

## Gerçek Ötesi Dönemde Türkiye’deki Lisans Öğrencilerinin Haber Tüketim ve Paylaşım Davranışları\*

### *News Consumption and Sharing Behaviors of Undergraduate Students in Turkey in the Post-Truth Era*

Yurdagül Ünal\*\*<sup>ID</sup>, İpek Şencan\*\*\*<sup>ID</sup> ve Serap Kurbanoglu\*\*\*\*<sup>ID</sup>

#### Öz

**Amaç:** Bu çalışma, Türkiye’deki lisans öğrencilerinin haber tüketim ve paylaşım davranışlarını araştırmak amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Araştırma, Türkiye’deki vakıf ve devlet üniversitelerinde lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde kota örnekleme kullanılmıştır. Veriler, Haziran-Temmuz 2020 tarihleri arasında çevrimiçi anket uygulanarak toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS yazılımı kullanılmış olup, bulguların sunumunda betimsel istatistiklerden ve ki-kare testinden yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Katılımcıların büyük bir çoğunluğu medya, haber ve bilgi okuryazarlığı konularında herhangi bir eğitim almamıştır. Haberleri aktif olarak takip edenlerin oranı %93 olup, en çok tercih edilen haber kaynakları Twitter, çevrimiçi haber siteleri ve gazeteler ile televizyondur. Tüm haber kaynakları arasında en az güvenilen kaynak sosyal medyadır. Medya, haber ya da bilgi okuryazarlığı konularının herhangi birinden eğitim alanların yaklaşık %70’i haberin kaynağını ya da platformunu kontrol etmektedir. Katılımcıların yarısı gazetecilerin haberlere kendi ön yargılarını yansıttığını düşünmektedir. Ayrıca, Türkiye’de haber medyasının tarafsız olduğuna inananların oranı sadece %5’tir. Koronavirüs (COVID-19) pandemisinin başlamasıyla birlikte katılımcıların %75’i daha sık haber takip etmeye başlamıştır.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular, lisans öğrencilerinin haber tüketim davranışlarının küresel haber tüketim davranışlarıyla uyumlu olduğunu ve özellikle haber doğrulama yöntem ve tekniklerini ele alan iyi planlanmış bir eğitim programına ihtiyaç duyduklarını göstermektedir.

**Özgünlük:** Bu çalışmanın özgün yanını, Türkiye’de üniversitede öğrenim gören gençlere odaklanarak onların haber tüketim ve paylaşım davranışlarını ele alması oluşturmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Gerçek ötesi; haber okuryazarlığı; sahte haber; haber tüketimi; mezenformasyon; dezenformasyon.

\* Bu çalışma, yazarlar tarafından ECIL2021’de sunulan “News consumption and sharing behaviors of individuals in the post-truth era” başlıklı bildirisinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş sürümüdür.

\*\* Hacettepe Üniversitesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü. E-posta: yurdagul@hacettepe.edu.tr  
Hacettepe University. Department of Information Management. E-mail: yurdagul@hacettepe.edu.tr

\*\*\* Hacettepe Üniversitesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü. E-posta: ipeksencan@hacettepe.edu.tr  
Hacettepe University. Department of Information Management. E-mail: ipeksencan@hacettepe.edu.tr

\*\*\*\* Hacettepe Üniversitesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü. E-posta: serap@hacettepe.edu.tr  
Hacettepe University. Department of Information Management. E-mail: serap@hacettepe.edu.tr

### **Abstract**

**Purpose:** *This study aims to investigate news consumption and sharing behaviors of university students in Turkey.*

**Method:** *The research was carried out on the students who are studying at the undergraduate level at foundation and state universities in Turkey. Quota sampling was used in sample selection. Data were collected by applying an online survey between June and July 2020. SPSS software was used in the analysis of the data, and descriptive statistics and chi-square test were used in the presentation of the findings.*

**Findings:** *Most of the participants did not receive any training on media, news and information literacy. 93% of the participants follow the news actively, and the most preferred news sources are Twitter, online news sites and newspapers, and television. Among all news sources, the least trusted source is social media. Approximately 70% of those educated in media, news or information literacy check the source or platform of the news. Half of the participants think that journalists reflect their own prejudices on the news. In addition, the rate of those who believe that the news media is impartial is only 5%. With the onset of the coronavirus (COVID-19) pandemic, 75% of the participants started to follow the news more frequently.*

**Implications:** *Findings seem to be in line with global news consumption behaviors of university students and indicate a need for a well-planned training program which specifically addresses news verification methods and techniques.*

**Originality:** *The original aspect of this study is that it focuses on young people studying at universities in Turkey and deals with their news consumption and sharing behaviors.*

**Keywords:** *Post-truth; news literacy; fake news; news consumption; disinformation; misinformation.*

### **Giriş**

Haberler günlük yaşamın bir parçası olarak metin, görsel, video gibi farklı biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. İnsanları uyaran, yönlendiren veya bağlayan bir bilgi ya da bir editörün haber olduğunu düşündüğü şey haber olarak servis edilebilmektedir. Öte yandan, sosyal medya ile birlikte, sosyal medya platformlarından ve sosyal çevreden elde edilen bilgilerin de haber olarak değerlendirilebildiği görülmektedir. Örneğin, Facebook ya da Twitter’deki “trend”lere bakarak bu platformlarda dünya, ülke ya da daha spesifik şeyler hakkında neler konuşulduğundan (paylaşıldığından) diğer bir deyişle, bu platformlardaki gündemden haberdar olunabilir (Digital Resource Center, t.y.).

Son dönemde en belirgin özelliklerinden biri belirsiz bilgilerin çoğalması olan gerçek ötesi (post-truth) bir çağda yaşanmaktadır. Gerçek ötesi bireylerin kendi duygu, düşünce ve inanışlarının gerçeklere kıyasla daha ağır basması durumu olarak adlandırılmaktadır (Oxford Languages, 2016). Bu dönem, habercilik kisvesi altında yayılan yanlış ve genellikle de sansasyonel bilgiler olarak ifade edilen sahte haberlerin (Fake news, t.y.) görünürlüğünün artmasına da zemin hazırlamıştır. Ancak, sahte haber kavramının günümüzdeki bilgi ortamında bulunan karmaşıklığı yansıtmakta yetersiz kalması ve özellikle siyasetçiler tarafından gazetecilere yönelik bir saldırı unsuru olarak kullanılmaya başlanması, kavramla ilgili tartışmaları gündeme getirmiştir. Bunun neticesinde, daha kapsayıcı nitelikteki bilgi

düzensizliği (information disorder) kavramı ortaya atılmıştır (Wardle, 2020). Bu çerçevede niyet ve motivasyon bakımından üç tür bilgi düzensizliğinden söz edilmektedir. Kasıtlı olarak yanlış ve zarar vermek üzere üretilen ve paylaşılan yanlış bilgiler *dezenformasyon*, yanlış veya yanıltıcı olduğunun farkında olmadan yani herhangi bir kasıt içermeden paylaşılan yanlış bilgiler ise *mezenformasyon* olarak ifade edilmektedir (First Draft, 2019, s. 8). Bir diğer kavram ise zarar vermek amacıyla paylaşılan doğru bilgileri tanımlamak üzere kullanılan *malenformasyondur* (First Draft, 2019, s. 8).

Günümüzün giderek karmaşıklaşan bilgi ortamında belirsiz bilgilerin miktarı ve yayılma hızı endişe verici bir oranda artarken (Vosoughi vd., 2018), aynı zamanda bireylerin de gerçek ve nesnel bilgiler yerine duygularına ve inançlarına hitap eden bilgilere inanma eğilimleri artmaktadır (Cooke, 2018). Bu durum, yanlış bilginin (dez/mezenformasyon) olumsuz etkilerinin ön plana çıkmasına da ortam yaratmıştır. Bu olumsuz etkiler sağlık, kriz anları (doğal afetler, terör olayları gibi), ulusal ve uluslararası siyasete kadar geniş bir yelpazede bireyden başlayarak topluma, ülkelere ve hatta zaman zaman ülkelerarası ilişkilere kadar yansımaktadır. Örneğin, Covid-19 sürecinde pandeminin yanı sıra elektronik ve fiziksel ortamlarda yanlış veya yanıltıcı bilgiler içeren çok miktardaki bilgiyle, bir diğer deyişle, infodemiyle de (World Health Organization, t.y.) mücadele edilmek zorunda kalınmıştır. Özellikle, Covid-19 aşılılarıyla ilgili ortaya atılan, “Nobel ödülü sahibi Luc Montagnier’in Covid-19 aşısı olanların iki yıl içinde öleceğini açıkladığı iddiası” (Korkmaz, 2021), “üç doz Covid-19 aşısı olanlara HIV bulaştığı iddiası” (Korkmaz, 2022) ve benzer iddiaların insanların aşılara olan güvenini sarsmayı hedef aldığı söylenebilir. Öte yandan, özellikle siyaset alanındaki dezenformasyon içerikli haberler, propaganda amaçlı olarak kullanılabilir. Örneğin, 2016’da gerçekleşen Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçim sürecinde, Hillary Clinton aleyhine birtakım iddialar ortaya atılmıştır. Bu iddialar içerisinde “Pizzagate skandalı” olarak tarihe geçen haber bir dezenformasyon örneğidir (Aisch vd., 2016; Gillin, 2016; Lacapria, 2016; Silverman, 2016). Bununla birlikte, son dönemde Rusya ile Ukrayna arasında artan gerilim, bunu tetikleyen yanlış ya da yanıltıcı paylaşımlar ve buna dahil olan herkesin bir çeşit propaganda savaşı içerisinde olduğunu söylemek mümkündür (Tisdall, 2022).

Bahsi geçen yanlış bilgi örnekleri bilinçli birer bilgi kullanıcısı ve haber tüketicisi olmanın gerekliliğini gözler önüne sermektedir. Demokrasiler, iyi bilgilendirilmiş vatandaşlarla işlerlik kazanır. Günümüzde medya ve internet muazzam miktarda bilgi sağlarken, doğruyu yanlıştan ayırma sorumluluğunu bireye bırakmaktadır. Bireylerin karmaşık konuları anlamak için zamanı, bilişsel kaynakları veya motivasyonu sınırlı olabilir, bu da kasıtlı olsun ya da olmasın yanlış bilgi paylaşımının artmasına katkıda bulunur (Canales, 2020). İçinde bulunduğumuz dönemde yanlış anlama ve yanlış inançların yaygınlık kazandığı ve yanlış inanç bir kez oluştuktan sonra onu yok etmenin zor olduğu bilinmektedir (Ecker vd., 2011, s. 570). Çoğunluk gerçekte yanlış olan bir şeye inanıyorsa, yanlış bilgi, bir toplumun çıkarlarına ters düşen siyasi ve toplumsal kararların (eğitim, sağlık ve ekonomi gibi farklı alanlarda) temelini oluşturabilir. Bireyler de yanlış bilgilendirilme durumunda kendi çıkarlarına uygun olmayan kararlar alabilir (Lewandowsky vd., 2012, s. 107). Bu nedenle, yanlış bilgi, hem demokrasiler için (Filloux, 2017) hem de toplumların ve bireylerin refahı için ciddi bir tehdit olarak görülmektedir.

Doğrulama platformlarının varlık göstermeye başlaması, önde gelen kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanan rehber niteliğindeki kaynaklar ile yanlış bilgiye yönelik hayata geçirilen ulusal ve uluslararası projeler bireylerde yanlış bilgiye yönelik farkındalık yaratmak ve bu sorunla mücadele edebilmeleri konusunda yol göstermek açısından atılan önemli adımlar arasında yer almaktadır. Doğrulama (verification), özellikle kullanıcı üretimi içerik söz konusu olduğunda, bir haberin “haber” haline gelmeden önce doğruluğunu değerlendiren bir süreçtir (Mantzaris, 2015). Doğruluk kontrolü (fact-checking) ise yayımlandıktan sonra gerçekleşen ve kamuya açık bir iddiayı güvenilir ve gerçek kaynaklarla karşılaştıran süreçtir (Mantzaris, 2015). Duke Reporters’ Lab tarafından yapılan son değerlendirmeye göre, Haziran 2021 itibariyle yaklaşık 102 ülkede toplam 341 aktif doğrulama projesi bulunmaktadır (2020’de bu sayı 290 idi) (Stencel ve Luther, 2021, 2020). Bunun yanı sıra doğrulama platformları açısından önemli bir denetim mekanizması sayılabilecek Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağının (IFCN) Şubat 2022 itibariyle dünya çapında onaylanmış ve aktif durumda olan toplam 108 imzacısı bulunmaktadır (“IFCN code of principles”, 2022). Türkiye’den IFCN imzacıları arasında yer alan doğrulama platformları Teyit<sup>1</sup> ve Doğruluk Payı’dır<sup>2</sup>.

