

Sorun Odaklı Medya: Çözüm Gazeteciliği Bağlamında Ekonomi Haberlerine Yönelik Bir İnceleme

Emrah BUDAK¹

*
**

Öz

Medya, tarihsel süreç boyunca bireyleri yaşanan gelişmelere dair bilgilendirmekte, toplumun haber alma hakkını yerine getirmektedir. Ancak medyanın sıklıkla sorunlar üzerinden çizdiği haber çerçevesi eleştirilmekte, haberin çözümleri de içermesi gerektiği yönünde bir önerme söz konusu olmaktadır. Buradan hareketle ortaya çıkan çözüm gazeteciliği, toplumun yaşadığı sorunların dile getirilmesinin yanı sıra çözüm önerilerini içeren bir habercilik anlayışını kapsamaktadır. Bu çalışma, Türk medyasındaki ekonomi haberlerini çözüm gazeteciliği perspektifinde ele almakta, yaşanan ekonomik sorunların nasıl çerçevelendiğini nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile incelemektedir. Çalışmada internet sayfası en çok tıklanan beş basılı gazetenin (Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Sabah, Cumhuriyet) ekonomiyi ele alış şekli değerlendirildiğinde; nitelikli ve yeterli çözümlerin olduğu bir çözüm gazeteciliğinden söz etmek mümkün değildir. Gazetelerin ekonomik sorunları politik bir düzlemde ele alması, çözüm gazeteciliğinin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Ayrıca araştırma bulguları gazetelerin çözüm önerisi sunan haberlerde dahi çözüm gazeteciliği bilinci ve farkındalığı ile hareket etmediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Çözüm Gazeteciliği, Ekonomi Haberleri, Sorun Odaklı Medya.

¹Arş. Gör. Dr. Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Anabilim Dalı. emrahbudak@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6896-7558

* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

*** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

****Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Problem-Oriented Media: An Analysis of Economic News in the Context of Solutions Journalism

Abstract

Throughout the historical process, the media informs individuals about developments and fulfills society's right to receive news. However, the news framework that the media often frames through problems is criticized, and there is a suggestion that the news should also include solutions. Solution journalism, which emerged from this point of view, covers an understanding of journalism that includes solution proposals as well as expressing the problems experienced by the society. This study examines the economic news in the Turkish media from the perspective of solution journalism and analyzes how the economic problems are framed through quantitative and qualitative content analysis. When the way in which the five printed newspapers (Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Sabah, Cumhuriyet), whose websites are the most clicked on, cover the economy is evaluated, it is not possible to discuss solution journalism with qualified and sufficient solutions. The fact that newspapers cover economic problems from a political perspective is seen as the biggest obstacle to solution journalism. In addition, the findings of the research show that newspapers do not behave with the consciousness and awareness of solution journalism even in news items that offer solutions.

Keywords: Journalism, Solutions Journalism, Economic News, Problem-oriented Media.

Giriş

Bireyler çevresinde yaşanan hemen her gelişmeyi medya aracılığı ile öğrenmekte, medya, toplumu bilgilendirmek gibi sosyolojik bir işlev üstlenmektedir. Ancak bu işlevin ne denli yerine getirildiği, gelişmelerin doğru bir biçimde bütün yönleriyle topluma aktarılıp aktarılmadığı önemli bir tartışma konusu olmaktadır. Özellikle medyanın yalnızca sorunlara odaklanan yapısı problemlerin çözümünün ıskalanmasına neden olmaktadır. Associated Press'in (AP) ABD'deki genç okurlar üzerine yaptığı bir araştırmada (2008, s. 3, 43) kullanıcıların, haberlerin sürekli sorunlara odaklanmasından dolayı bir "haber yorgunluğu" (news fatigue) yaşadığı, bu durumun okuru haberden uzaklaştırdığı saptanmaktadır. Okurların haberin çözümüne inmek konusunda zorlandıkları, haber komedyeni (news comedian) Jon Stewart'ı daha makul kabul ettikleri bir durumun söz konusu olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca Rolf Dobelli, kaleme aldığı "Stop Reading The News" (Haber Okumayı Bırakın) eserinde haberlerden uzaklaşmanın daha sakin, mutlu ve bilge bir yaşamın kapısını aralayabileceğine vurgu yapmaktadır (Dobelli, 2020). Türkiye'de de gençlerin (19-27 yaş) haberlere karşı yaklaşımı üzerine yapılan bir çalışmada (Yıldızgörür, 2023, s. 285) katılımcılar haberden kaçınma davranışları göstermekte, bu durum da habere ve haberciliğe duyulan güveni zedelemektedir. Hâl bu iken

bireyler, sorunların ilgi çekici ve çözümünü de kapsayan bütüncül bir bakış açısı ile aktarılmasına ihtiyaç duymakta, bu perspektifte ele alınan haberler bireylerin sorunları daha iyi kavramasını sağlayabilmektedir. Dolayısıyla gelişmelerin tüm yönlerini kapsayan bir haber üretimi, içeriğe erişim sağlayan kullanıcıları sorunun çözümü adına harekete geçirici bir etkide bulunabilir.

Çözüm gazeteciliği olarak adlandırılan bu yaklaşım toplumsal sorunlara çözümler sunarak bunların işe yarayıp yaramadığını nedenleriyle birlikte ele almaktadır. Sosyal sorunların giderilmesi konusunda yol ve yöntemleri aktararak okurun habere katılımını arttıran çözüm gazeteciliği, tartışmalı konularda yapıcı bir üslubu temsil etmektedir (Karatabanoğlu, 2021). Dalay'ın ifade ettiği gibi (2021) çözüm gazeteciliği, "hem haber medyası için hem de 7/24 haber bombardımanı altında olan bireyler için haberin yarattığı olumsuz etkilerin haberle tedavi edilmesidir". Esasında çözüm gazeteciliği, haberin sorunları tespit etmenin bir adım ötesine geçerek çözüm için de çaba göstermesini, okuru çözüm için teşvik etmesini temel almaktadır. Geleneksel haberciliğe karşı çözüm gazeteciliğinin daha proaktif bir yaklaşımı benimsediğini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda Türk medyasının toplumsal sorunlar konusunda nasıl bir tutum içerisinde olduğunu, çözüm gazeteciliği konusunda ne denli hassas bir yaklaşım sergilediğini incelemek önem arz etmektedir. Çalışmada Türk toplumunda ve medyasında yoğun bir tartışma zeminini oluşturan ekonomik sorunlar çözüm gazeteciliği perspektifinde ele alınmakta, farklı haber kuruluşlarında (Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Sabah, Cumhuriyet) sorunların nasıl ele alındığı içerik analizi yöntemi ile irdelenmektedir. Çalışma, Türkiye'de gazetecilik literatüründe kendisine yeterince yer bulamamış bir tema olarak çözüm gazeteciliğini incelerken bu konu üzerine bir tartışma açmayı amaçlamaktadır. Çalışma iki bölüme ayrılmıştır, ilk bölümde çözüm gazeteciliğinin kapsamı, uygulama alanları ve ekonomik sorunlara değinilirken son bölümde araştırma için seçilen haber medyasının içerikleri analiz edilmekte ve bulgular ortaya konmaktadır.

1. Çözüm Gazeteciliği

Tarihsel süreç içerisinde ve günümüzde medya yoğun bir biçimde olumsuzlukları ve sorunları haber değeri olarak görmektedir. Üretilen haberlerde toplumun ilgisini çekmek adına duygulara hitap ve dramatize etme anlayışı hakimiyetini korumaktadır. McIntyre'e göre (2019, s. 16) medyanın toplumların yaşadığı çatışma ve sorunları öne çıkararak çözümleri göz ardı etmesi, merhamet yorgunluğuna ya da bireylerin duyarsızlaşarak trajedilere karşı ilgisiz davranmasına neden olmaktadır. Ayrıca medyanın denetim konusundaki "bekçi köpeği" (watchdog) rolünün demokratik açıdan oldukça önemli olduğu görülürken bu yönün yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Çünkü bu yaklaşım sorunların kavranması, çözüm için ihtiyaç duyulan bilgi ve önerilerin güçlü bir biçimde aktarılmasından yoksundur (Reeve, 2017). Bu durumun aşılması adına ortaya atılan habercilik türlerinden biri olarak çözüm gazeteciliği karşımıza çıkmaktadır.

Çözüm Gazeteciliği Ağı'nın (Solutions Journalism Network, SJN), çözüm gazeteciliğinin temel unsurlarına ilişkin yaptığı bir tanımlamada çözüm gazeteciliğinin, çözüm önerisinin faydalı olup olmadığını incelemek, etki faktörünü, kanıtlarını yansıtmak, sınırlamalarını tartışarak yeniliğe teşvik etmek için iç görüler ortaya koymayı kapsadığını ifade etmektedir (SJN, t.y.). Çözüm gazeteciliği, yaşanan bir soruna karşı mevcut çözümleri fayda sağlama açısından analiz etmektedir (McIntyre, 2015, s. 16; McIntyre ark., 2018, s. 971-972; Lough ve McIntyre, 2021, s. 194; McGregor ve Stroud, 2016, s. 1). Çözüm odaklı habercilik sorunları göz ardı etmeden eyleme geçilebilir çözümlerin de vurgulandığı bir habercilik türüdür. (Aitamurto ve Varma, 2018, s. 703). Çözüm gazeteciliği, toplumsal sorunlara cevaplar içeren, gerçeklere dayalı titiz bir haberciliktir (Midberry ve Dahmen, 2020, s. 1159; Nelson ve Dahmen, 2023, s. 1). Benesch (1998, s. 39), nitelikli çözüm gazeteciliğinin diğer habercilik türlerinden ayrılan yanlarına işaret etmekte, çözüm gazeteciliğini, düzeltilmesi umuduyla neyin yanlış olduğuna vurgu yapmak yerine birilerinin ilham alması adına neyin doğru olduğuna işaret etmek şeklinde tanımlamaktadır. Bu nitelikleri ile çözüm gazeteciliği, geleneksel medyanın öncelediği sorun odaklı haber anlayışına karşı çözümden yana alternatif bir bakış açısı sunmaktadır. Yaşamda sorunlar kadar çözümlerin de varlığına dikkat çekerek dengeli bir haberciliği esas almaktadır.

