



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Resul TAŞAN

META OKURYAZARLIĞI ÖZYETERLİLİĞİNİN KARŞILAŞILAN YALAN HABERİN
DOĞRULANMASINDAKİ ROLÜ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Resul TAŞAN

META OKURYAZARLIĞI ÖZYETERLİLİĞİNİN KARŞILAŞILAN YALAN HABERİN
DOĞRULANMASINDAKİ ROLÜ

Danışman

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Resul TAŞAN'ın bu çalışması jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Ümit ARKLAN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (İmza)

Üye : Doç. Dr. Murad KARADUMAN (İmza)

Üye : Doç. Dr. Bahar URHAN (İmza)

Üye : Doç. Dr. Bayram Oğuz AYDIN (İmza)

Tez Başlığı: Meta Okuryazarlığı Özyeterliliğinin Karşılaşılan Yalan Haberin Doğrulanmasındaki Rolü
--

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 14/11/2022

Mezuniyet Tarihi : 24/11/2022

(İmza)
Prof. Dr. Engin KARADAĞ
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Meta Okuryazarlığı Özyeterliliğinin Karşılaşılan Yalan Haberin Doğrulanmasındaki Rolü” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Resul TAŞAN





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



23 / 11 / 2022

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Resul TAŞAN
Öğrenci Numarası	20185267001
Anabilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Mustafa ŞEKER
Doktora Tez Başlığı	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliğinin Karşılaşılan Yalan Haberin Doğrulanmasındaki Rolü
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	1961880939
Rapor Tarihi	23.11.2022
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: % 5 Alıntılar dahil: % 9
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 169 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Prof. Dr. Mustafa ŞEKER İmza	

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLOLAR LİSTESİ	v
ÖZET	viii
SUMMARY	ix
TEŞEKKÜR	x
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	4
1. ÇEVİRİMİÇİ TOPLULUKLAR VE SOSYAL MEDYANIN YENİDEN ANLAMLANDIRILIŞI: META OKURYAZARLIĞI	4
1.1. Gelenekselden Çokluya Okuryazarlık Kavramı	5
1.2. Meta Okuryazarlığına Doğru	9
1.3. Meta Okuryazarlığı	14
1.3.1. Öğrenme Alanları	23
1.3.2. Öğrenen Roller ve Nitelikleri	24
1.3.3. Öğrenme Amaç ve Hedefleri	27
1.3.3.1. Kendi Önyargılarının Farkında Olarak İçeriğin Aktif Olarak Değerlendirilmesi	28
1.3.3.2. Tüm Fikri Mülkiyet Haklarıyla Etik Olarak İlgilenme	31
1.3.3.3. İşbirlikçi ve Katılımcı Ortamlarda Bilgiyi Üretme ve Paylaşma	33
1.3.3.4. Yaşam Boyu Öğrenme Stratejileri Geliştirme	34
İKİNCİ BÖLÜM	40
2. YALAN HABERİN KAPSAMI VE DOĞRULAMA YÖNTEMLERİ	40
2.1. Yalan Haberin Çerçevesi	40
2.1.1. Haber Doğruluk İlişkisi	40
2.2. Geçmişten Hakikat Sonrasına Yalan Haber	45
2.2.1. Matbaa Öncesinden Kitle İletişim Araçlarına	48
2.2.2. Dijital Bilgi Ekosistemi	51
2.2.3. Hakikat Sonrasında Yalan Haber	60
2.3. Yalan Haberin Doğrulanması	63
2.3.1. Doğrulamanın Kavramsal Çerçevesi	63
2.3.2. Doğrulama Araçları	72
2.3.3. Doğrulama Yöntemleri	82
2.3.3.1. Kaynağın Sorgulanması	83

2.3.3.2.	Başlığın Ötesinin Okunması.....	84
2.3.3.3.	Yazarın Kontrol Edilmesi.....	85
2.3.3.4.	Destekleyici Kaynaklara Başvurulması	86
2.3.3.5.	Tarihin Kontrol Edilmesi	87
2.3.3.6.	Hiciv/Parodi	87
2.3.3.7.	Önyargıların Kontrol Edilmesi.....	88
2.3.3.8.	Uzmanlara Danışılması	89
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....		91
3. META OKURYAZARLIĞI ÖZYETERLİLİĞİNİN YALAN HABERİN DOĞRULANMASINDAKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....		91
3.1.	Önem ve Amaç	91
3.2.	Araştırma Metodolojisi	93
3.2.1.	Evren ve Örneklem.....	93
3.2.2.	Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi.....	93
3.2.3.	Veri Analizi Yöntemleri	104
3.3.	Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	104
3.3.1.	Cinsiyete Göre Dağılım	104
3.3.2.	Yaş Durumuna Göre Dağılım.....	104
3.3.3.	Aylık Ortalama Gelire Göre Dağılım	105
3.3.4.	Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı.....	106
3.4.	Araştırma Bulguları	106
3.4.1.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Sosyo-Demografik Özellikler	106
3.4.1.1.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Cinsiyet	107
3.4.1.2.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaş	107
3.4.1.3.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Gelir	109
3.4.1.4.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyi	109
3.4.2.	Haber Doğrulama Davranışı İle İlgili Bulgular	111
3.4.2.1.	Haberlerin Takip Edildiği Mecra	111
3.4.2.2.	Konusuna Göre Yalan Haber	111
3.4.2.3.	Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilme İhtiyacı	112
3.4.2.4.	Doğrulama Yöntemleri.....	113
3.4.3.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yalan Haberin Doğrulanması Arasındaki İlişki	113
3.4.3.1.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecra	113

3.4.3.2.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Doğruluğun Kontrol Edilme İhtiyacı	115
3.4.3.3.	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Tercih Edilen Doğrulama Yöntemi.	118
3.4.3.3.1.	Kaynak Kontrolü	118
3.4.3.3.2.	Başlık İçerik Uyumu Kontrolü	119
3.4.3.3.3.	Yazar Kontrolü	121
3.4.3.3.4.	Güncellik Kontrolü	122
3.4.3.3.5.	Çapraz Kontrol	124
3.4.3.3.6.	Uzmanla Danışma	125
SONUÇ		128
KAYNAKÇA		134
EK 1- ANKET FORMU		151
ÖZGEÇMİŞ		154

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Meta Okuryazarlığı Öğrenme Alanları.....	24
Şekil 1.2 Meta Okuryazarlığı Öğrenen Nitelikleri ve Rollerini	25
Şekil 2.1 Doğrulama Platformlarının Yıllara Göre Değişimi.....	70
Şekil 2.2 Görsel araçların güçlü ve zayıf yönleri	80
Şekil 3.1 Yamaç Serpinti Grafiği (Scree Plot)	100
Şekil 3.2 Path Diyagram.....	103



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Dünya Nüfusunun İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı	52
Tablo 2.2 İnternet kullanım nedenleri	53
Tablo 2.3 Sosyal medya kullanım nedenleri	53
Tablo 2.4 Kullanılan web sitesi ya da uygulamaların türü	54
Tablo 2.5 Medyada Geçirilen Zaman	54
Tablo 2.6 Kimliğin doğrulanmasına kullanılan araçlar	74
Tablo 2.7 Konumun doğrulanmasında kullanılan araçlar	75
Tablo 2.8 Görsellerin doğrulanmasında kullanılan araçlar	76
Tablo 3.1 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği (taslak).....	95
Tablo 3.2 Güvenilirlik Analizi.....	96
Tablo 3.3 Bartlett's Küresellik Testi	96
Tablo 3.4 KMO MSA	97
Tablo 3.5 Faktör Yükleri	98
Tablo 3.6 Bartlett's Küresellik testi	98
Tablo 3.7 KMO MSA	99
Tablo 3.8 Faktör Yükleri ve Faktörler Arası Korelasyon Matrisi	99
Tablo 3.9 Faktör yükleri	100
Tablo 3.10 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği.....	101
Tablo 3.11 Model Uyumu	101
Tablo 3.12 Uyum Değerleri.....	102
Tablo 3.13 Artık Kovaryans Değerleri	102
Tablo 3.14 Cinsiyete Göre Dağılım.....	104
Tablo 3.15 Yaşa Göre Dağılım.....	105
Tablo 3.16 Aylık Gelire Göre Dağılım.....	105
Tablo 3.17 Kategorik Gelir.....	106
Tablo 3.18 Eğitim Düzeyine Göre Dağılım.....	106
Tablo 3.19 Meta Okuryazarlığı ve Cinsiyete İlişkin t-Testi Sonuçları.....	107
Tablo 3.20 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Cinsiyete İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler..	107
Tablo 3.21 Meta Okuryazarlığı ve Yaşa İlişkin Homojenlik Testi (Levene's).....	107
Tablo 3.22 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaşa İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	107
Tablo 3.23 Meta Okuryazarlığı ve Yaşa İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	108
Tablo 3.24 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaşa İlişkin Tukey Post-Hoc Test	108

Tablo 3.25 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Homojenlik Testi (Levene's).....	109
Tablo 3.26 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	110
Tablo 3.27 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	110
Tablo 3.28 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tukey Post-Hoc Test	111
Tablo 3.29 Haberin Takip Edildiği Mecra.....	111
Tablo 3.30 Konusuna Göre Yalan Haberle Karşılaşma Sıklığı.....	112
Tablo 3.31 Haberi Doğrulama İhtiyacı.....	112
Tablo 3.32 Tercih Edilen Doğrulama Yöntemi	113
Tablo 3.33 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	114
Tablo 3.34 Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	114
Tablo 3.35 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi	115
Tablo 3.36 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	115
Tablo 3.37 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	115
Tablo 3.38 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	116
Tablo 3.39 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tukey Post-Hoc Test.....	117
Tablo 3.40 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	118
Tablo 3.41 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's).....	118
Tablo 3.42 Meta Okuryazarlığı ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	119
Tablo 3.43 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc	119
Tablo 3.44 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	120
Tablo 3.45 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	120

Tablo 3.46 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	120
Tablo 3.47 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test	121
Tablo 3.48 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi	121
Tablo 3.49 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	121
Tablo 3.50 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	122
Tablo 3.51 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test	122
Tablo 3.52 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	123
Tablo 3.53 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA	123
Tablo 3.54 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	123
Tablo 3.55 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test	124
Tablo 3.56 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)	124
Tablo 3.57 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	124
Tablo 3.58 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	125
Tablo 3.59 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Post-Hoc	125
Tablo 3.60 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzman Danışma Homojenlik Testi	126
Tablo 3.61 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzman Danışma Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)	126
Tablo 3.62 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzman Danışma Tanımlayıcı İstatistikler	126
Tablo 3.63 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzman Danışma Post-Hoc Testi	127

ÖZET

Okuryazarlık becerileri günümüz dijital bilgi ekosisteminin temel gereksinimlerindendir. Bu ortamın çok yönlü ve çok katmanlı doğası, bireylerin bazı yetkinlikleri edinmesini gerekli kılmaktadır. Bu ekosistemde birçok alanda olduğu gibi doğru bilgiye ya da güvenilir habere ulaşabilmek; yanı sıra edinilen bilginin/haberin doğruluğunu sorgulayabilmek kimi durumlarda zorlu bir sürece işaret edebilmektedir. İhtiyaç duyulan beceri ve edinimlerden yoksun bireyler, dolaşımda olan yanlış bilgilere karşı direnç gösterememekte; bu durum bireysel anlamda yanlış yönlendirilme olasılığını artırmakta, toplumsal düzeyde ise sağlıklı bir kamuoyunun gelişimine neden olmaktadır. Bu bağlamda tez çalışmasının amacı kapsayıcı ve çok yönlü bir okuryazarlık türü olan meta okuryazarlığının, karşılaşılan yalan haberleri anlamlandırma ve sorgulama süreçleri açısından bir rolünün olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda nicel bir yöntem tercih edilmiş olup, literatürde olmayan “Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği” geliştirilerek literatüre kazandırılmıştır. Sosyal medya kullanıcısı 469 kişiden basit rastlantısal örnekleme yöntemi kullanılarak çevrimiçi anket aracılığı ile veriler toplanmış ve analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarında, meta okuryazarlığı özyeterliliğinin karşılaşılan yalan haberin doğrulanmasında rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meta okuryazarlığı özyeterliliğinin yalan haberin anlamlandırılması, doğrulama ihtiyacının hissedilmesi ve tercih edilen doğrulama yöntemleri üzerinde bir belirleyiciliği olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meta okuryazarlığı, yalan haber, doğrulama, teyit, sosyal medya.

SUMMARY

THE ROLE OF METALITERACY SELF-EFFICIENCY IN VERIFYING FAKE NEWS ENCOUNTERED

Literacy skills are one of the basic requirements of today's digital information ecosystem. This environment's multi-faceted and multi-layered nature requires individuals to acquire specific competencies. In this ecosystem, as in many areas, reaching accurate information or reliable news and questioning the accuracy of the information/news obtained can sometimes point to a complicated process. Individuals who lack the necessary skills and acquisitions cannot resist the circulating false information, which increases the possibility of individual misdirection and leads to the development of an unhealthy public opinion at the social level. In this context, the thesis study aims to reveal whether meta-literacy, an inclusive and versatile type of literacy, has a role in making sense of and questioning fake news. For this purpose, a quantitative method was preferred, and the "Meta Literacy Self-Efficacy Scale", which is not in the literature, was developed and brought to the literature. Data were collected from 469 social media users through an online survey and analysed. In the research results, it was concluded that meta-literacy self-efficacy has a role in confirming fake news. It has been revealed that meta-literacy self-efficacy has a determining effect on making sense of fake news, feeling the need for verification, and preferred verification methods.

Keywords: Meta literacy, fake news, verification, fact-check, social media.

TEŞEKKÜR

Lisansüstü eğitimim boyunca fikirleri ve yönlendirmeleri ile gelişimime çok değerli katkıları bulunan danışmanım Prof. Dr. Mustafa ŞEKER'e teşekkürü bir borç bilirim. Her ihtiyaç duyduğumda desteğini sürekli arkamda hissettiğim Prof. Dr. Ümit ARKLAN'a teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Tezimin olgunlaşmasında önemli yönlendirmeleri bulunan Doç. Dr. Bayram Oğuz AYDIN'a sunduğu katkılar için teşekkür ederim.

Hayatımı paylaştığım, yaşamın her anında özverisini ve sevgisini üzerimden eksik etmeyen sevgili eşim Hafize TAŞAN'a ve aileme gösterdikleri sabır ve hoşgörü için minnetimi ifade etmek istiyorum.

Resul TAŞAN
Antalya, 2022

GİRİŞ

Günümüzde bireyler bilgiye erişimle ilgili herhangi bir engelle karşılaşmazken hatta neredeyse sonsuz bir enformasyon kaynağının içerisindeyken, doğru bilgiye nasıl ulaşacağını ve bu sonsuzluk içerisinde işine yarayacak olanı hangi yöntemle seçip, tasnif edip kullanacağını tam olarak bilememektedir. Geleneksel yöntemler kullanılarak üretilen ve yayılan bilginin yanı sıra internet sayfaları ve sosyal medya kanalları gibi dijital ortamlar üzerinden dolaşıma sokulan büyük miktardaki enformasyon, kullanıcıları çepeçevre kuşatmış durumda bulunmaktadır. Diğer yönden internet ve sosyal medya kullanıcıların sayısı son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Son 10 yılda 16-64 yaş aralığı için internet ve sosyal medyadaki kullanıcı sayısı iki katından fazla yükselmiştir ve kullanıcıların gündelik rutinlerinin önemli bir bölümünü internet ve sosyal medya kullanımı oluşturmaktadır. Bu kişiler günlük yedi saate yakın internette vakit geçirirken iki saatin üzerinde sosyal medya kullanımı gerçekleştirmektedir (Wearesocial ve Hootsuite, 2022). Bu yoğun internet ve sosyal medya kullanımı, bireylerin gündelik rutinlerine sağladığı olumlu katkılarının yanı sıra birçok yönden tehlike ve ihlalleri de beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın üretim ve tüketime aynı anda imkân veren yapısı nedeniyle dolaşımdaki bilginin miktarı her geçen gün artmakta; faydalı ve doğru bilgilerle beraber zararlı ve yanlış bilgilerin yayılımı da oldukça kolaylaşmaktadır. Bireylerin sosyal medyayı kullanma motivasyonlarının en önemlilerinden birisinin çevresinde olup bitenler hakkında haberdar olma (Mavnacıoğlu, 2015: 27) ihtiyacı olduğu düşünüldüğünde, dolaşıma sokulan yanlış bilgi ve yalan haberlerin kullanıcıların düşünüş biçimi ve karar verme süreçlerindeki belirleyiciliği yadsınamaz düzeye ulaşabilmektedir. Bu belirleyiciliğin bireylerin gündelik yaşamları üzerindeki olumsuz yansımalarının yanı sıra toplumsal düzeyde de tehlikeli sonuçları bulunmaktadır. Özellikle sosyal medyanın dezenformasyon gücü toplumsal düzeyde ihlal ve tehlikeleri beraberinde getirerek sağlıklı bir kamuoyunun oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Değişen araç ve platformlar aracılığı ile yayılım gösteren manipülatif bilgi ve yalan haberler tarihin her döneminde olduğu gibi günümüz dijital bilgi ekosistemi için de en önemli sorun alanlarından bir tanesidir. Özellikle yalan haberler dijital ortamların sunduğu olanaklar neticesinde önceki dönemlere kıyasla kolayca yayılmakta ve kamuoyunun belirlenmesinde zaman zaman gerçek ve doğru bilgilerden daha fazla belirleyici olabilmektedir. Bu durumla baş edebilmek ve hem bireysel hem de toplumsal düzeyde sağlıklı bir iletişimin mümkün olabilmesi için okuryazarlık becerileri hayati bir rol oynayabilmektedir. Bireylerin ihtiyaç duyduğu bilgiyi tespit edebilmesi, bu bilgilere doğru yöntemler kullanarak ulaşabilmesi,

edindiği bilgileri eleştirel bir süzgeçten geçirerek anlamlandırabilmesi ve sonucunda sağlıklı bir değerlendirme ile enformasyonu kullanabilmesine olanak sağlayan bu beceriler, günümüz iletişim ortamının sağlıklı bir zeminde işleyişine hizmet edebilmektedir. Diğer bir deyişle yanlış ve hatalı bilgilerin ya da yalan haberin dolaşıma sokulması ve yayılımının önüne geçilebilmesi birtakım yetkinlik ve edinimlerin sağlanabilmesine bağlı bulunmaktadır. Okuryazarlık becerileri de bu yetkinlik ve edinimleri sağlamada başvurulacak bir yol haritası ortaya koymaktadır.

Yukarıdaki anlatıdan hareketle; bireylerin günümüz iletişim ortamındaki temel probleminin habere ulaşabilmekle ilgili olmadığı tam aksine kullanıcıların bir enformasyon kaosunun içinde bulunduğu; asıl problemin bu kaos içerisinde doğru bilgiye/habere nasıl ulaşacağını ve edindiği bilginin/haberlerin doğruluğunu eleştirel bir sorgulama ile nasıl anlamlandırabileceğini tam olarak bilememesinden kaynaklandığının altını çizen bu tez çalışması, meta okuryazarlık becerilerinin ihtiyaç duyulan beceri, yetkinlik ve edinimlerin sağlanmasında önemli bir perspektif sunabileceğini ortaya koymaya çalışmaktadır. Meta okuryazarlığı, literatürde 2011 yılından itibaren tartışılmasına rağmen Türkiye’de henüz bu konuda bir çalışma bulunmaması Türkçe literatür açısından bir eksikliği doldurması anlamına geldiği için önem arz etmektedir. Bu bağlamda tez üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm meta okuryazarlığını tanımlayan ve sunduğu perspektifi detaylandıran bir anlatı sunmaktadır. İkinci bölümde yalan haberin kapsamı ve yalan haberle nasıl mücadele edilebileceği tartışılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise gerçekleştirilen bir saha araştırması ile meta okuryazarlığının yalan haberle mücadelede sahip olduğu rol araştırılmaktadır.

