

SOSYAL AĞ SİTELERİNDE YER ALAN HABERLERİN İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN ALGILANMASI VE DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

Betül ÇEPNİ ŞENER¹

ÖZ

Günümüze damga vuran ve çağımızın vazgeçilmez mecrası olan sosyal medya beraberinde “post-truth (gerçek ötesi)” kavramını getirmiştir. Sosyal mecralar sayesinde insanın bilgiye kolaylıkla ulaşımı ve bilginin hızlı bir şekilde dağılımı gerçekleşirken öte yandan sosyal ağ sitelerinde gerçek olmayan bilgilerin de bir virüs gibi yayılması söz konusudur. Sosyal ağ sitelerinden hızlıca yayılan gerçek dışı bilgiler kaynağı sorgulanmadan geniş kitlelerce kabul edilebilmektedir. Gerçek haber olarak algılanan bu bilgiler sosyal ağlar sayesinde binlerce beğeni ve yorum alabilmektedir. Bu çalışmanın amacı post-truth (gerçek ötesi) kavramından hareketle, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi’nde eğitim alan öğrencilerin sosyal mecralarda yer alan gerçek haberleri, kişisel duygu ve inanışlardan oluşan ve gerçeklikten uzak olarak hazırlanmış post-truth (gerçek ötesi) haberleri nasıl ayırttığını sosyal medyada haber paylaşımını paylaşmadıkları, eğer paylaşıyorlarsa paylaşımlarında neyi amaçladıklarını, sosyal medya kullanıcı olarak sosyal mecralarda paylaşılan yalan ve uydurma içerikleri nasıl değerlendirdiklerini, sosyal mecralardaki bir haberin doğruluğunu tahlil ederken hangi yöntemleri kullandıklarını ve kendi haber paylaşımlarını nasıl şekillendirdiklerini, en çok hangi mecrayı haber alma/ bilgi edinme konusunda güvenilir buldukları ve daha güvenilir algıladıkları gibi birtakım algı ve düşünceleri ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Ayrıca araştırma amaçlarına yönelik en uygun olarak örnekleme belirlenen amaçlı örnekleme yönteminlerinden benzeşik örnekleme kullanılmıştır ve iletişim fakültesinde eğitim gören ve sosyal mecraları aktif olarak kullanan 12 öğrenci örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda görüşmeciler haber edinme ve gündemi takip etmede Twitter’ı en güvenilir mecraya olarak değerlendirmiştir. Çalışma da görüşmeciler kaynak güvenilirliğinin önemi vurgulamış ve sosyal medya platformlarında haber paylaşımından kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca görüşmeciler sosyal medyada yer alan haberleri güvenli olarak algılayabilmeleri için haberlerin objektif ve kaynağın bilinir olmasının önemli olduğunu düşünmektedir. Çalışmanın bir bulgusu da iletişim fakültesinde öğrenim gören görüşmecilerin sosyal medya platformlarına güvenmedikleri fakat yine de etkin olarak kullandıklarıdır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Gerçek Ötesi, Sahte Haber, İletişim Fakültesi Öğrencileri, Yarı-Yapılandırılmış Görüşme.

¹ Arş. Gör. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, betulcepnisener@anadolu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1894-6799

A STUDY ON THE PERCEPTION AND EVALUATION OF THE NEWS IN THE SOCIAL NETWORK SITES BY THE STUDENTS OF THE FACULTY OF COMMUNICATION

ABSTRACT

Social media, which is the indispensable medium of our era, has brought with it the post-truth concept. Thanks to social channels, people can easily access information and disseminate information quickly, while on the other hand, unreal information is spread on social networking sites like a virus. The source of unreal information rapidly spreading through social networking sites can be accepted by the masses without question. This information, perceived as real news, can receive thousands of likes and comments through social networks. The aim of this study is to understand how post-truth students differentiate between the real news in the social media, the post-truth news, which are composed of personal feelings and beliefs, and are prepared as far from reality. Whether they share news on social media, what they are aiming at sharing if they share, how they evaluate the lying and fabricated contents shared on social media as a social media user, what methods they use to analyze the accuracy of a news in social media and how to shape their own news shares. It is aimed to put forward some perceptions and thoughts as they find reliable and more reliable in obtaining information. In this context, semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, was applied. In addition, one of the purposeful sampling methods, which is the most appropriate sampling for research purposes, was used and 12 students who were studying at the Faculty of Communication and actively using social media were included in the sample. As a result of the research, the interviewees evaluated Twitter as the most reliable channel for acquiring news and following the agenda. In the study, the interviewees emphasized the importance of resource reliability and stated that they avoided sharing news on social media platforms. In addition, the interviewees think that it is important that the news is objective and the source is known so that they can perceive the news on social media as safe. Another finding of the study is that the interviewees in the faculty of communication do not trust social media platforms but still use them effectively.

Keywords: Social Media, Post-Truth, Fake News, Communication Faculty Students, Semi-Structured Interview.

GİRİŞ

Günümüzde oldukça popüler hale gelen sosyal medya platformları, doğruluğu kanıtlanmamış birçok bilginin hızlı bir şekilde dağılmasına aracılık etmektedir. Gerçek dışı bilgi sosyal medya platformları üzerinden kolayca yaratılarak yayılabilmekte ve bu da gerçek dünyaya yaygın bir etki yaratmaktadır. Dünya çapında bir platform olarak işlev gören sosyal mecralar, kullanıcıların hiçbir ücret ödemediği bilgiyi birkaç dakika içerisinde milyonlarca insana yayılabilmesini mümkün kılabilir. Öte yandan sosyal medya, gerçek zamanlı vatandaş gazeteciliği gibi çığır açan bir olguya yaratmasına (Harmida, 2010: 299) rağmen aynı zamanda yanlış bilginin görünürlüğünün ve etkisinin artmasına da neden olmaktadır. Çünkü son yıllarda yapılan anketler, kişilerin haberlere/gündeme geleneksel medya kaynaklarından daha

fazla sosyal medya platformlarından ulaştıklarını göstermiştir (Gottfried and Shearer, 2016: 1).

Gerçek dışı bilgi, 21. yüzyılda karşımıza çıkan önemli sorunlardan birisi olurken geniş çapta etkisi nedeniyle toplum için modern tehlikelerin başında gelmektedir. Gerçek dışı bilgilerin neden ve nasıl yaratıldığı, bireylerin sosyal mecralarda haberleri nasıl değerlendirdiği ve bu haberlerin kaynağını sorgulayıp sorgulamadığı ve bunların paylaşım gibi nedenlerini anlamak, proaktif olarak tespit etmek ve etkisini azaltmak için önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmada dijital yerliler olarak tanımlanan ve sosyal mecraları aktif ve yaygın olarak kullanan üniversite öğrencileri ile yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır.

1. Post- Truth (Hakikat Ötesi) Kavramı

Oxford Sözlükleri, 2016 yılı Donald Trump ve Brexit döneminde yılın uluslararası sözcüğü olarak “post-truth” sözcüğünü ilan etmişlerdir. Sözlük bu sözcüğü, “kamuoyunu şekillendirmede nesnel olguların, duygu ve kişisel inanca itiraz etmekten daha az etkili olduğu durumlarla ilgili veya bunlara işaret eden” bir sıfat olarak tanımlamıştır. “Hakikat sonrası” teriminin kullanımının 2016 yılında daha önceki yıllara göre 2.000 civarında artmıştır. Sözcüğün editörleri kullarımdaki ani artışın nedeninin “Birleşik Krallık'taki AB referandumu ve Birleşik Devletler'deki başkanlık seçimleri bağlamında” olduğunu dile getirmişlerdir (Flood, 2016: 1)

“Post-truth” yani “Hakikat sonrası” ve “sahte haberler” terimleri, kamuoyunun söyleminde giderek daha yaygın hale gelmiş durumdadır. Günümüzde yanlış bilgi birikimi bolluğunun, insanları etkilediğini ve bunun sıradanlaştığını ifade etmek mümkündür. Yanlış bilgilendirme toplum üzerinde olumsuz etki yaratabilmekte ve hakikat sonrası dünyanın; sosyal sermayedeki düşüşe, ekonomik eşitsizliğin artmasına, artan kutuplaşmaya, bilime olan güvenin azalmasına ve giderek artan oranda bölünmüş ortamlara neden olması toplumsal mega trendlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Lewandowsky, Ecker ve Cook, 2017: 353).

Günümüzde insanların sayısız bilgiye ve habere maruz kalması bazı konularda insanları sorgulamaya yöneltirken öte yandan gerçekliği kabul edilmiş, nesnel gerçeklikten uzak olan birçok bilgi ve haber sorgulanmadan kabul edilmekte ve asla

sahte izlenimi uyandırmamaktadır. Böylece gerçek dışı bilginin veya haberin gerçek olarak algılanmasıyla birlikte sosyal mecralarda hızlı bir şekilde paylaşılması ve yayılması gerçekleşmektedir. Bunun sonucu olarak kitlelerin yanlış bilgilendirilmesi onların teknolojik, siyasal, ekonomik, toplumsal konularda kaygan zeminde hareket etmesine neden olabilmektedir.

2. Sosyal Medya ve Haberlerin Güvenirliği Üzerine Bir Değerlendirme

Sosyal medya, Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temellerine dayanan ve kullanıcı tarafından yaratılan içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine olanak sağlayan bir grup internet tabanlı uygulamadır (Kaplan and Haenlein, 2010: 61). Harrison ve Barthel (2009: 174), sosyal medyada yeni olanın yalnızca aktif medya kullanıcısı olmadığını bunun ötesinde yeni medya teknolojilerinin artık çok daha fazla kullanıcının daha geniş ve daha çeşitli işbirliği içerisinde yaratıcı etkinlikler denemelerini sağladığını ifade etmektedirler.

