bilgisayar Kullanımı (Spearman Korelasyon Kat.)	0.808 ($p=0.0$)	0.772 ($p=0.0$)	0.422 ($p=0.0$)	-0.300 ($p=0.0$)

Tablo 4b: Bilgisayar Kullanımı ile Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri Arasındaki İlişki

	Gazete Okuma	İnternet ve Sosyal Medyadan Haber Alma	Haber Almada Cep Tlf. ve Tablet Uygulamaları Kul.	Online Haber Ortamlarının Kul.
Bilgisayar Kullanımı (Spearman Korelasyon Kat.)	-0.379 ($p=0.0$)	0.413 ($p=0.0$)	0.274 ($p=0.001$)	0.448 ($p=0.0$)

Okuyucuların internet kullanımı ile gazete alma ve okuma arasındaki ilişki zayıf düzeyde ve negatif yöndedir ($S_r=-0.300$). Bireylerin teknoloji ve internet kullanımları arttıkça okuyucuların geleneksel gazete alıp okuma oranları düşmektedir (Tablo 5).

Tablo 5: İnternet Kullanımı ile Online Ortamların Kullanımı ve Haber Okuma Pratikleri Arasındaki İlişki

	Gazete Alma	Gazete Okuma
İnternet Kullanımı (Spearman Korelasyon Katsayısı)	-0.300 (p=0.0)	-0.385 (p=0.0)

Sonuç

İnternet ile çevrimiçi ortamların ortaya çıkışı ve yaygın kullanımı, her sektörü etkilediği gibi gazetecilikte online haber formatlarını oluşturmada, okurların tüketim pratiklerini de etkilemektedir. Süreç gazete maliyetlerini düşürdüğü için sektörün online haber üretim formlarını tercih eder hale gelmesi, okurların kolay erişimi ve tüketimin daha yoğun gerçekleşmesiyle nedeniyle gazetecilik yeni bir döneme evrilmiştir. Okurlar daha hızlı, kolay, farklı, güncel haber takibi imkanına kavuşmakta ve gazeteler yanısıra haber blogları vb. ortamlar da haber ve bilgiyi karşılaştırılabilir ve denetleyebilir hale gelmektedir. Ancak internet olanaklarından yararlanmak ve bilgisayar okuryazarlığı bakımından kuşaklararası farklılıklar gündeme gelmektedir. Özellikle gençler, sosyal medya ortamlarını kullanarak zaman zaman haber yapımında da bulunarak, haberin üretimine ve dağıtımına katkı sağlamaktadırlar. Yaşlı kuşağa göre avantajlı durumdadırlar.

Bu çalışmada, okuyucuların yarısı interneti daha çok sosyal medya için kullandıklarını ve sosyal medyadan gündemi takip ettiklerini belirtmişlerdir. Online ortamdan habere ulaşma imkanı yetişkinleri geleneksel gazetelerden uzaklaştırmış, farklı haber kaynaklarına erişim kolaylığı internet kullanımını cazip hale getirmiş ve mobil teknolojilerin sağladığı avantajlarla birlikte online haber tüketimi vazgeçilmez hale gelmiştir. Bu araştırma hem Lee ve arkadaşlarının (2017) hem de Ahlers(2006)'in yaptığı çalışmalarla, haber tüketiminin online haber medyasına kaydığını göstermesi nedeniyle benzerlik göstermektedir.

Yetişkinlerin haber tüketim pratikleri ve online haber ortamındaki hareketlilikleri, demografik özellikleri açısından değerlendirildiğinde, cinsiyete göre bir anlamlılık bulunmamakta, ancak yaş, eğitim düzeyi ve çalışma durumu ile ilişkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmaya katılan yetişkinlerin cinsiyetlerine göre online ortamları kullanma ve haber tüketim pratikleri değişmemektedir. Teknoloji kullanımı hem erkekler hem de kadınlar tarafından yoğun teknoloji kullanımı içindedirler. Bu nedenle çalışma Glynn, Hüge ve Hoffman(2012)'nın yapılan araştırmadan farklılık göstermektedir. Çünkü Glynn ve arkadaşlarının çalışmasında, kadınlar daha yoğun Facebook kullanmakta olduğu ifade edilmektedir.

New York Times gazetesinin 2012 yılında açıkladığı raporla ve Antunovic, Parsons ve Cooke tarafından 2018 yılında yapılan çalışmalar ile bu çalışma, internete bağlanma araçları arasında yaş değişkenine göre benzerlik içermektedir. Diğer deyişle, genç yetişkinlerin daha fazla internet ortamlarını kullanmaktadırlar. Orta yaştaki bireyler ise iş tempolarından dolayı kullanım düşmekte, internete sadece gerek duyduklarında yönelmektedirler. 50 yaş üzeri yetişkinler, eğlence amaçlı interneti kullanmaktadırlar. Genç yetişkinler, çeşitli gündelik ihtiyaçların giderilmesinde gündemi takip etmek için ve sosyal medya ortamlarındaki toplumsal etkileşimlere açılmak için internet hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. Dolayısıyla blog açma, online haber ortamlarının takibi konusunda, yine genç yetişkinler daha sık olarak internete yönelmektedirler. Dolayısıyla yaş değişkenine göre, yetişkinlerin online ortamları kullanma ve haber tüketim pratikleri farklılaşmaktadır.