Birinci bölümde ilk olarak literatürde 2011 yılında ele alınmaya başlayan farklı okuryazarlık türlerini bünyesinde barındıran, bilgi okuryazarlığı standartları üzerinden gelişim gösteren, gelişen teknoloji ve ortamları irdeleyerek kendine özgü bir perspektif ortaya koyan meta okuryazarlığının (Mackey ve Jacobson, 2011; Mackey ve Jacobson, 2014)) ortaya çıkışı anlatılmıştır. Devamında ise meta okuryazarlığının öğrenme alanlarının neler olduğu, öğrenen rolleri ve nitelikleri ve öğrenme amaç ve hedefleri detaylı olarak tartışılmıştır. İçeriğin aktif olarak değerlendirilmesi, tüm fikri mülkiyet haklarıyla etik olarak ilgilenme, işbirlikçi ve katılımcı ortamlarda bilgiyi üretme ve paylaşma son olarak yaşam boyu öğrenme stratejilerini geliştirme olmak üzere (Jacobson vd., 2018) dört tema etrafında şekillenen öğrenme amaç ve hedefleri çok yönlü bir perspektif sunmaktadır.

İkinci bölümde ise yalan haberin kapsamı ve doğrulama yöntemleri ele alınmıştır. Günümüz iletişim ortamında yalan haberin doğrulanmasını sağlayacak birçok araç ve yöntem bulunmaktadır. Bu çeşitliliğe rağmen haber doğrulamaya ihtiyaç duyulmadan önce bireylerin

gerekli edinim ve becerileri kazanmış olmaları gerekmektedir. Bu edinim ve becerilere sahip olmayan bireyler yalan habere karşı savunmasız olmakta ve direnç gösterememektedir. Bu bağlamda ilk olarak haber doğruluk ilişkisi anlatılarak geçmişten hakikat sonrasına yalan haber kavramının geçirdiği dönüşüm betimlenmiştir. Bölümün devamında ise doğrulamanın kavramsal çerçevesi, doğrulamada kullanılan araçlar ve doğrulama yöntemleri detaylandırılmaktadır.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise 2022 yılının Haziran ve Temmuz aylarında çevrimiçi anket yoluyla elde edilen bulgular değerlendirilmektedir. Bu araştırma ile öncelikle katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri, yalan haber doğrulama davranışları ve meta okuryazarlığı ve doğrulama davranışı arasındaki ilişki sosyo-demografik özellikler de göz önüne alınarak ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ÇEVİRİMİÇİ TOPLULUKLAR VE SOSYAL MEDYANIN YENİDEN ANLAMLANDIRILIŞI: META OKURYAZARLIĞI

Okuryazarlık becerileri çoğu alanda olduğu gibi medya çıktılarının üretim ve dağıtım süreçlerinin anlamlandırılması ve medya metinlerinin bünyesinde bulunan açık ya da gizli/örtük anlam, motivasyon ve önyargıların ortaya çıkarılmasında etkin bir işlev görmektedir. Medya ekonomik ve sosyal ilişki kurma biçimlerini doğrudan etkileyen bir araç olmakla birlikte bireylerin gündelik yaşantısının her anında varlık göstermektedir. Geçmişin tek yönlü bir akışa imkân veren, kullanıcıların daha çok pasif olarak varlık gösterdikleri medya ortamı günümüzde sosyal medya araçlarının da aracılığıyla hatırı sayılır bir dönüşüm geçirmiş ve daha önce hiç olmadığı kadar farklılaşmıştır.

Çevrimiçi ortamlar ve özellikle sosyal medya, kullanıcıların medya ile olan iletişim biçimini değiştirmiş; onlara hem üreten hem de tüketen, katılım ve etkileşim düzeyi yüksek bir ortam sunmuştur. Etkileşim, katılım ve çok yönlülüğün yoğun şekilde yaşanması bu ortamların değerlendirilip analiz edilmesinde yeni yöntemlerin geliştirilip benimsenmesi ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bilgi okuryazarlığı prensipleri üzerinde gelişim gösteren, bünyesinde bilgisayar okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, siber okuryazarlık gibi türleri barındıran meta okuryazarlığı ise bu ortamların anlamlandırılması açısından alternatif ve bilgi ekosisteminin doğasına uygun çözüm önerileri getirmektedir. Temel olarak bireylerin çevrimiçi ortamda nasıl daha donanımlı olabileceğini, üretim ve tüketim faaliyetlerini nasıl daha çeşitli hale getirebileceğini ve bunları yaparken ne gibi özelliklere sahip olması gerektiğinin altını çizen bu okuryazarlık türü, günümüz bilgi ortamının daha işlevsel ve verimli hale gelmesi adına önemli bir kesişim noktasında bulunmaktadır.

Akademik alanda 2011 yılında ortaya atılan ve tartışılmaya başlanan meta okuryazarlığı (Mackey ve Jacobson, 2011), gelişen teknolojiyi ve farklı okuryazarlık türlerini bünyesinde barındırarak kapsayıcı ve kendine özgü bir perspektif sunmaktadır. Temelde meta okuryazarlığı kavramı, bilgi okuryazarlığı standartları üzerine inşa edilmiştir. Gelişen teknolojiler ve yeni sosyal alanların sunduğu imkânlar neticesinde, etkileşim ve iş birliğine dayalı gerçekleştirilen iletişim; bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, siber okuryazarlık ya da görsel okuryazarlık gibi önceki okuryazarlık türlerinin açıklamalarını ve önerilerini yetersiz kılmaktadır. Bu noktada meta okuryazarlığı; dijital bilgi ekosisteminde kullanıcı davranışlarını açıklamak, anlamlandırmak ve bir yol haritası sunmak adına yeni standartlar geliştirmiştir. Bu bağlamdan hareketle tezin birinci bölümünde öncelikle bilgi

okuryazarlığının gelişimi, sunulan standartlar üzerinden ele alınacaktır. Ardından online topluluklar ve sosyal medyada gerçekleştirilen etkileşimli ve iş birlikçi ortam betimlenmeye çalışılacaktır. Son olarak ise meta okuryazarlığının ne olduğu ayrıntılı olarak ele alınarak, bu okuryazarlık türünün günümüz iletişim ortamına sunduğu perspektife değinilecektir.

1.1. Gelenekselden Çokluya Okuryazarlık Kavramı

Toplumsal yaşam doğası gereği sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisinde. Toplumsal değişim ve gelişim hareketleri hâkim görüşler üzerinde ilerlemekte; kültür, eğitim faaliyetleri, inanış ve teknolojik yenilikler gibi faktörler de bu değişimde belirleyici nitelikte olmaktadır. Önal (2010: 101) kültürel ve toplumsal gelişimin 19. yüzyıldan itibaren önem kazanmasıyla kitlesel bir karakter kazandığına vurgu yaparak devletlerin eğitilmiş vatandaşlarının sayısını artırmaya dönük girişimler içinde bulunduğunun altını çizmektedir. Ayrıca yazar, bilgi toplumu olarak nitelenen günümüz dünyasında bireylerin ekonomik ve toplumsal hayatın gereklilikleri doğrultusunda edinim ve kabiliyetlerini artırmasının önemine dikkat çekmektedir. Bu edinimlerin de en önemlilerinden biri, bilginin etkin bir şekilde kullanılmasıdır.

19. yüzyılda okuma yazma bilmek önemli bir gelişmişliği göstermesine rağmen günümüz toplumunda bu durum büyük bir değişikliğe uğramış, okuryazar kavramına evrilen okuma yazma bilme durumu; okuryazarlık kavramının da geçirdiği dönüşüm sonucunda modern toplumun ihtiyaç duyduğu becerilere sahip olmayı gerekli kılmıştır (Güneş, 1997: 2-10). Geleneksel toplumlarda okuryazar olmak yeterli görülürken (Aydoğdu 2017: 1245) günümüzün teknolojik gelişmişliği hesaba katıldığında bu kavrama yüklenen anlamda birtakım değişiklikler (Aşıcı, 2009: 11) meydana gelmiştir. Temelde okuma yazma; okuyucu ve materyal arasında bir iletişim sürecini betimlerken okuryazarlık ise farklı bağlamlar arasında beceri ve aktarımların sağlanabilmesini (Gül, 2007: 19) çerçevelemektedir. Okuryazarlık kavramı okuma ve yazma öğelerini barındırmakla beraber günümüz iletişiminin farklı nüanslarını içine alarak anlam paylaşma ve etkileşim edinimleri minvalinde tanımlanmaktadır.

Okuryazar kavramı Türk Dil Kurumu tarafından “*okuryazar olma durumu*” ifadesiyle nispeten dar bir anlamda tanımlanmasına karşın Cambridge Dictionary bu kavramı iki farklı yönden ele alarak “*okuma ve yazma yeteneği*” ve “*belirli bir konunun bilgi veya belirli bir bilgi türü*” olarak betimlenmektedir. Sosyal bilimlerde birçok konu ve kavramda olduğu gibi okuryazarlık kavramının tanımlanması ve çerçevesinin çizilmesi, bünyesinde zorluklar barındırmaktadır. Bu zorluklar kavramın çok yönlülüğünden kaynaklanmakla beraber değişen

toplumsal, ekonomik ve teknolojik perspektiflerden de izler taşımaktadır. Literatür incelendiğinde okuryazarlığın ilk olarak 1950’li yıllarda tartışılmaya başlandığı görülmektedir. İlk çalışmalarda daha çok okur yazar olma durumunun ele alındığı sonraki dönemlerde ise bireyin anlam dünyası ve zihinsel becerilerinin de bu kavram içerisinde görüldüğü dikkat çekmektedir. *“Okuryazarlık, okuma ve yazma faaliyetinin eşliğinde kişinin yaşadığı hayatı ve bu hayat içinde nesne ve olayları algılayışı, anlaması ve sosyal hayatındaki bütün ilişkilere bir anlam yüklemesi ile ilgili bir kavramdır”* (Aşıcı, 2009: 11-12).

1980’lere gelindiğinde ise kavram, sosyalleşme ve etkileşim kavramları etrafında değişmiş ve farklılaşmıştır (Aşıcı, 2009: 11-12). Modern toplumlarda yaşam boyu öğrenmenin de yardımıyla okuma ve yazma becerilerinin herkes için sağlanmaya çalışılması farklı tür ve boyutlardaki okuryazarlık uygulamaları için önemli bir başlangıç noktası (Önal, 2010: 104) olmuştur. UNESCO 1987 yılında gerçekleştirdiği program çerçevesinde okuryazarlığı; temel okuryazarlık, işlevsel okuryazarlık ve çok işlevli okuryazarlık olarak üç temel düzeyde ele almıştır (Aşıcı, 2009: 13-14). Bu noktada anlam kazanan işlevsel okuryazarlık, kavramın kapsamını genişleterek edinilen bilgiler arasında ilişki kurabilmeyi, metinler arasında çıkarım yapabilmeyi ve sağlanacak beceriler neticesinde üretim yapabilmeyi betimlemektedir (Önal, 2010: 105). Aynı zamanda işlevsel okuryazarlığa kültürel ve sosyal çevre dahil edilerek ifade edebilme becerilerinin gelişimine vurgu yapılmaktadır (Altun, 2005: 3). Potter (2004: 55) bu becerilerin uygulama ve deneyimlerle geliştirilen araçlar olduğuna vurgu yaparak bireylerin bazılarında düşük bazılarında ise yüksek düzeyde seyredebileceğinin altını çizerek süreklilik arz etmediği takdirde köreleceğini belirtmiştir. Ayrıca zihinsel egzersizler bu becerilerin süreklilik göstermesi için önemli bir konumda bulunmaktadır. Önal (2010: 105) *“gerçekleri görebilme, konuşabilme ve ifade edebilme; çevreyi anlamlandırabilme ve bireysel anlamları oluşturabilme; bilgiyi kullanabilme ve yeni düşünceler üretebilme; sistemleri kullanabilme, birleştirebilme ve bunlardan yeni anlamlar ortaya koyabilme; edinilen bilgiyi davranışlara yansıtabilme ve kullanabilme; güncel bilgi ve becerilere sahip olabilme”* unsurlarının okuryazarlık becerilerinin kazanılmasındaki önemine dikkat çekmektedir.

Diğer yönden 1980’li yıllardan itibaren bilgisayarın toplumsal hayatın bir parçası haline gelmeye başlaması ve bilgi iletişim teknolojilerinin gündelik hayattaki artan yoğunluktaki kullanımı, okuryazarlık kavramı içerisinde belirgin ayrışmaların görülmesine (Onursoy, 2018: 994) zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda eleştirel ve analitik düşüncenin önem kazanması, bilgi edinme yollarının pratiklik kazanması (Mete, 2020: 110), çoklu zekâ uygulamaları, disiplinler arası bakış açısının artan önemi, değişen toplumsal ve kültürel

yenilikler neticesinde okuryazarlık türleri çeşitlenmiş ve uzmanlık alanlarına göre farklılaşmalar görülmüştür. Ağ okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, e-okuryazarlık, eleştirel okuryazarlık, görsel okuryazarlık, internet okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı gibi daha geniş perspektiften gerçekleştirilen kategoriler olmasına karşın, anayasa okuryazarlığı, coğrafya okuryazarlığı, kültür okuryazarlığı, tüketici okuryazarlığı ya da yatırım okuryazarlığı (Önal, 2010: 105) gibi belli bir uzmanlık alanını hedefleyen okuryazarlık türlerinden de bahsedilmektedir. Bu okuryazarlık türlerinin her biri çeşitli sembollerini kullanarak gerçekleştirilen bir uygulama olmanın ötesinde birçok zihinsel beceri, dil ve yetkinliğin kullanılarak geliştirilen tutum ve davranışları niteleyen bir çerçevede karşımıza çıkmaktadır (Aşıcı, 2009: 11-12). Bilgi çağı olarak ifade edilen günümüzde okuryazarlık, tüm bireylerin en makul düzeyde toplumsal ve teknolojik yeniliklere adapte olmasını ve sahip olduğu edinimleri geliştirmesini önceleyen yenilikçi ve güncel çalışmaların bir bütünüdür (Önal, 2010: 105). Bu çalışmaların bir ürünü olarak iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişim; bireylerin düşünce yapılarını, algılayış biçimlerini ve davranışlarını değiştirmekte ve yeni şart ve koşullara uyum sağlamalarını gerekli kılmaktadır.

Yanı sıra iletişim teknolojileri, bilginin yayılmasının çeşitli tür ve şekillerde gerçekleşmesine imkân tanımakta (Gençalp, 2019: 59); internet ve bilgi iletişim teknolojileri zaman ve mekândan bağımsız olarak bilginin dağıtımına katkı sunmakta (Önal, 210: 106) ve bilginin araştırılması, edinilmesi, anlamlandırılması ve yeniden üretilmesi kolaylaşmaktadır. Bu bağlamda; metin, görsel ve video temelli formatların iç içe geçmesi çoklu biçimli içerikleri kullanmayı zorunlu hale getirmektedir (Gençalp, 2019: 55). İnternet ve bilişim teknolojileri aracılığıyla gelişim gösteren dijital ortamlar bilginin yayılım türlerini çeşitlendirmekle beraber sosyalleşme ve etkileşim mekanizmalarını da artırarak bireylerin çok yönlü, etkin ve ağ aracılı bir iletişim şeklini benimsemesini beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda teknoloji temelli değişimlere ayak uydurmak bireyler ve toplum açısından kaçınılmaz bir hüviyete bürünerek (Onursoy, 2018: 990); bu durum temel okuryazarlık becerilerin ötesine geçmiş ve okuryazarlık kavramında birtakım dönüşüm ve ayrışmalara neden olmuştur.

1990'lı yıllardan itibaren hemen hemen her alanda gerçekleşen elektronikleşme, eğitim ve okuryazarlık kavramlarına da nüfuz ederek dijitalleşmenin okuryazarlık becerilerine (Duran ve Özen, 2018: 33) eklenmesine neden olmuştur. Dijital ortamdaki okuryazarlık, standart dil temelli alfabetik kodlama ve çözme yetilerinin fazlasını bünyesinde barındırmaktadır. Farklı medya türlerine adaptasyonu gerekli kılan bu beceriler (Kinzer, 2010,

51-52) medya teknolojilerinin de gelişimine paralel olarak yeni imkân ve araçları kullanmayı (Hobbs 1997: 174-179) gerektirmektedir.

Bireysel, toplumsal ve teknolojik düzlemdeki bu dönüşüm, medya okuryazarlığı, sanal okuryazarlık ve görsel okuryazarlık gibi türlerin ortaya çıkışını hızlandırmış; tıpkı 20. yüzyılda baskı teknolojilerinin çeşitlenmesi, bilgiyi tasnif etme ve kullanma becerilerini önemli hale getirdiği gibi yakın dönemdeki teknolojik yenilikler neticesinde de yeni ortamlara uygun beceri ve yetkinlikler değer kazanmıştır (Onursoy, 2018: 994-995). Bu dönüşüm yazı temelli bir sunuştan görsel yoğun bir anlatıya evrilerek basılı materyallerin yerini ekran merkezli bir eğilim almıştır. Kullanıcıların amacı ne olursa olsun; iletişim kurabilmek, mesajlarını aktarabilmek ya da etrafında olup bitenlerden haberdar olabilmek için çoklu biçimdeki içerikleri edinip anlamlandırabilecek becerilere sahip olması gerekmektedir (Gençalp, 2019: 55-59). Dijital temelli bu becerileri Media Awareness Network (2010) üç temel düzeyde kategorize etmektedir. Bunlar; donanım ve yazılıma erişimi kullanmayı içeren beceriler, içerikleri anlama ve eleştirel analizi sağlayan beceriler ve dijital araç ve uygulamaları kullanarak gerçekleşen üretim becerileridir. Dijital okuryazarlığın kapsadığı bu yetkinlik ve beceriler, eleştirel-analitik düşünme ve çözüm sürecinin işletilebilmesi için sayısal temelli ortamların anlamlandırılmasını gerekli kılmaktadır. Yanı sıra bu ortamlar hem üretim hem de sunuş açısından çoklu bir formatla karşımıza çıkmakta; materyallerin sınırları belirsizleşmekte (Karaduman, 2019: 691) ve dijital dünyada çoklu okuryazarlık becerilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Çoklu okuryazarlık kavramı ilk olarak 1996 yılında ortaya çıkarak iki unsur üzerinden anlatılmıştır. İlk olarak bu kavram, teknoloji ve çoklu ortamın iletişim pratikleri üzerinde yaptığı değişimi tanımlamakta; ikinci olarak ise iletişim teknolojilerinde gerçekleşen değişimler neticesinde kültürler ve diller arasında artan etkileşimi betimlemektedir. Bu minvalde geleneksel okuryazarlık becerileri yetersiz kalmakta ve çoklu ortamlarda yeni beceri ve yetkinliklere ihtiyaç duyulmaktadır (Gençalp, 2019: 53).

Bilginin oluşturulması ve yayılımı sürecinde bilgi iletişim teknolojileri üzerinde inşa edilen yenilikler, yeni okuryazarlık türlerini çeşitlendirmiş ve çoklu okuryazarlığın uygulama alanını genişletmiştir. Toplumsal yapının değişen gereksinimleri, kültürel yapıda meydana gelen dönüşümler (Önal, 2010: 106), çoklu medya uygulamaları ve disiplinler arası geçişkenlik okuryazarlık becerilerinden beklentilerin sınırlarını zorlamış ve farklı okuryazarlık türlerinin bir arada kullanımını beraberinde getirmiştir. Diğer yönden, tür ve biçim yönünden birbirinden ayrılan medya ürünleri ve enformasyonun bütüncül bir bakış açısıyla ele alınarak kullanılması, yeni metinsel yapının şekillenmesine hizmet etmiştir. Ses, imaj ya da video gibi birden fazla göstergenin bir arada bulunduğu, birden çok duyuya hitap

eden göstergeler biçimi olarak tanımlanan çoklu biçimli üretilebilen metinler, anlam dünyası ve analitik süreçler açısından öncesinde var olan normları dönüşüme zorlamıştır. Bugünün anlamlandırılmasında; dijital araç ve uygulamalara erişim ve kullanım kabiliyeti bulunan bireyler, çoklu biçimli üretim ve tüketim faaliyetinin içerisinde yer almak durumundadır (Anstey ve Bull 2010; Gençalp, 2019: 71).