Sosyal medyanın bilgi paylaşımında ve iletişim açısından verinin hızı ve aktarım kapasitesinin yüksek olması, mobil iletişimde kullanılabilmesi, kitlesizleştirme, etkileşim sağlaması, eşzamansızlık, geleneksel medyaya göre denetim ve sahiplik açısından daha serbest olması gibi özelliklere sahip olması oldukça önemli bir işlev görmektedir (Kılıç ve İspir, 2017: 403-404).

Sosyal ağlar (facebook, twitter, instagram vs.) küresel bir fenomen haline gelmiş durumdadır ve dijital sosyal ağlar, bilgi paylaşımı ve bilgi inşası sürecini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır (Hara ve Sanfilippo, 2016; Park, 2017'den Akt., Jang ve Kim, 2018: 295). Sosyal medya alanları otoriter yapılarını bozan ve bilgi akışlarına imkan sağlayan yeni ilişkilere izin vermektedir. Sosyal ağ siteleri, bireylerin, sınırlı bir sistemde bir kamu veya yarı-kamu profili oluşturduğu, paylaştığı bir bağlantının diğer kullanıcıların bir listesini ifade ettiği, bağlantı listelerini ve sistemdeki diğer kişiler tarafından yapılanları görüntülediği ve değiştirdiği bir kamusal alan bir formun en yeni nesli olarak teorikleştirilmiştir (Habermas, 1962; Schudson, 1998; Boyd ve Ellison, 2007'den Akt., Hermida, vd., 2012: 816).

Günümüzde insanlar haber alma, gündemi takip etme ihtiyaçlarını sosyal medya platformları aracılığıyla da gerçekleştirmektedir. Sosyal medya kullanıcıları

haberdeki içeriğin etkisine bağlı olarak haberleri paylaşabilmekte ve yorum yapabilmektedir. Böylece birbirleri ile iletişime geçerek farklı sosyal medya platformlarında tartışmalara dahil olabilmeye imkanı yakalayabilmektedirler. Ayrıca farklı platformlarda farklı katılımcıların haberin içeriğine dahil olması ile birlikte haberlerdeki içerik çeşitlenebilmektedir. Öte yandan kullanıcıların istekleri doğrultusunda haberleri kişiselleştirebilmeleri dahi mümkün olmaktadır (Kılıç ve İspir, 2017: 403).

Sosyal ağ siteleri, insanların haberleri nasıl yaşadıklarının temelini oluşturmaktadır. Haber ortamı ve haber tüketimi uygulamaları hızla değiştirmektedir. Toplum, gazetecilik uzmanlarının baskın olduğu geleneksel bir haber döngüsünden, sıradan insanları sürece dahil eden daha karmaşık bir bilgi döngüsüne doğru ilerlemektedir. Eski haber medyalarının (örneğin, gazeteler, televizyon ve radyo) geleneksel platformlarında kullanımında bir düşüş olurken öte yandan sosyal ağ siteleri insanların haberleri deneyimleme merkezi hale gelmektedir (Bergström ve Jervelycke Belfrage, 2018: 1). Bu yaygın küresel olgu değerlendirildiğinde sosyal medya kullanıcılarının sosyal ağlarda yer alan haberlerin güvenilirliğine, içerik (haber-bilgi) oluşturulmasına ve bu içeriği paylaşmasına yönelik algılarını ve nedenlerini anlamak önem taşımaktadır.

Haber sitelerinden elde edilen haberlerin sosyal medyada toplanılması, okunması ve paylaşılması eğilimi gün geçtikçe artmaktadır. (Cha, vd., 2010: 13). Dünya çapında sosyal medya kullanımı, insanların günlük hayatlarının bir parçası ve vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. İnternetin bir haber platformu olarak yükselmesi, insanların günlük yaşamlarındaki sosyal medya kullanma değişimlerinin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Sosyal medyanın ortaya çıkması (sosyal paylaşım siteleri ve bloglar gibi) haberlerin tüketiciler için yeni yollarla sosyal bir deneyim haline gelmesine yardımcı olmuştur. İnsanlar haberleri filtrelemek, değerlendirmek ve tepki vermek için sosyal ağlarını ve sosyal ağ teknolojilerini kullanmaktadırlar. Öte yandan akıllı telefonlarla mobil bağlantının yükselişi, hevesli bir haber izleyicisinin bir kesimi için herhangi bir yerde, haber toplanmasını ve haber farkındalığına her zaman için bir ulaşılabilir bir hale getirmiştir (Purcell, vd., 2010: 1). Sosyal ağ siteleri, haberlere erişimi kolaylaştırmanın yanı sıra yorum yapmaya, çevrimiçi olarak

paylaşımına ve içeriği yayınlamaya olanak sağlayarak haber sürecine dahil olma fırsatları sunmaktadır (Holton, vd. 2015'den Akt., Bergström ve Jervelycke Belfrage, 2018: 2).

Sosyal ağ platformlarının her an etkileşime açık olması ve bu platformlara milyonlarca kişinin dahil olması, bu mecralarda her gün iletişim pratikleri ile yeniden gerçek dışı bilgilerin/haberlerin üretilmesini ve bu bilgilerin/haberlerin yayılmasını da beraberinde getirmektedir. Bunun neticesinde kaynağı ve doğruluğu sorgulanmamış haber ve bilgiler bireyleri, grupları ve toplumları etkileyebilmektedir. Sahte haberlerin gerçek dünyadaki sonuçları henüz tam olarak çözümlenmemiş olsa da sahte haberlerin etkileriyle ilgili kamuoyu endişesi hüküm sürmektedir. Artan bir endişe de sahte haberlerin olgu kontrol sürecinde karışıklığa yol açabileceği ve nihayetinde bilgili bir vatandaş dahi zayıflattığı yönünde olmasıdır (Jang ve Kim, 2018: 295).

Dünyanın algılanan gerçekliğini inşa etmede önemli bir katkısı olan olgu haberdur (McCombs ve Shaw, 1972'den Akt., Kılıç ve İspir, 2017: 403). Olguların ve kavramların da etkilendiği ve değiştiği gerçeklik ötesi çağda dünyanın algılanan gerçekliği inşa edilirken insanların iletişim ve etkileşim içerisinde olduğu devamlı bir değişim, dönüşümü ve hızı da barındıran yeni iletişim formları haberin güvenilirliği, gerçekliği, doğruluğu okuyucu/kullanıcı nezdinde önemli bir hâl almıştır.

2018 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından yürütülen bir araştırmada 2006-2016 yılları arasında toplamda 126.000 haberin Twitter'daki yayılımını incelenerek sosyal mecralarda yalan haberlerin doğru haberlere göre altı kat daha hızlı yayıldığı bulgulanmıştır. Ayrıca çalışma doğru olmayan haberlerin sosyal mecralarda paylaşılma olasılığının doğru haberlere kıyasla yüzde 70 daha fazla olduğu ortaya koyulmuştur (Koçer, 2019: 1).

Sosyal medya platformlarında bir haberin paylaşılması haberin kapsamının genişletilmesine neden olabilmektedir. Öte yansan küresel bağlamda bir yayılım sağlayan sosyal mecralar bir haberin tüm dünyada aynı anda konuşulmasına da imkan sağlayabilmektedir. Bu nedenle sosyal mecralardaki haberin içeriğine dünya çapında bir etki söz konusudur. Sosyal medya dünyanın dört bir yanında meydana gelen olayların anında duyulması ve kamuoyu oluşturulmasında önemli rol üstlenmektedir.

Özellikle doğal afetlerin (deprem, kasırga vs.), toplumsal hareketlerin ve halk eylemlerinin (Arap Baharı, Wall Street Protestoları, Gezi Parkı Olayları gibi) tüm kamuoyuna yansması sosyal medyanın önemli işlevlerinin göstergelerinden biri olarak sayılabilir (Kılıç ve İspir, 2017: 403-404).

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırmalar, “deneysel kesin verilerden çok, insanların tutum ve davranışlarını derinlemesine inceleyerek anlamaya çalışır” (Arıkan, 2013: 17). Araştırmacının katılımcı rolü taşıması, doğal ortama duyarlılık sağlaması, algıların ortaya konulmasının sağlanması, bütüncül bir yaklaşım taşıması ve araştırma deseninde esnekliği özellikle sosyal ağ sitelerinin yapısını kavrayabilmek ve insanların bu ortamlarda hangi neden ve koşullarda bulunduğunu anlayabilmek için en uygun yöntem olarak ifade edilebilir. Ayrıca yöntem sosyal mecralarda yer alan kişilerin izlenimlerini açıklamaya da yardımcı olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006’dan Akt., Biçer, 2014: 183). Çalışmanın amacı post-truth (gerçek ötesi) kavramından yola çıkılarak iletişim alanında eğitim alan öğrencilerin gerçek ve gerçek dışı haberleri nasıl okuduklarını ve hangi sosyal mecralardaki haberleri daha güvenilir olarak algıladıklarını belirlemektir. Bu doğrultuda öğrencilerin sosyal mecralarda yer alan haberleri nasıl tahlil ettiklerine dair düşüncelerini ve yaklaşımlarını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacına uygun olara araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

1. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin en çok kullandığı sosyal medya platformları nelerdir?
2. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya yönelik güven algıları nelerdir?
3. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya haberlerinin kaynakları nelerdir?
4. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya haberlerinin doğruluğuna yönelik algı unsurları nelerdir?

5. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya haberlerinin yanlışlığına yönelik algı unsurları nelerdir?
6. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya haberlerinin paylaşılma motivasyonları nelerdir?
7. İletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya haberlerinin güvenliğine yönelik kontrol unsurları nelerdir?