Eğitim düzeyine göre yetişkinlerin teknoloji ve internet kullanımları değişmektedir. Özellikle üniversite ve üzeri eğitimli genç yetişkinler, internete bağlanma araçları olarak cep telefonlarını daha yoğun tercih etmektedirler. Eğitim seviyesi düşük olan okurlar genellikle masaüstü bilgisayarları tercih etmektedirler. Çünkü eğitim düzeyi, teknoloji okuryazarlığında önemli bir role sahiptir. Eğitim seviyesi ile yetişkinlerin interneti kullanma sıklığı ve sosyal medya ile gündemi takip etme eğilimi arasında, pozitif bir ilişki söz konusudur. Ancak eğitim seviyesi düşük olan yetişkinler, daha çok interneti eğlence amaçlı kullanmaktadırlar. Bireylerin bu eğilimleri, teknolojileri kullanabilme becerileri ile bağlantılıdır. Eğitim düzeyi yükseldikçe, okurların sosyal medya hesaplarının sayısı da artmakta, özellikle lisans eğitim düzeyindeki yetişkinlerin, Facebook, Twitter vb. sosyal medya hesabına sahip olma oranının da yükseldiğı saptanmıştır. Çünkü teknoloji kullanımı, onları cep telefonundan ve tableten haber almalarını daha kolay hale getirdiğinden, haber edinme pratiklerini de değiştirmektedir. Buna karşın eğitim seviyesi düşük bireyler halen haftada birkaç kez geleneksel gazeteyi almayı tercih etmektedirler. Çalışma PEW'in 2012 yılında yaptığı araştırma ile benzerlik gösterirken, Pentina ve Tarafdar'ın (2014) yaptığı çalışma ile farklılık göstermektedir. Pentina ve Tarafdar'ın yaptığı çalışma da, okurların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin onların haber tüketim davranışlarını etkilemediğı görülmektedir.

Okuyucuların çalışma durumuna göre, online haber kaynaklarına yönelimleri değişmektedir. Öğrenciler ve çalışan okurlar her an internete bağlanma olanağına sahip olduklarından, gündemi takip etmek ve sosyal medyayı kullanmak için özellikle cep telefonu ve tabletleri kullanmaktadırlar. Yetişkinlerin çalışma durumuna göre Facebook ve Twitter kullanımı, blog açması da farklılaşmaktadır. Özellikle öğrenciler ve çalışan bireyler, gündemi takip etmek, sanal ortamda paylaşımlarda bulunmak ve yorum yapmak için söz konusu sosyal ağları tercih etmektedirler. Halen bazı çalışan ve çalışmayan yetişkinler, geleneksel gazeteleri zaman zaman tercih etseler de, öğrenciler geleneksel gazeteden tamamen uzaklaşmış, online haber tüketimine yönelmişlerdir. Çünkü öğrenciler online gazeteleri, her zaman cep telefonlarından ve tabletlerinden kolaylıkla takip edebilmektedirler. Çalışan yetişkinler, haberin kısa sürede sağlanması, güncel olması ve internete her an ulaşabilmelerinden dolayı, sosyal ağları tercih etmektedirler. Araştırmada en çok kullanılan sosyal ağların Facebook ve Twitter

olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma Glynn, Huge, Hoffman(2012) ve Oeldorf-Hirsch ve Sundar(2015) tarafından yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermektedir.

Yetişkinlerin teknoloji kullanımına bağlı olarak gazete tüketim pratikleri arasında yüksek ve pozitif bir ilişki söz konusudur. Okurların bilgisayar ve internet kullanımı arttıkça sosyal ağlara yönelimleri, sosyal medya ve gündem takip etme durumları yoğunluk göstermektedir. Yetişkinlerin bilgisayar kullanımı onların sosyal ağlara ve bloglara yönelimini pozitif yönde etkilemektedir. Bilgisayar kullanımı ile geleneksel gazete satın alma eğilimi ile okunması arasında da negatif ve zayıf bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla yetişkinlerin online ortama yönelmeleri geleneksel haber tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Çünkü giderek artan teknoloji kullanımı ve okuryazarlığı haberin üretilmesi dağıtılması ve tüketimi etkilemektedir. Çalışma, Lee, Ma (2012) ve Chan-Olmsted, Rim, Zerba (2012) tarafından yapılan araştırmalarla bu yönüyle de benzerlik göstermektedir. Okuyucuların, mobil haber tüketimlerinin kullanım kolaylığı ve tüketim pratikleri arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Cep telefonları, tabletlerin haber takibinde etkin kullanımları, yetişkinleri online haber edinimlerinde önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla, yetişkinlerin teknoloji kullanımları ile geleneksel gazete alma ve okuma arasındaki ilişki zayıf ve negatif düzeydedir.