Çözüm odaklı habercilik, genellikle müdahaleci, kolaylaştırıcı ve sivil odaklı bir rol üstlenmekte, sorunlara karşı sunulan yanıtları toplum yararına gündeme getirmektir (Li, 2023, s. 1445). Çözüm odaklı haberciliğin kavramsallaştırılmasında SJN, haberciliğe duyulan güvenin, çözüme ilişkin iyimserliğin artırılması, davranış değişikliğinin ve sivil katılımın sağlanmasını öne çıkarmaktadır. Ayrıca toplumdaki kutuplaşmanın azaltılması, kamusal tartışmanın dönüşümünün sağlanması amaçlanmaktadır (Powers ve Curry, 2019, s. 2252-2253). Çözüm odaklı habercilik, toplumsal sorunlara ilişkin somut yanıtları tanımlamakta, sahadaki bireylerin sesine kulak vermekte, çözümlerin kanıtlarını ve sınırlamalarını aktarmaktadır (Dyer, 2015, s. 14-17). Çözüm gazeteciliği, köklü sosyal sorunlara verilen yanıtlar hakkında haber üretmektedir. Yalnızca geçerli çözümler sunmak yerine çözümlerin neden ve nasıl etkili olabileceği ya da olamayacağına odaklanmaktadır (Curry ve Hammonds, 2014, s. 1; Curry ark., 2016, s. 1). Kısaca çözüm gazeteciliği zorlukların üstesinden gelmek adına gösterilen çabaları konu edinmektedir (Curry ark., 2016, s. 1). Öyle ki bireyleri harekete geçirmek için yalnızca sorunları anlatmak eksik kalmakta, çözümleri içeren modellere ihtiyaç duyulmaktadır (Bansal ve Martin, 2015, s. 10). Burada geleneksel gazeteciliğin sıklıkla sorunları aktararak geri çekilmesi karşısında çözüm gazeteciliği çözümleri de paylaşarak bir nevi soruna müdahale etmekte, bunları bireylere servis ederek yatıştırıcı ve onarıcı bir nitelik barındırmaktadır.

Çözüm gazeteciliği, son yıllarda daha popüler hale gelse de ABD'de 20 yıldır bilinçli bir biçimde uygulanmaktadır. Öyle ki ABD'de birçok yayın organı çözümleri vurgulayan hikayeler üretmektedir (Benesch, 1998, s. 36-39). Ayrıca Fransa'da 2004 yılında kurulan Umut Muhabirleri (Reporters d'Espoirs), çözüm gazeteciliğini

tanıtmayı amaçlamaktadır (*Reporters d'Espoirs, t.y.*). Ancak spesifik anlamda ilk güçlü örgütlenme 2013 yılında SJN'nin kurulmasıyla gerçekleşmiştir. SJN, sorunlara yönelik atılan adımların başarı ya da başarısızlıklarından neler öğrenilebileceğine odaklanarak bireylerin dünyayı anlama ve biçimlendirmesi konusunda küresel bir değişime öncülük etmektedir. Çözüm gazeteciliğinin yayılmasını sağlamak adına girişimci aktörleri desteklemek, gazetecilere eğitim vermek, çözüm gazeteciliği örneklerini üretmek ve arşivlemek gibi birçok misyon üstlenen SJN'de 47 bin gazeteci eğitim almaktadır (*SJN, t.y.*). Günümüzde de SJN, farklı etkinlik, eğitim ve programlarla çözüm gazeteciliğini desteklemektedir. New York Times, BBC (*Kasriel, 2016*), Huffington Post (*Scott, 2016*), The Guardian (*Ciobanu, 2018*) gibi haber kuruluşlarının da son yıllarda çözüm odaklı haberciliğe önem veren bir anlayışta olduğunu dile getirmek gerekmektedir.

Çözüm gazeteciliği konusunda yapılan araştırmalar kullanıcıların habere bakış açısı ve psikolojisi açısından olumlu sonuçlar doğurduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim ele alınan araştırmalarda haber öykülerinde çözüm önerilerinin yer alması okurların kendilerini iyi hissetmelerini, çözüme yönelik daha olumlu tutumlar sağladığı, okuru çözüm hikayelerini okumaya teşvik ettiği saptanmaktadır (*McIntyre, 2015, s. iii-iv; McIntyre, 2019, s. 16; McIntyre ve Sobel, 2017, s. 39; McIntyre ark., 2018, s. 971; Wenzel ark., 2018, s. 649-650; Lough ve McIntyre, 2021, s. 193; Curry ark., 2016, s. 3; Li, 2021, s. 336; Murray ve Stroud, 2019, s. 2*). Dolayısıyla çözüm gazeteciliği, okurlara sorunlar, sorunların sebepleri ve sonuçları ile ilgili enformasyon sunarken çözüm yollarını da aktararak onları sorunlar karşısında daha umutlu ve kuvvetli kılacak bir adım atmaktadır. SJN'nin Operasyon Direktörü Keith Hammonds (*2016*), çözüm hikayelerine yönelik ilginin daha yüksek olduğu, okur yorumlarının da daha olumlu ve yapıcı ifadeler içerdiğini dile getirmektedir. Curry ve Hammonds, çözüm odaklı haberleri okuyanlar ile yaptıkları bir araştırmada katılımcıların konu hakkında daha fazla bilgiye sahip olduklarını, çözümler konusunda daha yüksek bir öz yeterlilik ve harekete geçme tutumu gösterdiklerini saptamaktadır (*Curry ve Hammonds 2014, s. 1; Li, 2021, s. 336*). Ayrıca çözüm odaklı haberlerin haber kuruluşları ile kullanıcılar arasındaki bağı güçlendirdiği, okur katılımını teşvik ettiği aktarılmaktadır (*Curry ve Hammonds 2014, s. 1; Lough ve McIntyre, 2021, s. 193; Murray ve Stroud, 2019, s. 2*). Wenzel ve diğerlerinin ele aldığı araştırmada okurların çözüm için harekete geçmeye gönüllü olması, kolektif bir adım atması söz konusudur (*2018, s. 659-660*). Çözüm odaklı hikayeleri okuyan kullanıcıların hikayeleri daha adil ve doğru olarak nitelendirdiği saptanmakta, çözüm odaklı haberlerin sektör ve demokrasi açısından katkıda bulunabileceği ifade edilmektedir (*Thier ark., 2021, s. 2511*). Ayrıca ABD'de lisans öğrencileri üzerinden yapılan bir araştırmada çözüm odaklı hikayelerin algılanan davranışsal kontrol ile pozitif bir ilişkide olduğu, bu durumun da iklim krizine uyum sağlama açısından kolektif eylem desteğine aracılık ettiği gözlemlenmektedir (*Thier ve Lin, 2022, s. 1027*).

Çözüm gazeteciliğinin habercilik alanına sağladığı olumlu etkilerden söz ederken bazı tartışmalı noktaları da beraberinde getirebileceğini dile getirmek gerekmektedir.

Çözüm önerilerini dile getirmek her daim davranışsal bir etkiye sahip değildir. Okurları eyleme geçirme ve olumlu sonuç alma konusunda ne denli başarılı olduğu tartışmalıdır (McIntyre, 2019, s. 16; Thier ark., 2021, s. 2511). Bir konu üzerine öneride bulunmak, zımmen de olsa onaylamaya yönlendirebileceği için gazeteciler kendilerini ve değerlerini hikâyenin içerisine dahil etmiş olabilir. Bu durum gazetecilik ve savunuculuk arasındaki çizgiyi bulanıklaştırabilmektedir. Herhangi bir etki ya da çözüm türünün yılmaz savunucusu olmak kabul edilebilir bir durum değildir (Powers ve Curry, 2019, s. 2252-2253; McIntyre ve Lough, 2021, s. 1569-1570). Bu sebeple SJN nesnellik ile savunuculuk arasındaki sınırı net bir şekilde çizmektedir (McIntyre ve Lough, 2021, s. 1569-1570).

2. Ekonomik Sorunların Ardalan Bilgisi

Ekonomik sorunlar konusundaki görüşler bireyler nezdinde Türk lirasının değer kaybına paralel olarak son yıllarda daha sık bir biçimde dile getirilmektedir (IPSOS, 2023). Gevşek para politikasının yarattığı enflasyonist ortamın daha da şiddetlenmemesi adına kamu bankaları ve Merkez Bankası (MB) aracılığıyla piyasaya döviz satarak Türk lirasının değerinin korunmaya çalışılması muhalefet partileri ve ekonomistler tarafından sıkça eleştirilmektedir. Eleştirilerini yönelten gruplar, sürdürülen politikaların hem Türk lirasındaki değer kaybını durduramadığını hem de Merkez Bankası'nın döviz rezervlerinin erimesine neden olduğunu dile getirmektedir (Cumhuriyet, 2021). Bunun yanı sıra Berat Albayrak'ın istifasının ardından Hazine ve Maliye Bakanlığı'na Lütfü Elvan MB Başkanlığı'na da Naci Ağbal atanmıştır. Elvan ve Ağbal sıkı para politikasına dönüş yapmıştır. MB, faiz artırımlarına başlamış, Türk lirası yaklaşık beş aylık dönemde %15'e yakın değer kazancı yaşamıştır (Yeniçağ, 2021). Ancak 20 Mart 2021'de henüz yeni atanmış olan Naci Ağbal bir kararname ile görevden alınmıştır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın bazı konuşmalarında faizin yükseltilmesi konusundaki eleştirileri Ağbal'ın neden görevden alındığı sorularını yanıtlayan bir ipucu olmuştur (Sözcü, 2021a). Ağbal'ın görevden alınması sonrası iktisat camiası tarafından şiddetli eleştiriler dile getirilmiş, bu adımın "bir ekonomik intihar" olduğu vurgulanmıştır (Sözcü, 2021b). Ağbal'ın yerine finans alanında profesör olan Şahap Kavcıoğlu getirilmiş ve gevşek para politikasına yeniden dönmüştür. Bunun yanı sıra Lütfü Elvan'ın yerine Hazine ve Maliye Bakanlığı'na Nurettin Nebati'nin atanması ile Ortodoks ekonomi politikalarından keskin bir dönüş yaşanmıştır (Yılmaz, 2022).