3.2. Çalışma Kümesi ve Katılımcılar

Araştırmanın temel amacı, sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya platformlarında yer alan haberlere ve haberlerin güvenilirliğine yönelik değerlendirmeleri ve yaklaşımlarını anlamaktır. Bu bağlamda araştırma amaçlarına yönelik en uygun olarak örnekleme belirlenen amaçlı örnekleme yöntemlerinden benzeşik örnekleme kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri içerisinde ortaya çıkan amaçlı örnekleme yöntemleri, birçok durumda olayların ve olguların keşfedilmesi ve açıklanmasında yardımcı olmaktadır. Amaçlı örneklemede göz önünde bulundurulması gereken nokta örnekleme dahil edilen her katılımcının araştırmanın amaçlarına uygun olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006'dan Akt., Biçer, 2014: 183). Amaçlı (yargısal) örneklemede araştırmacı tarafından kimlerin seçileceği konusunda kendi yargısını kullanmaktadır ve araştırmanın amacına en uygun olanları örnekleme katmaktadır. Buna bağlı olarak Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim göre 20-24 yaşları arasında 12 öğrenci ve sosyal medya platformlarından en az birini aktif olarak kullanan katılımcılar örnekleme dahil edilmiştir. Ayrıca görüşmeye katılan kişiler görüşmeci 1, görüşmeci 2, görüşmeci 3,.....,görüşmeci 12 şeklinde kodlanmıştır.

3.3. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada veri toplama tekniği olarak yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknikte “araştırmacı görüşme sorularını önceden hazırlar; ancak görüşme sırasında araştırılan kişilere kısmi esneklik sağlayarak oluşturulan soruların yeniden düzenlenmesine, tartışılmasına izin verir” (Ekiz, 2015: 63). Görüşme yolu ile araştırılmak istenen konu üzerinde bireylerin tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, deneyimleri, tepkileri ve zihinsel algıları gibi gözlemlemeye imkan olmayan bilgilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır (Sönmez ve Alacapınar, 2011: 108).

Öte yandan yapılandırılma yapılmasındaki amaç katılımcıların verdiği bilgiler arasındaki benzerliği belirlemek ve bu bağlamda karşılaştırmalar yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006'den Akt., Biçer, 2014: 184). Ayrıca nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğinde yaygın olarak kullanılan minimum örnekleme sayısı 12 katılımcı olarak belirtilmiştir (Guest, Bunce ve Johnson, 2006,'dan Akt., Onwuegbuzie ve Collins, 2007: 289). Bu bağlamda yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği ile 12 iletişim fakültesi öğrenci ile görüşülmüştür.

Araştırmacı tarafından görüşme öncesinde katılımcıya araştırmanın amacı, toplanacak bilgilerin kurumsal veya uygulama yönünden sağlayacağı yararlar ve bu oluşumda kaynak kişinin yeri, önemi ve olası kazançları belirtilmelidir (Karasar, 1998: 170). Bu doğrultuda katılımcıya çalışmanın amacı, elde edilecek olası yararlar ve görüşmenin ses kayıt cihazı ile yapılacağı konusunda bilgilendirme yapılmıştır. Bu bilgilendirme katılımcının kendini daha rahat hissetmesi ve araştırma konusu ile ilgili daha kapsamlı bilgiler vermesini sağlaması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca katılımcılara takma isimler verilerek görüşülen kişinin kimliğinin gizlilik taşıması amaçlanmaktadır.

3.4. Araştırmanın Güvenirlik ve Geçerliğinin Sağlanması

Araştırmada güvenirlilik, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılarak ölçülmek istenen belli bir şeyin, sürekli bir şekilde aynı sembollerini alması anlamına gelmektedir (Karasar, 1998a: 148). Geçerlik ise ölçülmek istenenin başka şeylerle karıştırılmadan, ölçülmek istenen şeyin ölçülebilmiş olma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 1998b: 151). Bu doğrultuda çalışmada güvenirlilik ve geçerlik sağlanması için yapılan çalışmalar şunlardır: Araştırmacı tarafından alanyazın detaylı bir şekilde incelenerek elde edilen bilgiler doğrultusunda görüşme soruları hazırlanmıştır. Görüşmeye dahil olan katılımcıların neden ve nasıl seçildiği ve bu bağlamda çalışmada kullanılan yöntem, örnekleme seçimi ve veri toplama teknikleri açık bir şekilde belirtilmiştir. Öte yandan pilot çalışma gerçekleştirilerek anlaşılmayan ve konuyu kapsamayan sorular çıkarılarak, iletişim fakültesinde görev yapan bir öğretim üyesi tarafından görüşme sorularına son şekli verilmiştir. Araştırma yöntemleri alanında uzmana da ayrıca danışılarak içerik geçerlilikleri kontrol edilmiştir. “İçerik geçerliği, ölçme aracında bulunan soruların ölçme amacına uygun

olup olmadığı, ölçülmek istenen alanı temsil edip etmediği sorunu ile ilgili olup, “uzman görüşüne” göre saptanır” (Karasar, 1998c: 151). Görüşme akıllı telefon aracılığıyla veri kaybını önlemek amacıyla dijital kayıt olarak kaydedilmiştir. Görüşme sonrasında görüşme ses kayıtları ikinci bir kişi kişiye de dinletilmiştir. Ses kayıtlarının deşifre edilmesinden sonra güvenilirlik ve geçerlilik için soru ve konuların çerçevesinde temaların belirlenmesi için uzmanlara danışılmıştır. Araştırmacı tarafından kodlanmasından sonra alanda uzman bir kişi tarafından tekrar kodlama yapılmıştır. Burada amaç iki kodlayıcının da benzer şekilde kodlamaya yapıp yapmadığını ortaya koymaktır. Verilerden elde edilen bulgular katılımcılarının hepsinin görüşüne verilerek ve katılımcının yorumundan uzak bir şekilde ele alınmıştır. Son olarak ise verilerden elde edilen bulgular literatür ilişkilendirilerek raporlanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Çalışmada verilerin analizinde betimsel analiz kullanılmıştır. “Betimsel analiz araştırmada kullanılan gözlem, görüşme ve doküman (belge) gibi veri toplama araçlarında yer alan soru, konu ya da temalar alınarak analiz edilir. Analizlerde, temele alınan soru ya da konu başlık haline getirilerek, başlığa uygun olan verilerden doğrudan doğruya analizler ortaya konur” (Ekiz, 2015a: 75). Doğrudan alıntılar ile desteklenen betimsel analiz, doğrudan bir konunun tanımlanması ve açıklanması sağlamaktadır. Öte yandan katılımcıların seçtikleri dil, kavram veya davranışlarının, söylediklerinin detaylı olarak incelenmesinde bulunulmaz. Bunlar daha çok üst düzey analizler (içerik analizi, söylem analizi, kelime-metafor (mecaz) analizi, doküman analizi gibi) gerektirmektedir (Ekiz, 2015b: 76).

Verilen analizlerine başlamadan önce görüşmelerin deşifresi yapılarak ses kayıtlarının yazılı doküman haline getirilebilmesi için araştırmacı dışında ikinci bir kişiye kayıtların çözümlenmesi için verilmiştir. Gerek araştırmacı gerekse ikinci deşifreci tarafından ses kayıtlarından duyduklarını olduğu gibi aktarılmasına özen göstermiştir. Araştırmacı ve deşifreci tarafından eş zamanlı olarak ses kayıtlarının raporlaştırılması sonrasında raporlar karşılaştırılarak birbiri paralellik gösterip göstermediği saptanmıştır.

4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada en çok kullanılan sosyal medya platformları, sosyal medyaya yönelik güven algısı, sosyal medya haberlerinin kaynakları, sosyal medya haberlerinin doğruluğuna yönelik algı unsurları, sosyal medya haberlerinin yanlılığına yönelik algı unsurları, sosyal medya haberlerinin paylaşılma motivasyonları, sosyal medya haberlerinin güvenliğine yönelik kontrol unsurları şeklinde yedi tema belirlenmiştir. Bu bölümde belirlenen yedi tema açıklanmaya çalışılacaktır.

4.1. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

En çok kullanılan sosyal medya platformlarına bakıldığında, Instagram ve Twitter'ın olduğu görülmüştür. “En çok hangi sosyal mecrayı kullanıyorsunuz?” sorusuna görüşmecilerin çoğu Instagram ve Twitter yanıtını vererek özellikle Instagram'da görsel ağırlıklı içeriklerin yer alması ve gündem takip etmek için ise Twitter'ı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Görüşmeci 8: *Instagram'ı çok fazla kullanıyorum. Çünkü daha çok fotoğraf ve video ağırlıklı olduğu için dikkatimi çektiğini düşünüyorum.*

Görüşmeci 7: *Instagram. Daha eğlenceli bir platform olarak geliyor bana. Önceleri bu kadar aktif değildi fakat Facebook'a tabiri caizse “akraba bastı” ve genç neslin daha çok Instagram'a kaydığını düşünüyorum. Instagram da her türlü şey bulabiliyorsunuz. Takip ettiğin şeylere göre birçok şeyden haber olma imkanı sunuyor. Buna haberler de dahil. Dahası Instagram bir sürü özellik de getirdi .O nedenle aktif bir şekilde kullanıyorum.*

Görüşmeciler Twitter ve Instagram'ın eğlenceli tarafına da vurgu yapmakta ve bu platformlarda eğlendikleri için daha çok kullandıklarını dile getirmişlerdir.

Görüşmeci 6: *Kesinlikle Twitter. Eğlenceli bir platform olduğunu düşünüyorum. Haber alabiliyor, mizah okuyabiliyorum. Tüm sosyal mecraların toplamı bu platform gibi geliyor bana...*

Görüşmeci 11: *En çok Instagram ardından Twitter'ı kullanıyorum. Instagram'ı çok renkli yaşamları takip etmek için tercih ediyorum. Arkadaşlarıma dair*

merak ettiğim şeyleri oradan daha çok ulaştığıma inanıyorum. Twitter da haber takip etmek için kullanıyorum....