Geçmişten bugüne okuryazarlık kavramı toplumsal, kültürel ve teknolojik faktörlerin etrafında bir takım değişim ve dönüşümlerden geçmiştir. Özellikle 19. yüzyıldan itibaren toplumsal ve kültürel gelişimin önem kazanması; ulus devletlerin toplumsal refahın gerçekleştirilmesinde vatandaşlarının gelişimini bir mihenk taşı olarak görmesinin neticesinde okuryazarlık kavramına ilgi artmıştır. Geleneksel okuryazarlığın ötesinde sanayileşme ile birlikte yükselen uzmanlaşma okuryazarlık türlerinin de çeşitlenmesine neden olmuştur. Özellikle son yıllardaki bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişim okuryazarlık becerilerinden beklentiyi artırarak çoklu okuryazarlık biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tarihsel gelişim içerisinde; okuma yazma bilme durumu, geleneksel okuryazarlık, işlevsel okuryazarlık ve çoklu okuryazarlık olarak kategorilendirilebilecek kavram her zaman dilimi için bireylerden sahip olunması beklenen beceri ve edinimleri betimleyen bir kapsamda karşımıza çıkmaktadır.

1.2. Meta Okuryazarlığına Doğru

1974 yılında Zurkowski tarafından dile getirilen bilgi okuryazarlığı kavramı günümüze kadar büyük bir dönüşüm geçirerek, bilgi iletişim teknolojileri, iletişim, etkileşim ve iş birliği gibi birçok nosyonu bünyesinde barındıran bir çerçeveye sahip bulunmaktadır. O yıllarda ABD’de Bilgi Endüstrisi Derneği’nin başkanlığını yürüten Paul G. Zurkowski, bilgi kaynaklarına ulaşmada gerekli teknik ve araçlar aracılığı ile mevcut problemleri çözebilmede bilgi okuryazarlığının gerekliliğine (1974: 6-12) vurgu yapmaktadır. Başlarda kütüphanecilik alanında kullanılmaya başlanan bilgi okuryazarlığı kavramı çok geçmeden birçok araştırmacının ilgisini çekmiş; bağlamında geçirdiği dönüşüm ile etkinlik alanını gün geçtikçe genişletmiştir.

Burchinal (1976), bilgi okuryazarlığını; problemleri çözebilmek ve doğru karar verebilmek için gerekli olan bilginin, nasıl bulunup kullanılacağını belirleyen bir beceri kümesi olarak görmektedir. Hamelink (1976) ise bu kavramı politik anlamda özgürleşmenin bir aracı olarak nitelemektedir. Aynı yıl Owens (1976) tarafından kaleme alınan “State, Government and Libraries” adlı eserde ise; toplumsal kabul görme, insan hakları, vatandaşlık bilinci ve demokrasi gibi konular etrafında şekillenen bir tartışma yürütülmüştür.

1970’lerde kütüphanecilik alanında doğan; bilgiye ulaşmada karşılaşılan zorlukların çözümünde bir enstrüman olarak değerlendirilen bilgi okuryazarlığı kavramı aynı zamanda toplumsal uzlaşının sağlanabilmesi ve demokrasi kültürünün gelişebilmesi için yararlanılabilecek bir hüviyette karşımıza çıkmaktadır. 1980’lerde ise kavram, bilgi teknolojilerinin gelişmesi neticesinde kütüphanecilik dışında kendine alan bulmuş (Pinto vd., 2010:4) ve yeni bağlamlarda tartışılmaya başlanmıştır.

“Value-added Process in Information Systems” adlı eserinde bilgi okuryazarlığını, bilgi sistemleri çerçevesinde ele alan Taylor (1986), gelişen bilgi iletişim teknolojileri ve bu alandaki rekabetçiliğe vurgu yaparak; enerji, zaman ve paranın doğru kullanımının bireylere önemli bir avantaj sağladığını ve bilgi okuryazarlığı becerilerinin, anlamlandırma ve doğru çözümleri geliştirmede önemli bir işlevi olduğunun altını çizmektedir. Kuhlthau (1987: 2-6) ise okuryazarlık kavramının bu türünü; bilgiye dayalı karar alınabilmesi için bilgi gereksinimin fark edilebilmesi olarak tanımlayarak, işlevsel okuryazarlık ve yaşam boyu öğrenme kavramları ile bağdaştırmıştır. 1980’lerde bilgi işlem kapasitesinin artması ve gelişen teknolojiyle birlikte “bilgi patlaması” yaşandığının altını çizen yazar, bireylerin yetkin bir bilgi kullanıcısı olabilmesi ve gelecekte anlamlı bir yaşam sürebilmelerinin koşulunu bilgi okuryazarlığı edinimlerini sağlayabilmelerine bağlamaktadır.

Amerikan Kütüphane Derneği’nin (American Library Association, [ALA]) 1989 yılında ortaya koyduğu tanım Kuhlthau’nun tanımına daha geniş bir perspektif kazandırmıştır. Daha önce yapılan tanımlamaları da içine alan ve gelecek perspektifine de önemli katkıları olan ALA’nın (1989) gerçekleştirdiği çalışma, bilgi okuryazarlığı için en önemli mihenk taşlarından biridir.

“Presidential Committee on Information Literacy: Final Report” adlı çalışmada ilk olarak bilgi ekosisteminin daha önce benzeri görülmemiş bir oranda büyüdüğüne ve bilginin depolanması, düzenlenmesi ve yeniden erişimi konusunda baş döndürücü bir dönüşüm gerçekleştiğine vurgu yapılmaktadır. Bilgi okuryazarlığını, bilgi problemlerini çözme kapasitesi ve becerisi olarak tanımlayan ALA, bilginin nasıl bulunacağı, nasıl düzenleneceği ve bireylerin karar verme davranışlarını nasıl şekillendireceği noktasında bilgi okuryazarlığının sunduğu perspektifi ele almıştır. Bu bağlamda bilgi okuryazarı bir birey;

- Bilgiye ne zaman gereksinim duyduğunu bilebilme.
- Belirli bir sorun ya da meseleyi ele alırken ihtiyaç duyduğu bilgiyi tanımlayabilme.
- Gerekli bilgiyi bulma ve bu bilgiyi değerlendirebilme.
- Bilgiyi organize edebilme
- Belirli bir sorunu ya da meseleyi ele alırken bilgiyi etkili bir biçimde kullanabilme

yetisine sahiptir. ALA; vatandaşlar, işçiler, öğrenciler, eğitim verenler ve kütüphaneciler gibi toplumun birçok kesiminden insan için bir yol haritası sunmaktadır. Yeni becerilerin öğrenilmesi merkezli, daha dinamik bir öğrenme modelini önceleyen bu yaklaşım (Pinto vd., 2010: 4); bilginin eleştirel temelli ele alınmasını ve kullanılmasını çıkış noktası olarak kabul etmektedir. ALA'nın ilgili raporu, bilgi okuryazarlığı kavramını şekillendirmeye ilişkin geniş bir perspektif sunmaktadır. Sunulan bu temel perspektif, o güne kadar yapılan tartışmaları çerçevelediği gibi sonraki çalışmalar için de önemli bir çıkış noktası olmuştur. Bahsi geçen yeterliliklere sahip olan bir birey, yaşamının her aşamasında bu özelliklerini kullanarak problem çözme yetisinden oy kullanma davranışına kadar gündelik hayatta ihtiyaç duyduğu bilgiye sağlıklı bir şekilde ulaşabilme potansiyelini bünyesinde taşımaktadır.

Devam eden yıllardaki diğer çalışmalar da ALA'nın altını çizdiği noktalar üzerinden gelişim göstermiştir. Bu duruma ek olarak bilgi işlem teknoloji ve kapasitesinin 1980'lerden itibaren yaşadığı baş döndürücü dönüşüm, bilgi okuryazarlığı tanım ve çerçevesinin; bilginin depolanması ve erişimine dair teknik beceri ve yeterlilikleri (Kurbanoğlu, 2010: 726-727) kapsayacak şekilde genişlemesini sağlamıştır. Bilgi okuryazarlığı; toplumun genelinde bilginin daha verimli kullanılabilmesi için, mevcut bilgi işlem teknolojilerini de kapsayarak bilginin ele alınması, konumlandırılması, değerlendirilmesi ve nihayetinde de kullanılması (Beherens, 1994; Doyle, 1994; Bruce, 1994; Huston, 1999) beceri setini bir bütün olarak ele almaktadır.

Doyle (1992: 1), bilgi okuryazarlığını çeşitli kaynaklardan gelen bilgiye ulaşılması, o bilginin değerlendirilmesi ve kullanılması olarak tanımlamıştır. ALA'nın çizdiği çerçeve ile büyük oranda paralellik gösteren bu tanım, kaynağa yaptığı atıfla önceki kavramsallaştırmayı genişletmiştir. Çünkü gerek ALA'nın tanımında gerek daha önceki tanımlamalarda özne olarak birey kabul edilmektedir. Doyle ise bilgi okuryazarlığı nosyonunda birey kadar önemli olan 'kaynak' ögesine işaret etmektedir. Bilgi okuryazarlığının geliştirilmesinde bilgi kaynakları ve servislerinin önemine değinen Doyle, kaynağı doğru kullanabilmenin bilgi okuryazarlığının gelişiminde hayati bir rol oynadığını belirtmektedir. Buna ek olarak yukarıda ele alınan, bilgi okuryazarının özelliklerinin sıralandığı ALA'nın beş maddelik kavramsallaştırmasına;

- Bilgi ihtiyacına dayalı sorunlar hakkında açık ve kesin şekilde fikir yürütebilme
- Potansiyel bilgi kaynaklarını tanımlayabilme
- Başarılı arama stratejileri geliştirebilme
- Var olan bilgi kümesine yeni bilgileri entegre edebilme
- Bilgiyi problem çözme ve eleştirel düşünmede kullanabilme (Doyle, 1992: 2)

özelliklerini de ekleyerek bu okuryazarlık türünün sunduğu çerçeveyi genişletmiştir. Bruce (1994) ise, mevcut özelliklere ek olarak bilgi okuryazarının kendi kendine öğrenme yeteneğine sahip olması gerekliliğinin altını çizmiştir. Bilgi okuryazarlığını yaşam boyu öğrenmenin bir parçası olarak gören Bruce, bilgi okuryazarının çevresindeki kaynaklardan ihtiyaç duydukları bilgiyi edinmelerini bir sorumluluk olarak görmektedir; yanı sıra problem çözme ve karar vermede, iletişim ağlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ve gelişmelerden haberdar olunmasında kendi kendine öğrenme becerilerinin önemli bir meziyet olduğunu vurgulamaktadır.

Bu anlatıdan hareketle ilk zamanlarda karar verme ve sorun çözme becerilerini (Kurbanoğlu, 2010:728) merkezine alan bilgi okuryazarlığı tartışmaları, 1990'lara gelindiğinde ise eleştirel düşünme ve yaşam boyu öğrenme stratejilerine ağırlık vermiştir. Teorik çerçevede eleştirel düşünme becerilerinin neler olduğu ve bireylerin bu yönde gelişim gösterebilmesi için ne tür davranışları gerçekleştirmeleri gerektiği yukarıda anlatılmıştır. Bilgi okuryazarlığı bağlamında; yaşam boyu öğrenme stratejileri ise araştırma, öğrenme ve uygulama (Lenox and Walker, 1993: 318-319) süreçlerini içerisinde barındırmaktadır. Lenox ve Walker, dinamik ve çok yönlü bilgi arama faaliyetlerinin öğrenme temelli bir boyutta gerçekleşmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Konuyu kütüphanecilik merkezli bir tartışma ile ele alan yazarlar; bilgi okuryazarlığının bireylere, bilgiye nasıl ulaşacaklarını öğretmeyi hedeflediğini belirtmektedirler. Onlara göre bilgi okuryazarlığı; geleneksel ve yeni ortamlardaki bilgiye nasıl ulaşıp kullanılacağı ve bu yeteneklerin nasıl elde edileceğinin kesişim noktasında bulunmaktadır. Buradan hareketle yaşam boyu öğrenme bir süreçtir ve bahsi geçen becerilerin güçlendirilmesine yönelik bir hedef ortaya koymaktadır.

Amerikan Okul Kütüphaneciler Derneği (American Association of School Librarians [AASL]) ve Eğitimsel İletişim ve Teknoloji Derneği (Association for Educational Communications and Technology [AECT], 1998) bilgi okuryazarlığını zorunlu beceriler bütünü olarak ele almaktadır ve bu okuryazarlık türünü öğrenme pratiği ve yaşam boyu öğrenme stratejileri yaklaşımı çerçevesinde ele alarak “Öğrenci Öğrenimi İçin Bilgi Okuryazarlığı Standartları” başlığı altında, üç temel perspektif üzerinden açıklamaktadır. Bunlar:

- Bağımsız Öğrenme Standartları
- Bilgi Okuryazarlığı Standartları
- Sosyal Sorumluluk Standartları'dır.

Bilgi Okuryazarlığı Standartları başlığında bilgi okuryazarının sahip olması gereken temel niteliklere odaklanılmıştır. Bu bağlamda bilgi okuryazarının bilgiye verimli ve etkin şekilde ulaşması gerekliliğinden; bilgiyi yetkin ve eleştirel biçimde değerlendirmesi gerekliliğinden; bilgiyi eksiksiz ve yaratıcı şekilde kullanması gerekliliğinden bahsedilmektedir.

Diğer bir standart olan Bağımsız Öğrenme’de ise öğrencilerin bağımsız bir şekilde ilgi duydukları bilgilere ulaşabilmeleri; yetkin ve kendi kendini motive eden bir kimlik kazanmaları ve bilgi arama süreçlerinde verimli ve etkin bir davranış sergileyebilmeleri gerekliliğine atıfta bulunulmuştur.

Raporda son olarak Sosyal Sorumluluk Standardına değinilmiştir. Burada da öğrencilerin, bilginin demokratik bir toplum için öneminin farkında olarak öğrenen toplum nosyonuna hizmet eden bir hüviyete bürünmeleri gerekliliğinin altı çizilmiştir. Ayrıca öğrencilerin bilgi ve bilgi teknolojisi bağlamında etik davranışlar sergilemesi gerekliliği ve bilgi üretiminde katılımcı aktif bir rol oynaması gerekliliğine değinilmiştir.

AASL ve AECT (1998) ortaya koyduğu bu standartlarla, bilgi okuryazarlığı ile ilgili o güne kadar tartışıl原因 konulara kapsamlı bir çerçeve sunmuştur. Ayrıca daha sonraki yapılacak çalışmaların da en önemli dayanak noktalarını ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda öncelikle ALA’nın çalışması ve akabinde bahsi geçen bu standartlar, bilgi okuryazarlığı kavramsallaştırmasında önemli bir yer tutmaktadır.

2003 yılına gelindiğinde UNESCO tarafından 23 ülkenin katılımı ile Prag’ta bilgi okuryazarlığını tartışmak ve gelecek vizyonu sunmak adına "The Prague Declaration: Toward an Information Literate Society" isimli bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Burada da ALA, AASL ve AECT’nin sunduğu perspektiflere paralel bir düzlem üzerinde uzlaşmıştır. Bu toplantıda bilgi okuryazarlığı “bir konuyu ya da sorunu ele alarak bilgiyi tanımlama, konumlandırma, değerlendirme ve organize etmek için; bilgiyi etkin bir şekilde oluşturma, kullanma ve iletme yeteneği” olarak tanımlanmıştır. Bu ifadede ilk dikkat çeken farklılık iletme yeteneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Önceki yıllara kıyasla 2000’li yıllar; bilginin ulaşılması, depolanması ve kullanılmasının yanında o bilgiyi aynı ya da başka bir formatta iletme konusunun, gelişen teknoloji ve bilgi işlem kabiliyetleri sayesinde önemli bir ivme kazandığı söylenebilmektedir. Bu gelişmeler de bilgi okuryazarlığının kapsamının genişlemesini beraberinde getirmiştir. Ayrıca yine Prag Deklarasyonu’na göre bilgi okuryazarlığı bilgi toplumuna adaptasyonun en önemli parçalarından biri olarak gösterilmiştir.

Özellikle 2000’li yıllardan itibaren bilgi okuryazarlığına ait tanımlamalara ve yapılan tartışmalara bakıldığında kavramın, yaşamın diğer alanları ve başka okuryazarlık türleri (Kurbanoglu, 2010: 729) ile bağdaştırıldığını söylemek mümkündür. Virkus (2003) ve Owusu-Ansah (2005) bilgi okuryazarlığını kültürel ve yapısal elementleri dışarıda bırakarak yapılan tanımlamaların önemsiz ve anlamsız olduğunu çalışmalarında belirtmektedirler. Elmborg da (2006) konuya benzer bir perspektiften yaklaşarak bilgi okuryazarlığının hayatın sadece bir yönünden ibaret olmadığını; tüm hayata dair bir öğrenme süreci olduğunun altını çizmektedir.

1.3. Meta Okuryazarlığı

Meta okuryazarlığı temelde bilgi okuryazarlığı üzerine inşa edilen; bilgi ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı (ICT), dijital okuryazarlık, medya okuryazarlığı ve görsel okuryazarlıktan beslenen bir perspektif sunmaktadır. Mackey ve Jacobson tarafından 2011 yılında kaleme alınan “Reframing Information Literacy as a Metaliteracy” isimli makale bu kavrama ilk kez değinen ve onu uluslararası literatüre kazandıran çalışmadır. Bu eserde; bilgi okuryazarlığının bireyleri bilgiye ulaşmaya, değerlendirmeye ve analiz etmeye hazırladığını; meta okuryazarlığının ise bireyleri sosyal medya ve çevrimiçi topluluklar aracılığı ile aktif olarak içerik üretmeye ve paylaşmaya hazırladığı ileri sürülmektedir ve meta okuryazarlığının anlatısı bu paradigma üzerinden şekillenmektedir.

Yunancadan türeyen ve bu dilde “ile, çapraz ya da sonra” anlamlarına gelen meta ön eki “konum ve koşul değişikliğini belirten”, “arkadaki, sonraki ya da ötesinde” ve “daha yüksek veya ikinci dereceden bir şeyi ifade eden” (Lexico, 2021), “değişiklik içeren” (Cambridge, 2021) anlamlarına gelmektedir.

Meta okuryazarlığı, kişinin kendi okuryazarlığı hakkında düşünmesinin bir yolunu önermektedir. Meta okuryazarı olmak, bireylerin mevcut okuryazarlık becerilerini geliştirme metotlarını anlamayı ve bunlar hakkında (Mackey ve Jacobson, 2014: 2) karar vermeyi gerektirmektedir. Meta okuryazarlığı, bireyleri öğrenme stratejileri ve hedeflerinin sorumluluğunu üstlenmeye zorlarken bilgi edinmeyi vurgulayan bütünsel bir modeldir (Jacobson vd., 2021: 72). Öğrenenleri bilinçli tüketiciler ve sorumlu bilgi üreticileri olmaya hazırlamaktadır. Bireyler bu sayede dijital dünyanın imkânlarından faydalanarak kendilerini geliştirebilecek ve mevcut bilgi sisteminden maksimum düzeyde fayda elde edebileceklerdir.

Mackey ve Jacobson (2014), meta okuryazarlığının Association of College and Research Libraries (ACRL, 2000) ve American Library Association (ALA, 1989)’ın bilgi okuryazarlığına dair ortaya koyduğu standartlar üzerinden geliştirildiğini belirtmektedir. Bu

yeni okuryazarlık türü bilgiye geleneksel erişim, edinim ve değerlendirme becerilerinin ötesine geçerek, bilginin aktif bir şekilde üretim ve paylaşımının geliştirilmesini (Mackey ve Jacobson, 2014) hedeflemektedir. Bu yönüyle meta okuryazarlığı çevrimiçi ortamlara nasıl daha etkin şekilde adapte olunabileceğini ve bu adaptasyon sürecinin bilgiye erişim, kullanım ve bilgiyi üretim süreçlerine nasıl katkı sunacağını betimlemektedir.

Mackey ve Jacobson (2011), sosyal medya ve iş birlikçi online toplulukların ortaya çıkışı ile birlikte bilgi okuryazarlığının meta okuryazarlığı olarak yeniden çerçevelenmesi gerekliliğinin altını çizmiştir. Çünkü temel bilgi okuryazarlığı becerileri bu yeni ortamları anlamlandırmada ve benimsemelerde yetersiz kalmaktadır. Bu yeni ortamlar birçok yönden geleneksel iletişim kanal ve ortamlarından farklılaşmaktadır. Özellikle etkileşim ve katılım ögesi bu ortamlarda önemli bir konumda bulunmaktadır.