Şahap Kavcıoğlu döneminde faiz indirimlerine başlanırken 2 yıl 3 ay görevde kaldığı süreçte rekor bir cari açık yaşanmış, enflasyon yıllık %85'i (TÜİK), seçimlerin ardından dolar/TL kuru da 23 lira üzerini görmüştür (T24, 2023). Ekonomik açıdan sorunlu olarak görülen bu dönemi yalnızca kişiler ve atamalar üzerinden okumak doğru bir saptamayı zorlaştırmaktadır. Bu süreç, siyasi otoriteden bağımsız, ekonomi biliminin gereklerini uygulayan politikaların yürütülmesini güçleştirmiştir. Bu noktada Şahap Kavcıoğlu ve Nurettin Nebati yönetiminde alınan para politikası

kararlarının siyasi iktidarın bir yansıması olduğunu dile getirmek yanlış olmayacaktır.

AK Parti'nin yer aldığı Cumhur İttifakı bloğunun mecliste çoğunluğu ve başkanlık seçiminde de aday olan Recep Tayyip Erdoğan'ın seçimleri (2023 Genel Seçimleri) kazanması ile ekonomi politikalarında bir değişim yaşanmıştır. 2023 seçimlerinin ardından Mehmet Şimşek (Hazine ve Maliye Bakanlığı) ve Hafize Gaye Erkan'ın (Merkez Bankası Başkanlığı) ekonomi yönetimine geçmesi, faiz artırımları ile Ortodoks politikalara dönüşün sinyali verilmiştir (BBC Türkçe, 2023). Ekonomi politikalarındaki rasyonel zemine geçiş umut verici iken toplumun son yıllarda yaşadığı ve yaşamaya da devam ettiği hayat pahalılığının yürütülen ekonomi politikaları sonucunda meydana geldiği görüşü söz konusudur (Eğilmez, 2022; Muratoğlu, 2022). Bunun yanı sıra Rusya-Ukrayna savaşının vuku bulması enerji fiyatlarını artırmış, tahıl koridorunun kapanması gıda fiyatlarını yükseltmiştir (Altun ve Tarhan, 2023). Ayrıca Covid-19 dönemi ile bozulan tedarik zinciri ile para arzının artışı enflasyonu yükselten bir etki olmuştur. Kapanan işyerleri sebebiyle işsizliğin artması söz konusudur (Ünüvar ve Aktaş, 2022, s. 137). Dolayısıyla küresel gelişmelerin getirdiği ekonomik sorunlara karşı yürütülen politikaların da rasyonel olmaması problemleri şiddetlendirmiştir. Bu süreçte Türk lirasının değer kaybı ile enflasyon zirveye ulaşırken bireylerin de alım gücü oldukça düşmüştür (Eğilmez, 2023). Hal bu iken haber medyasının ekonomik sorunları geniş bir perspektifte, çok yönlü bir biçimde ele alması, sorunların çözümüne ilişkin yol gösterici olması gerekmektedir. Nitekim Jodie Jackson (2019), ABD'de ekonomik buhranın yaşandığı dönemde medyanın sürekli sorunları öne çıkaran karamsar yapısını eleştirerek bireylerin ekonomik sorunları nasıl hafifletebileceğine yönelik içeriklere odaklanmak gerektiğini belirtmektedir. Çünkü bu dönemde haber izlenme oranlarında düşüş yaşandığı görülmektedir. Jackson, krizi hafifleten adımları atan bireylerin hikayelerine yer veren içeriklerin izleyicilere oldukça ilham verdiğini dile getirmektedir. Bireylerin de çözüm odaklı gazetecilik örneklerini önceleyen bir haber diyeti uygulamasının psikolojik olarak olumlu etkileri olacağına altı çizilmektedir.

3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmada Türkiye'nin son dönemde yaşadığı ekonomik sorunların medyada nasıl ele alındığı incelenmekte, çözüm odaklı haberciliğe ne denli yer verildiği irdelenmektedir. Haber metinleri, çözüm gazeteciliğine yönelik haberlerde bulunması gereken unsurları içeren Solutions Journalism Toolkit raporunda (Bansal ve Martin, 2015) dile getirilen ölçütler göz önünde bulundurularak analiz edilmektedir. Bu unsurlar şu şekilde sıralanmaktadır (Bansal ve Martin, 2015, s. 6-7):

- “Haber, sosyal bir sorunun neden(ler)ini açıklamalıdır.
- Haber, bu soruna verilen bir yanıtı tanımlamalıdır.
- Haber, bu müdahalenin nasıl uygulandığına dair ayrıntıları içermelidir.
- Sorun çözme süreci anlatının merkezinde yer almalıdır.

- Haber, müdahaleyle bağlantılı sonuçların kanıtlarını sunmalıdır.
- Haber, müdahalenin sınırlamalarını açıklamalıdır.
- Haber, bir içgörü veya öğretilerle bir ders aktarmalıdır.
- Haber, bir reklam yazısı gibi okunmaktan kaçınılmalıdır (kısacası amaç insanları iyi hissettirmek veya bir gazetecinin gündemini ilerletmek değildir).
- Haber, konuyla ilgili sahada deneyimi olan kaynakları içermelidir.
- Haber bir kişiye değil, tepkiye odaklanır”.

Bu çalışmada da sözü edilen kriterler dikkate alınarak bir araştırma tasarımı çizilmekte, bulgular bu tasarıma göre formüle edilmektedir. Ekonomi haberlerinin ve çözüm içeren haberlerin hangi temalar etrafında şekillendiği, çözüm içeren haberlerin oranı, sorunların nedenleri ve sorunlara karşı verilen yanıtlar, çözüm önerilerinin detaylarına ilişkin bulgular (sınırlamalar ve sonuçların kanıtları), haber kaynaklarının dağılımı ve çözümün anlatının merkezinde yer alıp almadığı yönünde bir inceleme yapılmaktadır. Tablolar aracılığıyla verilerin aktarımı ve yorumlanmasının daha kolay olacağı düşünülmektedir. Tablolarda genellikle sayı ve yüzdelik cinsinden değerlendirme yapılmakta, çözüm unsurlarının toplam değer üzerindeki karşılığını aktarabilmek, karşılaştırmalı inceleme yapmak adına yüzdesel oranlara yer verilmektedir.

Araştırmada Türkiye’de 2023 yılı içerisinde (Ocak-Temmuz) web sitesi en çok tıklanan beş basılı yayının organının ([Smiliarweb, 2023](#)) (Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Sabah, Cumhuriyet) 4 Haziran-4 Temmuz 2023 tarihleri arasında dijital alanda ürettiği haberler (n= 783) nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Haber metinlerinde çözümlere ne ölçüde yer verildiğini tespit edebilmek, istatistiksel verileri ortaya koyabilmek adına nicel içerik analizi kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra çözüme yer verilen haberlerde çözüm gazeteciliğinin niteliğini ve ilkelerini test edebilmek amacıyla nitel içerik analizi uygulanmaktadır. Nitel ve nicel içerik analizi yöntemi, haberler içerisindeki unsurların açığa çıkarılması, birbirine benzer ya da farklı söylemlerin kategorize edilmesini kolaylaştırmakta ([Bilgin, 2006: 12](#)), karşılaştırma yapılarak Türk medyasına genel bir bakış açısı sunmayı, bazı yargılarda bulunmayı sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, Türk medyasının çözüm unsurlarına hangi nitelikte ve ne denli yer verdiğini inceleyerek çözüm gazeteciliğine ilişkin bir tespitte bulunmayı amaçlamakta, yoğun bir araştırma nesnesi olmayan çözüm gazeteciliği konusunda akademik ve pratik anlamda bir tartışma penceresi açmayı hedeflemektedir. Çalışmada, çözüm gazeteciliğinin Türkiye’deki pratiğine dair elde edilen bulgulara paralel olarak neden-sonuç ilişkisi kurulmaktadır.

Araştırma sürecinde örneklem olarak belirtilen haber sayısından daha fazla habere rastlanmakta; ancak bu haberlerin bir kısmının tekrar haberleri ya da yalnızca küresel piyasaları ilgilendiren gelişmeler olduğu saptanmaktadır. Bu sebeple sözü edilen bu haber metinleri araştırmaya dahil edilmemektedir. Araştırmada Türkiye ekonomisine dair gelişmelerin konu edinildiği haberler çözüm gazeteciliği

perspektifinde incelenmektedir. Araştırmada çözüm gazeteciliği uygulamaları ölçüleceği için tıklanma oranlarına göre bir tercih yapılmaktadır. Elbette ki seçilen gazetelerin ideolojik olarak da farklılaştığını belirtmek gerekmektedir. Bunun yanı sıra Habertürk, tıklanma oranı açısından ilk beş içinde olmasına rağmen haber arşivlerine belli bir tarihe kadar ulaşılması sebebiyle çalışma dışı bırakılmakta, altıncı sırada yer alan Cumhuriyet gazetesi örnekleme eklenmektedir. Bu sebeple araştırmanın sınırlılığı “basılı gazeteler içerisinde web sayfası en çok tıklanan gazeteler”² olarak yenilenmektedir. Ekonomi konusu son yıllarda oldukça fazla tartışma alanı bulmakta, enflasyonist süreç ve seçim sonrası değişen politikalar sebebiyle sürekli gündemde kalmaktadır. Dolayısıyla çözüm haberciliği ve gündemde kalma açısından ekonomi haberleri incelenmeye değer görülmektedir. Ayrıca 2023 Genel Seçimleri’nin ardından özellikle para politikasındaki ve ekonomi yönetimindeki değişiklikler sonrası ekonomik gelişmelerin Türk medyasında nasıl ele alındığının önem kazandığı düşünülmekte, yeni ekonomi yönetiminin göreve başladığı tarih temel alınarak 30 günlük bir inceleme yapılmaktadır. Yeni ekonomi yönetimi ile ekonomi haberlerine yönelik yoğunluğun, ilginin ve demeçlerin artacağı düşünülmekte, böylesi bir dönemin analiz edilmesi uygun görülmektedir.