Doğrulama platformlarının çabalarının yanı sıra yanlış bilgiye ilişkin farkındalık konusunda atılan bir diğer adımı ise çeşitli kurum, kuruluş ve dernekler bünyesinde hazırlanan rehberler, infografikler ve benzer kaynaklar oluşturmaktadır. Bunların başında, European Journalism Centre tarafından geliştirilmiş “Verification Handbook” gelmektedir. Türkçeye de “Doğrulama El Kitabı” adıyla çevrilen kaynak, haber doğrulamaya ilişkin yöntem ve araçlar konusunda yol gösterici bilgiler içermektedir (Silverman, t.y.). Bunun yanı sıra FactCheck.org tarafından sahte haberlerin tespit edilebilmesine yönelik birtakım ipuçlarından oluşan bir yol haritası hazırlanmıştır (Kiely ve Robertson, 2016). Bu yol haritası Uluslararası Kütüphane Dernekleri ve Kurumları Federasyonu (IFLA) Bilgi Toplumu Çalışma Grubu bünyesinde broşür şeklinde yayımlanmış ve Türkçe de dâhil olmak üzere farklı dillere çevrilmiştir (IFLA, 2020; Şencan, 2020, s. 4). Ayrıca, Covid-19 pandemisi ile birlikte broşürün Covid-19 baskısı da yayımlanmıştır (IFLA, 2021).

Yanlış bilgi sorununu merkeze alan ve ulusal veya uluslararası kapsamda hayata geçirilen projelerin önemli bir kısmı da soruna dikkat çekmeyi, bireylerin farkındalıklarını değerlendirmeyi ve onlara bu sorunla başa çıkabilmek için gerekli olan temel bilgi ve becerileri kazandırmayı hedeflemektedir (“Essential Projesi”, 2022; “İnfodemi ile etkin mücadele”, t.y.; “İnfodemi eğitimi projesi, 2022; “InfodemiLab”, 2022; “Türkiye’de bilgi düzensizliği ile mücadele”, t.y.).

İnsanların yalanlara ve yanlış bilgiye aldanmasını önlemek için en çok ihtiyaç duyulan şey, eleştirel düşünme ve haber okuryazarlığı becerilerini geliştirmeye yönelik eğitimlerdir. Nitekim, sözü edilen çabaların hemen hepsinde desteklenen şey de bireylerin bu becerilerini geliştirmeyi hedefleyen eğitimlerdir. Eleştirel düşünme becerilerinin kazanılması ve kullanımı, haber okuryazarlığının yanı sıra bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı gibi okuryazarlık türlerinin de önemli bir parçasıdır. Yapılan çalışmalar (Brisola ve Doyle, 2019; Cooke, 2018; Guess vd., 2020; Thomas vd., 2022) yanlış bilgi (dez/mezenformasyon) konusunun bilgi

<sup>1</sup> <https://www.teyit.org>

<sup>2</sup> <https://www.dogrulukpayi.com/>

okuryazarlığı veya medya okuryazarlığı çatısı altında da ele alınabildiğini göstermektedir. Bilgi okuryazarlığı, bilgi becerileri, üst düzey düşünme becerileri, bireysel beceriler ve çeşitli okuryazarlık becerilerinin birleşiminden oluşan, sosyal, ekonomik ve toplumsal konuların yanı sıra, etik ve yasal konularla da ilişkisi olan, bağımsız öğrenme ile yaşam boyu öğrenmeye temel oluşturan bir okuryazarlık türüdür (Kurbanoglu, 2010, s. 743). Daha genel bir tanıma göre ise erişilen ve kullanılan bilgilere yönelik eleştirel düşünme ve dengeli kararlar verme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Information Literacy Group, 2018, s. 3). Medya okuryazarlığı ise “çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisi” olarak tanımlanmaktadır (RTÜK medya okuryazarlığı, 2016). Haber okuryazarlığı ise, en genel anlamıyla farklı ortamlardan edinilen haberlerin güvenilirliğini değerlendirebilmek için eleştirel düşünme becerilerinin kazanılmasıdır (“Center for News Literacy”, 2016). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi eleştirel düşünme becerileri, haber, bilgi ve medya okuryazarlıklarının ortak bir noktası olarak ifade edilebilir.

Haber okuryazarlığı kapsamında bir bireyin eleştirel düşünmenin yanında, bilginin güvenilirliğini değerlendirebilme, bilgiyi seçebilme, bilgi seçiminin tükettiği içeriği şekillendirebileceğinin farkında olma, haber, görüş, reklam ve benzer içerikler arasındaki farkı anlayabilme, haber içeriklerinin kalitesi hakkında bilinçli olabilme, haber kaynağını değerlendirebilme, gazetecilerin amaç ve rollerini bilme, haberlerin toplumdaki rolünü anlayabilme gibi becerilere sahip olması da beklenmektedir (Şencan, 2020, s. 40). Haber okuryazarlığı bakış açısıyla, bireylerin habere ilişkin tutum, alışkanlık ve davranışlarını, anlamak, yanlış bilgiyle (dez/mezenformasyon) mücadele için daha etkili araçların seçilmesine katkı sağlar. Bunun yanı sıra geliştirilecek bir haber okuryazarlığı eğitim içeriğinin şekillendirilmesi açısından da önemlidir. Eğitim içeriğinde yer alacak ilgili konuların düzeyini belirlemeye, en uygun eğitim içeriğini geliştirmeye ve iyileştirmeye yardımcı olur. Buradan yola çıkarak, bu çalışmanın amacı, Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin haber davranış örüntülerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, öğrencilerin haber takibi, habere güven duyma, haber kullanım ve paylaşımları hakkındaki genel durumları ile haber medyası ile ilgili görüşleri ve yanlış bilgiye yönelik endişelerini ve haber doğrulama yaklaşımlarını saptamak hedeflenmektedir. Ayrıca, öğrencilerin haber davranış örüntülerinden yola çıkarak haber okuryazarlığı konusundaki eğitim ihtiyaçlarını ortaya çıkarmak da hedeflenmektedir. Bu alandaki ampirik araştırmalar artıyor gibi görünmekle birlikte mevcut veriler, kültürel farklılıkların, ülkeye özgü koşulların ve eğitim düzeyi ve yaş gibi demografik özelliklerin bireyin haber davranışı üzerinde etkisi olabileceğini göstermektedir (Gottfried ve Shearer, 2016; Silverman ve Singer-Vine, 2016; Newman vd., 2018; Head vd., 2018). Bu bağlamda, sağlıklı sonuçlara varmak için farklı ülke, eğitim düzeyi ve yaş gruplarından daha fazla ampirik veriye ihtiyaç vardır. Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin haber davranışlarını araştıran bu çalışmanın bulgularının mevcut literatüre bu anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Üniversite öğrencilerinin haber davranış örüntüleri nelerdir?
2. Üniversite öğrencilerinin haber davranış örüntüleri küresel haber davranış örüntüleriyle benzer midir?
3. Üniversite öğrencileri haber medyası hakkında ne düşünmektedir?

4. Üniversite öğrencilerinin haber davranış örüntülerinden yola çıkarak haber okuryazarlığı ile ilgili eğitim ihtiyaçları nelerdir?

### **Küresel Haber Davranış Modelleri**

Bireyler farklı amaçlarla haber takip edebilmekte bir diğer deyişle, haberlere erişebilmekte, haber okuyabilmekte, dinleyebilmekte ya da izleyebilmektedir. Haber takibi, haberden kaçınma, haber medyasına güven gibi unsurlara yönelik haber davranış modellerini ele alan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Newman, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021). Bunlar içerisinde en öne çıkan çalışma, Oxford Üniversitesi’ndeki Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsünün, 2012’den bu yana çeşitli ülkelerde haberlerin nasıl tüketildiğine dair yayımladığı yıllık raporlardır. Haber tüketimine ilişkin dünyada devam eden en kapsamlı karşılaştırmalı çalışma olan bu raporlar, farklı kıtalardan düzinelerce ülkede binlerce kişi üzerinde (örneğin, 2016’da 26 ülkeden yaklaşık 50.000 kişi, Türkiye’den 74.000’den fazla kişi, 2018’de 37 ülke, 2020’de 40 ülkeden 80.000’den fazla kişi ve 2021’de 46 ülke) yapılan anketlere dayanılarak hazırlanmıştır. Bunun yanı sıra ülke bazlı yapılan araştırma sonuçlarına dayanan birtakım çalışmalar da bulunmaktadır (KONDA medya raporu, 2019; Kong vd., 2021; Mitchell vd., 2021; Park ve Lee, 2020; Teyit ve Vircon Group, 2020; Türkiye’de kutuplaşmayı azaltmak, 2020; Walker ve Matsa, 2021; Wang, 2021).

### **Haber Kaynakları ve Haber Paylaşımı**

İnternet ile birlikte bireylerin haber almak için başvurdukları ve kullandıkları kaynaklar, bir diğer deyişle haber kaynakları çeşitlenmeye başlamıştır. 2012 ve 2017 yılları arasında haber almak için kullanılan kaynaklarla ilgili olarak çoğu ülkede bazı kuşak farklılıkları olmakla birlikte tutarlı bir örüntü görülmektedir. Televizyon (2016’da yaklaşık %70) ve çevrimiçi siteler (2016’da yaklaşık %75) en sık kullanılan haber kaynaklarıdır. Tüm ülkelerde, gençler ana haber kaynağı olarak sosyal medyayı ve çevrimiçi platformları kullanmayı tercih ederken, yaşlılar televizyonu kullanmayı tercih etmektedir (Newman, 2017, s. 10). 2019 yılında ise mesajlaşma uygulamalarının kullanımında artış görülmektedir (Newman, 2019, s. 9). Reuters’in anket bulguları, WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamalarının kullanımı ile siyasi mesajların gönderilmesinin güvenliği konusundaki endişeler arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir (Newman, 2018, s. 12-13).

Reuters’in 2018 anketine katılanların büyük çoğunluğu (%65), haberlere arama motorları, sosyal medya veya haber derleyiciler (news aggregators) gibi sıralama algoritmaları kullanan arayüzler aracılığıyla erişmeyi tercih etmektedir. Ancak bu konuda ülkeler arasında önemli farklılıklar olduğu da saptanmıştır (Newman, 2018, s. 13-14). Derleyiciler, güncelleme hızının yanı sıra birden fazla kaynağı tek bir yere getirme kolaylığı için, sosyal ağlar ise etkileşim için tercih edilirken, katılımcılar algoritmaların kullanımıyla ilgili bazı endişelerini dile getirmektedirler (Newman, 2016, s. 11-12). Çevrimiçi bağlamda, özelleştirilmiş haberler sunan kişiselleştirme ve küratörlük hizmetleri, insanların aşırı haber yüklemesinden kaçınmasının bir yolu olabilir (Lee vd., 2019; Song vd., 2017). Ancak bu tür kişiselleştirme uygulamalarının platformlar tarafından kullanılan algoritmalara bağlı olarak haber tüketicilerinin filtre

balonlarına<sup>3</sup> ve yankı fanuslarına<sup>4</sup> hapsolmesine neden olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim, Bilgi Okuryazarlığı Projesi kapsamında yayımlanan 2020 yılı raporunun odağı (Head, Fister ve MacMillan, 2020), Google, YouTube, Instagram, Facebook gibi platformların nasıl çalıştığı ve toplum üzerinde ne gibi etkileri olduğu konusunda öğrencilerin farkındalıklarını değerlendirme üzerinedir. Öğrencilerin çoğunun, sonuçları kişiselleştiren ve seçili bilgilere yönlendiren algoritmaların, basit ve verimli görünümünün arka planındaki karmaşıklığın ve algoritmaların bu şekildeki işleyişinin demokrasiyi ve ayrıca, bilinçli ve katılımcı vatandaşların yetiştirilmesini tehdit edebileceğinin bilincinde olduğu görülmüştür (Head vd., 2020, s. 27).

Genç kullanıcıların son yıllarda Instagram, Snapchat ve TikTok gibi daha görsel tabanlı sosyal ağları benimsemeye başladıkları anlaşılmaktadır. Bahsi geçen sosyal ağların kullanıcıları için temel motivasyon eğlence olsa da ruh sağlığı, iklim değişikliği, COVID-19 ve “Black Lives Matter” gibi ciddi haber konularının da bu ağlarda önemli ölçüde tartışıldığı görülmektedir (Andı, 2021, s. 54).