Mackey ve Jacobson (2014), meta okuryazarlığının; kullanıcıları, katılımcı ortamlarda dikkatli bir şekilde üretmeye ve paylaşmaya hazırlayan pedagojik bir çerçeve olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevelenme; çoklu okuryazarlık türlerini bünyesinde barındırmayı ve var olan teknolojik yeniliklere uyum sağlamayı gerektirmektedir. Bahsi geçen gereklilik ise; o güne değin yapılan geleneksel bilgi okuryazarlığı tanımlamalarının bahsi geçen sosyal medya ve online topluluk ortamlarını açıklamada ve yorumlamada yetersiz kaldığından kaynaklanmaktadır. Meta okuryazarlığı katılımcı dijital ortamlarda bilginin iş birlikçi üretimini ve paylaşımını içerecek şekilde geleneksel bilgi becerilerinin kapsamını genişletmektedir. Meta okuryazarlığı sonu olan bir aktivite alanı değildir. Tam tersine değişen katılım biçimleri, bilgiyi oluşturma, paylaşma ve iş birliğine dayalı kolektif bir dünya için, dijital ortamda karşılaşılması muhtemel dönüşümlere uyum sağlamayı gerektiren ömür boyu sürecek (Mackey ve Jacobson, 2014: 1) bir davranış biçimidir. Ayrıca medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, görsel okuryazarlık ve siber okuryazarlık için bir ihtiyaç olan dijital bilginin ve yeni medya araçlarının da anlaşılması gerekliliğinin bir parçasıdır ve görsel bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi, sadece görselliğin anlaşılması için değil, yeni anlamların geliştirilmesi için de önemlidir. Bu noktada meta okuryazarlığının öğrenme rolleri, nitelikleri ve öğrenme amaçlarına geçmeden önce online topluluklar ve sosyal medyada gerçekleşen, etkileşim ve iş birliğine dayalı kullanıcı davranışlarına değinmek faydalı olacaktır. Etkileşim ve iş birliğine dayalı bu ortamlarda grup üyeleri kolay bir şekilde iletişim kurabilmekte, edinimlerini paylaşabilmekte ve bireysel ve toplu olarak yeteneklerini iyileştirebilmektedir.

Sanal ya da elektronik topluluk olarak da adlandırılan çevrimiçi topluluk kavramı için standart bir tanım bulunmamaktadır. Bu tanıma dair farklı sınıflandırmalar alanla ilgilenen

uzmanların farklı perspektiflerinden kaynaklanmaktadır (Lazar ve Preece, 1998). Çevrimiçi topluluk, benzer ilgi ve amaçlar doğrultusunda internet üzerinde etkileşim ve paylaşımda bulunan insanların bir araya geldikleri sanal bir alanı temsil etmektedir (Kim vd., 2010: 212). Bu kavramı, benzer bir düzlemde, insanların bir araya gelip bilgi alışverişinde bulundukları sanal bir alan olarak tanımlayan Preece (2001: 348), yerel, ulusal uluslararası; büyük ya da küçük olmasına bakılmaksızın geniş bir perspektifte kullanılan bir tabir olduğunu altını çizmektedir. Çevrimiçi topluluk, kullanıcıların birbirleriyle iletişim ve kişisel ilişkiler kurduğu internet tabanlı teknolojiler tarafından desteklenen sosyal ilişki ağı olarak da tanımlanabilmektedir (Lin ve Lee, 2006: 480).

Online toplulukların çeşitli amaçları ve özel ihtiyaçları farklı topluluk özelliklerini beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte tüm online topluluk biçimlerinin birkaç temel özelliğe dayandığı varsayılmaktadır (Rotman ve Preece, 2010: 320).

- Ortak amaç ve çıkarlar
- Katılımcının etkileşimi
- Kullanıcı merkezli içerik
- Topluluğun amacını ve uygulamalarını ifade eden açık sınırların varlığı
- Eşsiz bir ortak kültür

Online topluluğun birincil amacı üyelerini ortak bir ilgi, deneyim ya da fikir etrafında kümelemektir (Sproull, 2004: 733). Bireyler belirli sosyal ihtiyaçlarının yerine getirilmesi durumunda online topluluklara katılmakta ve üye olmaktadır. Bu bağlamda grup üyelerine sunulabilecek ek motivasyonlar etkileşimi teşvik ederek topluluğa bağlılığı da artıracaktır (Hunter ve Stockdale, 2010). Bu motivasyonlar temelde bireyi daha ilgili ve daha meraklı kılacak öğeler çerçevesinde varlık göstermektedir. Kullanıcılar kendi çıkarlarına hizmet edecek, gelişimlerine katkı sunacak ve sosyal ilişkilerinin gelişimine imkân tanıyacak unsurlar etrafında toplanabilmektedir. Bu bağlamda çevrimiçi topluluklar, ortak bir ilgiyi paylaşan ve bilgisayar aracılı iletişimle desteklenen sanal bir alan aracılığıyla iletişim kuran bir insan grubuna hizmet edecek şekilde tasarlanmaktadır. Topluluk üyeleri; etkileşim, eğlence, ortak değerler ve sosyalleşme faktörleri çevresinde bir araya gelerek (Hunter ve Stockdale, 2010) ortak bir kültür oluşturmaktadır. Ortak bir geçmiş ve kültür etrafında bir araya gelen kullanıcılar, grubun diğer üyeleri ile iletişim kurmak istemekte ve diğer üyelerin de benzer motivasyonlara sahip olduğunu gördüklerinde etkileşim düzeyleri artmaktadır.

Bu bağlamda birçok çevrimiçi topluluktaki temel amaç, tartışma forumu gibi teknolojiler tarafından desteklenen bilgi paylaşımına ve öğrenmeye izin vermesidir. Bilgi arayışı ve karşılıklı katkı, sürekliliği olan bir katılımı (Phang vd., 2009: 722) bu ortak kültürü

beslemektedir. Çevrimiçi topluluklara yeni katılanlar, ilk gönderilerine yanıt alırlarsa, yanıtın kalitesine ve duygusal tonuna bakılmaksızın katılmaya devam etme olasılıkları yükselmektedir. Katılımcıların toplulukla ilgili konularda soru sorması ve kendileri hakkında bilgi vermeleri de yanıt alma olasılıklarını yükselten faktörlerdir (Faraj ve Johnson, 2011: 1465). Etkileşim ve katılımcılığın doğası gereği, çevrimiçi topluluklarda uygun ortam ve koşulların sağlanması durumunda bu ortamlarda gerçekleşen iletişimin hacmi büyümektedir. Yanı sıra bu ortamların işlevi sadece gerçekleşen iletişimin niceliği ile değerlendirilebilecek bir konu değildir. Teknolojik imkânlar neticesinde gerçekleşen iletişimin niteliği de oldukça önemli bir konudur. Sanal dünyada kendine yer bulan bu yeni iletişim şekli -artık pek de yeni olmayan- bireylerin anlam dünyasında sadece sanal bir alan olarak görülmemektedir. Bu bağlamda çevrimiçi ortamların niceliksel ve niteliksel potansiyel ve kabiliyeti bu ortamlardaki bireylerin yaşayış ve anlam dünyasını doğrudan şekillendirmektedir.

Çevrimiçi toplulukların tanımlanması ve değerlendirilmesinde birtakım farklı paradigma ve perspektif olduğu gibi konu sosyal medya olduğunda da tek yönlü bir anlatı gerçekleştirmek söz konusu değildir ve yalnızca ortak sınıflandırmalar neticesinde genel bir çerçeve çizilebilir mümkün görünmektedir. Bu noktada Poynter sosyal medyayı genel geçer bir tanımla çerçevelemenin mümkün olmadığına değinerek (Poynter, 2012: 208), temelinde internet ve yeni teknolojileri barındıran çok noktadan çoklu kitleye erişim imkânı sunan bir araç olarak betimlemiştir. Kaplan ve Haenlein (2010: 61) ise sosyal medyanın, Web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik arka planı üzerine konumlanan kullanıcı türevli içeriğin oluşturulmasına ve alışverişine imkân sunan birtakım uygulamalar olduğunun altını çizmiştir. Mavnacıoğlu (2009: 63) ise Web 2.0'ın ortaya çıkmasının sosyal medyanın doğuşuna zemin hazırladığına vurgu yaparak paylaşım ve etkileşime olanak tanıyan ve bireyleri aktif bir pozisyona yerleştiren platformlar olarak tanımlamaktadır.

Online topluluklar ve sosyal medya birçok yönden birbiriyle benzerlik göstermektedir. Gürsakaç'ın (2009: 23-24) belirttiği sosyal medyaya ait; katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk oluşturma ve bağlantısallık gibi özellikler, çoğu online topluluğu da kapsar şekildedir. Sosyal medya ve online topluluklar, kullanıcıların içerik oluşturmaya ve geri bildirimde bulunmasına imkân tanıyarak katılım göstermelerinin önünü açmaktadır. Topluluğun kendi sınırları kapsamında, içeriğe erişim ve kullanımı neredeyse sınırsız bir şekilde ulaşmalarını sağlayarak bu platformlara geniş bir açıklık çerçevesi sunmaktadır. Karşılıklı konuşma ve etkileşim ise bu platformların olmazsa olmaz özelliklerindendir ve kullanıcılara özgürlükçü bir topluluk paradigması sağlamaktadır. Son olarak ise bu

platformlar elektronik ortamın bir getirisi olarak bağlantısallık kanalıyla diğer sitelere, kaynaklara ve kişilere kolayca erişebilmektedir.

Diğer yönden sosyal medya, mekân ve zaman kısıtı olmadan; paylaşımın, etkileşimin ve karşılıklı diyalogun esas alındığı (Vural ve Bat, 2010: 3351) sanal bir alanı temsil etmektedir. Aynı zamanda bu sanal alan, web teknolojisi üzerine kurulu, etkileşimli içeriklerin üretilip paylaşıldığı (Kuşay, 2010: 67) bir ortamdır. Karşılıklı iletişim ve etkileşimin gerçekleştirildiği bu ortamda iki tür etkinlik alanı mevcuttur: Teknik ve sosyal alan (Kaya, 2015: 77). Teknik alan, elektronik alt yapıyı oluşturan ve sanal dünyada gerçekleşen faaliyetlerin olabilmesine imkân tanıyan çerçeveyi temsil etmektedir. Sosyal alan ise teknolojik imkânların bir ürünü olarak karşımıza çıkan, etkileşim, paylaşım ve bilgi alışverişlerinin tümünü kapsamına almaktadır. Lazar ve Preece (1998) online topluluklar için de benzer bir anlatı gerçekleştirerek bu toplulukları bilgisayar aracılı sosyal etkileşimin gerçekleştiği bir iletişim alanı olarak betimlemiştir. Aynı şekilde Güçdemir (2012: 63) de online toplulukları sanal ortamın doğasından beslenen aynı ilgi alanları ve ortak bir düşünce içinde olan bireylerin elektronik ortam aracılığı ile bir araya geldiği ortamlar olarak anlatmaktadır.

Online topluluklar ve sosyal medyanın benzer yönlerden beslenen doğası, bu ortamlarda gerçekleşen faaliyetler bağlamında da paralellik göstermektedir. Web 2.0 tabanlı online uygulamalar bilgi paylaşımını birey için kolay bir hale getirmektedir. Bu tür araçlar, iletişimi, bilgi paylaşımını ve sanal sosyalleşmeyi kolaylaştırmaktadır. Bireyler bu tür uygulamaları kullanarak fikirlerini kolayca ifade edebilmekte ya da paylaşabilmekte, başkalarının görüş ve geri bildirimlerini arayabilmekte ve diğerleriyle kolayca bağlantı kurabilmektedir. Bu etkileşim ve iş birliği de içerik paylaşımını, iletişim kanallarını ve iş birliği araçlarını yeni üretkenlik düzeyleri sağlayan birleşik bir kullanıcı deneyimine sorunsuz bir şekilde entegre etmektedir (Mondahl ve Razmerita, 2014: 342). Günümüz sosyal medya ve online topluluk ortamları, iş birlikçi ve serbest akışa imkân tanıyan bir biçimde bulunmaktadır. Eleştirel olarak değerlendirme yapmak, paylaşmak ve birden çok biçimde içerik üretmek ve dolaşıma sokmak için geniş bir perspektif sunmaktadır (Mackey ve Jacobson, 2011:62).

Bu bağlamda tarihsel bir değerlendirme yapmak gerekirse; geçmişte, yazılı belgeler bilgi paylaşımı için belki de en sık kullanılan somut formlardı ve çoğunlukla akademi dünyasında ve çalışma ortamlarında bulunuyordu. Çoğu durumda, bu yazılı öğeler yalnızca çok seçkin bir okuyucu grubuna ulaşmaktaydı. Erken dönem web uygulamaları, metin sayfaları formatında bir biçimlendirme sağlayan statik bir görünümdeydi. Bu biçimler

günümüzdeki web ortamı gibi dinamik bir etkileşime izin vermemekteydi. Web 2.0 ise sanal dünyadaki etkileşimler de dahil olmak üzere dünyanın her yerinden insanlarla bilgi ve fikirlerin iletilmesini kolaylaştırmıştır (Mackey ve Jacobson, 2011: 75). Bahsi geçen araçlar, webin dönüşümünde tetikleyici bir unsur olmuştur (O'Reilly ve Battelle, 2009). Teknolojinin ve bilgi iletişimi teknolojilerinin sağladığı bu fayda iletişim şekillerini ve gerçekleşen paylaşım ortamının niteliği yoğun bir şekilde etkilemektedir. Bu sayede zaman ve mekân sınırı olmaksızın bilgiler dünyanın dört bir yanına olabildiğince hızlı ve etkin şekilde ulaşmaktadır.

İletişim teknolojileri bağlamında internete özgü gelişmeler, bireylerin sanal dünyadaki pozisyonunu değiştirerek siber kültür, siber alan, dijital gibi kavramlar kullanıcıların hayatına girmiştir (Kaya, 2013: 161). Bu bağlamda internetin geçirdiği bu gelişim ve dönüşüm, iletişim nosyonunu değiştirerek etkileşim kavramının düzlemini genişletmiştir. Bu sayede kullanıcılar üzerinde birbirleri ile istedikleri yön ve yoğunlukta iletişime geçerek tüketici konumundan üretici konuma evrilmiştir (Mavnacıoğlu, 2009: 63). Bu teknolojiler üzerine konumlanan günümüz online topluluk ve sosyal medya faaliyetleri iş birlikçi ve serbest akışa imkân tanıyan bir biçimde bulunmaktadır. Eleştirel olarak değerlendirme yapmak, paylaşmak ve birden çok biçimde içerik üretmek ve paylaşmak için geniş bir perspektif sunmaktadır (Mackey ve Jacobson, 2011: 62). Online topluluk ve sosyal medya ortamlarında sağlanan kullanıcılar arası etkileşim ve iş birliği bu ortamların en belirgin özelliklerinden biri halini almıştır. Tabi ki bahsi geçen faaliyetlerin gerçekleşmesi için bu ortamların birtakım özellikleri taşıması gerekmektedir. Hammond (2017: 123) topluluk etkileşiminin gözlemlenebilir ve kullanılabilir eser ve kayıtlar bırakabilecek kadar sürdürülebilir olması gerekliliğinin altını çizmiştir. Ayrıca online topluluk ve sosyal medya kullanıcılarına tanımlanabilir bir kültür ve tarih sunmalıdır.

Kullanıcıların sergilediği etkileşim ve iş birliği davranışları iki yön üzerine kuruludur. Kaya (2015: 79) bu iki yönlü iletişim sayesinde çok yönlü bir ortamın var olduğundan bahsetmektedir.

“Bu sayede iletişimin tarafları rol değiştirebilmekte, içeriğe müdahale edebilmekte, medya karşısında kişiler daha etkin pozisyona gelmekle süreci kontrol edebilmektedir. Etkileşim sayesinde geleneksel basılı ve elektronik medyanın tek yönlü ve birden çoğa şeklindeki akışı değişmiş kişiler artık medyada aktif hale gelmiştir. Bu noktada etkileşimlilik, çeşitli şekillerde mümkün olmakta; bireyden bireye, bireyden kitleye veya bireyden içeriğe/teknolojiye gerçekleştirebilmekte ve geri bildirimle devam edebilmektedir.”

Bunlar katılımcılar arasında ve bir ağ üzerinde gerçekleşen faaliyetler bütününi teşkil etmektedir. Bu bağlamda gerçekleşen değiş tokuş, teknik bilgileri ya da bazı soruların cevaplarını içerebileceği gibi sosyal konuları ya da salt bir bilgiyi de içerebilmektedir; ancak bu etkileşimler doğası gereği sosyaldır ve başkalarını etkilemeyi amaçlamaktadır. Faraj ve Johnson (2011: 1466) tüm bunların yanında online topluluk etkileşimleri tarihsel olarak oluşturulmuş bir sosyal ağ bağlamında gerçekleşmesi gerekliliği üzerinde durmaktadır.

Sanal ortamdaki gerçekleşen davranışlarda etkileşim konusunu ilk ele alan Rafaeli (1988: 111) etkileşimi, kişiler arası ilişkilerdeki bir değişken olarak ele almış ve bu kavramı “kaynağın alıcı, alıcının kaynağa” dönüşmesi olarak yorumlamıştır. Etkileşim kavramı hem teknolojik hem sosyal bir olgudur. Karakulakoğlu (2015: 123) bu noktada konunun aynı zamanda web ideolojisi ile de yakından ilgili olduğunu, artan etkileşimle beraber üretilen bilginin miktarının da arttığını ve bu durumun da üretici kullanıcıların her geçen gün daha fazla bilgiyi web ortamında dolaşıma sokarak internette bulunan verinin daha hızlı çoğalmasına hizmet ettiğini belirtmiştir. Bu hızlilik sahip olduğu olumlu niteliklerin yanı sıra bireyler ve toplum açısından çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Birey temelli ve toplumsal düzeyde enformasyon akışının hız kazanması sorunlu bilgilerin dolaşım ve etkileşimini artırarak kamuoyunun bu bilgiler etrafında şekillenmesine de yol açabilmektedir.

Diğer yönden online bir toplulukta sosyal etkileşim bireylerin teknoloji aracılı alan sayesinde kişilerarası iletişim değiş tokuşlarına katılmak için kendilerini rahat hissetmeleri anlamına gelmektedir. Örnek olarak mesaj ya da e-posta gönderme gibi sanal ortamda gerçekleşen faaliyetler bireylerin etkileşim düzeylerini geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Kullanıcılar bilgi dağıtımına katkıda bulunduklarında bilgi arama davranışlarına kıyasla sosyal etkileşime daha çok katkı vermektedir. (Phang vd., 2009: 740).

Etkileşim ve iş birliğine sanal ortamda imkân tanıyan ortamlar aracılığı ile bireyler zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırarak, geleneksel olmayan ve daha hızlı bir şekilde birbirleri ile etkileşimlerini artırabilmektedir. Bu ortamlardaki katılım herhangi bir yerde herhangi bir zamanda birbiri ile iletişim ve bağlantı kurma ve iş birliği yapma biçimine dönüşmektedir. Bu iş birliği ise; bilginin paylaşımı, transferi, birikimi, dönüşümü ve birlikte oluşturulması olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi bir ortamda iş birliği, diğerlerine bilgi sunmanın yanı sıra başkalarının katkıda bulunduğu bilgilerden yararlanma, bu bilgilere yenisini ekleme, bu bilgileri değiştirme ve entegre etme davranışlarını içermektedir. İş birliği, bireylerin kişisel olarak kendilerine fayda sağlayacak şekilde bilgilerini paylaşp birleştirdikleri ve aynı zamanda topluluğun daha fazla değerine katkıda bulundukları için, sanal ortamlardaki sürdürülebilirliğinin kritik bir unsurudur. (Faraj vd., 2011: 1224). Bu

bağlamda bir örnek vermek gerekirse wikiler, kesintisiz iş birliğinin ve iş birliğine dayalı bilgi değiş tokuşunun önemli bir ögesidir. Bu ortamda bilgi; üyeler tarafından eş zamanlı ya da asenkron olarak oluşturulabilmekte, etkileşim izleri izlenebilmekte, üretilen içerikle ilgili değişiklikler ve ilerleme kolayca belirlenebilmektedir (Mondahl ve Razmerita, 2014: 344).