4. Araştırma Bulguları

4.1. Ekonomi Haberlerinin Nasıl Çerçvelendiğine İlişkin Bulgular

Araştırmada 783 ekonomi haberi incelenmektedir. Bu haberler “ekonomik veriler, ekonomi politikaları, atamalar ve demeçler, maaş artışları, zamlar, fiyatlara ilişkin gelişme ve düzenlemeler ve yatırım araçları” şeklinde kategorize edilmektedir. Ekonomik veriler, enflasyon, işsizlik, ticaret açığı, ihracat, ithalat, üretim miktarı, yatırımlar gibi gelişmeleri konu edinirken, ekonomi politikaları, geçmiş ve mevcut ekonomi politikaları, gelecek projeksiyonları, programlar, hedefler ve bunlara dönük yorumları ele almaktadır. Fiyatlara ilişkin gelişme ve düzenlemelerde genellikle fiyat artışlarına yönelik düzenlemeler ve tepkiler öne çıkarken yatırım araçları kategorisinde TL, dolar, altın ve borsa gibi araçlarda yaşanan hareketlilik irdelenmektedir.

Tablo 1. Ekonomi Haberlerinin Kategorilere Göre Dağılım

Haber Kategorileri	Ekonomik Veriler	Ekonomi politikaları, atamalar ve demeçler	Maaş artışları	Zamlar	Fiyatlara ilişkin gelişme ve düzenlemeler	Yatırım araçları	Toplam
Hürriyet	46 (%28,57)	56 (%34,78)	15 (%9,31)	8 (%4,96)	24 (%14,90)	12 (%7,45)	161
Milliyet	33 (%24,81)	47 (%35,33)	27 (%20,30)	1 (%0,75)	10 (%7,51)	12 (%9,02)	133
Sözcü	11 (%7,09)	83 (%53,5)	14 (%9,03)	19 (%12,25)	11(%7,09)	17 (%10,96)	155

² Habertürk gazetesi 2018 yılında basılı yayınlarına son verdiği, web sayfası arşivlerine de erişilemediği için örnekleme daha net açıklayabilmek adına “basılı gazeteler içerisinde web sayfası en çok tıklanan gazeteler” tanımlaması kullanılmıştır.

Sabah	42 (%24,70)	58 (%34,11)	25 (%14,70)	14 (%8,23)	14 (%8,23)	17 (%10)	170
Cumhuriyet	13 (%7,92)	73 (%44,51)	13 (%7,92)	41 (%25)	14 (%8,53)	10 (%6,09)	164
							783

Haber kuruluşları ekonomik gelişmelerin farklı yönlerini öne çıkarmakta, politik bir okuma yapmaktadır. Sabah gazetesi, yeni ekonomi yönetimi, faiz politikası ve maaş zamlarının ne denli değerli olduğunu aktarırken siyasi iktidarı öven bir anlayışı benimsemektedir. Haberlerde sıklıkla yatırımların rekor düzeye ulaştığı, işsizliğin azaldığı, yeni ekonomi politikaları ile “Türkiye Yüzyılı’nın” inşa edileceğini aktarmaktadır. Hürriyet ve Milliyet gazetesi ekonomi politikalarına dair yapılan eleştirilere çok nadir bir biçimde yer vermekte (n= 5), genellikle fahiş fiyatlara ilişkin önlemleri, asgari ücret görüşmelerini ve hükümetin ekonomiye dair açıklamalarını ve yol haritasını servis etmektedir. Cumhuriyet ve Sözcü gazetesi ise genellikle akaryakıt başta olmak üzere birçok üründe yaşanan zamları, Türk lirasındaki değer kaybını gündemine taşıırken siyasi iktidarın yürüttüğü ekonomi politikalarının olumsuz sonuçlarına odaklanmaktadır. Ekonomi ve finans dünyasındaki önemli isimlerin, muhalefet partilerinin değerlendirmeleri eleştirel bir perspektifte aktarılmaktadır. Esasında hemen her konuyu politik ve ideolojik bir bakış açısı ile yorumlayan Türk medyasının ekonomik sorunları da bu çerçevede okuması şaşırtıcı değildir.

4.2. Çözüm Gazeteciliğine İlişkin Bulgular

4.2.1. Çözüm içeren haberlerin dağılımına dair bulgular

Araştırmada incelenen haber metinleri içerisinde sorunlara ilişkin çözüm unsurlarının olup olmadığı, bu çözümlerin hangi ölçüde çözüm gazeteciliği perspektifinde değerlendirilebileceği ele alınmaktadır. Bu noktada içerisinde herhangi bir ekonomik soruna karşı çözüm içeren haberler göz önünde bulundurulduğunda; Sabah gazetesi %24,7’lik bir oranla öne çıkarken Cumhuriyet çözüm unsuruna en az yer veren (%15,8) gazete olmaktadır. Çözüm unsurlarına yer vermeyen haberler genellikle anlık gelişmeler ve sorunlar ön plandadır. Ekonomik sorunlara ilişkin çözüm yaklaşımlarında politik bakış açısının etkisi görülmektedir. Sabah, Hürriyet ve Milliyet gazetesinde sorunları çözecek olan odağın hükümet ve onun yürüttüğü politikalar olduğu öne çıkmaktadır. Sözcü ve Cumhuriyet gazetesinde ise hali hazırda yaşanan sorunların kaynağının mevcut siyasi iktidar olduğu, bu sebeple sorunların kaynağının sorunlara çözüm bulamayacağı dile getirilmektedir. Geçmiş dönemde sunulan çözüm önerilerinin uygulanmaması sonucu gelinen noktanın eleştirisi söz konusudur. Çözüm içerikleri genellikle sorunlar vurgulanırken seyrek biçimde aktarılan bir nesne konumundadır.

Tablo 2. Çözüm İçeren Haberlerin Dağılımı

Gazete Adı	Toplam Haber Sayısı	Çözüm İçeren Haber Sayısı
Hürriyet	161	37 (%22,9)
Milliyet	133	29 (%21,8)
Sözcü	155	29 (%18,7)
Sabah	170	39 (22,9)
Cumhuriyet	164	26 (%15,8)
Toplam	783	160 (%20,4)

Yüzdelik dilimlere bakıldığında; çözüm unsurlarının bulunma oranı çok düşük bir seviyede değildir. Sonuçta anlık gelişmelerin ve verilerin sürekli yenilediği, hız faktörünün öncelendiği anaakım medyada her beş haberden birinde çözüm unsuru bulunması olumlu bir veri olarak değerlendirilebilir. Ancak haberlerin bütünü incelendiğinde; çözüm gazeteciliği açısından oldukça yetersiz bir durum söz konusudur. Çözüm içeren haberlerin büyük kısmı bir ekonomik soruna ya da gelişmeye vurgu yapmakta, haberin küçük bir kısmında sorunun çözümüne ilişkin önerilere yer ayrılmaktadır. Dolayısıyla haberin kendi doğası içinde aktörün talepleri ve önerileri dile getirilmektedir.

Tablo 3. Çözüm unsurlarının kategorilere göre dağılımı

Gazete Adı	Fiyat Düzenlemeleri	Sektör Talepleri	Ekonomi Politikaları	Maaş Artışları	Diğer
Hürriyet	14 (%37,83)	9 (%24,32)	8 (%21,62)	6 (%16,21)	-
Milliyet	6 (%20,68)	4 (%13,79)	16 (%55,17)	2 (%6,89)	1 (%3,44)
Sözcü	1 (%3,44)	1 (%3,44)	23 (%79,31)	3 (%10,34)	1 (%3,44)
Sabah	10 (%25,64)	2 (%5,12)	21 (%53,84)	4 (%10,25)	2 (%5,12)
Cumhuriyet	4 (%15,38)	4 (%15,38)	13 (%50)	5 (%19,23)	-