Sonuç olarak, genç yetişkinlerle orta yaş grubu arasında teknoloji okuryazarlığı farklılıklarından kaynaklanan haber tüketim biçimi değişmektedir. Ülkemizde teknoloji okuryazarlığı arttıkça yetişkinler ile gençler arasındaki haber ve bilgiye ulaşma kaynakları benzerlikler gösterecektir. Geleneksel gazeteler, zamanla yerini online haber tüketimine bırakacaktır. Kuşkusuz ileri yaştaki yetişkinlere, çeşitli firmalar tarafından sunulan mobil teknoloji kullanım kolaylıkları, zamanla gelişen deneyim birikimleri sonucunda online haber tüketimleri de artması olasıdır.

Kaynakça

Antunovic D., Parsons P., Cooke T.R.(2018), 'Checking' and Googling: Stages of News Consumption Among Young Adults, *Journalism*, 19(5) 632–648, doi: 10.1177/1464884916663625, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884916663625>.

Armstrong, C.L. &F. Gao. (2010). "Now Tweet This: How News Organizations Use Twitter". *Electronic News*. 4(4) 218-235, doi: 10.1177/1931243110389457, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1931243110389457>.

Ahlers D. (2006), News Consumption and the New Electronic Media, *Press/Politics* 11(1):29-52, doi: 10.1177/1081180X05284317, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180X05284317>

Bachmann I., Kaufhold K., Lewis S. C., Zuniga H. G. D.(2010), "News Platform Preference: Advancing the Effects of Age and Media Consumption on Political Participation," *International Journal of Internet Science*, 5(1), 34-47, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <https://repositorio.uc.cl/bitstream/handle/11534/12923/News%20platform%20preference%20Advancing%20the%20effects%20of%20age%20and%20media%20consumption%20on%20political%20participation.pdf?sequence=1>.

Chan-Olmsted S., Rim H., Zerba A., (2012), Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1) 126–147, doi: 10.1177/1077699012468742, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://jmcq.sagepub.com>.

Değirmencioğlu G. (2016), Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve **İnovasyon** Haberciliği, *TRT Akademi Dijital Medya Sayısı* 1(2), ISSN 2149-9446,590-606, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://dergipark.gov.tr/trta/issue/23620/252171>.

Duman K.(2017), Yeni Medya Çağında Haberleri Yeniden Düşünmek: Teknoloji İle İçeriğin Kesişmesi ve Yenilikçi Davranışlar, *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(8),95 – 107, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://dergipark.gov.tr/ijoses/issue/31008/338911>

Freeman K.S. (2013), News Consumption Behavior of Young Adults in Malaysia, *International Journal of Social Science and Humanity*,3(2), doi: 10.7763/IJSSH.2013.V3.209, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://www.ijssh.org/papers/209-D00041.pdf>.

Glynn C.J., Huges M.E., Hoffman L. H.(2012), All The News That's Fit To Post: A Profile of News Use on Social Networking Sites, *Computers in Human Behavior* ,28,113–119, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211001725>.

Huang E. (2009), The Causes of Youths' Low News Consumption and Strategies for Making Youths Happy News Consumers, *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(1),105–122 doi: 10.1177/1354856508097021, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856508097021>.

Kürkcü, D., D., Kürkcü, C. (2016), Mühendislerin Sosyal Medya ve İnternet Gazeteciliği Kullanım Alışkanlıkları, *Journal of Yasar University*, 11(41),1-15, Erişim Tarihi: 8.8.2018 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/179606>.

Lee S.K., Lindsey N. J.& Kim K. S.(2007), 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, Erişim Tarihi: 8.8.2018 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217303199>.

Lee C.S. & Ma L.(2012), News Sharing in Social Media: The Effect of Gratifications And Prior Experience, *Computers in Human Behavior* 28, 331–339, Erişim Tarihi: 8.8.2018 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321100210X>.

Oeldorf- Hirsch A. & Sundar S.S. (2015), Posting, Commenting, and Tagging: Effects of Sharing News Stories on Facebook, *Computers in Human Behavior*, 44, 240–249, Erişim Tarihi: 8.8.2018 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214006232>.

Pavlik, J.V. (2013). "Innovation and The Future of Journalism". *Digital Journalism*,1(2),181-193, doi: 10.1080/21670811.2012.756666., Erişim Tarihi: 8.8.2018 <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>.

Pentina I.& Tarafdar M.(2014), From "Information" To "Knowing": Exploring The Role of Social Media in Contemporary News Consumption, *Computers in Human Behavior*, 35,211–223, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214001137>.

Pew Research Center (2012), News Consumption On Mobile Devices, *Journalism & Media Staff*, Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://www.journalism.org/2012/12/11/news-consumption-mobile-devices/>.

Taşkıran İ.& Kırık A.M. (2016), Gazetecilerin Sosyal Medyayı Haber Kaynağı Olarak Kullanımı: Medya Profesyonellerinin Bakış Açılarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma, *Intermedia International E-Journal*, 3(1), doi: 10.21645/intermedia.2016319269 Erişim Tarihi: 8.8.2018, <http://intermedia2.ticaret.edu.tr/index.php/intermedia/article/view/65>.