Bahsi geçen anlatıdan anlaşılacağı üzere, çevrimiçi ortamlarda ve özellikle sosyal medyada kurulan yeni nesil iletişim biçimleri bu alanlarda gerçekleşen üretim, dolaşım ve tüketim faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Bu ortamların katılımcı ve etkileşimi teşvik eden yapısı gereği, kullanıcılar herhangi bir sınırlama ile karşılaşmaksızın üretim, dağıtım ve tüketim davranışlarında bulunabilmektedir. Bu ortamlar aracılığı ile tüketici konumundan etkin ve çok yönlü bir üretim sürecine dahil olan kullanıcılar istedikleri ölçüde etkileşimde bulunabilmektedir. Ortamların doğası gereği gerçekleşen bu iletişim ortamı yeni bir değerlendirme düzlemine ihtiyaç duymaktadır. Tam da bu nokta meta okuryazarlığı teknolojik imkânlar tarafından aracılanan sosyal ortamdaki kullanıcı davranışlarının çözülmesi bağlamında bir perspektif sunarak bireylerin nasıl daha etkin ve verimli şekilde bu ortamlarda var olabileceği üzerine çözüm önerileri getirmektedir.

Sosyal medyanın ve çevrimiçi ağların yükselişi bilgi okuryazarlığına yönelik geleneksel yaklaşımlarla ilişkilendirilen becerilerin, iş birlikçi ve katılımcı ortamlarda bilgi edinmeye dönük teorik çerçeveyi etkileyerek (O'Brien vd., 2017: 268), bu çerçevenin meta okuryazarlığı bağlamında yeniden anlamlandırılmasını gerektirmiştir (Mackey ve Jacobson, 2011: 62). Yalıtılmış bir amaç için ya da belirli bir teknolojinin ortaya çıkmasına dayanan yeni bir okuryazarlık türü oluşturmaktan ziyade meta okuryazarlığı, bilginin dolaşımında olduğu ortamlarda, kullanıcıların eleştirel ve kolay uyum sağlayabilen katılımcılar olarak geliştirilmelerini teşvik etmektedir. Sosyal medya ortamları iş birlikçi ve serbest akışa imkân veren bir yapıdadır. Birden çok biçimde içerik üretmek ve paylaşmak bu ortamlarda mümkün olduğu için eleştirel değerlendirmeyi ve kapsamlı bir bilgi anlayışını gerektirmektedir. Web 2.0 teknolojilerinin imkânlarından faydalanılan bu ortamlar üretim ve paylaşım etkinliklerinin dinamik yapıda olduğu bir hüviyet göstermektedir. Bu nedenle meta okuryazarlığı birbirine bağlı sayısız öğrenme ve üretim ortamındaki uygulamaları açıklamada geniş ve kapsamlı bir perspektif sunmaktadır (Mackey ve Jacobson, 2011: 62; O'Brien vd., 2017: 268).

Meta okuryazarlığı, ağ bağlantılı ortamlarda tüketici ve üretici arasındaki çizginin genellikle bulanık olduğunu varsayarak, kullanıcıların yalnızca bir tüketici olarak değil, aynı zamanda bir bilgi üreticisi olduğunu vurgulamaktadır (O'Brien vd., 2017: 277). Kullanıcıları iş birliğine dayalı güven topluluklarında bilinçli tüketiciler ve aktif bilgi üreticileri olduklarını kabul ederek kapsamlı bir çerçevede ele almaktadır. Tezin ilerleyen bölümlerinde de

değınıleceğı üzere günümüzün hakikat sonrası toplumunda, kişisel ve politik inançlar, çoğu zaman gerçeğın ve nesnel akıl yürütmenin anlamını ve etkisini azaltmıştır. Meta okuryazarlığı ise kullanıcıları sosyal ortamlarda sorumlu bir şekilde bilgi tüketmeye ve etik olarak üretmeye hazırlamaktadır. Yurttaşlık bilincine sahip vatandaşlar olması gereken metal okuryazarı kullanıcılar, iş birlikçi ve üretken topluluklara bilinçli bir şekilde katılırken öğrenmelerinin kontrolünü inisiyatiflerinde bulundurmalıdır. Bu bağlamda bireyler, hakikat sonrası bir toplumun sahip olduğı zorluklara hazırlanmak için pedagojik bir eylem planının parçası olarak varlık göstermelidir (Mackey, 2020: 346).

Meta okuryazarlığı, diğeri okuryazarlık türlerini kapsayıcı ve kapsamlı bir çerçeveyi temsil etmektedir. Bu okuryazarlık türü dijital çağın bilgi okuryazarlığıdır. Çünkü iş birlikçi ortamlarda çeşitli medya formatları aracılığıyla birden çok belge türüyle bağlantı kurmak için gereken üst düzey düşünmeyi sağlamaktadır. Bilgi okuryazarlığı özelliklerinin çoğı, okuryazarlık hakkında bir okuryazarlık çerçevesi tanımlayan çoklu okuryazarlık perspektiflerinin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda Meta okuryazarlığı ise dijital bilgi ortamlarında bireyler ve fikirlerle etkileşim kurmak için entegre ve her şeyi kapsayan bir çekirdek sağlamaktadır (Mackey ve Jacobson, 2011: 70). Böylesi bir bilgi ortamında kullanıcıların üstlenecekleri belli rol ve özellikler bulunmaktadır. Bireylerin kendilerini sadece tüketici olarak görmeleri yaygın görülen bir davranış biçimidir. Meta okuryazarlığı ise bu kabulü genişleterek kullanıcıların çeşitli şekillerden kendilerini bilgi üreticisi olarak görmelerini teşvik etmekte; onlara pasif bir rolün ötesine geçerek kendi öğrenme ve üretim sorumluluğunu almaları noktasındaki çeşitliliğı vurgulamaktadır (Jacobson ve Friedman, 2019: 178). Bu bağlamdaki çerçeve doğru ve güvenilir bilgilerin değerlendirilmesine, üretilmesine ve paylaşılmasına dahil eden pedagojik bir çerçeve sunmasının yanında, aktif üretim ve bilgi paylaşımını ilerletmek için orijinal bilgi okuryazarlığı standartlarının özü olan bilgiye erişme, alma ve değerlendirmeye yönelik geleneksel beceri setinin de ötesine geçmektedir (Mackey, 2020: 347-350).

Meta okuryazarlığı dört temel kategori üzerinden açıklanmaktadır. Bunlar;

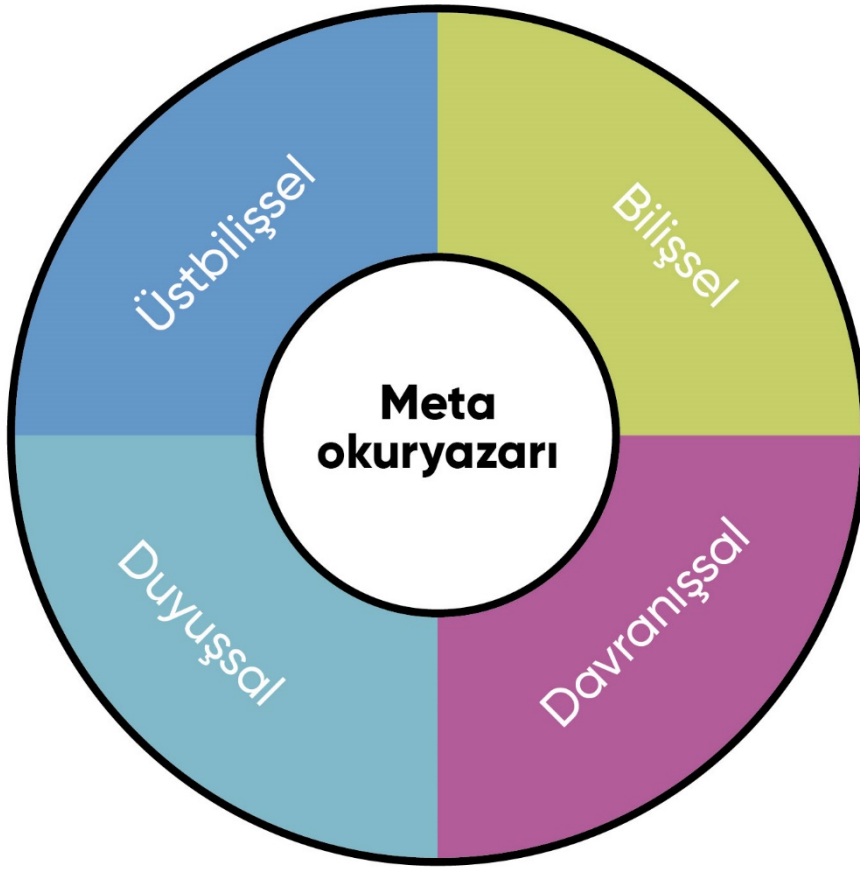
- Öğrenme alanları
- Öğrenen nitelikleri
- Öğrenen rolleri
- Amaçlar ve öğrenme hedefleri

olarak (Mackey vd., 2021) belirtilmektedir. Öğrenme alanları meta okuryazarları için merkezi bir role sahiptir ve bireylerin birden fazla öğrenme alanı (Jacobson vd., 2021: 75) içerisinde davranış sergilemesi gerekliliğının altı çizilmektedir. Öğrenen rolleri de bu çerçevenin

merkezinde yer almaktadır. Çünkü roller, meta okuryazarına yüklenen sorumluluklar bağlamında bu okuryazarlık türünün farklı bileşenlerini bir araya getirmenin bir yolu (Mackey & Jacobson 2014: 91) olarak karşımıza çıkmaktadır. Meta okuryazarları, büründükleri rollerde dört öğrenme alanının sunduğu perspektiften (Jacobson vd., 2021: 79) yararlanarak öğrenen niteliklerini edinmektedir. Tezin devamında ayrıntılı olarak ele alınacak olan bahsi geçen üç temel meta okuryazarlığı alanı amaçlar ve öğrenme hedeflerini şekillendiren bir özellik göstermektedir. Amaçlar ve öğrenme hedefleri bu üç alandan beslenerek oluşturulmuş ve meta okuryazarlarının sahip olması gereken nihai perspektifi sunmaktadır.

1.3.1. Öğrenme Alanları

Öğrenme alanları psikoloji ve eğitim bilimleri literatüründe sıklıkla tartışılan konuların başında gelmektedir. Bloom (1956: 7) başlangıçta bilişsel (cognitive), duyuşsal (affective), psikomotor (psychomotor) alan olarak üç temel düzeyde bir kategorilendirme yapmıştır. Krathwohl ise (2002: 214) bu üç kategoriye yeni bir düzey olarak üstbilişseli (metacognitive) ekleyerek bu alanı dört tema üzerinden değerlendirmiştir. Pedagojik bir çerçeve sunan meta okuryazarlığı da bu alanı dört alan üzerinden ele almıştır (Jacobson vd., 2021: 75). Meta okuryazarlığı, pasif öğrenmeye karşı çıkmakta, kullanıcıları bir dizi öğrenen rolü üzerinde düşünmeye ve sahiplenmeye teşvik ederken, dört farklı öğrenme alanını birleştirme ihtiyacını kabul etmektedir (Jacobson ve Friedman, 2019: 177). Bunlar; duygu ve tutumlar üzerinde yoğunlaşan duyuşsal alan; beceriler ve eylemleri anlatan davranışsal (behavioural) alan; düşünme ve bilme kapasitelerini ele alan bilişsel alan ve son olarak yansıtmacı ve öz değerlendirmeci (reflective and self-regulating) bir yaklaşıma sahip olan üst bilişsel (metacognitive) becerilerdir (Şekil 1.1.).



Şekil 1.1 Meta Okuryazarlığı Öğrenme Alanları

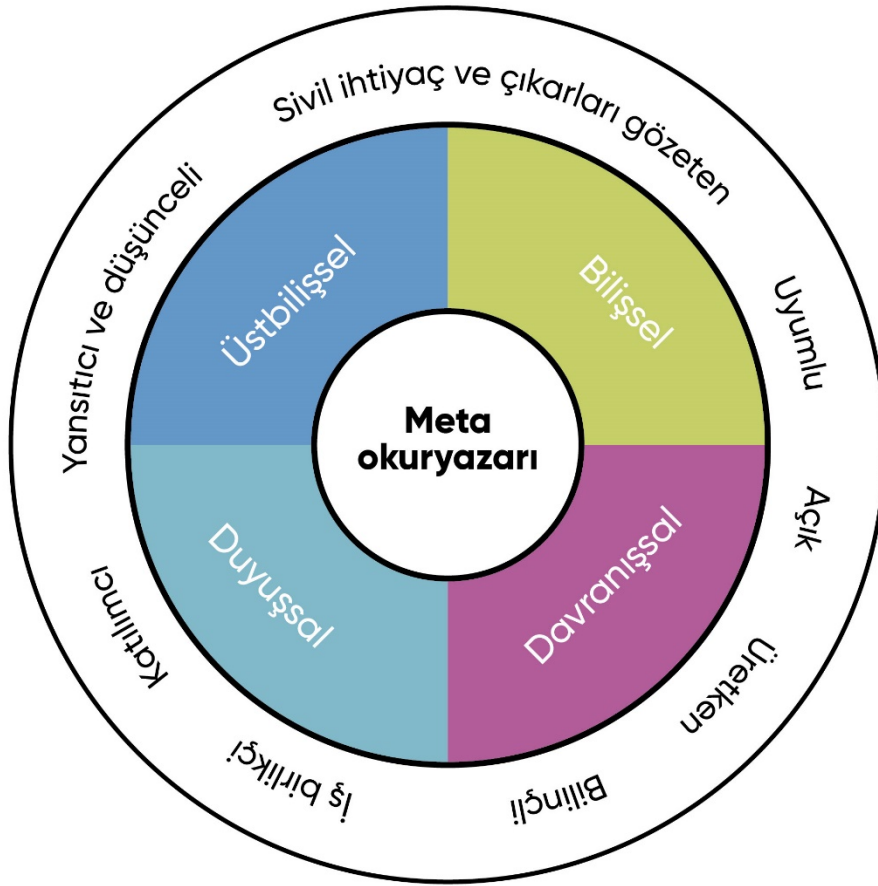
Kaynak: Jacobson vd., 2021: 71

Davranışsal alan; öğrenme etkinliklerinin, becerilerinin ve yetkinliklerinin başarılı bir şekilde tamamlanmasının ardından meta okuryazarlarının neler yapabileceğini kapsamına alan temayı betimlemektedir. Anlama, düzenleme, uygulama ve değerlendirme becerileri üzerine yoğunlaşan bilişsel alan ise, öğrencilerin meta okuryazarlığı için bilmesi gerekenleri çerçevelemektedir. Duyuşsal alan; öğrenme etkinliklerine katılım yoluyla bireylerdeki duygu ve tutum değişikliklerini ifade eden temadır. Son olarak üst bilişsellik ise meta okuryazarlarının kendilerinin farkında olmalarını sağlayan bir anlatıya tekabül etmektedir. Bu alandaki sahip olunması gereken beceriler; bireylerin kendi düşünceleri hakkında ne düşündükleri, nasıl ve neden öğrendikleri, neyi bilmedikleri, önyargılarının farkında olmaları ve öğrenmeye nasıl devam edecekleri hakkında yansıtıcı bir perspektif sunmaktadır.

1.3.2. Öğrenen Roller ve Nitelikleri

Meta okuryazarlığının öğrenen nitelikleri ve rolleri birbiri ile iç içe geçmiş bir anlatıyı temsil etmektedir. Tezde bu bölüm birlikte ele alınarak açıklanacaktır. Öğrenen nitelikleri; iş birlikçi (collaborative), katılımcı (participatory), yansıtıcı ve düşünceli (reflective), “sivil ihtiyaç ve çıkarları gözetken” (civic-minded) (Meriam-Webster, 2021), uyumlu (adaptable),

açık (open), üretken (productive) ve bilinçli (informed) olmak üzere sekiz tema (Mackey, 2019: 16-23) halinde ele alınmıştır (Şekil 1.2.).



Şekil 1.2 Meta Okuryazarlığı Öğrenen Nitelikleri ve Rollerini

Kaynak: Mackey, 2019: 16-23

Anlatılacak ilk nitelik olan **iş birliği** olma; internet kullanıcıları arası diyalogu artıran hem öğrenci hem de öğretici rollerini pekiştiren bir anlam içermektedir. Bu bağlamda iş birliği olmayı içselleştiren kullanıcılar, bireysel ve ekip olarak bilgiyi üretmeye daha yatkındır. Bu bağlamda bireyler sadece düşündükleri ya da söyledikleri ile aynı fikirde olanlarla özdeşleşmek yerine farklı bakış açılarına açıktır ve bu bakış açılarına kolayca uyum sağlayabilmektedir.

Diğer bir nitelik olan **katılımcı** olmak ise iş birliği olmakla yakından ilgilidir. Çünkü katılımcılık; online topluluklarda ya da sosyal medyada aktif ve eleştirel bir birlikteliği sembolize etmektedir. Bu sürecin bir parçası olarak herkes ürettiği ve paylaştığı bilgilerin sorumluluğunu üstlenirken, orijinal ve başka bir amaca yönelik bilgilerin anlam ve sonuçları olduğunu da anlamalıdır. Bu bağlamda meta okuryazarları, yeni sosyal ortamlarda bireylerle

ve gruplarla yakından çalışarak ortaya çıkan ve dolaşımda olan medya ürünlerinden sorumlu olacağını bilerek güven ortamına katkı sunmalıdır.

Yansıtıcı ve düşünceli olmak ise; bireyin kendi düşüncesini irdelemesini ve kendi öğrenmesini sağlayabilmesini ifade etmektedir. Bu sayede meta okuryazarları, bildikleri ve bilmediklerini saptamada ve anlamada daha mahir davranarak ihtiyaç duydukları şeyleri edinmelidirler. Ayrıca yansıtıcı olmak, bireysel öğrenme amaç ve hedefleri gerçekleştirirken farklı bakış açılarına açık olmayı gerektirmektedir.

Bir başka meta okuryazarı niteliği olan **sivil ihtiyaç ve çıkarları gözetken** olmak ise, yurttaşlık sorumluluğunu ve toplum temelli hesap verebilirliği güçlendirebilme anlamına gelmektedir. Örnek vermek gerekirse; sosyal medyanın katılımcı doğası gereği birçok geleneksel editoryal filtrenin önemli ölçüde değiştiği ya da ortadan kalktığı bir ortamda, topluluk normlarına ve beklentilerine cevap verebilecek bir davranış sergileyebilmek, meta okuryazarının en önemli görevlerinden biri olmalıdır. Bu nitelik, kullanıcıların tasarladıkları ve ürettikleri içeriklerden sorumlu olmaları gerekliliğini kabul etmeleri halinde edinilebilmektedir. Bu bağlamda meta okuryazarları, sosyal alanlara katkıda bulunmalı ve topluluk ortamlarında anlamlı bilgileri nasıl oluşturacaklarını ve tüketceklerini bilmelidir.

Uyumlu olmak ise bireylerin yeni öğrenme ve bilme yollarına karşı duyarlı olmalarını ve değişen teknolojilere çabuk uyum sağlayabilme kapasitelerini anlatan bir niteliktir. Bu bağlamda meta okuryazarları kişisel gizlilik ve bilgi güvenliğinin farkında olarak yeni teknolojileri etkin bir şekilde kullanabilmeli; ayrıca teknoloji merkezli üretimin nasıl gerçekleştiğini ve paylaşılan kitle üzerindeki etkisini de anlamlandırabilmelidir.

Açık olmak ise topluluklardaki şeffaflığı temsil eden bir hüviyette karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda bireyler, çevrimiçi ortamlardaki davranışlarında şeffaflığı öncelerken, yeni fikirlere ve bakış açılarına karşı da açık olmanın önemini kavramalıdır. Diğer yönden kendisi gibi düşünmeyen birey ve topluluklar hakkında da empati yeteneğini geliştirerek sosyal alanlarda daha derin bir anlayış ile var olmalıdır. Bu anlatıdan hareketle meta okuryazarları bilgiyi birlikte çalışarak üretmekte ve paylaşmaktadır.