Gazetelerin çözüm önerilerini içeren haberleri hangi ekonomik sorunlar üzerinde şekillendirdiğine bakıldığında; ekonomi politikaları ve fiyat düzenlemeleri kategorilerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Bu noktada Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetesi Ak Parti'nin seçimi yeniden kazanması ile oluşturduğu ekonomi kadrosu ve politikaları ile enflasyon sorununun çözüleceğine dair bir inancı paylaşmaktadır (Hürriyet, 17 Haziran: "Bakan Şimşek'ten bankalar ve TÜSİAD görüşmelerinin ardından önemli mesaj: Refahı arttıracak modellerle yola devam", 15 Haziran: "Cevdet Yılmaz'dan CNN Türk'te açıklamalar... Enflasyonla topyekûn mücadele zamanı". Milliyet, 5 Haziran: "Temel hedefimiz refahı yükseltmek", 8 Haziran: "Emin adımlarla yola çıktık", Sabah, 17 Haziran: "Başkan Erdoğan'dan enflasyonla mücadele mesajı: Tek haneli rakamlara düşüreceğiz", 12 Haziran: "Ekonominin yol haritası hazırlanıyor! Hükümet kolları sıvadı: Hedef tek haneli enflasyon"). Cumhuriyet ve Sözcü gazetesi ise seçim öncesi ve sonrası yürütülen ekonomi politikalarındaki yanlışlara vurgu yaparak hangi adımlarla bu sorunların hafifletilebileceğine dikkat çekmektedir (Cumhuriyet, 4 Haziran: "İlk sınav ekonomi: Kurumsal çöküş var", 23 Haziran: "Ekonomide 'nas' bitti: İktidarın politikası iflas

etti, 'rasyonele dönüşte' ilk adım atıldı"; Sözcü, 8 Haziran: "TL'deki keskin değer kayıplarının sonucu ne olur?", 17 Haziran: "Daron Acemoğlu: Türkiye'nin önündeki en büyük tehlike..."). Sektör temsilcilerinin talep ve değerlendirmeleri kısmında Sözcü ve Cumhuriyet gazetesi TÜSİAD'ın eleştirel düşüncelerine yer verirken (Cumhuriyet, 17 Haziran: "Patronlardan iktidara uyarı: En sıkıntılı günler"; Sözcü, 16 Haziran: "TÜSİAD YİK Başkanı Özilhan: Ekonomide son 10 yılın en sıkıntılı döneminden geçiyoruz") Sabah, Hürriyet ve Milliyet ise "neler yapılırsa daha iyi sonuçlar elde edilir" sorusuna yanıt aramıştır (Sabah, 22 Haziran: "İş dünyası temsilcilerinden faiz kararı değerlendirmesi". Milliyet, 14 Haziran: "Dünya pazarlarında söz sahibi olmak için e-ihracat kurallarını bilmeliyiz"; Hürriyet, 24 Haziran: "Mısır'la vize sorunu çözüldü hedef 4 milyar dolar").

Sabah gazetesi, maaş artışları konusunda hükümetin attığı adımları yüceltirken (Sabah, 21 Haziran: "Asgari ücrete Başkan Erdoğan dokunuşu! 85 milyonun geliri artıyor: İşte yeni ödemeler") Cumhuriyet ve Sözcü bu miktardaki artışların alım gücüne olumlu etki etmediğini sendikalar aracılığıyla aktarmaktadır (Cumhuriyet, 14 Haziran: "SOL Parti'den hükümete 'emek' çağrısı: 'Asgari' değil insanca yaşam", Sözcü, 14 Haziran: "Asgari ücret için DİSK'ten çağrı"). Bunun yanı sıra konut ve araç fiyatlarındaki artışlar Sabah, Hürriyet ve Milliyet gazetesinde "fahiş fiyat", "fırsatçı ve açgözlü mal sahipleri" üzerinden okunmakta (Sabah, 2 Temmuz: "Otomobilde fahiş fiyat artışları için yeni çözüm önerisi"; Milliyet, 10 Temmuz: "Bakanlık harekete geçti! Sıfır ve ikinci elde kritik tarih"; Hürriyet, 12 Haziran: "Fahiş kiraya hapis cezası") Sözcü ve Cumhuriyet'te ise bir barınma krizi niteliğinde ekonomi politikalarının sonucu olarak görülmektedir (Cumhuriyet, 4 Temmuz: "İBB'den barınma krizine çözüm önerileri"; Sözcü, 10 Haziran: "Kirada çifte kontrat dönemi"). Sorunlara dönük çözümler temalar açısından ele alındığında da politik bir ayırmadan söz etmek mümkündür.

4.2.3. Sorunların Nedenleri ve Yanıtların Tanımlanmasına İlişkin Bulgular

Bu kategoride haberlerde yer alan çözümlerin ne denli detaylı ve kapsamlı bir biçimde ele alındığı incelenmekte, çözüm önerilerinin sınırlılıkları ve sonuçlarını aktarma sıklığı analiz edilmektedir. Çözüm unsuru içeren haberlerin büyük kısmında ayrıntılara yer verildiği görülmektedir. Çözüm gazeteciliği açısından bu durum olumlu görülmektedir.

Tablo 5. Çözümlerin Ayrıntılarına İlişkin Verilerin Dağılımı

Gazete Adı	Toplam Haber Sayısı	Çözümün Ddetaylı İşlendiği Haber Sayısı	Çözümün Sonuçlarına İlişkin Kanıtlar	Çözümün Sınırlılıkları
Hürriyet	37	27(%72,9)	7 (%18,9)	9 (%24,3)
Milliyet	29	17 (%58,6)	2 (%6,89)	9 (%31,03)
Sözcü	29	29 (%100)	8 (%27,5)	17 (%58,6)
Sabah	39	25 (%64,1)	-	2 (%5,12)
Cumhuriyet	26	16 (%61,5)	5 (%19,23)	4 (%15,38)
Toplam	160	114 (%71,25)	23 (%14,37)	41 (%25,62)

Sözcü gazetesinin dışındaki yayın organlarının tümü özellikle konut kiralari ve araç fiyatlarındaki artışlara yönelik alınan önlemleri, hukuki süreçleri detaylı bir biçimde işlemekte, araç alacak ya da kirada olan vatandaşlara ne tür adımlar atması gerektiğini aktarmaktadır (Hürriyet, 1 Temmuz: “Araçlarda fahiş fiyat: Otomobil fiyatları ne olacak? Uzman isim yorumladı...”, 22 Haziran: “Kira artış üst sınırı yüzde 25 oldu”; Sabah, 28 Haziran: “Ev sahibi-kiracı anlaşmazlığı bir haftada çözülecek”, 24 Haziran: “Kiracılara yol haritası! Yüzde 25'ten fazla artışı kabul etmeyin”; Milliyet, 24 Haziran: “Ev sahibi ve kiracılar dikkat: Piyasada 'hayalet ev' sorunu!”, 30 Haziran: “Site aidatlarına fahiş zam! Bakanlık harekete geçti”; Cumhuriyet, 28 Haziran: “Arabulucular, kira uyuşmazlıklarını en fazla bir ayda çözüme kavuşturacak”, 4 Temmuz: “Adalet Bakanı Tunç tarih verdi: Kira uyuşmazlıklarında arabuluculuk başlıyor”).

Cumhuriyet ve Sözcü gazetesinin ekonomi politikalarındaki yanlışları ve çözüm önerilerini ekonomistler üzerinden detaylı bir biçimde sunduğu görülmektedir (Cumhuriyet, 2 Temmuz: “Toplanın ne olacağını yazayım diyerek paylaştı... Özgür Demirtaş: Milyarlarca dolar yaktık! Sonuç sıfır”, 23 Haziran: “Financial Times: Faiz artırım kararı, yatırımcıların kuşkularını gideremedi”; Sözcü, 11 Haziran: “Özgür Demirtaş anlattı... Mehmet Şimşek döneminde neler olacak?”, 2 Temmuz: “Özgür Demirtaş: Sonuç sıfır, kontrol etmeye çalışmayın”). Ayrıca Sabah gazetesi iktidarın ekonomi politikaları ve destekleri ile ilgili adımları konusunda da detaylar sunmaktadır (17 Haziran: “İçişleri Bakanı Yerlikaya: 330 bin hanenin kira yardımı bayram öncesi ödenecek”, 2 Temmuz: “Milyonlarca gence iş kapısı”). Detayların içerikte yer alması önemli bir adım olarak görülürken bu ayrıntılar yalnızca dile getirilen çözümü kapsamaktadır. Sorunun çözümü için detaylı ve çok yönlü bir bakış açısı yerine öne sürülen çözümün irdelendiği bir süreç işlemektedir. Bu çözüm detaylarının gazetenin politik görüşü ekseninde şekillendiğini ve sınırlandırıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Fiyat artışlarına yönelik alınan önlemler konusunda hemen her gazete detay bilgileri gündeme taşırken Türkiye'nin köklü ekonomik sorunlarını makro ölçekte ele alan, maaş artışları gibi belirli bir zamanda geçici çareler üreten formüller yerine geniş kapsamlı çözüm önerilerine rastlamak güçtür.

Haber içerisinde sunulan çözümlerin sınırlılıkları konusu değerlendirildiğinde; Sözcü gazetesinde çözüm unsuru bulunan haberlerin yarısından fazlasında çözümlerin sınırlılıklarına vurgu yapılmaktadır. Diğer gazetelerde çözümlerin sınırlılıklarına yönelik oranların oldukça düşük kaldığı görülmektedir. Sözcü ve Cumhuriyet gazetesi genellikle hükümetin alım gücünün korunması yönündeki politikalarının bir çözüm olmadığını, atılan adımların sınırlılıklarını vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra ekonomik göstergelerin hangi adımlarla düzeltilebileceğini, bu düzeltmenin sınırlılıklarını aktarmaktadır (8 Haziran: “TL'deki keskin değer kayıplarının sonucu ne olur?”, 9 Haziran: “BofA'dan Türkiye'ye sıcak para girişi için dört şart”, 16 Haziran: “CHP'den faiz çıkışı: Bu ekonomi bunu taşımaz”, 23 Haziran: “Reuters: Faiz kararı sonrası fon girişleri

beklemeye geçti. Mükemmel Bir Fırsatı Kaçırdılar”, 2 Temmuz: “Özgür Demirtaş: Sonuç sıfır, kontrol etmeye çalışmayın”, 10 Haziran: “Tüm modeller çöktü bırakın bu inadı”, 7 Haziran: “Financial Times’tan Türkiye analizi: TL’de ciddi bir değer kaybı gerekiyor”, 13 Haziran: “Fitch’ten Şimşek ve Erkan yorumu: Zaman alacak”; Cumhuriyet, 23 Haziran: “Financial Times: Faiz artırımını kararı, yatırımcıların kuşkularını gideremedi”, 15 Haziran: “Mahfi Eğilmez uyardı: O noktayı geçtik, sadece faiz artırmakla enflasyonu düşüremeyiz”). Uzmanların doğru bir reçete uygulanması halinde bile düzelmenin zaman alacağı yönündeki düşünceleri, iyileşmenin sancılı ve zor olacağına dair kanıtları sunulan çözümlerin sınırlılıklarına işaret etmektedir.