Türkiye özelinde yapılan bir çalışmada (Teyit ve Vircon Group, 2020, s. 15), Covid-19’un Türkiye’de de konuşulmaya başlanması ile birlikte, Covid-19 ya da bununla ilgili bir alt başlığa yönelik ilk defa konuşan ya da etkileşimde bulunan açık sosyal medya profillerinden oluşan bir Covid-19 kitlesi oluşturulmuştur. Bu kitlenin en çok Twitter, YouTube haber içerikleri, web siteleri, televizyon haber içerikleri ve yazılı basın yoluyla haber aldığı saptanmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde Twitter’ı en çok öne çıkan haber alma platformu yapan nedenler arasında, dönemin Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın sıklıkla Twitter’dan paylaşımlarda bulunması, Instagram’daki Bakanlık ve Bakan paylaşımlarının kaynağının Twitter’a dayanması, haber kaynaklarına olan güvenin azalmasıyla birlikte ilk elden olaylara tanık olabilmek istediğinin yer aldığı söylenebilir. Ayrıca, Bilim Kurulu ve hükümet toplantılarının canlı yayımlanması ve sağlık çalışanlarının anlık bildirimleri de bu duruma katkı sağlamış olabilir. Benzer bir bulgu, “Türkiye’de Kutuplaşmanın Boyutları 2020” araştırmasında da (Türkiye’de kutuplaşmayı azaltmak, 2020) elde edilmiştir. Katılımcıların koronavirüs hakkında güvenilen kaynak olarak ifade ettikleri kaynaklar arasında ilk sırayı Sağlık Bakanlığı (%64,3) almaktadır. Bunu Türk Tabipler Birliği (%27,3), televizyon kanalları (%25,3) ve Dünya Sağlık Örgütü (%25,2) takip etmektedir. Belirtilen kaynaklara bakıldığında bu durumu, katılımcıların koronavirüsle ilgili haber almak için güvendiği kaynaklar konusunda belirli bir bilinç düzeyine sahip oldukları şeklinde yorumlamak mümkündür.

Sosyal ağ kullanıcılarının temel motivasyonlarından yola çıkarak, sosyal ağların sadece keşfi değil, aynı zamanda haberlerin tartışılmasını ve paylaşılmasını da teşvik ettiğini söylemek mümkündür. İnternet haber kullanıcılarının yaklaşık dörtte biri (%24) ortalama bir hafta boyunca sosyal medya aracılığıyla haber paylaşmaktadır (Newman, 2016, s. 10). Sosyal medyada herhangi bir bilgi/haber paylaşımında, demografik özellikler, önceki paylaşım deneyimleri, kaynak güvenilirliği, içerik, kişisel ilgi, sosyal etki ve normlar, paylaşım kanalları

<sup>3</sup> Filtre balonu, insanların çevrimiçi ortamlardaki kendilerine özgü ve kişisel bilgi evrenleri olarak ifade edilebilir (Pariser, 2011).

<sup>4</sup> Yankı fanusu, benzer eğilim ve tutumlara sahip akranlar veya kaynaklar arasında tekrarlanan etkileşimler nedeniyle kullanıcıların bir konu hakkındaki görüşlerinin, politik eğilimlerinin veya inançlarının pekiştirildiği ortamlar olarak tanımlanabilir (Cinelli, Morales, Galeazzi, Quattrociochi ve Starnini, 2021, s. 1).

gibi birçok farklı faktör paylaşım kararını etkileyebilmektedir (Flintham vd., 2018; Li ve Sakamoto, 2014; Reis vd., 2017).

Hong Kong’da 147 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen bir çalışmada (Kong vd., 2021), öğrencilerin sosyal medyada haber kullanımlarını neyin motive ettiği ve bu motivasyonlarının haber medya okuryazarlık seviyeleri ile bağlantısı incelenmiştir. Elde edilen veriler, sosyal medyada haber kullanımında en etkili unsurun sosyalleşme güdüsü olduğunu göstermiştir. Ayrıca, haber medya okuryazarlık becerileri yüksek öğrencilerin, diğerlerine kıyasla sosyalleşme güdüsü sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, haber medyasının etkileri konusunda farkındalık sahibi öğrenciler daha yüksek düzeyde haber medya okuryazarlığına sahiptir. Buna göre, öğrencilerin sosyal ilişkilerini geliştirmek ve sürdürmek için sosyal medyadan haberleri paylaştıkları ve haber paylaşımı ve tartışmalar yoluyla belli bir topluluğa bağlı hissettikleri söylenebilir (Kong vd., 2021, s. 33, 40-41). Benzer bir başka çalışmada, ABD’deki bir üniversitede 23 öğrenci ile derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilerek Instagram üzerinden haber paylaşım deneyimleri değerlendirilmiştir. Buna göre öğrenciler, akran ağlarının bu platformda yer alması ve kolaylık gibi nedenlerle haber paylaşımı için Instagram’ı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, kendi özgün görüş ve tutumlarını ortaya koyan haberleri Instagram aracılığıyla paylaşmayı diğer sosyal ağlara göre daha az riskli buldukları belirlenmiştir. Öğrenciler için Instagram’da haber paylaşımında ilk sırayı “hikâye” (story) paylaşımı almakta olup, arkadaşlarından yanıt geldiğinde bunu derinlemesine sohbetler başlatmak için bir yol olarak değerlendirmektedirler (Wang, 2021). Sosyal ağ siteleri ve haber derleyiciler üzerinden haber paylaşımına odaklanılan bir başka çalışmada (Park ve Lee, 2020) ise elde edilen bulgular, sosyal paylaşım sitelerinden haberleri tüketirken haber paylaşımını harekete geçiren en güçlü motivasyonun statü arayışı olduğunu ortaya koymuştur. Haber derleyiciler bilgi arama güdülerini ile pozitif olarak ilişkilirken, sosyal medya ise statü arama ile pozitif olarak ilişkili bulunmuştur. Bulgular ayrıca, haberi bir derleyiciden alan kullanıcıların, onun gazetecilik gerçeğini haberi sosyal paylaşım sitelerinden alan kullanıcılara göre daha fazla algıladıklarını göstermiştir. Bu bulgu, derleyicilerin güvenilirlik algısının, nesnel ve sistematik haber derleme ile birlikte haber paylaşımını artırmada olumlu rol oynayabileceği şeklinde yorumlanmıştır (Park ve Lee, 2020).

“Türkiye’de Kutuplaşmanın Boyutları 2020” araştırmasında (Türkiye’de kutuplaşmayı azaltmak, 2020) katılımcıların sosyal medyada siyasi görüş paylaşımları da incelenmiştir. Twitter’ı siyasi görüşlerini paylaşmak için kullandığını bildirenlerin oranın sadece %10, Facebook’ta siyasi görüş paylaşanların oranın ise %7,2 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çalışmalar, sosyal medyada haber kullanımının öğrencilerin günlük hayatlarının kaçınılmaz bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Bu nedenle, öğrencilere sosyal medyada karmaşık bir haber ortamına maruz kalmadan önce sosyal medya ve potansiyel etkileri hakkında bilgi verilmesi gerekli hale gelmiştir. Ek olarak, öğrencilerin haber alışkanlıklarının, haber güdülerinin ve diğer psikolojik bileşenlerinin (örneğin, haberlerin etkilerine yönelik algılanan kontrol ve haber medya okuryazarlığı düzeyleri gibi) daha iyi anlaşılması, haberlerin öğretilmesini ve öğrenilmesini kolaylaştırmaya yardımcı olabilir. Bu sayede sosyal medya da haber okuryazarlığı eğitimi için verimli bir öğrenme aracı olarak kullanılabilir (Kong vd., 2021, s. 40-41).



### ***Haberden Kaçınma***

Haber kullanımı ve paylaşımı pek çok birey tarafından tercih edilmesine karşın haberden kaçınan bireyler de bulunmaktadır. Haber tüketimi eskiden her sabah gazete okumak, her akşam haberleri izlemek gibi günlük alışkanlıkların bir parçası iken (Benton, 2019) günümüzde haber, hemen her ortamdan bazen baş edemeyeceğimiz miktarda hayatımıza sızmaktadır. Buna bağlı olarak gelişen haberden kaçınma ve aşırı haber yüklemesi, bugün haber endüstrisinin karşı karşıya olduğu ek sorunlardır. Nitekim, Reuters Enstitüsü'nün 2017 Dijital Haber Raporu (Kalogeropoulos, 2017, s. 40), dünya genelinde katılımcıların haberden kaçınma ("bazen" veya "sıklıkla") oranlarının %6 (Japonya) ile %57 (Türkiye ve Yunanistan) arasında değiştiğini göstermektedir. Rapora göre, katılımcıların %48'i haberlerin kendilerini olumsuz etkilemesi nedeniyle, %37'si ise haberlere genellikle güvenmedikleri için haberden kaçındıklarını belirtmişlerdir. Reuters'in 2019 verileri, katılımcıların neredeyse üçte birinin (%32) aktif olarak haberlerden kaçındığını ve üçte birinin (%28) bu günlerde çok fazla haber olduğunu kabul ettiğini ortaya koymaktadır (Newman, 2019, s. 10-26). Reuters 2021 yılı raporuna göre de uzun vadeli bir perspektiften bakıldığında, zor bir süreçten geçiliyor olmasına rağmen bazı ülkelerde haberlere olan ilgide düşüş görülmektedir. Özellikle gençlerin ve daha düşük eğitime sahip olanların habere daha az ilgi gösterdiği ifade edilmektedir (Newman, 2021, s. 12). Haberlere ilişkin alternatiflerin sürekli artması (önce televizyon daha sonra İnternet ile medya seçeneklerinin çeşitliliğinin artması) insanların haberden kaçınmasının önemli nedenleri arasında gösterilirken, diğer nedenlerin pek çok ülkede görülen siyasi kutuplaşma ile haberlerin kişileri üzmesi olduğu anlaşılmaktadır (Newman, 2021, s. 12).

Bir başka çalışmada (Villi vd., 2022) ise haberlerden kaçınma konusu Arjantin, Finlandiya, İsrail, Japonya ve ABD'de medya tüketicileriyle yapılan 488 derinlemesine görüşme ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Elde edilen veriler, İsrail ve Finlandiya'da haberdar olmanın ulusal bir yükümlülük olarak algılanabileceği ve bu nedenle haberlerden kaçınmanın eleştirildiğini; Arjantin, İsrail ve ABD'de haber atlamanın (skipping news) rahatsız edici ve hatta üzücü siyasi haberlerden kaçınmak olarak anlaşılabilirliğini; Japonya'da ise haberlerden kaçınmanın öznel görüşlerden ve sansasyonel konulardan kaçınmayla ilişkili olabileceğini ortaya koymuştur. Buna bağlı olarak çalışmada, haberlerden kaçınmanın, bireysel faktörlerin yanı sıra belirli zaman dilimlerinin ve kültürel ve politik bağlamların bir parçası olarak ortaya çıkabileceğinin de göz önünde bulundurulması gerektiği savunulmaktadır. Örneğin, ABD verilerinde haber tüketimine ilişkin tükenmişlik tartışmaları daha çok 2016 yılındaki başkanlık seçimleri sonrasındaki siyasi atmosferden kaynaklanmıştır. Çalışma kapsamında görüşülen kişiler, haberin yarattığı olumsuz etkinin fazlalığına dikkat çekmiş ve haberlerin baş edebileceklerinden daha fazla olduğunu ifade etmişlerdir (Villi vd., 2022, s. 148, 158-159).

Türkiye özelinde yapılan çalışmada (Teyit ve Vircon Group, 2020, s. 15), gündem takibi ve gündemden kaçınma davranışları incelenmiş ve Covid-19 sürecinde özellikle 17 Mart 2020 sonrasında gündemden kaçınma ve Covid-19 bağlantılı trendlere verilen etkileşimlerin azaldığı belirtilmiştir.

### ***Haber Medyasına Güven ve Haber Medyası Hakkındaki Görüşler***

Ülkeler arasında farklılıklar görülse de Reuters’ın 2019 anketinden elde edilen veriler, haber medyasının son dakika haberlerini açıklamakta daha iyi bir iş çıkardığını ortaya koymaktadır (Newman, 2019, s. 26). Öte yandan, haber medyası tarafından kullanılan üslupla ilgili sorunlar olduğu görülmektedir. Yaklaşık on kişiden dördü (%39) haber medyasının olaylara çok olumsuz baktığını düşünmektedir (Newman, 2019, s. 27). Pew Araştırma Merkezi 2021 yılında, ABD’de 2.548 Twitter kullanıcısı üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçları; Twitter haber tüketicilerinin, Twitter’da gördükleri haberlerin doğruluğu ve miktarı hakkında genel olarak olumlu görüşe sahip olduğunu ancak Twitter’daki bilgilerin doğruluğuna “çok” güvendiklerini belirtenlerin oranının sadece %7 olduğunu göstermektedir (Mitchell vd., 2021).