Genel olarak değerlendirildiğinde görüşmecilerin yoğunlukla Instagram ve Twitter kullandığı ve bu platformlarda daha anlık paylaşımların görülmesi ve eğlenmeye yönelik içeriklerin ağırlıklı olması görüşmecileri bu mecralara çekmektedir. Twitter ise daha fazla gündem takip etmek için kullanılan bir araç olarak görülmektedir. Öte yandan bu mecraların özellikle aile ve akraba bireylerinden uzak platformlar olması görüşmecilerin bu platformları daha aktif kullanmalarının bir diğer nedenidir.

4.2. Sosyal Medyaya Yönelik Güven Algısı

Görüşmecilerin sosyal medyaya yönelik güven algılarını anlamaya yönelik “Sizce sosyal mecraların güvenlik durumu nedir? Bu konuda nasıl hissediyorsunuz?” sorusu yöneltmiştir. Bu doğrultuda görüşmecilerin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı güvenli bulmadıklarını fakat bu güvenlik durumunun bir endişe yaratmadığını ve aktif olarak kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Görüşmeci 11: *...Mesela bazı bilgileri paylaşma açısından güvenli bulmuyorum. Bizim kişisel bilgilerimizi koruma açısından da güvenli bulmuyorum ama bir yandan da mahremiyet endişesi de duymuyorum bununla ilgili. Çünkü birçok kişinin böyle olduğunu düşünüyorum sonuçta hangi birimizle uğraşacaklarını düşündüğüm için de çok fazla umursamıyorum açıkçası.*

Görüşmeci 6: *Güvenli bulmuyorum. Ama şöyle birşey var ne amaçla kullandığına göre çok değişiyor. Çok özel birşeylerini paylaşmadığın sürece güvenilir olup olmaması beni çok ilgilendirmiyor açıkçası...*

Görüşmeci 4: *Güvenlik konusu duruma göre çok değişir. Tam olarak güvenilir diyemem ama nasıl kullandığımıza bağlı. Gizlilik özellikleri de çok fazla. Arkadaşlarını kendin seçiyorsun eklerken mesela. O yüzden bu kişiye özel bir durum diye düşünüyorum. Güvenli ama kişinin kullanımına göre değişebilen bir durum. Güven konusu bence yaş kitlesine göre değişiyor. Yani şöyle söyleyebilirim kendim de bildiğim için bunları söylüyorum. Daha çok ortalama 45 yaş ve üzeri bu ortamın*

güvenliklerinden çok fazla haberdar değiller. Ama bizim yaş kitlemiz 15-35 yaş arası bu güvenlik sisteminin farkında ve ona göre hareket ediyor diyebilirim.

Görüşmeci 12: *Kesinlikle değil ama birden fazla yorumu aynı anda görebiliyorsun. Gerçek olup olmadığını algılayabiliyorsun. İnsanın empati yeteneğini geliştirdiğini düşünüyorum. Biri A'yı diğeri Z'yi savunuyor. Sen ikisini de görüyorsun. İkisi de doğru veya yanlış olabilir. K'da ortak payda da kendi kararını verebiliyorsun. Evet bir mecra güvenilir değil ama artıları eksilerini kapatıyor...*

Görüşmeciler sosyal medyayı kullanım amacına göre güven duyulması veya duyulmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Görüşmecilerin çoğunluğu sosyal mecraların güvenli olmadığını savunmaktalar fakat bilinçli kullanıldığında yani gizlilik ayarları ve paylaşımlara dikkat edildiği sürece sıkıntı yaratmayacağına inanmaktadırlar. Öte yandan sosyal medya platformlarının çok seslilik yaratma özelliğine sahip olması yani birçok görüşü içerisinde barındırması gibi unsurun sosyal mecralara olumlu katkıları olduğunu ve güven duygusunu olumlu yönde tetiklediğini söylemektedirler.

4.3. Sosyal Medya Haberlerinin Kaynakları

Görüşmecilerin sosyal medyada haber kaynaklarına yönelik algılarını ortaya koymak amacıyla haberleri/gündemi daha çok hangi mecralardan takip etmeyi tercih ettikleri, en çok hangi mecra'yı haber alma bilgi edinme konusunda güvenilir buldukları ve okuduğunuz haberlerin veya bilgilerin kaynaklarına ulaşır ulaşmadığına dair sorular sorulmuştur. Bu bağlamda elde edilen bulgular görüşmecilerin daha çok dijital mecralardan haber veya gündem takibi yaptıkları ve sosyal mecra platformu olarak daha çok "Twitter" ı güvenilir bulduklarını ifade etmişlerdir.

Görüşmeci 9: *Genellikle televizyon izlemiyorum ve olan biteni, haberleri Twitter'dan takip ediyor, Twitter'dan öğreniyorum. Haberler konusunda çok güvenli olduğunu idda edemem ama yine de Twitter'a güveniyorum. Öte yandan haberlerin veya bilgilerin kaynakları ulaşmanın önemli olduğunu düşünüyorum ama ben genellikle kaynaklarına ulaşmıyorum...*

Görüşmeci 2: *Geleneksel mecralardan mecburen uzak olduğum için ya haber sitelerinden ya da Twitter'daki haber sitelerinin hesaplarından takip ediyorum.*

Onaylanmış twitter hesaplarını ve gazetelerin haber sitelerini güvenilir bence fakat sosyal mecra platformu olarak Twitter'i güvenli buluyorum. Ayrıca haberlerin veya bilgilerin kaynaklarına ulaşmaya çalışırım. Ulaşamıyorsam ve bir kaynak belirtilmediyse hiç dikkate almam bile yani güvenmem.

Görüşmeci 3: *Haberler alma ve bilgi edinme konusunda sosyal medyada platformalarından Instagram ve Twitter' tercih ediyorum. Geleneksel mecraları çok fazla tercih etmiyorum açıkcası televizyon, gazete gibi alışkanlıklarım pek yok. Ayrıca genelde Instagram ve Twitter'i takip ettiğim için genellikle oralardan sevdiğim kendi görüşüme uygun, kendimce kendini, olayları ve olguları doğru ifade ettiğini düşündüğüm köşe yazarları, kanaat önderleri gibi kişileri takip ediyorum. Bu nedenle Instagram ve Twitter'ı daha güvenilir buluyorum...Her haberin kaynağına da ulaşmam. Gerekli gördüklerime ulaşırım.*

Görüşmeci 8: *Haber veya gündemi Twitter'dan takip ediyorum ve haber konusunda Twitter'ı güvenli buluyorum. Bu mecra sayesinde habere veya gündeme daha kolay ulaşılabilir bence. İnternette gazeteyi okumak yerine Twitter'da gezinmeyi tercih ediyorum. Twitter'da herşey var ve çok daha kolay ulaşılabilir, daha hızlı bir haber akışı mevcut. Ayrıca okuduğum haberlerin veya bilgilerin kaynaklarına bakmam ve ulaşmaya çalışmam.*

Görüşmecilerin sosyal medya haber kaynaklarına yönelik algıları incelendiğinde haber veya gündem takibi için geleneksel mecralardan ziyade dijital mecraları tercih ettikleri ve bu mecraları daha güvenilir buldukları bulgulanmıştır. Görüşmeciler tarafından haber veya gündemi takip etme bağlamında en güvenilir sosyal medya platformu ise Twitter olduğu görülmektedir. Okudukları haberlerin veya bilgilerin kaynaklarına ulaşım konusunda ise görüşmeciler arasında farklı düşüncelerin mevcut olduğu görülmektedir. Görüşmecilerin bir kısmı okudukları haberlerin kaynaklarına ulaştığını ve kaynak konusuna önem verdiğini ifade ederken bir kısmı kaynağın önemli olduğunu fakat kaynağa ulaşmadığını söylemiştir. Haberin kaynağını önemsemeyen görüşmeciler ise haberi veya gündemi, doğruluğuna ve güvenilirliğine inandığı kişilerden takip etmeleri haberi doğru olarak algılamalarını sağlamaktadır. Öte yandan görüşmecilerin hepsi tüm haberlerden ziyade ilgilerini

çeken ve kendileri için önemli buldukları haberlerin veya bilgilerin kaynaklarına ulaştıklarını ve içeriği detayları ile araştırma yaptıklarını ifade etmişlerdir.

4.4. Sosyal Medya Haberlerinin Doğruluğuna Yönelik Algı Unsurlar

Görüşmeye katılan kişilere sosyal medya haberlerinin doğruluğuna yönelik algılarını ortaya koymak için kişilere doğru kavramını nasıl tanımladıkları sorulmuştur ve sonrasında sosyal medya haberlerini doğru olarak kabul etmeleri için gerekli unsurları değerlendirmeleri istenmiştir.

Görüşmeci 1: *Doğru haber, olay doğrudur, yer doğrudur, zaman doğrudur, kişiler gerçektir. Bir haberin doğruluğunu tahlil ederken ise araştırırım, olayın gerçekten öyle olup olmadığına dair birilerine fikrini sorarım. Aynı haber içeriğinin tutarlı olup olmadığını belirlemek için başka haber sitelerini veya platformalara bakarım...*

Görüşmeci 3: *Bana göre haberin doğruluğu veya yanlışlığı işin etik boyutunu ifade etmektedir. Haberin doğruluğu; gerçeği yansıtmasıdır ve içeriğin haber değeri varsa ve insanlarda birşeyler uyandıracaksa objektif bir şekilde olayı çarpıtmadan açık bir şekilde vermek olduğunu düşünüyorum. Bir haberin doğruluğunu tahlil ederken haberin güvenilirliğinden emin olmak istiyorsam öncelikle farklı kaynaklara bakarım. Farklı kaynakları baz alırken aynı görüşü savunan farklı kaynaklar değil tabiki. Farklı görüşten, farklı taraflar... Onlarında düşünlerini ya da ifade ettikleri durumları incelerim. Onun dışında bu işte belli bir etik ve ahlak oturtmuş, belli bir tecrübesi olan kişi ve kurumların haberleri benim için önceliklidir.*

Görüşmeci 4: *Yer, kişi, zaman, söylenenler ya da gerçekleşen olay gerçekliğe dayanıyorsa veya birkaç mecrada kesinliğe ulaşmışsa bu doğru haberdir diye düşünüyorum. Bir haberin doğruluğunu tahlil ederken daha önce takip ettiğim doğruluğuna daha önceden emin olduğum bir sayfaya veya bir kanala bakarım. Haberde kişi, yer ve zaman başka kanallarda da aynı şekilde yayınlandığını görürsem o haberin doğruluğuna inanırım. Tek bir kaynağın değil de iki veya daha fazla kaynaktan yer alıyorsa haber ve görüntü varsa bu benim için daha çok doğrulayıcı olur veya kendimin doğrulayabileceği başka kaynaklar varsa birkaç tane kanaldan izler veya kaynaktan okurum. Hepsinde olay aynı ise hepsinde aynı şekilde yer alıyorsa*

bunun doğru olabileceğini düşünürüm ama yine de soru işareti kaldığı zaman direkt kişileri araştırmaya başlarım. Direkt olayın özüne bakarım. Belki bir kesinlik vardır diye. Ama bu tüm haber için geçerli değil. Benim için çok önemli olan beni ilgilendiren haberlerde daha çok doğruluğuna güvenmem için bu araştırmaları yaparım.