Bir diğer nitelik olan **üretken** olmak ise orijinal olarak üretilen ya da başka bir amaçla yeniden düzenlenen içeriğin oluşturucusu olmayı bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda meta okuryazarlığı dinamik bilginin üretimini destekleyen ve süreç boyunca bu iş üzerinde düşünmeyi gerektiren bir hareket alanını temsil etmektedir. Her ne kadar bireyler en son teknolojileri kullanıp üretim ve paylaşım yaparken kendilerini bir bilgi üreticisi olarak görmese de meta okuryazarları bilginin oluşturucusu olduklarını bilirler ve bunun sorumluluğunu da üstleneceklerinin farkındadırlar.

Son olarak **bilinçli** olmak ise yukarıda anlatılan tüm nitelikleri kapsayıcı bir özellik göstermektedir. Öncelikle bilginin bilinçli bir tüketicisi olmak, meta okuryazarlığının üretici-tüketici dinamiğinin kritik bir parçasıdır. Bilginin kaynağı ne kadar güvenilir olursa olsun, yanlışlık içerip içermediği konusu çoğu kez tartışmaya açıktır. Bu bağlamda bilinçli olmak; gerçek ile kurgunun, gerçek ile sanalın ve gerçek ile yalanın ayırt edilmesine yardımcı olan önemli bir özelliktir. Bu nitelik diğer tüm meta okuryazarı niteliklerini desteklemekte aynı zamanda nesnel ve süregelen bir araştırmanın değerini güçlendirmektedir. Bunu yapmak, bireyleri doğru ve doğrulanabilir bilgileri üretmeye ve tüketmeye; diğer yünden önyargıları analiz etmeye teşvik etmektedir. Aynı zamanda bilinçli olmak, tüm medya aracılığıyla bilgi oluşturmak ve paylaşmakla ve topluluklara nasıl etkin bir şekilde katılacağını anlamakla ilgilidir.

Bu bağlamda öğrenme rolleri ve nitelikleri kapsamlı ve çok yönlü bir değerlendirmeyi betimlemektedir. Bireyler; birbirleri arasında diyalogu artırarak iş birlikçi, aktif ve eleştirel bir bağlamda katılımcı, kendi önyargılarını hesaba katarak yansıtıcı ve düşünceli, toplum temelli hesap verebilirliğini güçlendiren bir yurttaş, yeni öğrenme ve edinme yollarına karşı duyarlı bir biçimde uyumlu, şeffaflık bilincine sahip bir hüviyette açık, orijinal bilgi üretmeyi hedefleyerek üretken ve tüm bu nitelikleri kapsayıcı şekilde bilinçli davranış sergilemelidir.

1.3.3. Öğrenme Amaç ve Hedefleri

Etkileşim ve iş birliğine dayalı online topluluk ve sosyal medya ortamlarındaki kullanıcı davranışlarını odağına alan meta okuryazarlığı önceki okuryazarlık türlerini bünyesinde barındırarak bireylerin bu ortamlarda daha donanımlı ve akılcı bir şekilde davranış sergilemelerini sağlamak için belirli yetenek ve donanıma sahip olmaları gerekliliğini incelemektedir. Bu bağlamda kavramın oluşturucuları bazı prensipler üzerinden hareket etmiştir. Bu prensipler bireylerin ilgili ortamlardaki hareket biçimlerinin nasıl ve ne şekilde olması gerektiğini çalışmalarında belirtmişlerdir.

Mackey ve Jacobson bu bağlamdaki ilk çalışmaları olan “Reframing Information Literacy as a Metaliteracy” adlı makalede yedi maddelik beceri setinden bahsetmektedir (2011, 70-76). Buna göre meta okuryazarları;

- İnternetteki format türlerini ve dolaşım modüllerini anlamalıdır.
- Kullanıcı geri bildirimlerini aktif bir araştırmacı gibi değerlendirmelidir.
- Kullanıcı tarafından oluşturulmuş içerik için bir bağlam oluşturabilmelidir.
- Dinamik içeriği eleştirel olarak değerlendirmelidir.
- Çoklu medya formatlarına orijinal içerikler üretebilmelidir.

- Kişisel gizlilik, bilgi etiği ve fikri mülkiyet sorunlarını anlayabilmelidir.
- Katılımcı ortamlarda bilgiyi paylaşabilmelidir.

Bu yedi maddelik beceri seti daha sonra “SUNY Innovative Instruction Technology Grant” programı kapsamında Michele Forte, Trudi Jacobson, Tom Mackey, Mere O’keeffe ve Kathleen Stone tarafından 2014 yılında revize edilmiş ve dört maddede çerçevelenmiştir. Buna göre meta okuryazarları;

- Bloglar ve wikiler gibi dinamik, değişen ve gelişen çevrimiçi metinler de dahil olmak üzere içeriği aktif olarak değerlendirebilmelidir.
- Değişen iletişim ortamlarında fikri mülkiyet, bilgi etiği ve kişisel gizlilik sorunlarını anlayabilmelidir.
- Çeşitli katılımcı ortamlarda iş birliği yapabilmeli ve bilgiyi paylaşabilmelidir.
- Öğrenme ve araştırma stratejilerini, yaşam boyu öğrenme, kişisel akademik ve profesyonel hedeflerle ilişkilendirme becerisi gösterebilmelidir.

Bunun ardından tekrar gözden geçirilip değişikliğe uğrayan “Meta Okuryazarlığı Öğrenme Hedefleri” son haline Jacobson ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan düzenlemelerle ulaşmıştır. Bu beceri setinin içerdiği maddeler ve alt maddeler ile şu şekildedir:

1.3.3.1. Kendi Önyargılarının Farkında Olarak İçeriğin Aktif Olarak Değerlendirilmesi

Uzman görüşlerini dikkate alırken uzmanlığı doğrulama: Uzmanlık Cambridge Dictionary’de “yüksek düzeyde bilgi ya da beceri” olarak tanımlanmaktadır. Longman Dictionary ise uzmanlığı belirli bir konuda eğitim ya da deneyim yoluyla öğrenilen özel bilgi ve beceriler olarak ele almıştır. Herhangi bir konuda kesin hükümlere varabilmek, bir konu hakkında derinlemesine analiz yapabilmek ya da ihtiyaç duyulan alanda fikir yürütebilmek için başvurulacak bir beceri setini temsil eden bu kavram, medyadan aldığımız bilgilerin güvenilirliğini belirlemede önemli bir paradigma sunmaktadır. Bu doğrultuda medya çıktılarının gerçekliğini sorgularken başvurduğumuz uzmanların doğru kişi olup olmadığı sorusu yaygın tartışma konularından birisidir. Örneğin; ana akım medyada sıklıkla karşılaştığımız “uzman” kişiler her hafta belli bir konu üzerinde tartışma yürütmektedir. O programlarda konu ve alanlar değişse de o konuyu yorumlayan uzman listesi aynı kalmaktadır. Bu kişiler sağlıktan milli güvenliğe; eğitim politikalarından seçimlere kadar o hafta gündemi meşgul eden tüm konular hakkında fikir beyan etmektedir. Bu durum birçok açıdan sağlıksız bir ortamı temsil etmektedir. Bu bağlamda; bir içerik değerlendirilirken başvurulacak uzmanların uzmanlıklarının da teyit edilmesi gerekmektedir.

İçeriğin her zaman meşru nedenlerle üretilmediğini, örtülü ya da açık önyargıların olduğunun farkında olma: Geleneksel ve yeni medyada karşımıza çıkan içerikler kimi durumlarda bir önyargı setine sahip olabilmektedir. Bu kavram, “öteki kişi ve topluluklara karşı ayrımcı ve haksız tutumlar” (Gürses, 2005: 143) olarak değerlendirilmiştir. Medya çıktıları da belirli kalıplar üzerinden şekillenmekte ve sahip olunan birtakım ideolojik öğeler ve önyargılar anlam dünyasını şekillendirmede (Bal, 2011: 202) pay sahibidir. Bireyler medya üzerinden edindikleri bir içeriği değerlendirirken o içerikte gömülü olabilecek ideolojik argümanları ve çeşitli önyargıları hesaba katmalıdır.

Farklı paradigmadaki kaynaklardan bilinçli bir arama süreci gerçekleştirebilme: Web’de arama yapmak sahip olduğu birçok olumlu özelliklerinin yanı sıra bir kaos ortamı da sunmaktadır. Oldukça açık bir yapıya sahip olan Web, sürekli olarak büyüyen (Aşkar ve Mazman, 2013: 169) bir metin setine sahiptir. Bir konu hakkında arama yapmaya başlandığında ilgili ilgisiz birçok alternatif karşımıza çıkmaktadır. Bu durumla baş edebilmek için birtakım yöntemleri bilmek ve bazı becerilere sahip olmak gerekmektedir. Lynch (1997:52) kütüphanecilerin ve bilgisayar bilimcilerin becerilerini birleştirmenin internetteki kargaşayı düzenlemede yardımcı olabileceğinin altını çizmektedir.

İçeriğin oluşturulma amacının, doküman türünün ve teslimat şeklinin onun değerini nasıl etkilediğini anlayabilme: Bahsi geçen kategoriler bir içeriğin değerini doğrudan etkileyen faktörlerdir. İçeriğin oluşturulması bir seçme sürecini beraberinde getirmektedir ve bu seçim yapılırken birtakım öğeler içeriğe dahil edilirken bazıları ise dışarıda bırakılmaktadır.

İnançlar ve değerlerin var olan tüm bilgilere gömülü olduğunu kabul ederek editoryal yorum ve araştırmaya dayalı bakış açısı arasında ayırım yapabilme: Editoryal tutum bazı durumlarda medya metinlerinin ürettiği anlamlara önemli derecede etki etmektedir. Medya profesyonelleri bir konuyu ele alırken çeşitli seçimler (Druckman ve Parkin, 2005: 1030) yapmaktadır ve bu seçimler neticesinde de bazı noktaların altı çizilirken bazı konular dışarıda bırakılmaktadır. İdeoloji, inanç, ticari kaygı ya da meslek rutinleri gibi pek çok değişkeni bünyesinde barındıran bu seçimler nihayetinde medya çıktısının niteliğini ve barındırdığı anlamları belirlemektedir. Bu kapsamda bireyler medya ürünlerini tüketirken alt metinlerde yatan inşa ve anlamlara karşı öz dirençlerini sağlamlaştırmalıdır.

Bilimsel, kullanıcı türevli ve OERs (Açık Eğitim Kaynakları, Open Educational Resources) gibi çeşitli çevrimiçi kaynaklardan alınan resmi ya da resmi olmayan bilgilerin değerini belirleyebilme: Bilginin değeri, üzerinde durulması gereken önemli konulardan biridir. Çağımızda ihtiyaç duyulan bilginin çeşitli varyasyonlarının olması ve

bireylerin bilgiye ulaşılması yönünde bir engelin neredeyse olmamasına rağmen bilginin değerinin belirlenebilmesi ve ihtiyaç duyulan esas bilgiye ulaşılması bağlamında problemler mevcuttur. ORSs, “eğitimciler, öğrenciler ve kendi kendine öğrenenlerin kullanmaları için açık ve ücretsiz bir şekilde sunulan dijital materyallerdir.” Bu tabir yeni bir olgudur ve internet üzerinden sağlanan bilgiler için daha büyük bir açıklık eğiliminin bir parçası (Hylén, 2021) olarak kabul edilmektedir. Son zamanlarda önemi gittikçe artan açık eğitim kaynakları; açık eğitim yazılımları, açık yazılım araçları, bireylerin e-öğrenme kapasitelerinin geliştirilmesi için sunulan açık materyaller, öğrenme nesnelerini içererek zengin kaynaklar ve ücretsiz eğitim programlarını (Downes, 2007: 30) kapsamaktadır. Gerek bilimsel bilgi gerek kullanıcı türevli bilgi gerekse de OERs internet kullanıcılarının bilgiye erişiminde önemli bir dayanak noktasıdır. Günümüz etkileşimli internet ortamında bireyler yukarıda bahsi geçen ve geçmeyen kaynaklardan işlerine yarayacak bilgiye rahatlıkla ulaşabilmektedir. Burada kullanıcılar için en önemli nokta, edindikleri bilgilerin değerini belirleyebilmeleri ve bu bilgileri doğru şekilde kullanım becerisi gösterebilmeleridir.

Sosyal medya ortamlarında dolaşan kullanıcı türevli içeriği değerlendirme ve yorum ve gerçek arasında ayrım yapma: Web 2.0 teknolojilerinin gelişimi çevrimiçi medya ortamında büyük değişikliklere neden olarak (Daugherty vd., 2008: 17-19) kullanıcıların istedikleri yer ve zamanda bilgi alması ve paylaşmasını (Filibeli, 2018: 543) mümkün kılmıştır. Kullanıcı değerlendirmeleri, wikiler, Youtube’daki video içerikler gibi çevrimiçi ortamlarda karşımıza çıkabilen ve gündelik hayatımızı kuşatan (Krumm vd., 2008: 10-11) kullanıcı türevli içerikler, kullanıcıların hayatını kolaylaştırdığı gibi dezenformasyona dayalı bir yanlış yönlendirmeye de neden olabilmektedir. Çünkü burada üretici konumunda olan kullanıcının dolaşıma sokabileceği metin; ideolojik ve önyargılı bir kapsama sahip olabilmektedir. Bu nedenle yorum ve gerçek arasındaki ayrımın sınırları bulanıklaşabilmektedir. Bu bağlamda kullanıcılar ayrımın gerçekleştirebilmek için gerekli yeti ve edinimlere sahip olmalıdır

Çevrimiçi olarak dolaşımda olan dinamik içerik de dahil olmak üzere tüm kaynaklardan gelen bilgileri eleştirel olarak değerlendirme: Kâğıttan dijitale geçişle birlikte medya endüstrisindeki üç majör değişimden biri (Tremayne vd., 2007: 825) de şu minvalde gerçekleşmiştir: Ortam daha büyük bir aktivite ve ilişkiler ağına izin vermektedir. Bu faaliyetler de anlık olarak görüntülenebilir; yanıtlanabilir ve yararlanılabilir bir kimlikle karşımıza çıkmaktadır. Dinamik içerik denildiğinde yalnızca ekleme ya da çıkarılma yapılan bir metinden değil aynı zamanda içeriğin değerinden ve hızlı bir biçimde değişen kullanıcı değerlendirmelerinden (Chu ve Park, 2009: 692); başlık, fotoğraf ya da metin

değişimlerinden; diğer multimedya unsurlarının etkileşiminden bahsedilmektedir. Çevrimiçi ortamın her alanında kendine önemli bir yer bulan bu kavram, Pavlik (2013:11) tarafından çevrimiçi ortamda yapılan gazetecilik faaliyetlerinin beş temel boyutundan biri olarak ele alınmaktadır. Yoğun ve çok yönlü bir kimliğe sahip olan dinamik içerik kavramsallaştırması sahip olduğu olumlu yönlerinin yanında hızlıca değişebilir bir konsepte işaret etmektedir. Bu durum birçok potansiyel tehlikeyi beraberinde getirmekte; kullanıcıların çevrimiçi ortamda dolaşan bilgi hakkında daha bilinçli davranma zorunluğuna neden olmakta ve tüm içerikler hakkında eleştirel bir bakış açısına sahip olunması gerekliliğini zorunlu kılmaktadır.

Sunulan bilgiler hakkında ne hissettiğini ve bunun tepkinizi nasıl etkilediğini sorgulama: Bireyler doğası itibariyle birtakım önyargılara sahiptir. Daha çok bilişsel düzeyde gerçekleşen bu önyargılar, bireylerin bilgiyi ediniş ve o bilgiyi anlamlandırma düzeylerini direkt olarak etkilemektedir. Bilişsel uyumsuzluk, güdülenmiş muhakeme, saçmalık duyarlılığı (Shane, 2020) gibi kavramlarla açıklanabilen bu durum, bireylerin bir bilgi ile karşılaştıklarında davranış biçimlerini belirlemektedir. Bu nedenle bireyler kendi inanç ve düşünce yapılarıyla örtüşmeyen bir bilgi ile karşılaştıklarında bu bilgileri reddedebilmekte ve bilişsel dünyalarında bu bilgilere karşı bir direnç oluşturabilmektedir.

1.3.3.2. Tüm Fikri Mülkiyet Haklarıyla Etik Olarak İlgilenme

Orijinal bilgi üretmek ve karma açık lisanslı içerik arasında ayırım yapma: Orijinal bir fikir oluşurken ve üretilirken birtakım kaynaklardan beslenebilmektedir. Yararlanılan bu kaynaklar içerikte açıkça belirtilmeli ve üretimdeki yerine değinilmelidir.

Başkalarının fikri mülkiyetinde bulunan içeriği kendi üretimimize entegre ederken etik açıdan değerlendirme yaparak; orijinal içeriğin oluşturulmasında ve lisanslanmasında telif hakları Creative Commons ve açık lisans arasında ayırım yapabilme: İnternet teknolojisi bilgiye erişim ve dolaşımda sunduğu imkanlar neticesinde iletişimin yönünü ve boyutunu değiştirmenin yanı sıra var olan basın yayın faaliyetlerini de bünyesinde katarak gelişim göstermektedir. Diğer yönden bu gelişim sürecinde telif hakları gibi sorunları da beraberinde getirerek (Acun, 2000: 5), kolay çoğaltılabilme ve dağıtım yönünden eser türlerinin eşliliği, sanal gerçeklik uygulamaları ve bilgisayar oyunları gibi tamamıyla yeni olan eser çeşitleri; doğrusal olmama, değişkenlik ve etkileşimlilik gibi nitelikler, interneti telif hukuku açısından sorunlu bir kimliğe büründürmektedir (UNESCO, 1987: 17).

Fikri mülkiyet hukuku, bireylerin yaratıcı düşünmesinin güvence altına alınmasının farklı boyutlarını inceleyen bir hukuk alanıdır. Bu alan fikri ve sınai haklar olarak iki

kategorizasyon üzerinden incelenmektedir. Fikri mülkiyet; “fikir ve sanat eserleri (telif hakları), patentler, tasarımlar, faydalı modeller, markalar, yeni bitki çeşitleri, coğrafi işaretler, entegre devre topografyaları, gen teknolojisi, biyoteknoloji, bilgisayar programları, veri tabanları, işletme adları ve ticaret unvanları, know-how ve ticari sırları içeren bir üst kavramdır. Fikri mülkiyet hakları; fikir ve sanat eserleri ve sınai mülkiyet hakları olarak iki ana kategoriye ayrılmaktadır (Karahana vd. 2015: 1)”. Tezde fikir sanat eserleri üzerinde durulacaktır. Memiş ve arkadaşları bu konuyu şu şekilde betimlemiştir.

“Ülkemizde halen fikri haklar alanında temel düzenleme olarak sayılabilecek kanun, Fikir ve Sanat Eserleri kanunudur. 05.12.1951 tarih ve 5846 sayılı bu kanun, fikri haklar konusunun değişkenliğine son derece açık niteliği nedeniyle zaman zaman münferit kanunlarla değiştirilmiştir. FSEK’e göre eser sahibinin mali ve manevi haklarının kaynağını teşkil etmektedir. Bu kanunda en önemli unsur olan eser; sahibinin hususiyetini taşıyan ve FSEK’te öngörülen dört eser grubundan birine dahil olan her çeşit fikir ve sanat ürünü kapsamaktadır. Bu dört grup ilim-edebiyat eserleri, musiki eserleri, güzel sanatlar eserleri ve sinema eserlerinden oluşmaktadır (2009: 13-17).”

Hukuk dilinde eser olarak kastedilen şey; “sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar ve sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat eserlerini (FSEK, 1951)” ifade etmektedir. Farklı ülkelerdeki tanımlara bakıldığında ise eser, İtalyan Kanunu’na göre “ifade biçimi ya da yöntemi ne olursa olsun, edebiyat müzik, fikir sanatlar, mimarlık, tiyatro ve sinema alanında yaratıcı nitelik taşıyan düşünce ürünleri” olarak tanımlanmıştır. Alman kanununda ise “sadece düşünce yaratısını kapsar” denilmektedir. Japonlar ise eseri “edebiyat, bilim, sanat ve müzik alanında duygu ve düşüncelerin yaratıcı bir yolla ifade edildiği üretim” olarak betimlemektedir (Erdil, 2003: 15).