Reuters 2021 raporuna göre, Covid-19 pandemisinin ardından haberlere duyulan güvenin ortalama %6 artış gösterdiği görülmektedir. Çoğu zaman habere güvendiğini belirtenlerin oranı %44’tür ve bu durum son yıllarda güven düzeyinde görülen düşüşün bir nebze tersine çevrildiğini ve 2018’deki seviyelere (%44) geri geldiğini göstermektedir. İnsanların en sık kullandıkları kaynaklara olan güven düzeyinde de artış (%50) görülmekle birlikte genel olarak güvenilen haber kaynakları ile sosyal medya veya arama sonucu ulaşılan haberler arasında büyüyen bir güven boşluğu bulunduğu anlaşılmaktadır (Newman, 2021, s. 9, 18).

KONDA Araştırma, Türkiye’de televizyonla değişen algılar, sosyal medyanın yükselişi ve 10 yıllık medya serüvenini ele alan bir medya raporu yayımlamıştır (KONDA medya raporu, 2019). Bilgiye ulaşmada internete ve sosyal medyaya olan güven bağlamında katılımcıların %34,9’unun internetin bir bilgiye ihtiyaç duyulduğunda ilk bakılacak yer olmadığını ifade ettiği görülmüştür. Bu bulguya yönelik soru direkt olarak sosyal medya bağlamında sorulmamış olmasına rağmen geri bildirimlerin sosyal medya ortamına güvensizlik şeklinde de yorumlanabileceği belirtilmektedir (KONDA medya raporu, 2019, s. 8-9). Buna paralel olarak, aynı raporda, sosyal medyanın toplumun “başbelası” olarak algılanma oranının 2014’te %27 iken, 2016’da %50’ye, 2018’de ise %57’ye yükseldiği de görülmektedir. Katılımcıların yarıdan fazlasının sosyal medyayı toplumun “başbelası” olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Sonuçlar ayrıca, haber almak için en çok (%72,3) televizyona güvenildiğini göstermektedir. İnternet haber sitelerine duyulan güven %14,7 iken bu oran sosyal medya için %5,8’dir. Bu durum, Türkiye’de ana akım haber ortamlarının halen baskın olduğu şeklinde yorumlanmıştır (KONDA medya raporu, 2019, s. 11).

### ***Yanlış Bilgi (Mez/Dezenformasyon) ile İlgili Endişeler***

Reuters’ın 2018 küresel anketine katılanların yarısından fazlası (%54) sahte haberlerle ilgili endişelerini dile getirmişlerdir. Önemli ülke farklılıkları olmasına rağmen (Newman, 2018, s. 18), mez/dezenformasyonla ilgili küresel endişeler sonraki yıllarda yüksek kalmaya devam etmiştir (2020’de %56) (Newman, 2020, s. 17). İnsanlar, yanlış bilgilendirme bakımından sosyal medyayı (%40), haber sitelerinin (%20), WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamalarının (%14) ve arama motorlarının (%10) çok ilerisinde en büyük endişe kaynağı olarak görmektedirler (Newman, 2020, s. 19). Pew Araştırma Merkezi’nin 2020 yılında yaptığı araştırmaya göre, sosyal medyadan haber alan Amerikan halkının çoğu, haberin doğruluğunu sorgulamamaktadır. Sosyal medyada nadiren haber alanlar %59’u, haberlerin büyük ölçüde

yanlış olmasını beklediğini dile getirmiştir (Shearer ve Mitchell, 2021). Reuters 2021 yılı anketine göre ise, yanlış bilgi konusundaki endişe 2020 yılına göre biraz daha yüksektir (%58). Yanlış bilgiye yönelik endişede Afrika (%74) ilk sırada yer alırken, onu Latin Amerika (%65), Kuzey Amerika (%63), Asya (%59) ve Avrupa (%54) takip etmektedir. Öte yandan, 2021 yılında yanlış bilgi konusunda koronavirüs ile ilgili bilgilerin ön plana çıktığı görülmektedir. Ankete katılanlar, ortalama olarak koronavirüs hakkında (%54) siyasetten (%43) daha fazla yanlış ve yanıltıcı bilgi gördüklerini ifade etmişlerdir. Yanlış bilgi içeren diğer konular ise aktörler, müzisyenler ve spor yıldızları (%29), ürünler ve hizmetler (%22) ile iklim değişikliğidir (%20) (Newman, 2021, s. 21).

Türkiye özelinde yapılan bir çalışmada (Teyit ve Vircon Group, 2020, s. 15), 2020 Mart ayı ile birlikte dezenformasyon içeren, bot ve spam içeriklerin hem gündemde kalma sürelerinin hem de bunlara verilen tepkilerin azaldığı tespit edilmiştir (pandeminin başında Türkiye gündeminde %20'den fazla bot/spam gönderi oranına sahip trendler bile yaklaşık iki gün boyunca gündemde kalmakta idi). Bu süreçte, dönemin Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, Sağlık Bakanlığı, Mansur Yavaş, Ziya Selçuk, DW Türkiye, Teyit ve Evrim Ağacı gibi hesap ve platformların yükselişe geçtiği görülmüştür. Bu durum, resmi kaynaklardan gelen bilginin değerinin fark edildiği ve arttığı, Covid-19 kitlesinin ve özellikle sosyal mecralardan haber alabilmek için yeni hesap açan kitlenin çok daha bilinçlendiği, doğru bilgiye değer verdiği şeklinde yorumlanmıştır.

## Yöntem

Çalışma nicel bir çalışma olup, betimleme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye'de lisans düzeyinde (birinci ve ikinci öğretim) eğitim veren vakıf ve devlet üniversitelerinin öğrencileri oluşturmaktadır. İlgili üniversiteleri belirlemek için YÖK Bilgi Sisteminden yararlanılmış ve bu kriterlere uygun 190 üniversite tespit edilmiştir<sup>5</sup>. Örneklemi belirlemek için, kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kota örnekleme matrisi oluşturmak için üniversiteler kuruluş yıllarına (2000 öncesi, 2000 ve sonrası) ve statülerine göre (devlet ve vakıf) sınıflandırılmış ve ilgili değişkenlere göre her bir kotadaki toplam öğrenci sayıları belirlenmiştir (Tablo 1).

Anket çalışması kapsamında evreni temsil edecek örneklem büyüklüğü aşağıdaki formüllere göre hesaplanmıştır (Cochran, 1963, s. 75).

$$n_0 = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (\text{Formül 1})$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}} \quad (\text{Formül 2})$$

<sup>5</sup> Örneklemenin belirlenmesinde araştırmanın yapıldığı tarihte YÖK Bilgi Sistemi üzerinden erişilebilen mevcut en son liste (2018-2019 Öğretim Yılı üniversiteler listesi) esas alınmıştır.

Formüllerde kullanılan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

N: Evren büyüklüğü

$n_0$ : Örneklem büyüklüğü

n: Düzeltilmiş örneklem büyüklüğü

z: Seçilen güven düzeyine karşılık gelen z tablo değeri

p: İncelenen olayın görülme oranı

q: İncelenen olayın görülmemesi oranı ( $q = 1 - p$ )

e: Örnekleme hatası

Araştırmamızda evren %99 güven düzeyinde  $e=0,05$  ile temsil edilmektedir. Hesaplamalar doğrultusunda ilgili değişkenlere göre evrenin %99 güven düzeyinde 0,05’lik örnekleme hatası ile temsil edilebilmesi için gerekli örneklem sayıları (Toplam 655) Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1**

*Evren ve örneklem büyüklüğü*

Kuruluş yılı	2000 öncesi		2000 ve sonrası		Toplam
	Devlet	Vakıf	Devlet	Vakıf	
Üniversite sayısı	53	19	73	45	190
Öğrenci sayısı	1.401.992	177.198	567.852	201.493	2.348.535
Örneklem sayısı	398	51	162	44	655

Çalışma için gerekli veriler Haziran-Temmuz 2020 tarihleri arasında Google Forms üzerinde hazırlanan çevrimiçi anket ile toplanmıştır. Anket için Hacettepe Üniversitesinden Etik Kurul izni alınmıştır. Ankete katılım gönüllülük bazında gerçekleşmiştir. Katılımcılara uygulanan anket toplam 24 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde; cinsiyet, eğitim almakta oldukları üniversite gibi öğrencilerle ilgili demografik bilgileri toplamak amacıyla hazırlanmış sorulara, diğer bölümlerde ise haber takibi/izleme, haberlere duyulan güven ve doğrulama eğilimi ve görüşlerle ilgili sorulara yer verilmiştir. Soruların bir kısmı bir ya da birden çok yanıt işaretlenebilen yapıda çoktan seçmeli, bir kısmı da beşli likert ölçeğine göre düzenlenmiştir.

Veri setinin analizi için Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) istatistik yazılımı kullanılmıştır. Google Forms aracılığıyla toplanan veriler Excel dosyası olarak indirilmiş ve SPSS’e aktarılarak verileri analize hazır hale getirmek amacıyla gerekli kodlamalar yapılmıştır. Veriler analiz edilirken, beşli likert ölçeği ile toplanan verilerde seçenekler birleştirilmiş (katılıyorum + kesinlikle katılıyorum ya da katılmıyorum + kesinlikle katılmıyorum) ve bulgular kısmında bu şekilde yorumlanmıştır. Bulguların sunumunda betimsel istatistiklere ve ki-kare testine yer verilmiştir.

## **Bulgular**

Bulguların sunumunda öncelikle genel bilgilere yer verilmiştir. Ardından da öğrencilerin haber takip durumları ile başvurdukları haber kaynakları, haberlere ve haber kaynaklarına güven durumları, yanlış bilgi hakkındaki endişeleri, haber doğrulamaya yönelik eğilimleri, sosyal

medyada haber paylaşım davranışları, genel anlamda haber medyası ile Türkiye'deki haber medyasına ilişkin görüşleri ve koronavirüs pandemisi sürecindeki haber takip ve paylaşım davranışlarına ilişkin bulgulara değinilmiştir.

### **Genel Bilgiler**

Araştırmaya 92<sup>6</sup> üniversitedeki farklı disiplin ve bölümlerden toplam 655 lisans öğrencisi katılmıştır. %60'ını kadınların oluşturduğu katılımcıların %85'i devlet, %15'i vakıf üniversitelerinde öğrenim görmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu medya, haber ve bilgi okuryazarlığı konusunda herhangi bir eğitim almadığını belirtmiştir (sırasıyla %76, %82, %74). Medya, haber ya da bilgi okuryazarlığı ile ilgili eğitim aldığı belirten az sayıdaki öğrencinin ise ilgili eğitimi çoğunlukla üniversitede aldığı görülmektedir (sırasıyla %13, %10, %14).

### **Haber Takibi ve Kaynakları**

Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%93) haberleri aktif olarak takip etmektedirler. Haber takip etme sıklıklarının %60'ı günde birkaç, %29'u günde bir defa olarak belirtmişlerdir. Haftada sadece birkaç kere haber takip ettiğini (%10) belirtenler de mevcuttur. Olumsuz etkilenme (%4), doğruluğuna güvenmeme (%3), ilgilenmeme (%2), sahte (yalan) haberi doğru haberden ayıramama (%2) ve zaman bulamama (%1) gibi nedenlerle az da olsa (%7) haber takip etmeyen öğrencilerin de olduğu görülmektedir.

En çok izlenen haber konularının başında siyaset %71 ile ilk sırada, eğitim ve sağlık %68 ile ikinci sırada gelmektedir. Bilim (%61), teknoloji (%55), işletme ve ekonomi (%54) alanlarındaki haberlerin de takip oranı %50'nin üzerindedir. Kültür ve sanat (%48), spor (%37), yerel konular (%35), magazin ve eğlence (%17) ile ilgili haberlerin nispeten daha az ilgi gördüğü anlaşılmaktadır.

Twitter (%29), çevrimiçi haber siteleri ve gazeteler (%28) ve televizyon (%26) üniversite öğrencilerinin en çok tercih ettiği ana haber kaynaklarıdır. Sosyal çevre (%6) ve YouTube'un (%3) haber kaynağı olarak tercih edilme oranları oldukça düşüktür. Basılı gazeteler, Facebook, bloglar, radyo ve kapalı mesajlaşma uygulamalarının ise tercih oranları yok denecek kadar azdır (%1'den az).

### **Haberlere ve Haber Kaynaklarına Duyulan Güven**

Öğrencilerin en az yarısı, hangi kaynaktan gelirse gelsin, %82'si ise sosyal medyada karşılaştığı haber, yorum, fotoğraf gibi bilgilerin doğruluğundan farklı ölçeklerde (bazen + sıklıkla + her zaman) şüphelenmektedir. Tüm haber kaynakları arasında en az güvendikleri sosyal medyadır. %15'i radyo, %12'si basılı gazete ve %10'u televizyon aracılığıyla karşılaştıkları haberlerin doğruluğundan hiçbir zaman şüpheye düşmediğini belirtmiştir (bkz. Şekil 1).