Görüşmeci 6: *Haberin doğruluğu objektifliğini ifade eder benim için... Bir olayın olduğu gibi yansıtıldığı bir ortamda haber doğrudur gözümde. Bir haberin doğruluğunu tahlil ederken ise görüşlerine güvendiğim otoritelerin söyledikleri haberler daha güvenilir geliyor, kanallar da aynı şekilde. Görüşüne güvenmediğim bir kişi veya kanalın haberini daha detaylı araştırırım. Direkt yalan bu haber, iftira atıyorlar şeklinde bir önyargım olmuyor. Ama daha detaylı internetten araştırıyorum, farklı kaynaklara bakıyorum. Farklı başlıklarda aynı konu ile ilgili neler söylenmiş diye detaylı bir arama yapıyorum.*

Görüşmeci 8: *Haberin kesin olması ve her zaman her koşulda tüm kaynaklarda geçerli olmasıdır bence doğru haber. Bir kaynakta A içeriğine yazıp aynı haberin başka kaynakta B içeriğine sahip olmamasıdır. Haberin doğruluğunu tahlil ederken ise birkaç kaynaktan doğrulamaya çalışıyorum. Video gibi kanıt olabilecek şeyler varsa buna bakarım ve daha çok güvendiğim isimlerin var olup olmadığına. Bu kişilerin söylemlerine de bakarım. Takip ettiğim bu kişiler olaylara objektif bakan, siyasi anlamda bir tarafı savunmayan kişiler oluyor.*

Sosyal medyada yer alan haberlerin kişilerde *doğrudur* algısı yaratan unsurlar; haberin objektif olması, farklı kaynaklarda haberin aynı içeriğe sahip olması ve kaynak güvenilirliği önem taşıdığı görülmektedir. Öte yandan bazı görüşmeciler ise haberin içeriğini destekleyecek bir görsel veya videonun haberin içerisinde yer almasının da haberin doğru kabul edilebilmesi için gerekli olduğunu ifade etmişlerdir.

4.5. Sosyal Medya Haberlerinin Yanlışlığına Yönelik Algı Unsurlar

Sosyal medya platformlarında yanlış veya yalan içerikli haberlerin algılanmasına yönelik bulguları belirlemek amacıyla görüşmecilere yalan haber ve yanlış haber kavramını nasıl tanımladıkları, yalan ve uydurma haberlere yönelik tutumları sorulmuştur.

Görüşmecilerin yalan veya yanlış haberler kavramını nasıl algıladıklarına yönelik ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Görüşmeci 3: *Çeşitli sebepler için okuyucu çekmek, takipçi arttırmak gibi sebeplerle, çokta doğru olmayan ya da çarpıtılmış, kaynağı doğrulanmayan haber çeşitlerini yanlış haber olarak algılıyorum.... Yalan haber gerçeği, hakikati yansıtmayan, insanları farklı amaca yönlendiren haberdir bana göre.*

Görüşmeci 12: *Yalan haberi, ortada var olan ve kötüye giden bir durumu iyi bir şekilde göstermek için üretilen içerikler olarak düşünüyorum...*

Görüşmeci 8: *Yalan haberi, içeriği doğru olmayan uydurulmuş haber olarak algılıyorum.*

Görüşmeci 6: *Yanlı haber benim için yalan haberdir. Bir kaynağın yalan haber yapması, bir görüşü savunmasıdır ve o argümanı desteklemek için içerik üretmesidir.*

Görüşmeci 11: *Genellikle haberi abartılı bir şekilde sunan öyle olmayacağı apaçık bir şekilde belli olan bir tarafı desteklediği net olan haberler benim için şüpheli haberdir. Yani, bir kesimi genellikle zan altında bırakırken diğer tarafı yücelten, gerçek verilere dayanmayan şeyleri gerçekmiş gibi sunan içerikleri yalan haber olarak algılıyorum.*

Görüşmecilerin yalan haberi yanlış olması, çarpıtılmış olması, içeriğin manipüle edilerek insanların yanlış, var olandan farklı bilgilendirilmesi olarak algıladıkları görülmektedir. Bu bağlamda görüşmecilerin yalan ve uydurma haberlere yönelik tutumları ise aşağıda belirtilmiştir.

Görüşmeci 3: *...İnsanları yanıltmak, başka amaçlara yönlendirmek doğru değil veya yalan ve uydurma haber ile durum hakkında yanlış bir kanı oluşturmak, fikir yaymak. Fakat günümüzde internette bunun önüne çok geçemiyoruz. Herkes kendini sosyal medya platformlarında ifade edebiliyor. Yanlış fakat insanlar takipçi sayısı, sayfa tıklanma sayısı, videonun izlenmesi artsın diye insanlar her şey yapabiliyor. Günümüzde yalan haberlerin daha fazla artmasına kesinlikle sosyal mecraların sebep olduğunu düşünüyorum. Sosyal medyayı baz aldığımızda işi bilen bilmeyen, deneyimi olan olmayan herkes bir şekilde kendini ifade edebiliyor. Bir*

kanaat önderiymiş gibi görebiliyor kendini. İnsanlar onlardan etkilenebiliyor ve böylelikle bu insanlar ürettikleri yalan haberlerle milyonları peşine takabiliyor. Sosyal mecra platformlarında içerik oluşturan birçok kişinin uzmanlığı yok, deneyimi veya bir akademik unvanı yok. Güvenilir kaynak değiller kendileri. Burada bireyler kendilerine sormalı ve sorgulamalı. Bence bunun muhatabı bireylerin bizzat kendisidir...

Görüşmeci 11: *Yalan ve uydurma haberleri, yapılmaması gereken şeyler olarak görüyorum çünkü bazen gerçekten de bazı insanlara çok fazla zarar verebiliyor. Siber zorbalığa kadar giden şeylere yol açabiliyor yalan ve yanlış haberler. O yüzden bununla ilgili denetim süreci olabilir...*

Görüşmeci 6: *Aslında o kadar çok bilgi kirliliği var ki sosyal medyada bu tür haberlerin oluşturulması ortamın kirliliğini daha da artırıyor... Doğru ve güzel haberlere ulaşmamızı engelleyen bir kıstas olarak görüyorum ben. Günümüzde o kadar zor ki artık doğru habere ulaşmak didik didik araştıramıyoruz ne yazık ki. Yoruluyoruz artık, o kadar yalan ve uydurma haber var ki sosyal medya da hangisi doğru hangi gerçek uğraşamıyoruz çünkü günümüz çok dolu yani ona ayıracak vaktimiz olmuyor açıkçası. İnsanların yalan ve uydurma haber yapmalarının nedenleri bence yanlışlık. Yanlılık var ise bir sistem de bir görüşte, savunulan bir davada bir eksiklik varsa onu kapatmaya çalışmanın göstergesi. Medya da insanları en kolay şekilde etkileyebilmenin bir aracı. A ve B kanalını izleyen bir insan iki kanalda da bambaşka dünyalar görebiliyor.*

Görüşmeci 2: *Tamamıyla dikkat çekmek ve gündem değiştirmek için yapılan şeyler bence. Amaç ilgi çekmek. Zaten sosyal medyada paylaşımların genel amacı bu. Ben de burdayım deme ve beğeni almak, takipçi sayısını artırmak. Bu açıdan bir nebze saygı duyuyorum ama benim yapacağım bir davranış değil. İlgi çekmek için yalan ve uydurma içerik üreten bir şahıs konumuna düşmek istemem.*

Görüşmeci 4: *Bence bunun nedeni tamamen etkileşim yaratmak, beğeni ve takipçi kazanmak. Bence sosyal mecraların ilk çıkış amacı da buydu zaten diye düşünüyorum. Facebook kurulma ve kullanılma amacı arkadaşlarını bulma gibi bir platformdu. Ama daha sonra canlı yayın özelliği bile eklendiğine göre bu*

platformların amacı artık farklı bir yöne evrildi. Haber de yapılabilir bir hale gelmesiyle yayın organına dönüştüğünü düşünüyorum. Basit uygulamalardan daha çok artık sosyal mecralar bir basın medyasına dönüşmüş durumda ... Olayın maddiyat boyutunu görmeye başladıktan sonra insanlar daha çok yalan ve uydurma haberler oluşturmaya başladılar. Sosyal mecra artık kendi başına bir dünya ve insanlar bu dünya da para kazanmak istiyor.