Hürriyet, Milliyet, Sabah gazetesi ise çözümlerin sınırlılıklarını konut ve araç fiyatlarındaki artışlar üzerinden şekillendirmektedir. Fiyat artışlarını önlemek adına yapılan düzenlemelerin ne tür sınırlılıkları olduğu, düzenlemelerin hangi şartlarda faydalı olacağı ya da sekteye uğrayacağına yönelik değerlendirmeler söz konusudur. Hukuki sürecin nasıl işleyeceği, hangi durumda nasıl hareket edileceği vurgulanmaktadır (Sabah, 4 Temmuz: “Bakan Tunç’tan kira açıklaması: Kira artışı yüzde 25’i geçemez”. 24 Haziran: “Kiracılara yol haritası! Yüzde 25’ten fazla artışı kabul etmeyin”, 2 Temmuz: “Otomobilde fahiş fiyat artışları için yeni çözüm önerisi”; Milliyet, 29 Haziran: “Kira krizine yüzde 25 sınırı da çare olmadı!”, 24 Haziran: “Ev sahibi ve kiracılar dikkat: Piyasada 'hayalet ev' sorunu!"; Hürriyet, 21 Haziran: “6 ay ve 6 bin km sınırı genişliyor! Sıfır otomobil alan şahıslar istediği zaman ve fiyattan satamayacak”, 12 Haziran: “Fahiş kiraya hapis cezası”, 7 Haziran: “Mahkemelerdeki ev sahibi kiracı uyuşmazlığı dosyalarında artış yaşanıyor”).

Çözüm önerilerinin yarattığı sonuçların kanıtlarının sunulması konusunda gazetelerin oldukça kısıtlı bir içerik ürettiği gözlemlenmektedir. Haberlerde sıklıkla kanıtlardan ziyade olası sonuçlara odaklanmaktadır. Sözcü ve Cumhuriyet gazetesi ekonomi politikalarında uygulanan Heterodoks bakış açısının durumu daha kötüleştirdiğini, rasyonel zemine dönme mesajının piyasalarda biraz da olsa rahatlama yarattığını, ekonomik göstergeleri olumlu etkilediğini ifade etmektedir. Bu olumlu yaklaşıma ilişkin temkinli bir bakış açısı da söz konusudur (23 Haziran: “Reuters: Faiz kararı sonrası fon girişleri beklemeye geçti. Mükemmel Bir Fırsatı Kaçırdılar”, 2 Temmuz: “Özgür Demirtaş: Sonuç sıfır, kontrol etmeye çalışmayın”, 7 Haziran: “TL erirken borsa yükseliyor: Uzmanlar nedenlerini anlattı”, 7 Haziran: “Reuters: TL serbest bırakıldı, rezerv kayıpları durdu”, Cumhuriyet, 23 Haziran: “Financial Times: Faiz artırımını kararı, yatırımcıların kuşkularını gideremedi”). Sabah gazetesinin de yeni kabine açıklandıktan sonra, “istikrarın sürmesi” ile piyasaların olumlu tepki verdiğiine ilişkin kanıtlar sunmaktadır (7 Haziran: “Borsa İstanbul yaşadığı kayıplarını geri aldı”, 12 Haziran: “Borsada 1.3 trilyonluk yükseliş”). Ayrıca fiyat artışlarına yönelik düzenlemelerin sonuçlarına yönelik kanıtlar dikkat çekmektedir. Genellikle kira düzenlemesini kabul etmeyen mal sahiplerinin alternatif yollar bulduğu, uygulamanın hakkaniyetli bir yaklaşımı barındırmadığı için

anayasaya aykırı olduğu ifade edilmektedir. Bu sebeple düzenlemenin pratikte ne gibi sonuçlar doğurduğu uzman görüşler eşliğinde aktarılmaktadır (Sözcü, “10 Haziran: Kirada çifte kontrat dönemi”, Milliyet, 29 Haziran: “Kira krizine yüzde 25 sınırı da çare olmadı!”, Hürriyet, 12 Haziran: “Fahiş kiraya hapis cezası”. 24 Haziran: “Kiralık evde zam oyunu”, Cumhuriyet, 28 Haziran: “Arabulucular, kira uyuşmazlıklarını en fazla bir ayda çözüme kavuşturacak”.

4.2.4. Haberlerde Kullanılan Kaynakların Dağılımına İlişkin Bulgular

Çözüm gazeteciliği, haberde çözüm içeriği sunulurken alanında uzman, saha deneyimi olan kaynakların tercih edilmesini öncelemektedir. Haberlerin hemen hepsinde ekonomi alanında olan isimlerin seçildiği saptanmaktadır. Bu doğrultuda sahada deneyimi olan uzmanların çözüm önerileri kısmında yer alması çözüm gazeteciliği açısından olumlu görülebilmektedir. Elbette ki çözüm önerilerini dile getiren kaynakların kim olduğu ve niteliği de çözüm gazeteciliği açısından ipuçları sunabilmektedir.

Tablo 6. Haberlerde Kullanılan Kaynakların Dağılımı

Gazete Adı	Siyasi Yetkililer	Sendika ve Sektör Temsilcileri	Uzmanlar	Küresel Finans Kuruluşları	Kaynak Bulunmayan Haberler	Toplam Haber Sayısı
Hürriyet	16 (%43,24)	13 (%35,13)	7 (%18,91)	1 (%2,70)	-	37
Milliyet	19 (%65,51)	4 (%13,79)	3 (%10,34)	-	3 (%10,34)	29
Sözcü	8 (%27,58)	3 (%10,34)	8 (%27,58)	7 (%24,13)	3 (%10,34)	29
Sabah	33 (%84,6)	3 (%7,69)	1 (%2,56)	-	2 (%5,12)	39
Cumhuriyet	7 (%26,92)	8 (%30,76)	5 (%19,23)	2 (%7,69)	4 (%15,38)	26
Toplam						160

Araştırmada haberlerde yer alan kaynaklar incelenirken gazetelerin ekonomi politikaları ve gelişmeler karşısında siyasi yetkililerin görüşlerine başvurduğu görülmektedir. Genellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz, Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Merkez Bankası Başkanı Hafize Gaye Erkan, Adalet Bakanı Yılmaz Tunç, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Vedat Işıkhan gibi isimler birincil kaynak olarak kullanılmaktadır. Özellikle Sabah ve Milliyet gazetesinde siyasilerin baskınlığı dikkat çekmekte, yalnızca 11 haberde sektör temsilcileri ya da uzmanlara yer verilmektedir. Diğer gazetelerde ise kaynak kullanımının siyasi yetkililer, sektör temsilcileri, uzmanlar gibi aktörlerin yer aldığı daha dengeli bir kaynak kullanımı söz konusudur. Sözcü ve Cumhuriyet gazetesinde küresel finans kuruluşları (Reuters, Morgan Stanley, Fitch, JP Morgan, BofA), Türk (Özgür Demirtaş, Mahfi Eğilmez, Uğur Gürses, Daron Acemoğlu, Şenol Babuşçu, Fatih Özatay, Veysel Ulusoy) ve yabancı ekonomistlerin (Paul McNamara) çözüm önerilerini sunduğu haberler öne çıkmaktadır. Ayrıca maaş artışlarının görüşüldüğü dönemde sol yönelimli sendikaların (SOL Parti Başkanlar Kurulu Üyesi İsmail Hakkı Tombul, DİSK, Birleşik Kamu-İş) görüş ve önerilerine sıkça yer verilmektedir.

4.2.5. Çözümün Anlatının Merkezinde Olmasına İlişkin Bulgular

Bu kategoride çözüm unsuru içeren haberlerde çözümün ana odak noktası olup olmadığı analiz edilmektedir. Çünkü günümüz medyasının sorun odaklı yapısının yoğun bir biçimde olumsuzlukları öne çıkarmasına karşılık çözüm gazeteciliği problemlerin aşılması için önermelerde bulunmaktadır. Dolayısıyla içeriklerde çözüm olgusunun haberin neresinde konumlandığını ele almak, sorundan ve kişiden ziyade çözüme vurgu yapmak değerli görülmektedir. Sabah gazetesi çözüm önerilerini aktarırken büyük bir oranda çözümlere önem vermesinin yanı sıra bunları icraata dönüştüren siyasi iktidarı merkezine alan haberler üretmiştir. Elbette ki bu yaklaşımda gazetenin siyasi iktidara bakış açısı ve iyimserliği söz konusudur. Bu tür haberlerde genellikle başlıklarda cumhurbaşkanı ve bakanların ekonomik sorunlara dair aldığı aksiyonu dile getirdikleri cümleleri kullanarak çözümden ziyade aktörü öne çıkarmaktadır (5 Haziran: “İlk hedef enflasyon ve pahalılıkla mücadele”, 9 Haziran: “Türkiye Yüzyılı'nın rotası hazır! Yeni dönemin 3 ana hedefi belirlendi”, 24 Haziran: “Enflasyonla mücadele için tüm ekiplerimiz kolları sıvadı”).