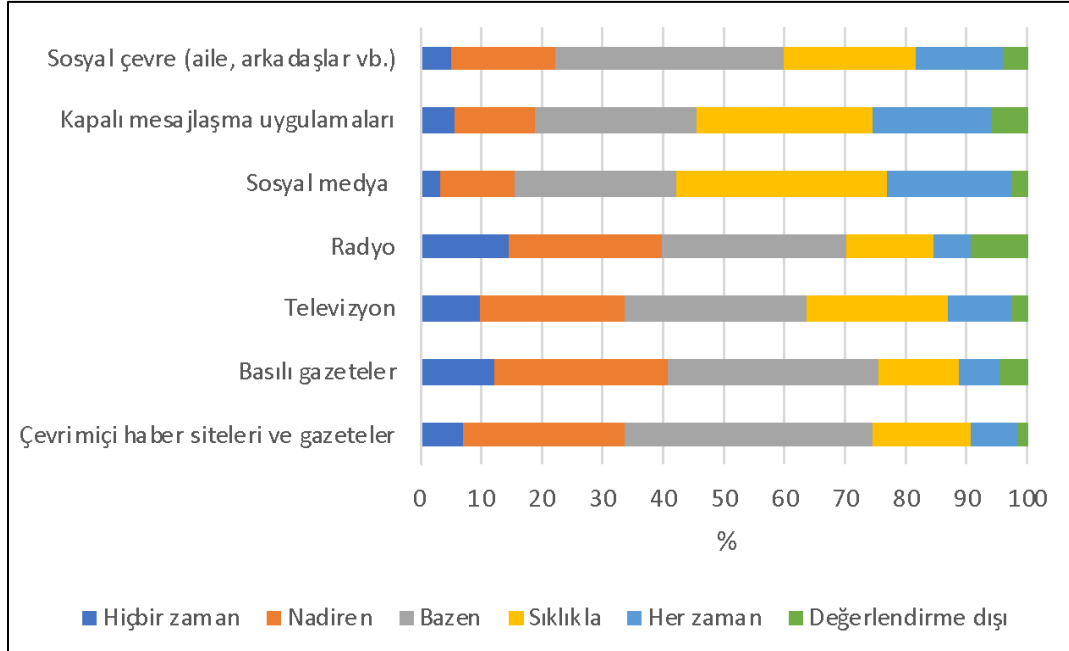
Konu uzmanlarının (kişi ya da kurum) en güvenilir bilgi/haber kaynağı (%81) olduğu görülmektedir. Hükümet yetkilileri %34 ile ikinci sırada gelirken, tanınmış gazetecilere güven

<sup>6</sup> Katılımcıların çoğunluğu (%63) 14 farklı üniversiteden gelmektedir. Katılım yüzdesine göre en yüksekte en düşüğe sırasıyla bu üniversiteler şu şekildedir: *Hacettepe, Kocaeli, İstanbul, Çankaya, Gazi, Afyon Kocatepe, Kastamonu, Ankara Yıldırım Beyazıt, Batman, ODTÜ, Çankırı Karatekin, İstanbul Esenyurt, Atatürk, Tokat Gaziosmanpaşa.*

sadece dörtte bir oranındadır. Oy verilen siyasi parti temsilcilerine (%6) ve sosyal medya fenomenlerine (%1) haber kaynağı olarak güven yok denecek kadar azdır.

### Şekil 1

Haber medyasına duyulan güven



### Yanlış Bilgi (Mez/Dezenformasyon) Hakkında Endişe

Katılımcıların yaklaşık yarısının (%49) “sahte haberler” ile ilgili endişelerinin olduğu ve sahte haberlerin tüm haberlerden şüphe duymalarına neden olduğu görülmektedir. Sahte haberleri tespit edebileceğini düşünenlerin oranı ise sadece %35’tir. Bu konuda kendinden emin olmayanların oranının (%41) nispeten yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin %71’inin kaynağını bilmediği habere güvenmediği, az da olsa bazı öğrencilerin ise kaynağı ne olursa olsun haberlere güven sorunu yaşadığı anlaşılmaktadır (%12). Çoğunluk (%72) bir haberin doğruluğuna kanıtlara dayanarak karar verirken içgüdüleri ile karar verenlerin de (%10) olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %75’inin doğruluğunu kontrol etmediği bir haberi/bilgiyi paylaşmadığı, %28’inin ilgisini çeken ya da etkilendiği haberleri, %43’ünün de sadece güvendiği kaynaklardan gelen haberleri sosyal medyada paylaştığı anlaşılmaktadır. Yaklaşık yarısının (%45) siyasi içerikli haber paylaşımı konusunda endişe duyduğu görülmektedir.

Sosyal medyada kendileriyle farklı görüşte olan kişileri takip etme oranı %61 iken, az da olsa bazı öğrenciler (%13) sadece kendisiyle aynı görüşte olanları takip etmektedir.

### Haberleri Doğrulama

Katılımcıların %40’ı karşılaştıkları haberleri sıklıkla ya da her zaman, %43’ü ise bazen doğruladığını belirtmiştir. Doğrulama için en yaygın başvurdukları yöntemler ise %73 ile farklı platformlarda aynı haberi incelemek, %60 ile haberin hangi kaynaklarda/platformlarda yer aldığına ve kim tarafından yayımlandığına ya da paylaşıldığına bakmak şeklindedir. Dış

kaynaklı (yurt dışı) haberleri inceleme, aile bireylerine ya da arkadaşlara başvurma öğrencilerin yaklaşık dörtte biri, haberin geçmişte de yayımlanıp yayımlanmadığını kontrol etme ise beşte biri tarafından tercih edilmektedir. Doğrulama platformlarına başvuru oranı (%16) ise oldukça düşüktür (bkz. Şekil 2).

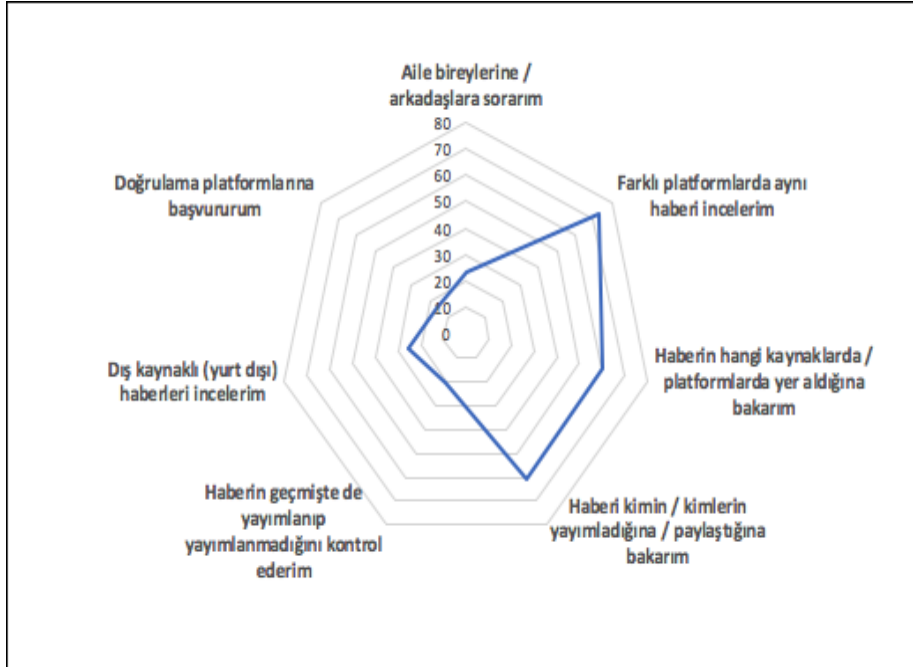
Haberin hangi kaynakta/platformda yer aldığını kontrol etme ile medya okuryazarlığı ( $\chi^2_{(1)}=7,636$ ;  $p=0,006$ ), haber okuryazarlığı ( $\chi^2_{(1)}=4,895$ ;  $p=0,027$ ) ve bilgi okuryazarlığı ( $\chi^2_{(1)}=7,411$ ;  $p=0,006$ ) konusunda eğitim alma arasında düşük ama istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır. Bu konuların herhangi birinde eğitim alanların yaklaşık %70'i haberin kaynağını ya da platformunu kontrol ettiğini belirtmiştir.

Öğrencilerin haberlerde kullanılan ve şüphelendikleri görselleri doğrulama ile ilgili yetkinliklerinin sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Görsel doğrulamayı bilmeyenlerin oranı %43, herhangi bir görsel doğrulama platform ya da aracını kullanmayanların oranı ise %14'tür. Başvurulan platform ya da araçların başında Google Görseller<sup>7</sup> %37 ile ilk sırada gelmektedir. Google Earth<sup>8</sup> (%11), TinEye<sup>9</sup> (%4) ve Foto Forensics<sup>10</sup> (%4) gibi diğer platform ya da araçların kullanım oranları ise oldukça düşüktür.

Doğruluk kontrolü platformlarının takip oranlarının da oldukça düşük olduğu görülmektedir. Öğrencilerin çoğunluğu (%69) hiçbir platformu takip etmediğini belirtmiştir. Takip edilen platformlar arasında ise Evrim Ağacı<sup>11</sup> (%18) ve Teyit<sup>12</sup> (%16) ilk iki sırada gelmektedir.

## Şekil 2

### Haber doğrulama



<sup>7</sup> <https://www.google.com/imghp?hl=TR>

<sup>8</sup> <https://earth.google.com/>

<sup>9</sup> <https://tineye.com/>

<sup>10</sup> <http://fotoforensics.com/>

<sup>11</sup> <https://evrimagaci.org/>

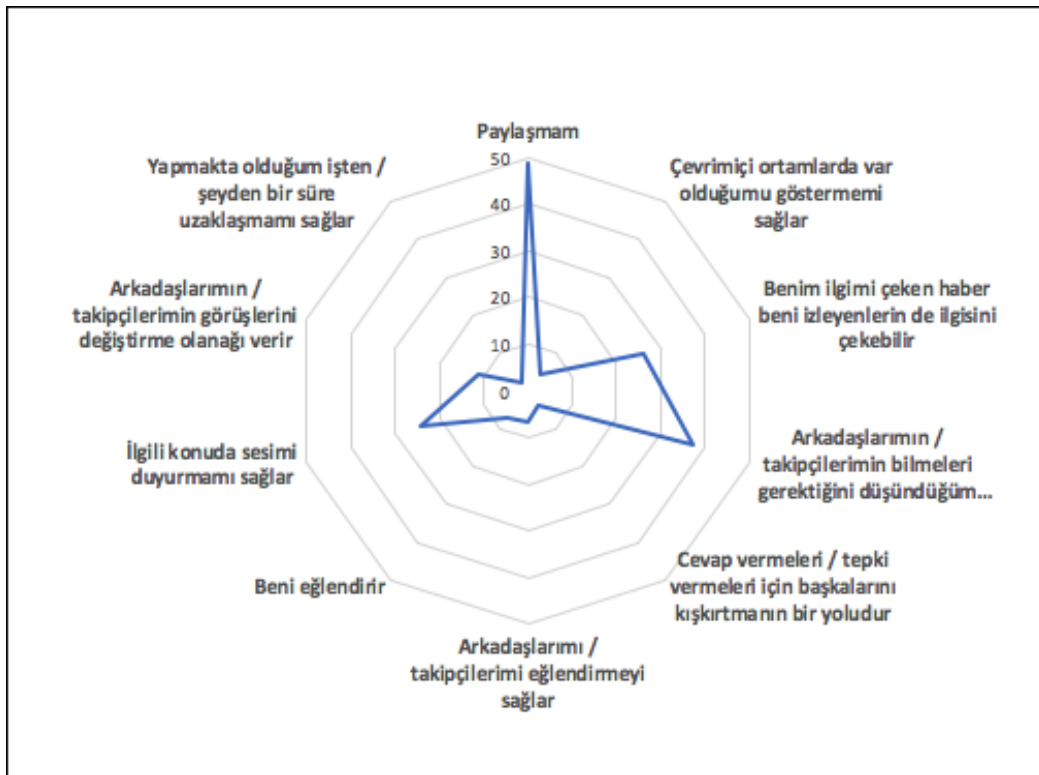
<sup>12</sup> <https://teyit.org/>

### **Sosyal Medyada Haber Paylaşma**

Katılımcıların yaklaşık yarısı sosyal medya platformlarında haber paylaşmaktadır ve bu paylaşımların arkasında farklı motivasyonların olduğu görülmektedir. Arkadaş ya da takipçilerin bilmeleri gerektiği düşünülen şeyleri paylaşmaya imkân vermesi bu motivasyonun başında gelmektedir (%37). Katılımcıların yaklaşık dörtte biri kendi ilgisini çeken haberlerin, onu izleyen kişilerin de ilgisini çekebileceğini (%26) ve sosyal medyada haber paylaşmanın ilgili konuda sesini duyurmasını sağladığını (%24) düşünmektedir. Yaklaşık %10’unun arkadaşlarının/takipçilerinin görüşlerini değiştirmeye olanak verdiği için paylaşım yaptığı anlaşılmaktadır (bkz. Şekil 3).