Görüşmeci 5: *Bence bunların hepsi bir manipülasyon, bazı insanlar tarafından zevk için bile üretildiğini düşünüyorum. Sırf o olay daha fazla konuşulsun ve gündem de yer alsın başka gündem konularının önüne geçebilsin. Bence benim yaş grubundan biri yapıyorsa tamamen takipçi çekmek amacıyla yapılmakta ve bu yaş grubunda yalan veya yanlış haberlerin paylaşımını yapanlar ise kendi özbenliğini kanıtlayamamış insanlar olduğunu düşünüyorum. Çünkü takipçileri kendilerine daha çok ego tatmini sağlıyor. Otoriterler tarafından yapıldığında ise doğrudan yine manipülasyon veya gündem değiştirme amacı olduğunu düşünüyorum.*

Görüşmeci 10: *...Yani boyutları bazen tehlikeli olabiliyor. İnsanlar aslında birşey yapmak isterken diğer insanlar tarafından farklı algılanınca bu haberlerden dolayı linç ediliyor. Yalan haberler nedeniyle bunlar daha da üst boyutlara dayanabiliyor. Kaos yaratılabiliyor.*

Görüşmecilerin yalan ve uydurma haber veya içeriklere yönelik tutumlarına bakıldığında görüşmeciler bu haberlerin oluşturulmasında yanlılık, gündem değiştirme amacıyla ve de dikkat çekerek takipçi sayısını arttırmak ve beğeni almak gibi endişeleri taşıyan kişiler veya gruplar tarafından yapıldığını düşünmektedir. Bu haber ve içerikler ile beğeni ve takipçi sayısının artmasını amaçlayan kişilerin de daha çok gençler olduğunu dile getirmişlerdir. Görüşmecilerin neredeyse hepsi gündemin değiştirilmesi amacıyla da sıklıkla yalan ve uydurma haberler oluşturulduğunu ifade etmektedir. Ayrıca bu tür haberlerin büyük kitlelere ulaşarak insanların algılarını etkilediği ve böylelikle sosyal medya platformlarından insanlara/kurumlara/gruplara yönelik linç girişimi başlatıldığı ve toplumlarda kaosa neden olduğu görüşmeciler tarafından değinilen diğer noktalardan biridir.

4.6. Sosyal Medya Haberlerinin Paylaşılma Motivasyonları

Görüşmecilerin sosyal medya platformlarında haber paylaşma motivasyonlarını belirlemek için kişilere öncelikle sosyal medyada haber veya bilgi içerikleri paylaşma durumları ve okudukları haberleri veya bilgileri paylaşmada güvenlik/kaynak gibi belli kriterlerinin olup olmadığı sorulmuştur.

Görüşmeci 1: *Sosyal medya platformlarında haber paylaşmıyorum. Yani arkadaşlarımla yüz yüze sözlü olarak paylaşıyorum ama kendi hesabımdan kişisel olarak paylaşım yapmıyorum.*

Görüşmeci 2: *Hayır paylaşmıyorum. Gerek duymuyorum. Sosyal mecralarda haber paylaşmaya yönelik çekimserliğim olduğunu düşünmüyorum. Şahsen kimsenin ihtiyacı olmadığını düşündüğüm için paylaşmıyorum. Herkes çok rahatlıkla benim gördüğüm her şeyi görebiliyor. Okuduğum bilgileri veya haberleri en fazla retweet yapmayı tercih ediyorum. Facebook da ise beğenirim, Instagram da en fazla yorum yaparım.*

Görüşmeci 3: *Çok tercih etmiyorum öte yandan haber ve bilgi içerikleri alanım dahilinde ise paylaşıyorum. Klasik haber anlayışı dediğimizde akla gelen siyasi, politik içerikleri paylaşmaya gerek duymam. Kültür, sanat haberleri olabilir ama siyasi, politik, sağlık haberlerini paylaşmam. Bu tür haberleri takip ediyorum ama paylaşmayı tercih etmiyorum. Ben sonuçta bir köşe yazarı değilim, yazar değilim kendimi öyle görmüyorum. Tutup da bir köşe yazısını ya da bir makaleyi paylaşmak bana çok sevimli gelmiyor. Zaten o tarz bir içeriği veya habere ulaşmak isteyen bir kişi, kişinin veya kurumun sayfasına ulaşabilir. Ben o nedenle kişisel hesaplarının daha öznel olmasını düşünüyorum ve fikirlerimin beni yansıtmasını istediğimden dolayı daha çok düşünceleri yazıya dökerek paylaşım yaparım. Beni ve benim ilgi alanlarımı yansıtan haberleri paylaşmayı ve kendi düşüncelerimi yorumlamayı seviyorum. Kendimce doğruluğunu ölçtüğüm, kaynağına ulaştığım bilgileri sevdiğim kişilerle özel olarak paylaşıyorum. Her zaman post olarak da değil yani özelden arkadaşlarımız ile birbirimize de yollayabiliyoruz. Tercih ediyorsam da kendi ilgi alanlarım doğrultusunda alanımla ilgili olabilir paylaşımlarım.*

Görüşmeci 4: *Evet paylaşmışlığım var. Daha çok bugüne kadar Facebook'ta yaptım bunu. Twitter'da yaptım. Instagramda daha önce haber paylaşmadım.*

Yaptığım haber içerikleri daha çok siyasi idi. Daha çok insanları doğru habere ulaştırabilmek amacıyla. Kendi doğru olduğuna inandığım kaynaklardan bulduğum haberleri paylaştım.

Görüşmeci 5: *Hayır haber paylaşmam. Sanırım sosyal medyanın yine sahte olayı yüzünden. Haberi yapsam da benim yaptığım gibi, benim baktığım gibi bakacakları için çok öyle bir kriterim olmuyor. Bilgi paylaşımı yapıyorum. Twitter üzerinden okuduğum bilgileri paylaşıyorum... Kaynağına ulaştığım bilgileri paylaşırım daha çok.*

Görüşmeci 8: *Hayır paylaşmıyorum daha çok fotoğraf ve video paylaşmayı tercih ediyorum. Onun dışında çok fazla kendi düşüncemi paylaşmayı sevmiyorum. Birşey olur mu? diye bir çekingenliğim var. Çok nadir olarak ise bilgi paylaşımı yaparım. Daha çok bilinen ve güvenilir olan bilgileri paylaşırım. toplumun büyük çoğunluğu tarafından bilinen bilgiyi paylaşırım. Eğer bu kadar insan tarafından biliniyorsa doğrudur gibi bir izlenimim de olabilir.*

Görüşmeci 9: *Daha çok eğlence amaçlı kullandığım için sosyal medyada haber paylaşımı yapmıyorum. Nadir de olsa kendi siyasi görüşüme yakın şeyler paylaşıyorum. Ya da sosyal sorumluluk konularında paylaşımlar yapıyorum duyarlı olduğum konularla ilgili.*

Görüşmeci 10: *Haber paylaşmıyorum. Beğendiğim içerikler olmasına rağmen yine de paylaşmıyorum. Düşüncemin ne olduğunun bilinmesinden çekiniyorum açıkçası. Sosyal mecralarda bilgi paylaşımı yapmıyorum ama yanındaki ve çevremdeki insanlarla şöyle şöyle birşey varmış diye söylerim ama bilgiyi direkt sosyal mecradan aktarmıyorum.*

Görüşmeci 11: *Paylaşmıyorum ama okuyorum. Haber paylaşmam için onun eğitim ile ilgili olması gerekiyor ya da bilimsel bir araştırma olması gerekiyor. Siyasi içerikli haberleri paylaşmıyorum. Eğitim ya da araştırmaya dayalı içerikleri paylaşırım. Resmi bir kaynaklı bir haber ise paylaşırım. Kaynak güvenilirliği ben de çok önemli bir faktör paylaşmamda ve doğru olarak kabul ederken de genellikle kaynağa, tarafsız olmasına ve içeriği kim paylaşmış ona bakarım.*

Görüşmecilerin sosyal medya haberlerinin paylaşılma motivasyonlarına bakıldığında görüşmecilerden 11 kişinin özellikle siyasi içerikli haberleri sosyal medya platformlarından paylaşmadığı, ilgi alanları doğrultusunda haber paylaşımları yaptıkları görülmüştür. Bilgi içerikli paylaşımlarda ise kaynağına güvendiği yine kendi ilgi alanları ile ilgili paylaşımlar yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca siyasi haberleri sosyal medya platformlarından paylaşmaktan ziyade daha çok sanal dünyadan ziyade gerçek yaşamlarındaki arkadaş çevreleriyle bu haberleri paylaştıklarını ve düşüncelerini dile getirdikleri görülmüştür. Siyasi içerikli haberleri paylaşımları yapan 1 görüşmeci ise kendisi tarafından doğru olarak inandığı ve algıladığı içerikleri, insanların da doğru bir şekilde bilinçlenmesini sağlamak için paylaştığı düşüncesindedir.

4.7. Sosyal Medya Haberlerinin Güvenliğine Yönelik Kontrol Unsurları

Görüşmecilere sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberlerin oluşturulması neler yapılabileceğine dair fikirleri sorulmuştur. Ayrıca sosyal medya haberlerinin güvenliğine yönelik kontrol unsurları belirlemek için görüşmecilere sosyal mecralarda haber deyince kime, neden güvenip güvenmediğine yönelik düşüncelerinin de belirtilmesi istenmiştir.

“Sosyal medyada haber deyince kime neden güveniyorsunuz ya da güvenmiyorsunuz?” sorusuna yönelik görüşmecilerin düşüncelerine aşağıda yer verilmiştir.

Görüşmeci 11: *Doğru haber anlamında daha çok resmi ve bağımsız, tarafsız kuruluşlara güveniyorum. Ayrıca hem geleneksel hem de sosyal mecralardaki haberlere eşit olarak güveniyorum. Sosyal medyada çıkan haberlerin karşıt görüşlerini bulmak daha mümkün. Televizyona baktığımda aslında oradan da karşıt görüşleri bulmak mümkün ama orada daha çok denetim süreci olduğu için, en azından yayınlanmadan önce bir denetim sürecinden geçtiğini bildiğim için, sosyal mecralardaki haberleri daha dikkate değer buluyorum....*

Görüşmeci 9: *Önceki yaptığı haberler büyük oranda doğru ise o kaynağa olan güvenim artabilir. Ama hep yalan haber yapıyorsa o zaman bu da yanlışır diyebiliyorum. Sosyal medya da bazı hesapların paylaşımlarına güvenirken*

bazılarını güvenmem. Yine bu önceki deneyimler ve yargılarla ya da kulaktan dolma bilgilerle karar veriyorum. Siyasi duruşum ve görüşümde sosyal medyadaki haberlere bakış açımı şekillendirmektedir.