Kişisel ve kamuya ait bilgiler arasında ayırım yapma ve çevrimiçi ortamlarda paylaşım yaparken etik sınırlar içinde kalarak bilinçli karar verme: Bilgi hem kişisel hem de kamuya ait bir hüviyette karşımıza çıkabilmektedir. Kamuya ait bilgiler belirli prensipler çerçevesinde paylaşılabılırken kişisel bilgilerin edinilip yayılmasında birtakım sınırlar ve etik ilkeler bulunmaktadır. Birey, başkasına ait kişisel bir bilgiyi istediği şekilde kullanıp yayma özgürlüğüne sahip değildir. Bu bağlamda kişisel ve kamuya ait bilgiler arasında değerlendirme yapılırken dikkatli olunmalı mevcut normlar çerçevesinde hareket etmelidir.

1.3.3.3. İşbirlikçi ve Katılımcı Ortamlarda Bilgiyi Üretme ve Paylaşma

Kendini bir üretici ve bilgi tüketicisi olarak görme: Günümüz bilgi ekosistemi bireyleri hem bir kullanıcı hem de bir tüketici konumuna yükseltmiştir. Alvin Toffler tarafından “prosumer” (üre-tüketici) olarak kavramsallaştırılan bu terim, kendi tüketimlerine giren mal ve hizmetlerin bir kısmını üreten kişiler (Kotler, 2010: 51) olarak tanımlanmıştır. Dijital bilgi ekosisteminde ise bu kavram, internet ortamında hem üretim hem de tüketimi aynı ayna gerçekleştiren kullanıcıları betimlemek için kullanılmaktadır. Böylesi bir ortamda bireyler, üretim ve tüketim faaliyetlerini bir arada yürüterek etkileşimli ve katılımcı bir yapıda davranış sergilemektedir. Bu bağlamda kullanıcılar bunun bilincinde olarak davranış sergilemelidir.

Katılımcı ortamlarda etik sınırlar içerisinde ve özenli davranma: Etik kavramı belli bir zamanda belirli bir grupta insanların birbiriyle olan ilişkilerinin değerlendirilmesi ve davranışlarının beklenen norm ve kaideler etrafında şekillenmesi (Kuçuradi, 2003: 7) ifade eden kolektif bir düzleme işaret etmektedir. Bu bağlamda bireyler çevrimiçi ortamların katılımcı doğası gereği belli bir ilke ve esaslar üzerinde hareket etmelidir. Bu ortamlarda gerçekleşen faaliyetlerde keskin sınırlar bulunmamakta ve bir gözetim mekânizması çoğu kez işletilememektedir. Buna rağmen kullanıcılar, taşıdıkları sorumluluğun bilincinde olarak birtakım faaliyetlerini gerçekleştirirken yazılı olmayan etik sınırlar içerisinde davranış sergilemelidir.

Kişisel gizliliği koruma ve kendi çevrimiçi bilgilerini güvence altına alma: Kişisel ait bilgiler bilgi ekosistemi açısından önem arz etmektedir. Çünkü bu bilgiler işlenerek değerli bir veri haline getirilebilmekte; özel bir amaç için veya ticari motivasyonlarla kullanılabilir. Bu nedenle online gizliliğin ihlali bir tehdit unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bireyin arama geçmişinin ya da tarama alışkanlıklarının bilinmesi, reklam verenler için ekonomik amaçlarla kullanılabilir bir havuzuna işaret etmektedir. Diğer yönden bu veriler, bireyin karar verme mekanizmalarını manipüle edecek şekilde kullanılarak bireyin oy verme davranışına etki edilebilmektedir. 1997 yılından beri siber güvenlik sektöründe faaliyet gösteren Kaspersky (2022b), kişisel gizliliğin sağlanması ve verilerin güvence altına alınabilmesi için şu adımları önermektedir: Kötü amaçlı yazılım ve virüslerden korunmak için güvenli bir virüs yazılımının kullanılması, işletim sisteminin ve diğer yazılımların güncellenmesi, uygulamalar yüklenirken hangi izinlerin verildiğinin kontrol edilmesi, neye tıklandığına dikkat edilmesi, güçlü parolalar kullanılması, kullanılmayan hesapların ve programların silinmesi, iki aşamalı kimlik doğrulamanın kullanılması, şifrelerin belli periyotlarla değiştirilmesi. Bu yollar bile kişisel verilerin kötü amaçlı kullanımının önüne

tam olarak geçememektedir. Yine de internet ortamında faaliyet gösterirken dikkatli olunmalı, gerekli önlemler alınarak olabildiğince korunmanın yolları aranmalıdır.

Uygun ve gelişmekte olan format ve platformları kullanarak içerik üretimi yoluyla bilgiyi eksiksiz ve etkin bir şekilde paylaşma: Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişen doğası kullanıcılara üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken birçok alternatif sunmaktadır. Bu alternatifler bireyin ihtiyaç duyacağı tüm araçları sunmakta; kullanıcılar bu imkânları kullanarak kabiliyetlerini istedikleri ölçüde geliştirebilmektedir. Bilginin en verimli yol seçilerek doğru, eksiksiz ve etkin bir biçimde üretilip yayılması mümkündür. Bu nedenle kullanıcılar, çevrimiçi ortamın sunduğu bu imkân ve kabiliyetlerin farkında olarak üretimlerini en uygun şekilde gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Kullanıcı türevli içeriği eleştirel olarak değerlendirme, doğrulama ve yeni bir içerik oluştururken uygun şekilde uygulama: Kullanıcı türevli içerikler günümüz bilgi ekosisteminde gittikçe yoğunlaşmaktadır. Teknolojik imkânlar neticesinde sıradan akıllı telefonlarda bile bir içeriğin üretilmesinden yayılmasına kadar ihtiyaç duyulan tüm uygulamalar mevcuttur. Bu sayede isteyen her birey istediği herhangi bir konuda içerik üretebilme, ürettiği bu içeriği herhangi bir kısıtlama olmadan dolaşıma sokabilmektedir. Bu yüzden karşılan bu tür içeriklere karşı temkinli yaklaşmak ve edinilen bilgileri bir doğrulama süreci işletilerek anlamlandırmak gerekmektedir. Bir doğrulama sürecinin ardından bu bilgiler kullanılmalı, mümkün olduğunca dikkatli davranarak bu bilgilerin alındığı kaynak ve kişiler de sorgulanmalıdır.

Dünya çapındaki izleyicilere üretim yaparken çeşitli kültürel değer ve normlar hakkında bilgi sahibi olma: Günümüz iletişim ortamı birçok kültürlülük içerisinde varlık göstermektedir. Dünyanın bir köşesinde üretilen herhangi bir içerik, zaman ve mekân sınırı olmaksızın internet kullanan tüm bireylere ulaşabilmekte ve etkileşime girebilmektedir. Böylesi bir ortamda özellikle içerik üretilecek alanda belirli normlara uyum sağlama gerekliliği, üretilen içeriğin niteliği açısından önem arz etmektedir. Diğer yünden belli bir konuda var olan kültürel öğeleri bilmek ve içeriği bu kültürel normların farkında olarak şekillendirmek bilgi ekosistemine anlamlı bir katkı sunmak adına önemlidir.

1.3.3.4. Yaşam Boyu Öğrenme Stratejileri Geliştirme

Edinilen bilgileri ve anlamdaki boşlukları tespit edebilmek için öğrenmeyi değerlendirme: “Yaşam boyu öğrenme, örgün eğitimin yetersiz olduğu ve toplumun ihtiyaçlarına cevap veremediğinin fark edilmesi üzerine” (Berberoğlu, 2010: 144-116) kendine geniş bir hareket alanı bulmuştur. Bu nedenle alternatif bir eğitim çeşidi olmayarak örgün eğitimin

yetersiz ve eksik kalan yönlerinin giderilmesi ve keşfedilmemiş becerilerin ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır.

Köklerini yetişkin eğitimi alanından alan yaşam boyu öğrenme kavramı, 1960 yılında Montreal’de UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Yetişkin Eğitimi Konferansı’nda dile getirilmiştir (Kaya, 2016: 34-35). Bu toplantıda yetişkin eğitiminin yaşam boyu devam eden bir eylem olduğuna vurgu yapılarak bu eğitim sürecinin nasıl kurgulanması gerektiği üzerine çıkarımlar paylaşılmıştır. Yaşam boyu öğrenmenin eğitim ya da sürekli eğitimden fazlası olduğuna dikkat çeken Fisher (2000: 266) akademik eğitim, informal öğrenim ve mesleki edinimlerin bir bütün olarak bireylerin gelişimine sunacağı katkının altını çizerek tüm eğitim ve öğretim faaliyetlerini kapsayacak bir çerçeveden bahsetmektedir.

Dünya genelinde eğitimin neticesinde elde edilen kazanımların bilincinde olan toplumlarda; öğrenim sürecinin tüm yaşamı kapsayıcı yönüne vurgu yapılarak bireylerin tüm hayatı boyunca kendi kendine öğrenmesini mümkün ve sürekli kılacak uygulamalar yaşam boyu öğrenme olarak betimlenmiştir (Avrupa Komisyonu, 2002). *“Yaşam boyu öğrenme; bireyin yaşamı boyunca bilgisini, becerilerini, yeterliklerini bireysel, sosyal ya da mesleki olarak geliştirmeyi amaçlayan tüm etkinlikler olarak tanımlanmıştır. Yaşam boyu öğrenme kapsamında örgün öğrenme, yaygın öğrenme, mesleki eğitim, teknik eğitim, hizmet içi ve hizmet dışı tüm eğitim ve öğretimler yer almaktadır (Günüç vd., 2012: 309).”* Bu bağlamda yaşam boyu öğrenmenin kapsamını okul öncesi yaşlardan başlatıp emeklilik sonrasına kadar devam eden tüm örgün ve informal öğrenmeleri (Güleç vd., 2012:37) içine alacak şekilde anlatmak mümkündür.

Öğrenmenin hataları kabullenme ve yeni bakış açılarına adapte olma gerekliliğini kabullenme. Geleneksel eğitim metotları ve eğitim sistemleri bireylerin ve toplumların gelişimine sunduğu katkının yanı sıra bazı eksik yanları da bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye’nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan birçok ülke nicelik bakımından bir ilerleme göstermiş olsalar da eğitimin niteliği söz konusu olduğunda eksiklikler göze çarpmaktadır.

Yaşam boyu öğrenme sivil, kişisel, sosyal ve toplumsal gelişim bağlamında birtakım bilgi, yetkinlik ve becerilerin geliştirilmesi amacıyla tüm yaşam boyu gerçekleştirilen öğrenme faaliyetlerine (Aksoy, 2008: 7) yenilikçi bir yaklaşım getirmektedir. Bu kapsayıcı nosyon, geleneksel eğitim ve öğretim sistemindeki eksikliklerin giderilmesi bağlamında bireylere ve topluma yeni imkân ve kabiliyetler sunmaktadır.

Yaşam boyu öğrenmenin üç temel amacından ikisi geleneksel hataların kabul edilerek yeni yaklaşımlara adaptasyonu kolaylaştırmak üzerine şekillenmiştir. Bireylerin kişisel gelişimlerini sağlayarak eksik oldukları yönlerinin tamamlanması ve nihayetinde toplumsal

bütünleşmenin gerçekleştirilmesi (Güleç vd., 2012: 38); ve bu yolla bireyin hayatını kaliteli bir şekilde devam ettirmesi misyonuna hizmet etmektedir.

Eleştirel düşünmenin belli bir anlayışa bağlı olduğunu kabul ederek sorgulama ve araştırma yoluyla daha derin bir anlamlandırmaya istek duyma: Bireysel ve toplumsal gelişimin en önemli yapı taşlarından biri de eleştirel düşünme ve sorgulama kabiliyetinin toplum nezdinde yaygınlık gösterebilmiş olmasıdır. Yaygın ve yüksek nitelikli öğrenme fırsatları sunulmuş olsa bile bireyler eleştirel düşünme yeteneğine sahip değilse bu fırsatlar tek başına yeterli olamamaktadır. Eleştirel düşünme kabiliyetinin oluşabilmesi için gerekli olan bazı unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurları Fisher (1996);

- Bütün-parça ilişkilerini anlamlandırma
- Bilgi işleme
- Sıralama, karşılaştırma, sınıflandırma ve zıtlılaşmayı yaparak analiz etme
- İnançları bir nedene bağlama
- Doğru-yanlış ile gerçek-fikir arasındaki ayrımı bilme
- Kanıtların geçerliliğini sağlayabilme
- Yaratıcı düşünmeyi gerçekleştirebilme
- Problem çözümü; sorunu tanıma ve anlamlandırma, araştırmayı planlama, çözümleri doğrulama, sonuçları analiz etme
- Üstbiliş; öz izlemeyi, öz farkındalığı ve öz düzenlemeyi geliştirme

olarak sıralamıştır. Yukarıda sayılan unsurlar; akıl yürütme ve eleştirel becerilerin kazanılması, farklı alanlardan edinilen bilgilerin içselleştirilerek kavramların sentezlenip makul eylem planların hazırlanabilmesine ve yürütülebilmesine, insanlarla daha sağlıklı iletişim kurarak sosyal becerilerin geliştirilebilmesine (Demirel ve Akkoyunlu, 2017: 330; Öz, 2008:61) katkı sağlamaktadır. Bireyler bu sayede temel olarak yetişkin hayatında kendini idare etmeye hazırlanmaktadır (Aksoy, 2008: 30).

Yaşam boyu öğrenmenin bir anahtarı olarak esneklik, uyarlanabilirlik ve değer kalıcılığı. Bu kavramlar yaşam boyu öğrenmenin felsefesini barındıran; öğrenimdeki demokratikleşmeyi ve sürekliliği sembolize eden önemli anlatıları içermektedir. Cropley ve Dave (1978) bu kavramları biraz daha açarak yaşam boyu öğrenmenin çerçevesini bütünsellik, esneklik, entegrasyon, kendini gerçekleştirme, demokratikleştirme olarak belirtmiştir. Bütünsellik: Yaygın ve örgün eğitim sistemlerini kapsayacak şekilde tüm yaş gruplarından bireylerin okul öncesi eğitimi ve yetişkin eğitimi de içine almasıdır. Entegrasyon: Örgün eğitimdeki öğrenme süreçlerine toplumsal yaşamın dahil edilmesidir. Esneklik: Yeni medyadaki değişim ihtiyaçlarına ve fırsatlara yaşam boyu öğrenmenin imkan

sağlayabilmesidir. Demokratikleşme: Paydaşların tümünün motivasyonlarına, ilgilerine, entelektüel gelişimlerine bu paradigmanın olanak sunmasıdır. Kendini gerçekleştirme: En önemli hedef olmakla birlikte bireylerin hayat kalitesinin iyileştirilmesi amaçlanmaktadır.

ELLI (2010: 11) ise yaşam boyu öğrenmeyi; birlikte yaşam için öğrenme, bilmek için öğrenme, uygulamak için öğrenme ve var olmak için öğrenme şeklinde dört yönlü olarak ele almıştır. Bu bağlamda bireyin öğrenme süreci, sosyal gelişim süreci, mesleki eğitim süreci, ve kişisel gelişim süreci vurgulanmıştır.

Yeni teknolojilerin ve bunların öğrenme süreçleri üzerindeki etkilerini anlama ve bu duruma uyum sağlama: Bilgi ve iletişimin, birey ve toplumu derinden etkilediği bilgi çağında; öğrenme ihtiyacı sürekli olarak artmakta, edinilen becerilere yenilerinin katılma ihtiyacı ortaya çıkmakta, iş ve istihdam güvenliği sürekli olarak azalmaktadır. Teknolojideki gelişmelerle beraber her şeyin baş döndürücü bir hızla ilerlediği görüşünün genel kabul gördüğünü değinen Kaya (2016: 33-34) küreselleşme ve bilgi toplumu gibi kavramlar ile beraber anılan yaşam boyu öğrenmenin bu hızlı değişimden payına düşeni aldığını, kapitalist işleyiş içerisinde tüm mal ve hizmetler gibi ticari etkinliklerin konusu olabildiğinin altını çizmektedir. Bu hızlılığın getirdiği problem daha çok yeni nitelik gerektiren konularda uygun insan kabiliyetlerinin geliştirilememesidir ve günümüzde belirli niteliklere sahip olmayan ve yeni becerilerle donatılmayan bireyler ise var olan konumlarını kaybetme riskiyle karşı karşıya bulunmaktadır. Bunun yanı sıra teknolojideki değişikliklerin süreklilik arz etmesi, bilgi teknolojileri ve internet aracılığıyla sağlanan yeni bilgiler sonucunda bu becerinin edinimi gittikçe güçleşmiştir. Günümüz bilgi toplumunda, önceki zamanlardan daha fazla gereksinim duyulan şey, gittikçe artan bilginin hacmiyle başa çıkabilmek ve bilgiyi daha verimli bir şekilde işlevsel hale getirebilmek için hızlı öğrenme yeteneğidir (Öz, 2008: 58) Bu yüzyılda karmaşık bilgiler, yaşam boyu işlevsel şekilde öğrenme için ihtiyaç duyulan niteliklerin, yeteneklerin ve düzenlemelerin ortaya konulması, temel bir yaşam becerisi olarak kabul edilmektedir Bunun neticesinde yaşamın belirli bir döneminde alınan ya da tamamlanamayan eğitim ise yeni gereksinimlerin doğurduğu gereksinimleri karşılamada yetersiz kalmaktadır.

Çoklu perspektiflerden öğrenme sürecini gerçekleştirmek için bu alanlarla etkili bir iletişim ve iş birliği kurma: Çoklu perspektiften bir öğrenme içerisine gerek bireysel gerek toplumsal gerekse de öğrenme biçimi bağlamındaki kapsamı dahil eden bir çerçeve dahil olmaktadır. Bu kapsam öncelikle örgün öğrenme, yaygın öğrenme ve yaşayarak öğrenmenin (Werquin, 2010: 45-48) bazı özelliklerini taşıyan bir hüviyet göstermektedir. Bu durumda yaşayarak öğrenme sistemli bir bütün değilken, yaygın öğrenme yapılandırılmıştır.

Yanı sıra örgün öğrenme ise yapılandırılmış, kontrol altına alınmış ve amaçlı bir öğrenme biçimidir.

“Yaşam boyu öğrenmenin merkezinde örgün, yaygın ve yaşayarak öğrenmenin yer alması, yaşam boyu öğrenmenin yaşamın her anında gerçekleşebileceğinin bir göstergesidir. Bu sürecin kişisel, mesleki ve sosyal gelişimi etkilediği ve gelişim sürecinin de bireyin bütününe yönelik olduğu söylenebilir. Buna karşın bu gelişim sürecinin başarısını ya da sürecin çıktısını etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır (Günüç vd., 2012: 318-319)”.

Öğrenmeyi kolaylaştıran ya da güçleştiren bu faktörler üç başlık altında toplanabilmektedir. Birinci kategoride; yaş, zeka, hazır bulunuşluk düzeyi, ön yaşantılar, psikolojik durum ve öğrenme kapasitesi gibi bireysel değişkenler bulunurken, ikinci grupta; öğretim yaşantılarının düzenlenmesi, öğrenme stratejileri ve öğretim yöntemlerinin seçimi gibi faktörler; üçüncü grupta ise öğrenilecek içeriği, konunun niteliği ve türü bulunmaktadır. (Kaya, 2016: 31). Yaşam boyu öğrenme kapsamında yukarıda bahsi geçen öğrenme türlerinin yanı teknik eğitim, mesleki eğitim, hizmet içi-dışı tüm öğrenimler de bulunmaktadır (Günüç vd., 2012: 310).

Yaygın ve örgün eğitim arasındaki belirgin sınırların kaybolması, demografideki değişim, ekolojik ihtiyaçlar; bilgi çağının ve liberal ekonominin gereği olarak bireylerin devamlı öğrenme zorunluluğu, onlara yaşam boyu öğrenmeyi bir ihtiyaç haline getirmiştir (Öz, 2008: 60). Hayat boyu öğrenme insanların öğrenme ve yaşam süreleri boyunca daha iyisini yapmaya ilişkin ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. Bu nedenle, ‘herkes için hayat boyu öğrenme’ anlamı ve değeri, okul öncesinden itibaren başlayan, zorunlu eğitim döneminde ve zorunlu eğitim sonrasındaki dönemlerde örgün eğitim- öğretim yoluyla gerçekleştirilen, daha sonra evde, işyerinde, üniversitelerde ve toplum içindeki diğer eğitim, sosyal ve kültür ortamlarında, kurumlarında ve yerlerinde bu öğrenme deneyimlerinin, faaliyetlerinin ve eğlencelerinin sağlanması sayesinde hayat boyunca süren tamamen karmaşık ve çok yönlü bir süreç olarak görülmelidir (Aksoy, 2008:37).