#### **Şekil 3**

*Haber paylaşım motivasyonları*



Öğrencilerin haftalık haber paylaşım eylemleri araştırılmıştır. Yaklaşık yarısı bir haberi beğendiğini (%50), arkadaşları ya da iş arkadaşlarıyla bir haberle ilgili yüz yüze (%53) ya da çevrimiçi (%48) konuştuğunu ve WhatsApp, Facebook Messenger gibi kapalı mesaj uygulamalarında haber paylaştığını (%47) belirtmiştir. Sosyal medyada haber paylaşma (%28), Facebook, Twitter gibi sosyal ağlarda bir habere yorum yazma (%19) oranları ise daha düşüktür (bkz. Şekil 4).

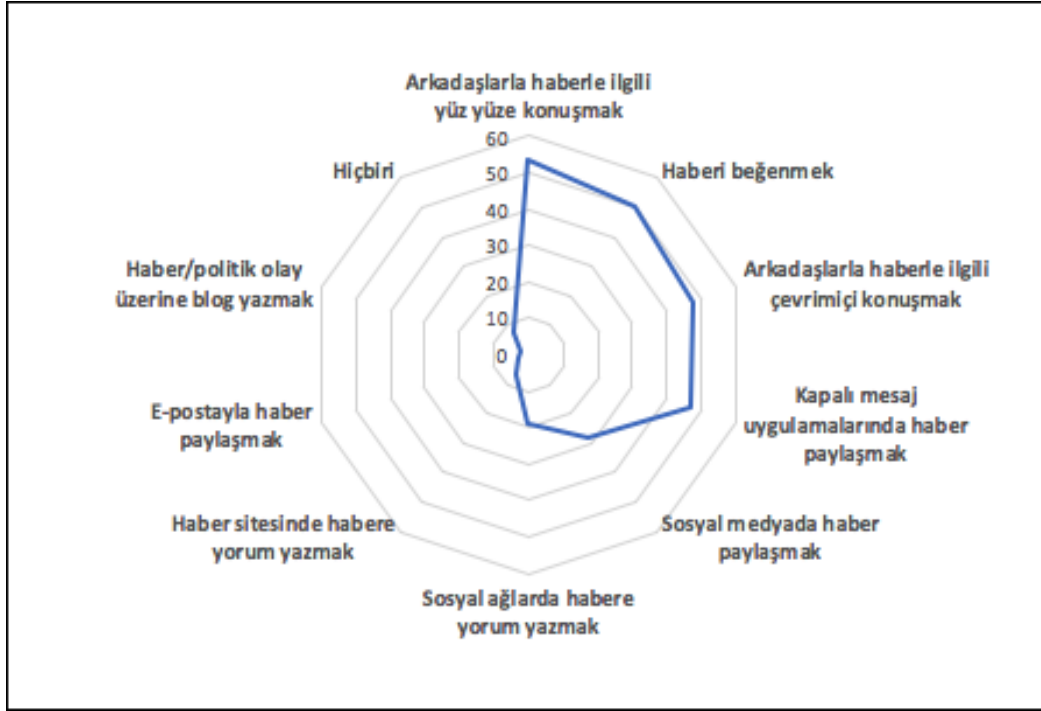
Son dakika haberlerini sosyal medyada paylaşmadan önce katılımcıların yaklaşık üçte biri (%35) bilginin güncelliğini kontrol etmektedir. Başka bir kaynaktan doğruluğunu kontrol (%23), varsa haberle ilgili yorumları okuma (%23), haberi baştan sona okuduktan sonra karar verme (%23) ve haberi kimin postaladığını/tweetlediğini kontrol etme (%22) oranları ise yaklaşık dörtte birdir. Sosyal medyada son dakika haberlerini paylaşmadan önce çok sık olmasa da gerçekleştirilen diğer eylemler ise; varsa hashtag’i (#) kontrol etmek (%17), kaynağını



kontrol etmek için varsa URL'ye bakmak (%15), ekran görüntüsü alıp arkadaşlara ne düşündüğünü sormak (%10), haberin kaç kez paylaşıldığına (re-tweet) (%6) ve beğenildiğine (like) (%5) bakmak şeklindedir.

#### Şekil 4

*Haber paylaşımı*



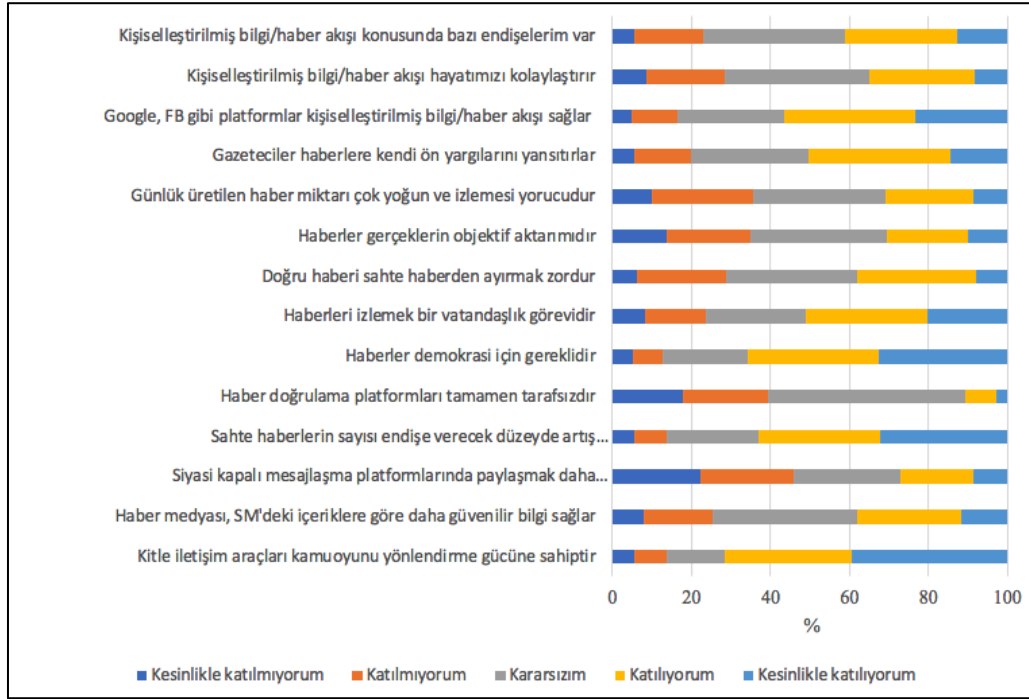
#### *Haber Medyası Hakkında Görüşler*

Haber takibinin ve doğru haber tüketiminin vatandaşlık bilinci açısından önemi ve gerekliliği tartışılmaz. Öğrencilerin bu konudaki görüşleri araştırıldığında; haberlerin demokrasi için gerekli olduğunu düşünenlerin oranı %66 iken, haberleri izlemenin bir vatandaşlık görevi olduğunu düşünenlerin oranı %51'dir. Katılımcıların yaklaşık dörtte üçü (%72) kitle iletişim araçlarının kamuoyunu yönlendirme gücüne sahip olduğunu düşünmektedir (bkz. Şekil 5).

Öğrencilerin %38'i haber medyasının, sosyal medya platformlarında yer alan kullanıcı üretimi içeriklere göre daha güvenilir bilgi sağladığı ve %30'u haberlerin gerçeklerin objektif aktarımı olduğu önermelerine katılmaktadır. Gazetecilerin haberlere kendi ön yargılarını yansıttığını düşünenlerin oranı ise %50'dir. Haber medyasının tarafsızlığına olan güvene benzer bir şekilde haber doğrulama platformlarının tamamen tarafsız olduğuna inanma oranı da oldukça düşüktür (%11) (bkz. Şekil 6). En çok takip edilen haber doğrulama platformu Evrim Ağacını takip edenlerin sadece %16'sı, Teyit'i takip edenlerin sadece %25'i bu tür platformların tamamen tarafsız olduğu önermesine katılmaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısının kararsız olduğu görülmektedir (sırasıyla %49, %52).

## Şekil 5

### Haber medyası hakkında görüşler



Herhangi bir günde üretilen haber miktarının çok yoğun olduğunu ve takip etmenin yorucu olduğunu düşünenlerin oranı %31’dir.

Sahte haberlerle ilgili endişelerden biri de bunların artış düzeyidir. Öğrencilerin %63’ü bu endişeyi taşımakta ve doğru ve sahte haberi ayırmanın çok da kolay olmadığını düşünmektedir (%38). Siyasi içerikli haberleri takip ya da paylaşma ile ilgili de hep bir endişe olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin %27’si bu tür haberleri WhatsApp / Messenger gibi kapalı mesajlaşma platformlarından paylaşmanın daha güvenli olduğunu düşünmektedir.

Google, YouTube, Instagram ve Facebook gibi platformların kullanıcıların önceki davranışlarına göre kişiselleştirilmiş bilgi/haber akışı sağladığı bilinmektedir ve öğrencilerin yarıdan fazlası (%57) bunun farkındadır. %35’i kişiselleştirilmiş haber akışının hayatı kolaylaştırdığını düşünürken, %41’inin bu konuda bazı endişelerinin olduğu anlaşılmaktadır. Haber kanalı olarak ilk tercihi Twitter (N=177) olanların %42’si kişiselleştirilmiş haber akışının hayatı kolaylaştırdığını düşünürken %40’ının bu konuda bazı endişelerinin olduğu görülmektedir.

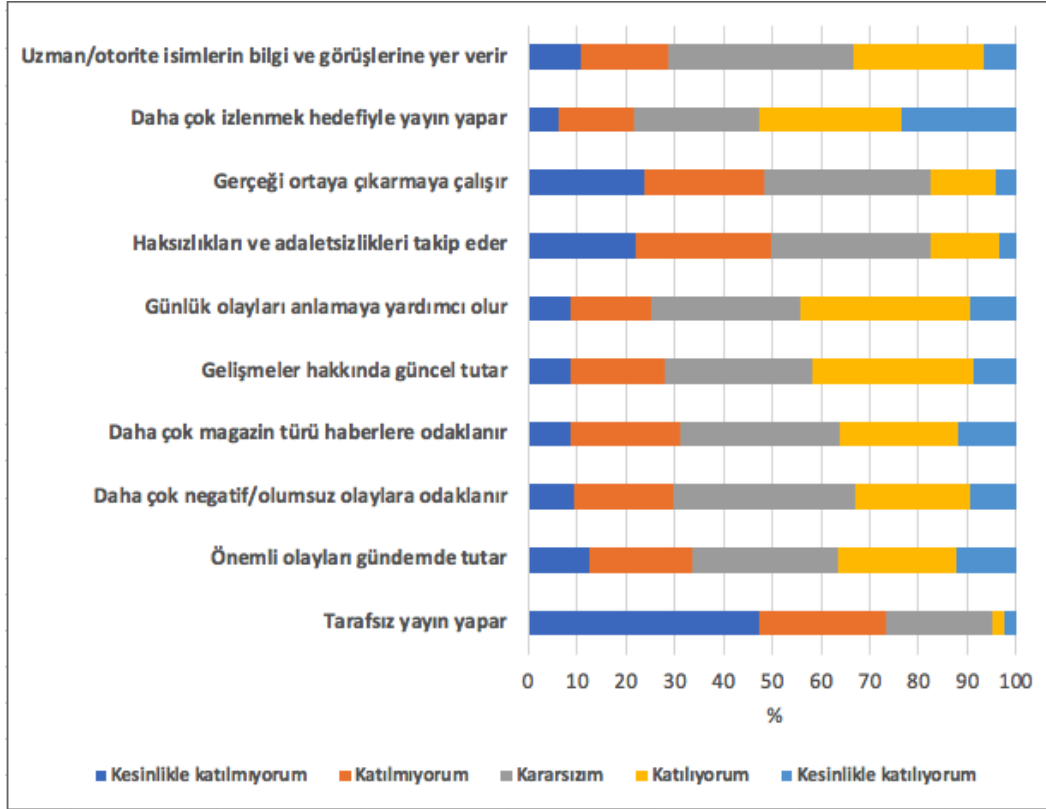
### Türkiye’deki Haber Medyası ile İlgili Görüşler

Öğrencilerin sadece %5’i Türkiye’de haber medyasının tarafsız olduğuna inanmaktadır. Tarafsızlığına genel olarak inanmamakla birlikte %42’si haber medyasının kendilerini geliştirmeler hakkında güncel tuttuğunu, %44’ü günlük olayları anlamalarına yardımcı olduğunu ve %37’si önemli olayları gündemde tuttuğunu düşünmektedir. Haksızlıkları ve adaletsizlikleri takip ettiğini ya da gerçekleri ortaya çıkarmaya çalıştığını düşünenlerin oranı ise oldukça düşüktür (sırasıyla %18, %17) (bkz. Şekil 6).