Görüşmeci 5: *Kendi siyasi düşüncemin tarafındaki haberleri daha güvenli buluyorum. Sanırım farkında olmadan kendimi bu süzgeçten geçiriyorum. Siyasi düşüncemin tarafında olanları takip etmem de sanırım güvenmemin nedeni de bu. Haberin mecrasından ziyade siyasi görüşümün haberlere güvenip güvenmeme konusunda etkisi var.*

Görüşmeci 6: *Aslında her şey tamamıyla görüşlerimizle paralel gidiyor. Görüşlerine yakın olan insanların, kanalların, haberlerin içeriklerine daha yakın oluyoruz. Bu düşünce de aslında yanlış bir görüş gibi ama görüşlerime yakın olanlar bana daha güvenilir geliyor...*

Görüşmeci 12: *...Sosyal medya haberlerinde kaynak ve o kaynağın güvenilir olması çok önemli benim için. Eğer değilse güvenilirliğini kanıtlayabileceğim bir görsel, video olmalı.*

Görüşmecilerin sosyal medyada haberlere güvenebilmesi için kaynak güvenilirliği ön plana çıkmaktadır. Ayrıca dikkat çeken bir nokta ise kişilerin siyasi tarafları, siyasi düşünceleri onların haberleri okuması, yorumlaması ve o kaynağa güven duymasında oldukça etkili olabilmektedir. Öte yandan görüşmecilerin deneyim ve kişisel yargıları, kendi zihinsel süzgeçleri habere güvenme konusunda önemli unsurlar olarak görülmektedir.

“Hangi unsurların sosyal mecradaki haberin veya bilginin gerçekliğine güvenmelerine yardımcı olduğu ve sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberler oluşturulması için neler yapılabileceği” sorusuna yönelik görüşmecilerin düşüncelerine aşağıda yer verilmiştir.

Görüşmeci 11: *Haberde farklı görüşlere yer verildiyse daha güvenilir bulurum. Bilimsel dayanağı varsa ve verilerle, farklı görüş açıları ile desteklemişse daha güvenilir ve doğru bulabilirim. Sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberler oluşturulması için bununla ilgili sosyal medya okuryazarlığı gibi eğitimler ve dersler çoğaltılabilir. Oradaki yalan yanlış haber kaynakları neler olabileceği*

bunların nasıl anlaşılabilirliğine dair eğitimler verilebilir. Genellikle sosyal medya okuryazarlığı üzerine daha gelişmiş bir eğitim verilerek giderilebilir diye düşünüyorum.

Görüşmeci 2: *Sosyal mecradaki içeriğin veya bilginin gerçekliğine güvenmek için bazen sayfanın takipçi sayısına da bakıyorum. Çok takipçisi varsa genel olarak güvenilir bir yer olarak algılıyorum. Yılların getirdiği tecrübeler bakarım. Yıllardır geleneksel mecra da bildiğimiz, tutanan ana akım gazetelerin sosyal medya hesaplarına bakarım. Özel olarak şahısların paylaşımlarını dikkate almam. Sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberler oluşturulmasının mümkün olabileceğini zannetmiyorum. Çok sayıda insan kullanıyor sosyal mecraları özellikle Türkiye’de. Bunun önünün kesilmesi gerçekten çok zor. Bir de sosyal medya niçin var? İnsanlar stres atsın, paylaşım yapsın diye. Bu da kısıtlanırsa sosyal mecraların kullanıcı sayısı düşer. Bu da insanları iten birşey olur. Sosyal mecralarda güvenilir içerik ve haberlerin oluşturulması sağlanamaz. Ancak onaylı hesaplar yaygınlaştırılabilir. Güvenli sitelerin, güvenilir kişilerin hesaplarını onaylatmaları sağlanabilir.*

Görüşmeci 9: *Farklı kaynaklara aynı bilgileri sunması benim için önemli. Bence abartıdan biraz kaçınılması gerekiyor. Bazı haber içeriklerinde bazı olaylar çok fazla abartılıyor. Yani insanların güvenlerini sarsmamak ve güven temelli yaklaşımlarda bulunmak gerekiyor. İnsanlara sosyal medyada yer alan haber ve içeriklere yaklaşım ve değerlendirme konusunda bilgilendirmek ve bilinçlendirmek de yalan haberlere karşı korunmanın en etkili yolu bu olabilir...*

Görüşmeci 5: *Kaynak önemli benim için. Haberin doğasıyla olan ilişkisi de önemli. Gerçeği gerçek anlamda yansıtıp yansıtamayacağı. Örneğin bir haberde bir olayın gerçekleştiği yer farklı platformlarda farklı şekillerde veriliyorsa bunu o mecra ne kadar güvenilir olup olmama konusunda düşünmeme neden olur. Bence öncelikle çok fazla takip edilen haber platformlarının denetim mekanizması altına sokulması gerekiyor. Teyit sitelerinin artırılıp bunların sosyal medya içeriklerini tek tek takip etmesi ve son olarak da sosyal mecra platformlarının kurum ya da kişilere ait resmi olduğunu gösteren mavi tik, aynı zamanda haber sitelerinin de güvenilir olabileceği ya da bunların belli bir kurumla bağlı çalıştığını gösteren belki yeşil bir*

tik işareti olabilir. Biraz da onu diğerlerinden ayırıştırarak ve insanlara güven verecek bir site haline getirebilir.

Görüşmeci 6: *Sosyal mecradaki içeriğin veya bilginin gerçekliğine güvenmemde kanaat önderleri ve paylaşılan kaynak önemlidir. Düşünceme yakın olan kanaat önderleri. İstemsiz bir yakınlık kuruyor onlarda. Doğal olarak temelde anlaştığın için bakış açısı olarak yakınlık oluyor. Karşıt görüşe ait içerikler de biraz daha detaylı araştırırım. Sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberler oluşturulması için de denetim mekanizması gerekiyor. Bir şekilde haberlerin kaynağı belli mekanizmalar tarafından teyit edilmeli. Bu sadece teyit.org gibi değil. Onların yaptığı işi ulusala da yaymamız gerekiyor ya da bir haberin beş farklı görüşten anlatıldığı tek bir haber oluşturulabilir. Farklı görüşler bir araya getirilip bir haber içeriği hazırlanmalı belki... Daha temiz bir içerik oluşturulabilir. Bir şekilde farklı görüşlerin saygı içerisinde tek mecrada buluşması hoş olabilirdi. Bu mecra bir haber sitesi veya form olabilir.*

Görüşmeci 10: *Bilinirlik, güvenirlilik, tarafsızlık ve yazım ve imla hatalarının olmaması önemlidir sosyal mecralardaki haberlere güvenmem için. Ayrıca şuan sosyal medyayı her yaştan insan kullanabiliyor ve sosyal mecralarda çok farklı içeriklerde var. Aslında bunun için çok sıkı bir güvenlik sistemi kurulabilir mesela. Herkes 10 yaşındaki çocuğa sadece onu ilgilendiren onunla ilgili şeyler gösterilebilir, onun dışına çıkması engellenebilir. Bir tür filtre gibi. Bu şekilde güvenlik sistemi sağlanabilir. Medyayı kullanan insanlara fenomenlere, Youtuber'lara belli kurallar konulmasını düşünüyorum. Bazıları çok fazla argo ve küfür ağırlıklı bir dile sahip. Bunlar engellenerek haber ve içerikler saygı çerçevesinde verilebilir. Hepsi kategorilere ayrılabilir. İzlemek istediğimiz şeyler belli kategoriler ve belli sınırlarla izlenmeye sunulabilir. Sınır getirildiğinde kanaat önderlerinin, Youtuber'ların, fenomenlerin vs. daha güvenilir içerikler ve haberler oluşacağına inanıyorum.*

Görüşmeci 8: *Bence bu zor birşey ama tarafsızlık olması gerekiyor. Haberi veya bilgileri olduğu gibi vermek objektif olmak çok önemli. Bir kaynak yerine birkaç kaynak sunulmalı.*

Görüşmeci 3: *Karşıma gelen haberi ben sorgularım şahsen ve bir iletişimci olarak da sorgulamam gerektiğine inanıyorum. İletişimci olarak artık az çok anlıyoruz bir başlığın öylesine mi atıldığını ya da gerçeği yansıtmadığını. Paylaşan kişi ile de ilgilidir güvenip güvenmemem. Bir iletişimci olarak haberin içeriği de çok önemli ama bunun çoğu zaman paylaşan kişi veya kurum benim dahi üzerimde etki yaratabiliyor. Sosyal medya hayatımıza daha sınırsız bir özgürlük yarattığı gibi bir anlayış getirdi. Bunun birçok boyutu tartışılıyor günümüzde. Alanında uzman olmayan birçok kişi çıkıyor milyonlarca kişiyi etkiliyor. Biz bir iletişimciyiz hedef kitleler bunu beğeniyor. Tutup da o insanı zalimce eleştirmek yermek de doğru değil. Kişiler kendi içine dönmeli. Bulmak istediğiniz bilgi ne? İnsanlar bunu cevaplamaları gerekir. İnternet ortamı bize her türlü bilgiyi sunmakta. Aslında bizim elimizde her şey, boş içerik üretenleri ben istersem takip ederim istersem etmem. Araştırım bulurum. Herkes herşeyi ürettiği kaliteyi, deneyimi, uzmanlığı çok göz ardı edebiliyoruz. Burada insanlar kendilerine yönelmeli. İyi doğru içerik gibi birşeyin tartışılmasını da doğru ve mantıklı bulmuyorum. Çünkü sosyal medya artık günümüzde çok fazla hayatımıza girdi ve çok fazla hayatımızın içerisinde. Bence üretenden ziyade tüketenler bilinçlenmeli. Belli bir içeriği veya haberi belli bir kitle kabul etmiş ve benimsemişse onu da çok fazla zalimce eleştirmemek gerekiyor. Kimi takip ederken kimi de takip etmez, beğenmez, güler geçer. Sosyal mecradaki haberlerin ve içeriklerin özgür düşüncenin bir yansıması olarak görüyorum. Çirkin şeylere yol açabiliyor ama buna çok da müdahale edilebileceğini düşünmüyorum.*