Tablo 7. Çözümü Merkezine Alan Haberlerin Dağılımı

Gazete Adı	Toplam Haber Sayısı	Çözümü Merkeze Alan Haber Sayısı
Hürriyet	37	28 (%75,6)
Milliyet	29	20 (%68,9)
Sözcü	29	21 (%72,4)
Sabah	39	37 (%94,8)
Cumhuriyet	26	15 (%57,6)
Toplam	160	121 (%75,6)

Gazetelerde çözümü merkezine alan haberler fiyat artışlarına yönelik düzenlemeleri ve ekonomi politikalarının hayata geçirilmesini konu edinmektedir (Milliyet, 24 Haziran: “Fiyat ve finansal istikrar mesajı”, 10 Temmuz: “Bakanlık harekete geçti! Sıfır ve ikinci elde kritik tarih”, 3 Temmuz: Cumhurbaşkanı Erdoğan: “Sıfır ve ikinci el araç fiyatlarında açgözlülükten kaynaklanan artışların üzerine gideceğiz”; Sözcü, 4 Haziran: “Şimşek'ten 'rasyonel zemine dönme' mesajı”, 5 Haziran: “Durmuş Yılmaz'dan Mehmet Şimşek'e 10 altın tavsiye”; Sabah, 4 Haziran: “Enflasyon ile mücadele güçlenecek! Bakan Bolat: Fahiş fiyat artışlarını kaldırmaya odaklanacağız”, 2 Temmuz: “Otomobilde fahiş fiyat artışları için yeni çözüm önerisi”, 28 Haziran: “Ev sahibi-kiracı anlaşmazlığı bir haftada çözülecek”, Cumhuriyet, 4 Temmuz: “İBB'den barınma krizine çözüm önerileri”, 28 Haziran: “Arabulucular, kira uyuşmazlıklarını en fazla bir ayda çözüme kavuşturacak”; Hürriyet, 18 Haziran: “Konutta üretim sorununun çözümü için yeni öneri: Boş arsa vergisi gelsin”, 23 Haziran: “Dolarizasyon belasından kurtulmak için etkili çözüm güvenli TL”). Ayrıca Sözcü ve Cumhuriyet gazetesinin asgari ücret konusunda sol sendikaların görüşlerini merkeze alan bir çözüm çerçevesi çizgisi görülmektedir (Sözcü, 14

Haziran: “Asgari ücret için DİSK’ten çağrı”, 14 Haziran: “CHP’nin asgari ücret teklifi belli oldu”, 11 Haziran: “Sendika temsilcileri asgari ücret için ne diyor?”, 23 Haziran: “Birleşik Kamu-İş: En düşük memur maaşı 32 bin lira olmalıdır”).

Milliyet ve Hürriyet gazetesi çözümü odak noktası yapmadığı haberlerde genellikle soruna vurgu yapmaktadır. Çözüme yönelik öneriler yer almasına karşın sorunlar haberin merkezinde bulunmaktadır. Haberin büyük kısmı soruna odaklanırken bir kısmı da çözümü içermektedir (8 Haziran: “Emin adımlarla yola çıktık”, 29 Haziran: “Kira krizine yüzde 25 sınırı da çare olmadı!”, 24 Haziran: “Ev sahibi ve kiracılar dikkat: Piyasada 'hayalet ev' sorunu!”, Hürriyet: 7 Haziran: “Mahkemelerdeki ev sahibi kiracı uyuşmazlığı dosyalarında artış yaşanıyor”, 25 Haziran: “Aidatlara zam yolda”). Sözcü ve Cumhuriyet gazetesi, çözüm önerilerine yer verdiği haberlerde soruna odaklanan içerikleri de öne çıkarmaktadır. Bu konuda özellikle yürütülen ekonomi politikalarının yarattığı sorunlara daha çok vurgu yapılmaktadır (Sözcü, 10 Haziran: “Tüm modeller çöktü bırakın bu inadı. Tüm modeller çöktü bırakın bu inadı”, 17 Haziran: “Daron Acemoğlu: Türkiye’nin önündeki en büyük tehlike..”; Cumhuriyet, 15 Haziran: “Mahfi Eğilmez uyardı: O noktayı geçtik, sadece faiz artırmakla enflasyonu düşüremeyiz”, 23 Haziran: “Financial Times: Faiz artırım kararı, yatırımcıların kuşkularını gideremedi”). Politik ayrımlar bir kenara bırakıldığında çözümün merkezde olduğu haber sayısının önemli bir orana ulaştığı görülmektedir. Ancak Sabah, Hürriyet ve Milliyet gazetesinde odak noktasını çözüme döndüren içeriklerde iyimser bir havanın varlığından, bireyleri ekonomik sıkıntıları düşünmekten ziyade iyi hissettiren anlayıştan, ekonomi-politik yapının getirdiği gündemi sürdürme endişesinden söz etmek mümkündür.

Sonuç ve Tartışma

Haber medyası yaşanan gelişmeleri sıklıkla olumsuz yönleri ile ele almakta, sorun odaklı bir çerçeve çizmektedir. Bu yaklaşım haberciliğin problemleri merkeze alan bakış açısını yansıtmaktadır. Haberlerin söz konusu anlayışla ele alınması dengeli bir haberciliği temsil etmemekte, tek taraflı bir bakış açısını resmetmektedir. Oysa yaşamın içerisinde sorunlar olduğu kadar çözümlerin de bulunduğunu dikkate alarak dengeli bir gazeteciliği özümsemek haberciliğin kamusal yararı yaratma işlevine katkı sağlamaktadır. Ayrıca yaşamı sürekli olumsuz bir biçimde tasvir ederek okuru haberden uzaklaştıran yaklaşımın da aşılmasında önyak olmaktadır. Çözüm gazeteciliği olarak adlandırılan bu anlayış, sorunlar gibi çözümlerin de haber metinlerinde yer almasını amaçlayan dengeli, çok yönlü ve titiz bir haberciliği özümsemektedir. Son yıllarda daha fazla görünür olan çözüm gazeteciliğinin haber medyasında ne ölçüde uygulandığını incelemek değerli görülmektedir. Bu sebeple çalışmada Türk medyasının son dönemde daha şiddetli hissedilen ekonomik sorunlar karşısında nasıl bir habercilik çerçevesi çizdiği ele alınmakta, ekonomik sorunlara ilişkin içerikler çözüm gazeteciliği bağlamında incelenmektedir. Web sayfası en çok tıklanan beş basılı gazetenin ekonomik sorunlara ilişkin ürettiği haberler nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile irdelenmektedir.

Çalışmada elde edilen veriler değerlendirildiğinde; Türk medyasının ekonomik sorunlara ilişkin çözüm gazeteciliği pratiklerini uygulama konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir. Sayısal olarak her beş haberden birinde çözüm unsuru bulunsa da kalan haberler genellikle anlık gelişmeleri ve sorunları öne çıkarmaktadır. Çözüm unsuru içeren haberler bütüncül olarak incelendiğinde; haberleri çözüm gazeteciliği olarak değerlendirmek mümkün değildir. Çünkü Türk medyası çözüm gazeteciliği bilinci ve farkındalığı ile hareket etmemektedir. Çözümler sıklıkla politik ve ideolojik bir perspektifte sınırlı kalmakta, çözüm gazeteciliğinin birçok kriterini ıskalamaktadır. Sorunların nedenleri konusunda Sözcü ve Cumhuriyet gazetesinin genellikle siyasi iktidarın ekonomi politikalarına işaret etmesi, Sabah gazetesinin ise nedensellik bağı kurmaması ya da sorunların fırsatçı ve kötü niyetli kişiler sebebi ile arttığını belirtmesi önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple haberlerin politik bir biçimde okunması Türk medyasında çözüm gazeteciliğinin gelişmemesinde önemli bir etken olarak görülmektedir. Ayrıca Türk medyasının çözüm gazeteciliği gibi bir anlayışın ne ölçüde farkında olduğu da önemli bir tartışma konusudur. Ekonomik sorunlar söz konusu olduğunda; haber medyasının eski alışkanlıklarını sürdürdüğü, çözümler sunmak yerine sorun odaklı, kısır bir tartışma içine hapsediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ekonomik sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin ne denli faydalı olup olmayacağı, çözümün sonuçlarının kanıtları ile birlikte aktarılması konusunda eksiklikler göze çarpmaktadır. Özellikle çözümlerin sonuçları konusunda kanıtlar çok nadir bir biçimde ortaya konmaktadır. Bu durum da çözüm önerilerinin uzman isimler eşliğinde geniş bir çerçevede tartışılmadığını göstermektedir. Fiyat artışlarına yönelik düzenlemeleri temel alan haberlerin çözüm gazeteciliği anlayışına en çok yaklaşan haber üretimleri oldukları gözlemlenmektedir. Bunun dışında çözümlerin olumlu ve olumsuz yanlarının istişare edildiği, derinlemesine ele alındığı bir yapıdan söz etmek güçtür. Ekonomik sorunlar söz konusu olduğunda Türk medyasının sorunların nedenleri ve çözümleri konusunda bir içgörü sağlayamadığı saptanmaktadır.

Ekonomik sorunların siyasi iktidar ve yöneticilerin uyguladığı politikalarla doğrudan ilişkisi vardır. Ancak ekonomi haberlerinin yalnızca politik alana sıkıştırılması yanlış bir yaklaşımdır. Çünkü ekonomi birçok dinamiği içerisinde barındırmaktadır. Türk medyasının da sorunları ve çözümleri detaylı ve çok yönlü bir biçimde ele alması, Covid-19 salgını, Rusya-Ukrayna savaşı ve ekonomi politikalarını da kapsayan geniş bir perspektifte işlemesi beklenmektedir. Sözcü ve Cumhuriyet gazetesinin sorunları yanlış politikalar üzerinden değerlendirmesi yapısal problemlerin çözümünü kolaylaştırırken geniş kapsamlı bir bakış açısını da geri planda bırakmaktadır. Sabah gazetesinin hiçbir sorun yokmuş gibi davranıp çözümlerin de yine günümüz siyasi iktidarı ile mümkün olduğunu temel alan iyimser yaklaşımı gerçek ve doğru bir perspektifi yansıtmamaktadır. Çözüm içeren haberlerin çok büyük kısmının okurun iyi hissetmesini ve gazetenin mevcut gündemini sürdürmesi amacıyla üretildiği görülmektedir. Hürriyet ve Milliyet

gazetesi ise genellikle nötr ve “suya sabuna dokunmayan” başlıklarla aktardığı sorunlara karşı çözüm önerisi sunsa da proaktif bir yaklaşımı benimsememektedir. Sözün özü gazeteler çözüm önerileri sunarken bile bunu yenilikçi, toplumcu, çok yönlü ve sorun çözücü bir anlayıştan ziyade gelenekselleşmiş yapısının, ideolojik duruşunun mümkün kıldığı ölçüde gerçekleştirmektedir. Haber medyası, sorunları ve sebepleri detaylı bir biçimde aktaran, fiyat artışlarına karşı vatandaşların alım gücünü yükseltebilecek çözüm önerileri sunarak bireyleri de çözüme dahil eden bir habercilik çerçevesi çizmemektedir.