Katılımcıların yaklaşık üçte biri haber medyasının konu uzmanı/otorite isimlerin bilgi ve görüşlerini içerdiğini ve genellikle olumsuz olaylara (%33) ve daha çok magazin türü haberlere (%36) odaklandığını düşünmektedir (bkz. Şekil 7). Yarısından fazlası (%53) haber medyasının daha çok izlenmek (başka bir deyişle çevrimiçi ortamda tık almak) hedefiyle yayın yaptığını düşünmektedir.

### Şekil 6

*Türkiye'deki haber medyası ile ilgili görüşler*



### ***Koronavirüs Pandemisi Sürecinde Haber Takibi ve Paylaşımı***

Koronavirüs pandemi döneminin haber izleme sıklığı üzerinde de etkisinin olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %75'i bu dönemde daha sık, %9'u ise tam tersi daha az haber izlediğini belirtmiştir. Pandemi sürecinde daha fazla haber takip ettiğini belirten öğrencilerin haber için tercih ettikleri kaynaklar ve bu kaynaklarla ilgili düşüncelerinde bir farklılık olup olmadığına ayrıca bakılmış ve genel değerlendirmelere paralellik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Haber kaynağı olarak ilk tercihi Twitter olan öğrencilerin %75'i (N=177), çevrimiçi haber siteleri ve gazeteler olan öğrencilerin %73'ü (N=127) ve televizyon olan öğrencilerin %77'si (N=122) bu dönemde daha fazla haber takip ettiğini belirtmişlerdir.

Öğrencilerin %71'i kaynağını bilmediği haberlere güvenmemekte ve %54'ü sosyal medya, %47'si kapalı mesajlaşma hizmeti sunan uygulamalar, %37'si ise aile, arkadaş gibi sosyal çevre aracılığıyla karşılaştıkları haberlerin doğruluğundan sıklıkla ya da her zaman şüphe duymaktadırlar. En güvenilir bulunan haber/bilgi kaynakları için de durum benzerdir ve pandemi döneminde haber takip alışkanlıklarında artış olan öğrencilerin %36'sı hükümet yetkililerini, %82'si de konusunda uzman/otorite kişileri daha güvenilir bulmaktadır.

Pandemi sürecinde daha fazla haber takip ettiğini belirten öğrencilerin %40’ı sıklıkla ya da hemen her zaman karşılaştıkları haberleri doğrulama eğilimi göstermektedirler. Büyük çoğunluğu (%75) doğruluğunu kontrol etmediği bir haberi/bilgiyi paylaşmadığını belirtmektedir. Sosyal medyada sadece güvendiği kaynaklardan gelen haberleri paylaşanların oranı %45’tir. Bir haberin doğruluğuna kanıtlara bakarak (%73) ya da içgüdü (%10) ile karar verme eğiliminin de genel değerlendirmeden farklı olmadığı görülmektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Günümüzde sosyal medya, endişe verici bir şekilde artan muğlak bilginin hızlı ve kolay bir şekilde dağıtımını kolaylaştırmaktadır. Haberlere erişim için sosyal medyayı kullananların sayısı da giderek artmaktadır. Tüm bunlar, günümüz haber tüketicilerinin yetkin, bilgili, bilinçli, aktif ve akıllı kullanıcılar olmasını bir zorunluluk haline getirmektedir. Bunun yolu da iyi bir “haber okuryazarı” olmaktan geçmektedir. Bireylerin duygu ve inançlarına hitap eden bilgilere giderek daha fazla inandığı gerçek ötesi çağda, yanlış bilgi yoluyla manipülasyon yaygınlaşmaktadır. Demokrasiyi sürdürmek için toplumun her bir üyesinin haber okuryazarlığı becerileri ile donatılması çok önemlidir. Uygun haber okuryazarlığı eğitiminin hazırlanması için hedef grubun haber tüketim davranışlarının yanı sıra becerilerindeki boşlukların da belirlenmesi gerekmektedir.

Betimsel nitelikteki bu çalışma, Türkiye’de lisans düzeyindeki üniversite öğrencilerinin haber takibi ve paylaşımı, haberden kaçınma, haber medyasına güven, yanlış bilgi ile ilgili endişe durumu, haber doğrulama gibi haber davranış örüntülerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda (araştırma sorusu 1 ve 2), katılımcıların çoğunluğunun günde en az bir kez aktif olarak haberleri takip ettiği belirlenmiştir. Az da olsa hiç haber takip etmeyen öğrenciler de mevcuttur. Pandemi döneminde çoğunluğun haberleri takip etme sıklığının arttığı görülmektedir. Siyaset/politika, eğitim ve sağlık en çok takip edilen haber konularının başında gelmektedir. Twitter, çevrimiçi haber siteleri/gazeteler ve televizyon ana haber kaynaklarıdır. Bu, gençlerin ana haber kaynağı olarak sosyal medyayı ve çevrimiçi platformları kullanmayı tercih ettiğini gösteren küresel çaptaki araştırmanın sonucuyla desteklenmektedir (Newman, 2017, s. 10). Sosyal medya (özellikle Twitter) haber için en çok tercih edilen fakat aynı zamanda en az güvenilen kaynaktır. Elde edilen bu sonuç, KONDA Araştırma (KONDA medya raporu, 2019) tarafından hazırlanan rapordaki sonuçlarla da paralellik göstermektedir.

Öğrenciler her ne kadar sosyal medyada üretilen, paylaşılan haberlere güvenmediklerini belirtse de yarısının farklı motivasyonlarla sosyal medyada haber paylaştığı görülmektedir. Öte yandan, “Türkiye’de Kutuplaşmanın Boyutları 2020” araştırmasında (Türkiye’de kutuplaşmayı azaltmak, 2020) sosyal medyada siyasi görüş paylaşımı ile ilgili elde edilen sonuçlara benzer şekilde, öğrencilerin siyasi içerikli haberleri paylaşma ile ilgili de hep bir endişe içinde oldukları anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin haber medyası hakkındaki görüşleri değerlendirilmiştir (araştırma sorusu 3). Buna göre, katılımcıların yaklaşık yarısı haberleri takip etmenin bir vatandaşlık görevi olduğunu ve yarısından fazlası da haberlerin demokrasi için gerekli olduğunu düşünmektedir. Çoğunluk, kitle iletişim araçlarının kamuoyunu şekillendirme gücüne sahip olduğu konusunda hemfikirdir. Konu uzmanları (kişi ya da kurum) en çok güvenilen haber/bilgi kaynaklarının

başında gelmektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısı, kaynağı ne olursa olsun haberlerin doğruluğundan şüphelenmekte ve “sahte haberler” konusunda endişelerini dile getirmektedir. Sahte haberler aynı zamanda diğer haberlere de şüpheyile yaklaşımlarına neden olmaktadır. Sosyal medyada karşılaştıkları haber ya da bilgilerden şüphelenme oranları da oldukça yüksektir. Ancak öğrencilerin büyük bir kısmı bu şüphelerini giderme, sahte haberleri gerçek haberlerden ayırma konusunda gerekli yetkinliğe sahip değildir.

Karşılaştıkları haberleri farklı sıklıklarda doğruladığını, doğruluğunu teyit etmediği hiçbir haberi paylaşmadığını belirtenlerin oranı yüksek olsa da doğrulama platformları ya da tekniklerini kullanma oranları oldukça düşüktür. Haberlerde kullanılan ve şüphelendikleri görselleri doğrulama ile ilgili yetkinliklerinin de oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Haber okuryazarlığı bilgi ve becerilerini kazanmalarının da bireylerin kendi kendilerine doğrulama yapabilmeyi öğrenmeleri açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Öğrencilerin haberlere karşı olan şüpheli yaklaşımlarının doğrulama platform ya da araçları için de geçerli olduğu görülmektedir. Herhangi bir (en az bir) doğrulama platformunu takip etse bile bu platformların tamamen bağımsız olduğuna inanma oranları oldukça düşüktür. Bu durum, doğrulama platformlarına yönelik farklı bakış açılarının mevcut olduğunu düşündürmektedir. 2020 yılında Türkiye özelinde yapılan araştırmaya (Teyit ve Vircon Group, 2020, s. 15) paralel olarak, takip edilen doğrulama platformları arasında öne çıkanlar Teyit ve Evrim Ağacı olmuştur. Medya, haber, bilgi okuryazarlığı gibi konularda alınan eğitimlerin bu tür platformlardan haberdar olunmasına ve kullanılmasına katkı sağlamış olabileceği düşünülmektedir.

Google, YouTube, Instagram ve Facebook gibi platformların kullanıcıların “dijital ayak izlerine” göre kişiselleştirilmiş bilgi/haber akışı sağladığı konusunda belirli bir farkındalığın olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaklaşık üçte biri bu “hizmetin” hayatı kolaylaştırdığını düşünürken %41’inin bu konuda endişelerinin olduğu görülmektedir ki bu azımsanmayacak bir orandır. Kullanıcılar bazen kendi tercihleriyle, örneğin sadece kendisiyle aynı görüşteki kişileri sosyal medyada takip ederek, bazen de platformların uyguladığı kişiselleştirme algoritmaları aracılığıyla birtakım “filtre balonlarının” ya da “yankı fanuslarının” içine hapsolme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu durumdaki öğrencilerin platformların kullandıkları algoritmaların etkileri konusunda bilinçlendirilmeye ve istediklerinde filtre balonlarından nasıl çıkabilecekleri konusunda bilgilendirilmeye ihtiyaçları olduğu söylenebilir. Kişiselleştirme hizmeti konusunda endişesi olan öğrencilerin ise konuyla ilgili belirli bir farkındalığa sahip olabileceği tahmin edilmektedir.

Haber için tercih edilen kaynaklar, platformlara olan güven vb. ile ilgili bulgular küresel gençlik haber tüketim eğilimleriyle benzerlik göstermektedir. Ancak Türkiye’deki öğrenciler, akranlarına göre daha şüpheli görünmektedir. Bu araştırmaya katılan öğrencilerin sadece %5’i Türkiye’de haber medyasının tarafsız olduğuna inandığını belirtmiştir ve bu çok düşündürücü bir orandır. Türkiye’nin 2021 yılı Dünya Basın Özgürlük Endeksi<sup>13</sup> sıralamasında 180 ülke içerisinde 153. sırada olması ya da benzeri diğer indeks verileri de bu inancı destekler ve besler niteliktedir. Ancak haber ve haber medyasına karşı güven sorunu olmasına ve Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin haberlere çoğu zaman eleştirel yaklaşıyor görünmesine rağmen,

<sup>13</sup> <https://rsf.org/en/ranking>

öğrencilerin doğrulama yöntem ve teknikleri gibi belirli alanlarda sahip oldukları becerilerde boşluklar görülmektedir (araştırma sorusu 4). Bulgular, yapılandırılmış ve iyi planlanmış bir haber okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Haber okuryazarlığı, akademik konuların/kaynakların/yöntemlerin ötesine geçen günlük bilgi okuryazarlığının bir parçası olarak görülebilir ve en azından genel halk kitlelerine yönelik bilgi okuryazarlığı eğitiminin temel bir bileşeni olarak düşünülmelidir. Halk kütüphaneleri, bireylere haber okuryazarlığı becerileri kazandırmada öncü rol oynayabilir. Haber, çoğunluğun ilgilendiği bir konu olduğundan, her tür kütüphanedeki eğitim oturumlarına daha geniş kitlelerin çekilmesine yardımcı olabilir. Eleştirel düşünme becerilerini öğretmek için faydalı olabilir. Haber okuryazarlığı ile ilgili konuların bilgi okuryazarlığı müfredatına dâhil edilmesi, kütüphaneciler için bazı ek bilgi ve beceriler gerektirebilir. Hizmet içi eğitim programları ve kütüphanecilik ve bilgi bilim müfredatları buna göre revize edilebilir ve güncellenebilir. Medya uzmanları ve doğrulama platformları gibi diğer paydaşlarla işbirliği de düşünülmelidir.

### İzin ve Katkı Bildirimleri

**Etik Kurul İzni:** Çalışmaya yönelik etik kurul izni Hacettepe Üniversitesi Senatosu Etik Komisyonununun 09 Haziran 2020 tarihli toplantısında alınmıştır.