Görüşmecilerin sosyal mecradaki haberlerin veya bilgilerin gerçekliğine güvenmelerine hangi unsurların yardımcı olduğuna dair düşünceleri çoğunlukla kaynağın belirtilmesi, haberin objektif olması ve topluma yön veren ve düşünce yapısını şekillendiren kanaat önderlerinin haberi veya bilgiyi desteklemesi yönündedir. “Sosyal mecralarda daha güvenilir içerikler ve haberler oluşturulması için neler yapılabilir?” sorusuna ise görüşmeciler haberleri üretenlerden ziyade okuyucuların kendilerini bilinçlendirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca görüşmeciler sosyal mecralarda daha güvenilir içeriklerin ve haberlerin oluşturulmasının sosyal mecraların çok fazla kullanıcıya sahip olmasından dolayı

mümkün olmayacağını ve sosyal medya platformlarına sınırlama getirilemeyeceği fikrine sahiptir.

SONUÇ

Bu çalışmada güven ve doğruluk bağlamında iletişim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal mecralarda yer alan haberleri nasıl algıladıkları ve bu haberleri nasıl tahlil ettiklerine yönelik düşünceleri ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda yedi tema belirlenerek görüşmecilerin düşüncelerine yer verilmiştir.

Yarı-yapılandırılmış görüşme ile kişilerden elde edilen bilgiler ile üniversite öğrencilerinin en çok Instagram, Twitter ve sonrasında Youtube'un kullandığı bulgulanmıştır. 2019 Global Sosyal Medya İstatistikleri ve farklı kuşakların sosyal medya tercihleri üzerine yapılan araştırmalarında da Instagram kullanıcılarının % 95'inin 35 yaşından küçük kullanıcıların, Twitter'ı ise en çok kullanan yaş grubunun ise 18-29 yaş arası kullanıcıların oluşturduğu görülmüştür (Dijilopedi, 2019). Öte yandan bu çalışmada görüşmeciler haber edinme ve gündemi takip etmede Twitter'ı en güvenilir mecra olarak değerlendirmiştir. Bu bağlamda Twitter, iletişim fakültesinde öğrenim gören katılımcılar için haberleri ve gündemi takip etme konusunda önemli bir araçtır.

Çalışma da görüşmeciler kaynak güvenilirliğinin önemine sık sık değinerek sosyal medya platformlarında haber paylaşımından kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Kılıç ve İspir (2017: 409), araştırmalarında katılımcıların sosyal medyanın haber alma ve paylaşma amacıyla kullanılmasında haberlerin güvenilirlik sorunu yaşadığını ve kaynak güvenilirliğinin önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda Kılıç ve İspir'in (2017) çalışmalarından elde ettiği bulgular bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Araştırmada görüşmeciler sosyal medyada yer alan haberleri güvenli olarak algılayabilmeleri için haberlerin objektif ve kaynağın bilinir olmasının önemli olduğunu düşünmektedir. Ayrıca siyasi yaklaşımlarının da haber paylaşım motivasyonlarını şekillendirdiği görülmüştür. Bunun yanı sıra görüşmecilerin siyasi içerikli haber paylaşımından kaçındığı daha çok ilgi alanlarına yönelik haber ve bilgi paylaşımlarında bulunduğu bulgulanmıştır. Görüşmeciler paylaşımlarının daha çok sanat, kültür, spor ve bilimsel çalışma içerikli olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal mecralarda daha güvenilir haber ve bilgi içeriklerinin oluşturulmasında ise bir denetim mekanizmanın olması gerektiğinin düşünen görüşmeciler, haberin doğruluğunu teyit edilmesine yardımcı olabilecek sitelerin de artırılması gerekliliğini vurgulamışlardır. Öte yandan geniş kitleler tarafından yaygın olarak kullanılan sosyal mecra platformlarında güvenilir haber ve bilgi içeriklerinin oluşturulmasının mümkün olamayacağını ancak bireylerin kendilerini medya okuryazarlığı konusunda eğitmeleri, haberleri tarafsız bir şekilde değerlendirmeleri ve haber veya içeriklerin doğruluğunu kendi düşünsel süzgeçlerinden geçirerek karar vermeleri gerektiğini vurgulamışlardır. Bu bağlamda özellikle ilköğretim, lise ve üniversite eğitiminde dijital medya okur yazarlığı derslerinin yer alması büyük önem taşımaktadır. Günümüzde ve gelecekte dijital dünyanın ivme kazanarak etkinliğinin ve kullanımının artacağı dikkate alındığında bireylerin sanal dünyada bilinçli hareket etmesi ve bu sanal dünyada doğru ve yanlış ayırabilmesi oldukça önem arz etmektedir.

Son olarak çalışmanın bir bulgusu da iletişim fakültesinde öğrenim gören görüşmecilerin sosyal medya platformlarına güvenmedikleri fakat yine de etkin olarak kullandıklarıdır. Görüşmeciler sosyal mecraların bilinçli kullanıldığında ve gizliliğe dikkat edildiğinde mahremiyet konusunda herhangi bir endişe taşımadıklarını belirtmişlerdir.

İleride farklı ve geniş bir örneklem grubu ile yapılacak çalışmalar literatüre katkı sağlayarak konunun daha anlamlı kılınmasına yardımcı olabileceği öngörülebilir. Ayrıca katılımcıların haber ve bilgi içeriklerine yönelik tutumları medya çeşitliliği bağlamında sosyal medya platformları ve geleneksel medya araçları karşılaştırmaları olarak incelenebilir. Bunun yanı sıra farklı üniversitelerde veya bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağ sitelerinde yer alan haberlere yönelik değerlendirme ve algılarının karşılaştırmalı bir şekilde ele alınması ve araştırılması bulguları çeşitlendirecektir. Son olarak kültürler arası yapılacak bir çalışma ile dijital mecralardaki haberlere yönelik algılar kültürel bir bakış açısı ile yorumlanabilir.

KAYNAKÇA

ALFRISA, H., HIRATA, R., ERDİN, F., FLETCHER, D. A. R. S. (2012). *Journal of Digital Media Research*, 1(1), 5-24.

- ARIKAN, Rauf (2013). Araştırma Yöntem ve Teknikleri (2.Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- BERGSTRÖM, Annika; JERVELYCKE, Belfrage, Maria. (2018). “News in social media: incidental consumption and the role of opinion leaders”. Digital Journalism, 6 (5), p.1-16.
- BİÇER, Serkan (2014). “Facebook Sosyal Ağ Sitesinde Öğrencilerin Akademisyenlerin Profillerine Yönelik İzlenimleri”. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1), s.181-194.
- CHA, Meeyoung; HADDADI, Hamed; BENEVENUTO, Fabricio; GUMMADI, Krishna, P. (2010), “Measuring user in uence in Twitter: the million follower fallacy, Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media”, AAAI, Washington, DC, p. 10-17.
- EKİZ, Durmuş (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- FLOOD, Alison (2016). “‘Post-Truth’ Named Word Of The Year By Oxford Dictionaries.” (<https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>) (Erişim Tarihi: 30. 04. 2019).
- GOTTFRIED, Jeffrey; SHEARER, Elisa (2016). “News Use Across Social Media Platforms 2016. Pew Research Center, <https://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>, Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- HARRISON, Teresa M.; BARTHEL, Brea (2009) “‘Wielding New Media In Web 2.0: Exploring The History Of Engagement With The Collaborative Construction Of Media Products’”, New Media & Society 11(1/2), p. 155-78.
- HERMIDA, Alfred (2010). “Twittering the news: The emergence of ambient journalism”. Journalism practice, 4(3), p.297–308.
- JANG, S. Mo; KIM, Joon K. (2018). “Third Person Effects Of Fake News: Fake News Regulation And Media Literacy Interventions”. Computers in Human Behavior, 80, p.295-302.

KAPLAN, Andreas, M.; HAENLEIN, Michael (2010) “Users of the World, Unite! The challenges and opportunities of social media”. *Business Horizons* 53(1), p. 59-68.

KARASAR, Niyazi (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (8.Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.

KILIÇ, Deniz; İspir, Nevzat Bilge (2017). “Sosyal Medyada Kullanıcının Haber Güvenilirliği Algısı”. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul, s.402-409.

KOÇER, Suncem (2019). “Türkiye’de Sosyal Medya ve Yalan Haber: Sahadan Notlar”. <https://www.newslabturkey.org/turkiyede-sosyal-medya-ve-yalan-haber-sahadan-notlar/>, Erişim Tarihi: 30.04.2019.

KRISTEN, Purcell; LEE, Rainie; MITCHELL, Amy; ROSENSTIEL, Tom (2010). “Understanding the Participatory News Consumer: Pew Research Center, Washington.” <https://www.pewinternet.org/2010/03/01/understanding-the-participatory-news-consumer/>, Erişim Tarihi: 30.04.2019.

LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich KH; COOK, John. (2017). “Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era”. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), p.353-369.

ONWUEGBUZIE, Anthony J.; KATHLEEN, Collins (2007). "A typology of mixed methods sampling designs in social science research." *The qualitative report*, 12.2: p. 281-316.

SÖNMEZ, Veysel; GÜLDEREN, ALACAPINAR, Füsun (2011). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.

<https://dijilopedi.com/kusaklarin-sosyal-medya-tercihleri/>, Erişim Tarihi: 15.05.2019.