Kaynakça

- Aitamurto, T. & Varma, A. (2018). The constructive role of journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 695-713.
- Altun, T. ve Tarhan, M. (2023, Ocak 1). 2023'te dünyayı Rusya-Ukrayna krizinin etkileri ve enerji krizi riski bekliyor. <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/2023te-dunyayi-rusya-ukrayna-krizinin-etkileri-ve-enerji-krizi-riski-bekliyor/2776757> adresinden alınmıştır.
- Associated Press (2008). *A new model for news: studying the deep structure of young-adult news consumption*. New York: The Associated Press and the Context-Based Research Group.
- Bansal, S. & Martin, C. (2015). *Solutions Journalism Toolkit*. New York: Solutions Journalism Network.
- BBC Türkçe (2023, Eylül 11). Mehmet Şimşek: Önceliğimiz enflasyon, kredileri sınırlayacağız. <https://www.bbc.com/turkce/articles/c80gjl7klgro> adresinden edinilmiştir.
- Benesch, S. (1998). The rise of solutions journalism. *Columbia Journalism Review*, 36(6), 36-39.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ciobanu, M. (2018, February 14). With its latest series the Upside, the Guardian will focus on solutions journalism in five key areas. <https://www.journalism.co.uk/news/with-its-latest-series-the-upside-the-guardian-will-focus-on-solutions-journalism-in-five-key-areas/s2/a717656/> adresinden alınmıştır.
- Cumhuriyet. (2021, Nisan 16). 128 milyar dolar tartışması: Nasıl başladı? <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/128-milyar-dolar-tartismasi-nasil-basladi-1828662> adresinden alınmıştır.
- Curry, A. L. & Hammonds, K. H. (2014). The power of solutions journalism. *Solutions Journalism Network*, 7, 1-14.

- Curry, A., Stroud, N. J. & McGregor, S. C. (2016). Solutions journalism and news engagement. Massachusetts: Engaging News Project.
- Dalay, Ç. (2021, Ekim 27). Yapıcı gazetecilik ve çözüm gazeteciliği. <https://m.bianet.org/bianet/medya/252359-yapici-gazetecilik-ve-cozum-gazeteciligi> adresinden alınmıştır.
- Dobelli, R. (2020). Stop reading the news: A manifesto for a happier, calmer and wiser life. UK: Hachette.
- Dyer, J. (2015). Solutions Journalism. Nieman Reports, Spring, 14–17.
- Eğilmez, M. (2022, Haziran 12). Yüksek Kur ve Yüksek Enflasyonun Nedenleri. <https://www.mahfiegilmez.com/2022/06/yuksekkur-ve-yuksekenflasyonun.html> adresinden alınmıştır.
- Eğilmez, M. (2023, Haziran 5). Rasyonel, İrrasyonel. <https://www.mahfiegilmez.com/2023/06/rasyonel-irrasyonel.html> adresinden edinilmiştir.
- Hammonds, K. H. (2016, December 2). Lab test: Solutions journalism beats brand x. <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/lab-test-solutions-journalism-beats-brand-x-b9d730108155> adresinden alınmıştır.
- IPSOS (2023, Temmuz 6). Toplumun %84'ü için en önemli sorun ekonomi. <https://www.ipsos.com/tr-tr/toplumun-84u-icin-en-onemli-sorun-ekonomi> adresinden edinilmiştir.
- Jackson, J. (2019). You are what you read, why changing your media diet can change the world. London: Unbound.
- Karatabanoğlu, S. (2021, Mayıs 11). Gazetecilikte değişen odak: Çözüm gazeteciliği. <https://www.newslabturkey.org/2021/05/11/gazetecilikte-degisen-odak-cozum-gazeteciligi/> adresinden alınmıştır.
- Kasriel, E. (2016, August 31). Why we need solutions-focused journalism. <http://www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/be8991c7-c1c7-42e6-a371-f40278838fa2> adresinden alınmıştır.
- Li, M. (2021). The synergistic effects of solutions journalism and corporate social responsibility advertising. *Digital Journalism*, 9(3), 336-363.
- Li, Y. (2023). Assessing the role performance of solutions journalism in a global pandemic. *Journalism Practice*, 17(7), 1445-1464.
- Lough, K. & McIntyre, K. (2021). Transitioning to solutions journalism: one newsroom's shift to solutions-focused reporting. *Journalism Studies*, 22(2), 193-208.
- McGregor, S. C. & Stroud, N. J. (2016). How one community responded to solutions journalism. Massachusetts: Engaging News Project, 1-8.

- McIntyre, K. (2019). Solutions journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*, 13(1), 16-34.
- McIntyre, K. E. (2015). *Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories*. Chapel Hill: The University of North Carolina Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- McIntyre, K. E. & Lough, K. (2021). Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. *Journalism*, 22(6), 1558-1573.
- McIntyre, K., Lough, K. & Manzanares, K. (2018). Solutions in the shadows: The effects of photo and text congruency in solutions journalism news stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(4), 971-989.
- McIntyre, K. & Sobel, M. (2017). Motivating news audiences: shock them or provide them with solutions? *Communication & Society*, 30(1), 39-56.
- Midberry, J. & Dahmen, N. S. (2020). Visual solutions journalism: A theoretical framework. *Journalism Practice*, 14(10), 1159-1178.
- Muratoğlu, M. (2022, Eylül 6). Öyle hedefe böyle enflasyon! <https://www.sozcu.com.tr/2022/yazarlar/murat-muratoglu/oyle-hedefe-boyle-enflasyon-7348182/> adresinden alınmıştır.
- Murray, C. & Stroud, N. J. (2019). *The keys to powerful solutions journalism*. Texas: Center for Media Engagement.
- Nelson, J. L., & Dahmen, N. S. (2023). Appealing to news audiences or news funders? An empirical analysis of the solutions journalism network's revenue project. *Journalism Practice*, 1-18. doi: 10.1080/17512786.2023.2209779
- Powers, E. & Curry, A. (2019). No quick fix: How journalists assess the impact and define the boundaries of solutions journalism. *Journalism Studies*, 20(15), 2237-2257.
- Reeve, C. (2017, October 25). News and the negativity bias: What the research says. <https://the-wholestory.solutionsjournalism.org/news-and-the-negativity-bias-what-the-research-says-78a0bca05b11> adresinden alınmıştır.
- Reporters d'Espoirs (n.d.). Notre mission, notre histoire. Eylül 15, 2023 tarihinde <http://www.reportersdespoirs.org/notre-mission/> adresinden alınmıştır.
- Scott, C. (2016, Septemver 15). Why solutions journalism is guiding editorial decisions at the Huffington Post. <https://www.journalism.co.uk/news/how-solutions-journalism-is-guiding-editorial-decisions-at-the-huffington-post/s2/a674342/> adresinden alınmıştır.
- Similiarweb (2023, Aralık 1). En popüler web siteleri sıralaması: Türkiye genelinde en çok ziyaret edilen web siteleri. <https://www.similarweb.com/tr/top-websites/turkey/> adresinden edinilmiştir.

- SJN (n.d.). Mission. Eylül 15, 2023 tarihinde <https://www.solutionsjournalism.org/about> adresinden alınmıştır.
- Sözcü. (2021a, Mart 20). Naci Ağbal'ın 132 günü: Ne dedi, ne yaptı, neden gönderildi? <https://www.sozcu.com.tr/2021/ekonomi/naci-agbalin-132-gunu-ne-dedi-ne-yapti-neden-gitti-6325138/> adresinden alınmıştır.
- Sözcü. (2021b, Mart 20). Naci Ağbal'ın görevden alınmasına tepkiler: Ekonomik intihar. https://www.sozcu.com.tr/2021/ekonomi/naci-agbalin-gorevden-alinmasina-tepkiler-6324921/?utm_source=ilgili_haber&utm_medium=free&utm_campaign=ilgili_haber adresinden alınmıştır.
- T24. (2023, Haziran 9). Kavcıoğlu'nun 2 yıldan uzun süren Merkez Bankası başkanlığı karnesi: Enflasyon yüzde 85'in üzerini gördü; dolar kuru patladı. <https://t24.com.tr/haber/sahap-kavcioglu-nun-2-yildan-uzun-suren-merkez-bankasi-baskanligi-basarisizliklarla-dolu,1114660> adresinden alınmıştır.
- Thier, K. & Lin, T. (2022). How solutions journalism shapes support for collective climate change adaptation. *Environmental Communication*, 16(8), 1027-1045.
- Thier, K., Abdenour, J., Walth, B. & Dahmen, N. S. (2021). A narrative solution: The relationship between solutions journalism, narrative transportation, and news trust. *Journalism*, 22(10), 2511-2530.
- Ünüvar, İ., & Aktaş, H. (2022). Dünyada ve Türkiye'de Covid-19 pandemisinin ekonomik etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25(1), 124-140.
- Wenzel, A., Gerson, D., Moreno, E., Son, M. & Morrison Hawkins, B. (2018). Engaging stigmatized communities through solutions journalism: Residents of South Los Angeles respond. *Journalism*, 19(5), 649-667.
- Yeniçağ. (2021, Ekim 14). Hangi Merkez Bankası Başkanı döneminde dolar ne kadar arttı? <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/hangi-baskan-doneminde-dolar-ne-oldu-480283h.htm> adresinden alınmıştır.
- Yıldızgörür, M. R. (2023). Ne önemi var? Okuyucuların haberden kaçınma davranışları üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 11, 266-290.
- Yılmaz, T. (2022, Ocak 24). Holdingler reel büyüme hedefliyor. Erişim: <https://www.ekonomist.com.tr/makale/holdingler-reel-buyume-hedefliyor-28557> adresinden edinilmiştir.