**Yazarlık Katkısı:** Yazarlar makaleye eşit oranda katkı verdiklerini beyan etmişlerdir.

### Kaynakça

- Aisch, G., Huang, J. ve Kang, C. (2016, 10 Aralık). Dissecting the #PizzaGate conspiracy theories. The New York Times. <https://web.archive.org/web/20161210112745/http://www.nytimes.com/interactive/2016/12/10/business/media/pizzagate.html>
- Andı, S. (2021). How and why do consumers access news on social media? N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andi, C. T. Robertson ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2021, 10th edition* içinde (s. 51-55). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)
- Benton, J. (2019, 17 Haziran). Why do some people avoid news? Because they don’t trust us — orbecause they don’t think we addvalue to their lives?. NiemanLab. <https://www.niemanlab.org/2019/06/why-do-some-people-avoid-news-because-they-dont-trust-us-or-because-they-dont-think-we-add-value-to-their-lives/>
- Brisola, A. ve Doyle, A. (2019). Critical information literacy as a path to resist “fake news”: Understanding disinformation as the root problem. *Open Information Science*, 3(1), 274-286. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0019>
- Canales, S. B. (2020). The Australian libraries and Information Association and National Archives band together against disinformation. The Canberra Times. <https://www.canberratimes.com.au/story/7011365/australias-libraries-urge-government-to-adopt-anti-disinformation-policy/>
- Center for News Literacy Stony Brook University School of Journalism. (2016). What is news literacy?. <http://www.centerfornewsliteracy.org/what-is-news-literacy/>
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociochi, W. ve Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques*. New York: John Wiley and Sons, Inc..
- Cooke, N. (2018). *Fake news and alternative facts: Information literacy in a post-truth era*. ALA.
- Digital Resource Center. (t.y.). Definitions of news. <https://digitalresource.center/content/definitions-news>

- Ecker, U., Lewandowsky, S., Swire, B., Chang, D. (2011). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic Bulletin & Review*, 18, 570-578. <https://doi.org/10.3758/s13423-011-0065-1>
- Essential Projesi. (2022). <http://essential.bilgiyonetimi.net/>
- Fake news. (t.y.). Collins English dictionary içinde. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>
- Filloux, F. (2017). You can't sell news for what it costs to make. The Walkley Magazine on Medium. <https://medium.com/the-walkley-magazine/you-cant-sell-news-for-what-it-costs-to-make-7a4def964ffa>
- First Draft. (2019, Ekim). Introduction. *First Draft's essential guide to understanding information disorder* içinde (s. 5-12). First Draft. [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x76701](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701)
- Flintham, M., Karner, C., Bachour, K., Creswick, H., Gupta, N. ve Moran, S. (2018). Falling for fake news: Investigating the consumption of news via social media. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* içinde (s. 1-10). Association for Computing Machinery, NY, USA. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173950>
- Gillin, J. (2016, 5 Aralık). How Pizzagate went from fake news to a real problem for a D.C. business. PolitiFact. <https://www.politifact.com/article/2016/dec/05/how-pizzagate-went-fake-news-realproblem-dc-busin/>
- Gottfried, J. ve Shearer, E. (2016). News use across social media platforms 2016. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J. ve Sircar, N. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *PNAS*, 117(27), 15536-15545. <https://doi.org/10.1073/pnas.192049811>
- Head, A. J., Fister, B. ve MacMillan, M. (2020). Information literacy in the age of algorithms: Student experiences with news and information, and the need for change. Project Information Literacy Research Institute. <https://www.projectinfolit.org/uploads/2/7/5/4/27541717/algoreport.pdf>
- Head, A. J., Wihbey, J. Metaxas, P. T., MacMillan, M. ve Cohen, D. (2018). How students engage with news: Five takeaways for educators, journalists and librarians. Project Information Literacy Research Institute. <https://www.projectinfolit.org/uploads/2/7/5/4/27541717/newsreport.pdf>
- IFCN code of principles. (2022). Verified signatories of the IFCN code of principles. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>
- IFLA. (2020). How to spot fake news – Covid-19 edition. <https://www.ifla.org/publications/node/11174?og=7407>
- IFLA. (2021). How to spot fake news. <https://repository.ifla.org/handle/123456789/1289>
- InfodemiLab. (2022). <http://infodemilab.com/>
- Information Literacy Group. (2018). CILIP Definition of Information Literacy 2018. CILIP The Library and Information Association. <https://infolit.org.uk/ILdefinitionCILIP2018.pdf>
- İnfodemi eğitimi projesi. (2022). <http://infodemiegitimi.org/>
- İnfodemi ile etkin mücadele. (t.y.). <https://www.infodemiylemucadele.org/>
- Kalogeropoulos, A. (2017). News avoidance. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2017* içinde (s. 40-41). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)
- Kiely, E. ve Robertson, L. (2016, 18 Kasım). How to spot fake news. FactCheck.org. <http://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>
- KONDA medya raporu: Televizyonla değişen algılar, sosyal medyanın yükselişi ve 10 yıllık medya serüvenimiz: 2008 – 2018. (2019, Kasım). [https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/12/KONDA\\_MedyaRaporu\\_HT2018.pdf](https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/12/KONDA_MedyaRaporu_HT2018.pdf)
- Kong, Q., Lai-Ku, K., Deng, L. ve Yan-Au, A. (2021). Motivation and perception of Hong Kong university students about social media news. *Comunicar*, XXIX (67), 33-42. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-03>

- Korkmaz, B. (2021, 31 Mayıs). Nobel ödülü sahibi Luc Montagnier’in Covid-19 aşısı olanların iki yıl içinde öleceğini açıkladığı iddiası. Teyit. <https://teyit.org/analiz-nobel-odulu-sahibi-luc-montagnierin-covid-19-asisi-olanlarin-iki-yil-icinde-olecegini-acikladigi-iddiasi>
- Korkmaz, B. (2022, 18 Şubat). Üç doz Covid-19 aşısı olanlara HIV bulaştığı iddiası. Teyit. <https://teyit.org/analiz-uc-do-z-covid-19-asisi-olanlara-hiv-bulastigi-iddiasi>
- Kurbanoglu, S. (2010). Bilgi okuryazarlığı: Kavramsal bir analiz. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 723-747. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/812095>
- Lacapria, K. (2016, 21 Kasım). Is Comet Ping Pong Pizzeria home to a child abuse ring led by Hillary Clinton? Snopes. <https://www.snopes.com/factcheck/pizzagate-conspiracy/>
- Lee, F. L. F., Chan, M. C. M., Chen, H. T., Nielsen, R. ve Fletcher, R. (2019). Consumptive news feed curation on social media as proactive personalization: A study of six East Asian markets. *Journalism Studies*, 20(15), 2277-2292. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1586567>
- Lewandowsky, S., Ecker, U.K.H., Seifers, C. M., Schwarz, N., Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131. [https://www.researchgate.net/publication/258180567\\_Misinformation\\_and\\_Its\\_Correction\\_Continued\\_Influence\\_and\\_Successful\\_Debiasing](https://www.researchgate.net/publication/258180567_Misinformation_and_Its_Correction_Continued_Influence_and_Successful_Debiasing)
- Li, H. ve Sakamoto, Y. (2014). Social impacts in social media: An examination of perceived truthfulness and sharing of information. *Computers in Human Behavior*, 41, 278-287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.08.009>
- Mantzarlis, A. (2015, 21 Ekim). Will verification kill fact-checking?. Poynter. <https://www.poynter.org/fact-checking/2015/will-verification-kill-fact-checking/>
- Mitchell, A., Shearer, E. ve Stocking, G. (2021, 15 Kasım). News on Twitter: Consumed by most users and trusted by many. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/11/15/news-on-twitter-consumed-by-most-users-and-trusted-by-many/>
- Newman, N. (2016). Overview and key findings. N. Newman, R. Fletcher, D. A. L. Levy ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2016* içinde (s. 7-29). <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/11/Digital-News-Report-2016.pdf>
- Newman, N. (2017). Section 1: Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2017* içinde (s. 8-27). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)
- Newman, N. (2018). Section 1: Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2018* içinde (s. 8-31). <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>
- Newman, N. (2019). Section 1: Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2019* içinde (s. 8-31). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)
- Newman, N. (2020). Section 1: Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andı ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2020* içinde (s. 8-31). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)
- Newman, N. (2021). Executive summary and key findings. N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andı, C. T. Robertson ve R. K. Nielsen (Ed). *Reuters Institute digital news report 2021, 10th edition* içinde (s. 8-29). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L. ve Nielsen, R. K. (Ed). (2018). Reuters Institute digital news report 2018. <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>



- Oxford Languages. (2016). World of the year 2016. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Pariser, E. (2011, Şubat). Beware online “filter bubbles” [Video]. [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?#t-135399](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?#t-135399)
- Park, I. ve Lee, D. (2020). Understanding news-sharing across different platforms: The effects of newsworthiness and gratifications from news-sharing. *Information Research*, 25(4). <https://doi.org/10.47989/irpaper882>
- Reis, J. C. S., Kwak, H., An, J., Messias, M. ve Benevenuto, F. (2017). Demographics of news sharing in the U.S. Twittersphere. *Proceedings of the 28th ACM Conference on Hypertext and Social Media (HT '17)* içinde (s. 195-204). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3078714.3078734>
- RTÜK medya okuryazarlığı. (2016, 11 Ekim). Medya okuryazarlığı nedir? [https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu\\_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2)
- Shearer, E. ve Mitchell, A. (2021, 12 Ocak). News use across social media platforms in 2020. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>
- Silverman, C. (Ed.). (t.y.). Doğrulama el kitabı. M. A. Foça (Türkçe Yayın Ed.). [https://verificationhandbook.com/book\\_tr/](https://verificationhandbook.com/book_tr/)
- Silverman, C. (2016, 5 Aralık). How the bizarre conspiracy theory behind “Pizzagate” was spread. BuzzFeed News. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fever-swamp-election>
- Silverman, C., Singer-Vine, J. (2016). Most Americans who see fake news believe it, new survey says. Buzzfeed poll about fake news. [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fake-news-survey?utm\\_term=.qoOvLO5vA#.dim75q97X](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fake-news-survey?utm_term=.qoOvLO5vA#.dim75q97X)
- Song, H., Jung, J. ve Kim, Y. (2017). Perceived news overload and its cognitive and attitudinal consequences for news usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1172-1190. <https://doi.org/10.1177/1077699016679975>
- Stencel, M. ve Luther, J. (2020, 22 Haziran). Annual census finds nearly 300 fact-checking projects around the world. Duke Researchers' Lab. <https://reporterslab.org/annual-census-finds-nearly-300-fact-checking-projects-around-the-world/>
- Stencel, M. ve Luther, J. (2021, 2 Haziran). Fact-checking census shows slower growth. Duke Researchers' Lab. <https://reporterslab.org/category/fact-checking/>
- Şencan, İ. (2020). *Haber okuryazarlığı programı: İçerik tasarımı ve etkililiğinin değerlendirilmesi* [Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi [http://openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11655/22561/isencan\\_yeni.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11655/22561/isencan_yeni.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Teyit ve Vircon Group. (2020, Nisan). Covid-19 kitlesi davranışsal değişim analizi. <https://www.raporlar.org/wp-content/uploads/2020/04/Covid19-Kitlesi-Davran%C4%B1s%CC%A7sal-Deg%CC%86is%CC%A7im-Analizi.pdf>
- Thomas, P., Hogan-Taylor, C., Yankoski, M. ve Weninger, T. (2022). Pilot study suggests online media literacy programming reduces belief in false news in Indonesia. *First Monday*, 27(1). <https://doi.org/10.5210/fm.v27i1.11683>
- Tisdall, S. (2022, 19 Şubat). Ukraine-Russia crisis: Who's winning the international influence war?. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2022/feb/19/ukraine-russia-crisis-whos-winning-the-international-influence-war-russia-putin>
- Türkiye’de bilgi düzensizliği ile mücadele etmek. (t.y.). <https://www.rdmedu.com/ana-sayfa>
- Türkiye’de kutuplaşmayı azaltmak için stratejiler ve araçlar projesi (TurkuazLab). (2020). Türkiye’de kutuplaşmanın boyutları 2020 araştırması [araştırma bulguları sunumu]. <https://www.turkuazlab.org/wp-content/uploads/2020/12/Turkiyede-Kutuplasmanin-Boyutlari-2020-Arastirmasi.pdf>
- Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P. J., Hayashi, K., Mitchelstein, E., Tanaka, A. ve Kligler-Vilenchik, N. (2022). Taking a break from news: A five-nation study of news avoidance in the digital era. *Digital Journalism*, 10(1), 148-164. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1904266>

- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151. doi: 10.1126/science.aap9559
- Wang, L. (2021). Understanding college students’ news sharing experience on Instagram. Companion Publication of the 2021 Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing içinde (s. 187-190). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3462204.3481779>
- Wardle, C. (2020). The age of information disorder. C. Silverman (Ed.), *Verification handbook: For disinformation and media manipulation* içinde. <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3>
- World Health Organization. (t.y.). Infodemic. [https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1)