Meta okuryazarlığı öğrenimini yaşam boyu bir değer ve uygulamalar bütünü olarak uygulama: Bahsi geçen alan yazından hareketle meta okuryazarlığı; alana dair geleneksel beceri temelli anlatıların yeniden şekillendirilmesi ve yeni yöntemler belirlenmesini gerekli kılmaktadır. Yukarıda değinilen öğrenme amaç ve hedeflerinden de görüleceği üzere meta okuryazarlığı; içeriğin aktif olarak değerlendirilmesi, fikri mülkiyet haklarını gözeterek etik açıdan sorumlu davranılması, iş birlikçi ve katılımcı ortamlarda bilginin üretilmesi ve paylaşılması ve yaşam boyu öğrenme stratejilerinin geliştirilmesini esas alarak dört temel beceri seti üzerinden bir uygulama alanı sunmaktadır. Öncelikli olarak ise

etkileşimli ve iş birlikçi ortamlarda gerçekleşen üretim ve paylaşım pratikleri üzerinden yeni sosyal alanın doğası gereği bireylerin sahip olması gereken birtakım edinimleri sıralamaktadır.

Bireyler bu sosyal alanda, katılım ve üretim ve paylaşımında bulunurken içeriğin farklı format türlerini anlayabilmeli ve dolaşımda bulunan ya da onlar tarafından dolaşıma sokulacak metinleri çoklu perspektiften değerlendirebilmelidir. Bahsedilen çoklu perspektif; yaşam boyu öğrenme stratejileri geliştirebilmekten çoklu medya formatlarında orijinal bilgi üretebilmesine, kişisel gizlilik, fikri mülkiyet hakları ya da bilgi etiği konularını içselleştirmekten dinamik içeriğin aktif olarak değerlendirilebilmesine kadar geniş bir alanı içerisine almaktadır. Aynı zamanda bireyler önceki okuryazarlık türlerinin önerdiği yol haritaları hakkında da bilgi sahibi olmalıdır. Bu bağlamda meta okuryazarlığı; bilgi okuryazarlığı standartları üzerine bir gelişim gösterirken; medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, BİT okuryazarlığı ve görsel okuryazarlık gibi okuryazarlık türlerini kapsayıcı bir perspektif sunmaktadır.

Bilgi okuryazarlığı, kullanıcıları ihtiyaç duyulan doğru bilgiye erişime ve bu bilgileri değerlendirip analiz etme yeteneğine kavuştururken meta okuryazarlığı ise bireyleri sosyal medya ve online topluluklardaki aktif olarak üretme ve paylaşma ortamına uyum sağlamaları noktasında cesaretlendirmekte ve yol haritası sunmaktadır. Bu bağlam, medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık ve BİT okuryazarlığı için gerekli olan orijinal dijital bilgiyi ve yeni medya araçlarını anlamayı gerekli kılmaktadır. Meta okuryazarlığı farklı okuryazarlık türleri arasındaki teorik farklılıkları azaltan, değişkenler arasında pratik bağlantılar kuran ve bunları yaparken de yaşam boyu öğrenme uygulamalarını güçlendiren bir çerçeve sunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YALAN HABERİN KAPSAMI VE DOĞRULAMA YÖNTEMLERİ

2.1. Yalan Haberin Çerçevesi

İnsan var oluşundan itibaren çeşitli yöntemlerle haberleşme ve sosyalleşme ihtiyacını karşılamıştır. İşaret dili ve sözel yolla gerçekleşen ilkel iletişimden taş, kil ve papirüs üzerine çeşitli çizim ve yazılarla gerçekleştirilen iletişime, kitle iletişim araçları kullanılarak meydana gelen geleneksel iletişimden günümüzde sosyal medyada kurulan iletişim ağlarına kadar birçok yöntem bireylerin sosyalleşme ve haber alma ihtiyacını gidermiştir.

Kaynakların gelişmesi ve çeşitlenmesi iletişim imkân ve kabiliyetlerini artırarak toplumsal düzeyde bir bilinçlenmeye ve gelişmeye de olanak sağlamıştır. Günümüzde bilgiye erişim ya da sosyalleşme ihtiyacını giderme yolları bağlamında bireylerin önünde birçok metot bulunmaktadır. Bu çeşitlilik sahip olduğu birçok olumlu özelliğin yanında birtakım olumsuzluk ve tehditleri de beraberinde getirmiştir.

Özellikle günümüz iletişim ortamının yol açtığı sınırsızlık ve denetimsizlik doğru ve gerçek enformasyonun yayılımına hizmet ettiği gibi sorunlu bilgilerin de herhangi bir sınırlamaya tabi olmaksızın üretim ve dolaşımına imkân tanımaktadır. Bu sayede kasıtlı ya da bilinçsiz olarak yayılıma sokulan yanlış bilgiler -yalan haberler- bireylerin gündelik pratiklerinin şekillenmesinde ve karar verme süreçlerinde etkili olabilmektedir. Gerçeklerin önemini yitirdiği, duygu ve inançların gerçekliğin yerini aldığı hakikat sonrası olarak adlandırılan bu çağda doğru ve yalan/yanlış arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır. Bu bağlamda yalan haberler, kamuoyunun şekillenmesinde önemli bir sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1.1. Haber Doğruluk İlişkisi

Haber olarak tanımlanan kavramın kökenini toplumsal yaşantının görülmeye başladığı zamana kadar götürmek mümkündür. M.Ö. 1750 yılında Mısır'da bazı bilgilerin bulunduğu resmi bir gazetenin varlığı bilinmektedir. Birtakım bilgilerin haber formatında oluşturulup alınıp satılmasına ise Venedik'te 14. yüzyılda rastlanmaktadır. 17. yüzyıla geldiğimizde ise özellikle Avrupa'da yayımlanan belli formattaki bilgilerin süreli bir biçime dönüştüğü görülmektedir. Bu süreli habercilik faaliyetleri 19. yüzyılın ortalarında uluslararası bir mevcudiyet kazanmış ve yoğunlaşarak günümüzdeki halini almıştır (Girgin, 2002: 3). Tokgöz (1981) insanoğlunun haber alma ve bilme merakı üzerinde birçok görüş ileri sürüldüğünü belirtmektedir. Basın özgürlüğü kavramsallaştırmasının toplumda benimsenmesinden önce de

birçoklarının haberin ne olup ne olmadığına ilişkin sorular sorduğuna ve bu sorulara yanıt aradığına vurgu yapmaktadır. Buradan yola çıkarak haberin evrensel bir tanımının bulunmadığına değinen Tokgöz, haber tanımı üzerinde bir görüş birliğine varılamadığına inanmaktadır.

Sosyal bilimlerde herhangi bir kavramın tanımlanması incelendiğinde sıklıkla o kavramı tanımlamanın güçlüğüne vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu güçlük ilgili kavramın çok yönlülüğüne vurgu yapmaktadır. Çünkü; psikolojik, sosyolojik, teknolojik ya da ekonomik perspektifler birçok yönden kavramların eksiksiz tanımlanmasını engellemektedir. Diğer bir deyişle bir kavram, hangi yönden yaklaşılarak açıklanmaya çalışılırsa diğer yönlerden eksik kalmaktadır. Haber kavramı da tanımlanması zorlu bir çerçeve içermektedir. Haberin aktörleri, zaman ve mekân ögesi, nedeni, niçini gibi sayılabilecek birçok faktör haber tanımlamasını doğrudan etkileyebilmekte; tüm bu faktörleri bünyesinde barındıran bir tanımlamaya rastlamak pek mümkün görünmemektedir.

İngilizcedeki “News” sözcüğü yönlerden yola çıkarak north (kuzey), east (doğu), west (batı), south (güney) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Kavramı “her yönden meydana gelen olaylar” (Aslan, 2009: 150; Uyguç ve Genç, 1998: 107) olarak gören bu anlatı içinde yaşadığımız dünyanın her yönünü ifade etmesi nedeniyle haberi mekânsal açıdan tanımlamaktadır. Bu betimleme haberi tek bir yönden ele alışı ve haberin aktörler ve zaman gibi diğer unsurlarını göz ardı ettiği için eksiktir. Haberi güncele ait zamanlı bir bilgi olarak gören tanımlamalar da zaman ögesini ön plana çıkararak diğer yönlerini açıklamadığı için geniş bir perspektif sunmamaktadır. Tokgöz de (1981: 55) “*Haber, zamana uygun her şeydir.*”, “*Zamana uygun rapor haberdur.*”, “*Haber, bir olayın raporudur.*”, “*Olayın ya da olayların hikâyesi veya özetidir.*” gibi tanımlamaların zaman, hikâye etme ve özetleme gibi birtakım işlemlere değindiğine vurgu yapmaktadır. Diğer yönden haberi iletilen araç yönünden betimleyen; gazete, radyo, televizyon ya da internette yayınlanan enformasyon olarak gören tanımlamalar da yine haberi tek bir yönden ele almaktadır. Haberi olan bitenin hikâyesi olarak tanımlayan ifadeler de kavramın sadece sonuç ögesine vurgu (Aslan, 2009: 151-152) yapmaktadır.

Haber konusunda yapılan tanımlamalarda ortak özellikler bulunması (Aslan, 2009: 150) ve kavrama farklı yönlerden yaklaşan betimlemelerin mevcudiyeti kavramın zenginliğini ortaya koymaktadır. Girgin (2002: 4-9) haberi farklı yön ve perspektiflerden ele alarak 99 farklı tanımlama yapmıştır. Haberin ne olduğu, nasıl seçildiği ve üretildiği bu süreçte kimin ne tür etkilerde bulunduğu ve bu etkilerin ne gibi sonuçlara yol açtığı (Şeker, 2018: 87) haberin çerçevesini belirleyen etmenlerdir. Dursun habere ilişkin en yaygın betimlemenin

gerçek dünyada meydana gelen birtakım kişiler, olaylar ve şeyler hakkındaki en yeni ve en ilgi çekici enformasyon (2005: 69) olduğunu belirtmektedir.

Buradan hareketle haberin konusu topluma dair her şey olabilmektedir. Haberi oluşturan kişi ya da kurumlar kendi dünya görüşleri bağlamında sosyo-ekonomik ve sosyo-politik koşulları hesaba katarak ve haberin bileşenlerini ve unsurlarını da metne dahil ederek (Aslan, 2009) haberlerini oluşturmaktadır. Haberin oluşturulmasında muhabirin dünya görüşü, yayınlanan kurumun yayın politikası, kurumların eko-politik perspektifi, yayınlanan aracın niteliği gibi birçok etmen haberin kimliğini etkilemektedir. Bu çok faktörlü yapı haberi birçok yönden tartışmaların odağı haline getirmektedir. Günümüzde bu tartışmaların en yoğun yaşandığını alanların başında haberin doğruluğu gelmektedir. Haber tanımlarının olanca çeşitliliğine rağmen tanımlamalarda sıkça tekrarlanan beş temel unsur bulunmaktadır. Bunlar; gerçeklik, ilginçlik, yenilik, anlaşılabilirlik ve önemlilik (Girgin, 2002: 10-16) olarak sınıflandırılabilir. İlk sırada dikkat çeken gerçeklik yani doğruluk ögesi haberin olmazsa olmaz yapı taşlarından biridir. Etik Gazetecilik Ağı (Ethical Journalism Network) da gazeteciliğin beş temel ilkesinin ilkinin hakikat ve doğruluk olarak belirtmektedir. Hakikati okuyucuya ulaştırmak için yoğun bir çaba sarf edilmesi gerektiğinin altı çizen oluşum, doğruluğundan emin olunmayan, doğruluğu ispatlanamayan bilginin okura ulaştırılmamasını ya da en azından bunun belirtilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda basın meslek ilkelerine ve basın ahlak yasasına değinen Girgin (2003: 80) çoğu metinde “*Olayların gerçekliğinden emin olmak, olayları tahrif etmemek, şüpheli bilgileri yayımlamaktan kaçınmak, olaylar hakkında gerekli araştırma ve soruşturmaları yapmak, kesin bilgilere ulaşmadan iddialarda bulunmamak*” gibi ifadelerin olduğunu belirtmektedir.

Doğruluk ve hakikate bağlılık habercilik faaliyetleri için vazgeçilmez bir unsurdur. Haber alma ihtiyacının toplumsal döngü içerisinde önemli bir konumda bulunması ve bireylerin karar verme süreçlerinde haberin etken bir belirleyici olması göz önünde bulundurulduğunda; enformasyonu doğru, eksiksiz ve bağlamından koparmadan son kullanıcıya ulaştırmak gazetecilik faaliyetleri için bir zorunluluk olarak görülmektedir. Dedeoğlu (2016: 60-61) doğruluğu gazetecilik etiğinin temel ilkelerinden biri olarak betimlemektedir. Bilgiyi doğru ve eksiksiz bir şekilde kamuya aktarmayı gazetecilerin en önemli görevlerinden biri olarak gören yazar, bireylerin haberi başlangıç noktası kabul ederek düşünce ve davranışlar geliştirmekte olduklarını ve haberi üreten kişi ve kurumların bu bağlamda ortaya çıkan düşünce ve davranışlardan da sorumlu olduklarını belirtmektedir.

Demir (2006: 29) ise gazetecilik faaliyetlerini ve dolayısıyla medyayı halk ve olaylar arasında arabuluculuk işlevini yerine getiren bir unsur olarak görmektedir. Demir’e göre

medya sadece bir haber kaynağı değildir; aynı zamanda kendi fikirlerine de haberin içinde yer veren ve bu anlamda toplumu yönlendiren bir aygıttır. Buradaki temel sorun bilginin aktarılmasında yaşanan bilinçli ya da bilinçsiz bir sapma olayların akışını da etkileyeceği için medyanın üzerinde ahlaki bir sorumluluk bulunmaktadır. Güllüoğlu da (2013: 168) yanlı tutum ve taraflı haberin medyadaki etik tartışmalar bağlamında önemli bir alan olduğunu ve gerçeği yansıtma argümanı ile varlık gösteren medya kanallarının aynı zamanda kötü niyeti üretim mekanizmaları nedeniyle etkili bir yalan üretim merkezine dönüşebileceğini ve etik ilke ve kurallarının, tarafsızlığın ve bağımsızlığın ilkesel boyuttan ileri gidemediğini belirtmektedir.

Bireylerin yaşantısını ilgilendiren hayati konularda eksiksiz ve doğru biçimde haber yapılması medya etiği bağlamında temel bir koşuldur. Medyadan gerçekleştirilmesi beklenen asgari düzeydeki etik sınırlar, haberin nesnelliğini, gerçeğe uygun bir şekilde inşa edilmesini ve bağlamının da eksiksiz ve doğru bir şekilde aktarılmasını kapsamaktadır. Haberlerin medya tarafından objektif olarak ele alınması, çarpıtma yapılmaması, haber yorum farkının anlaşılır olması, çeşitli yöntemlerle doğruluğun sağlanması ve tarafsızlık ilkesinin yerine getirilmesi, ideolojik, politik, inançsal beğeni ve görüşlere dair eğilimlerin haberde görünür kılınmaması (Güllüoğlu, 2013: 167) haber üreten kurumların en önemli görevlerindendir. Bunlara ek olarak değiştirilmiş görüntü kullanımı, editoryal bağımsızlık, anonim kaynaklar, haberin doğrulanması ve medyanın yeni biçim ve ortamları medya ve gazetecilik etiğinin temel sorun alanları (Balcı vd, 2013: 187) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu akış içerisinde etik değerlerin dikkate alınması gereken değerlerden biri olduğuna değinen Karaduman ve Akbulutgiller (2016: 907) haber üretim ve tüketim süreçleri bağlamında etiğin önemine dikkat çekmiştir.

Haber ve gazetecilik pratiklerinin sorun alanının önemli bir kısmı mahremiyet, özgürlük, doğruluk, yansızlık ve dürüstlük gibi kavramlarla ve dolayısıyla etik ile ilgili olarak (Belsey ve Chadwick, 1998: 10) tartışılmaktadır. Aktarılan haberin doğruluğu medyaya güven açısından bir gerekliliktir. Basın Meslek İlkeleri içerisinde yer alan ve Basın Konseyi'nin 1989'da kabul ettiği "*Soruşturulması gazetecilik olanakları içerisinde olan haberler soruşturulmaksızın ya da doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz*" maddesi habercilikte doğruluk ögesinin önemi (İrvan, 2004: 67) hakkında kayda değer bir noktadadır. Haberlerde doğruluğun ihlal edilmesi; medyaya güvenin azalmasına, toplumun sosyal, politik, ekonomik ya da başka bir nedenle yanlış yönlendirmesine, bireylerin karar alma süreçlerinin manipüle edilmesine ve bu nedenle kamuoyunun şüpheli bilgiler ekseninde oluşmasına (Çömlekçi, 2019: 1551) zemin hazırlamaktadır.

Olayla haberin özdeş olmadığına dönük Schramm'ın yargısı; olay, haber ve gerçek arasındaki ilişkinin şeklini ve yönünü dikkate almayı gerektirmektedir. Olaylar haberin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Haberdeki olgular gerçekler üzerine kurulu olmasına rağmen olayla haber özdeş olmadığı için haberlerdeki gerçeklik payı değişkendir (Tokgöz, 1981: 53). Bu bağlamda olaydaki durum ve bağlantıların doğruluğunun kontrol edilmesi bir ön gerekliliktir. İlk kez duyulan söylentiler, dedikodular ya da söylemler doğruluğu kanıtlanana kadar habere konu edilmemelidir (Arsan, 2005: 138). Haberde yer alacak unsurların yazmaya başlamadan önce doğrulanması muhabir ya da gazetecinin ilk görevlerinden birisidir (Eryılmaz, 2005: 157).

Doğruluk ve medyaya güvensizlik ekseninde tartışılan bahsi geçen çatışma alanları yeni medyanın devreye girmesiyle çeşitlenmiş, var olan çözümsüzlüklere yenileri eklenmiştir. Ulusal ve küresel bağlamda gerçekleşen doğruluk ihlalleri, medyaya duyulan güvensizlik ve yeni medya ortamlarının çeşitlenmesi nedeniyle gazetecilik etiği ya da medya etiği olarak kavramsallaşan alanda bir sorunlar kümesi karşımıza çıkmaktadır.

Yeni medya gazeteciliği birçok kullanıcının bağlanabildiği, modern bir habercilik biçimi olarak büyük potansiyele sahip (Spence ve Quinn, 2008: 264) bir iletişim ortamıdır. Yeni medya, haberlerin toplanmasından sunulması ve tüketilmesine kadar yeni olanaklarla donanmıştır. Bu bağlamda gazetecilerin üretim biçimleri de değişmiştir. Söz konusu yeni olanaklar barındırdığı olumlu özelliklerin yanında haberlerin doğruluğuna ilişkin kaygıları da (Olkun, 2017: 86) beraberinde getirmiştir. Yeni medya teknolojileri gazetecilik alanında etik tartışmaları artırmıştır (Erdoğan, 2013: 258). 1990'lı yıllardan itibaren teknolojik gelişmelerin ve internet kullanımının yaygınlaşması; zaman olgusunu, coğrafi ve fiziki sınırları ortadan kaldırmıştır. İnternetin haber üretim süreçlerini derinden etkilemesi ve bunun bir sonucu olarak medya profesyonellerinin yanı sıra kullanıcıların da haber üretim süreçlerine dahil olması neticesinde haber üretim-tüketim pratikleri daha önce olmadığı biçimde değişiklik göstermiştir. Üre-tüketici kavramsallaştırması ve aynı zamanda yeni medya teknolojilerinin ve internetin belli kurallara bağlı kalmaksızın gelişmesi birtakım etik sorunları da beraberinde getirmiştir (Erdoğan, 2013: 254-255; Öztürk, 2015: 287).

Bilgi iletişim teknolojileri aracılığı ile enformasyonun -ve haberin- çeşitli yöntemler kullanılarak manipüle edilmesi ve bağlamından koparılması gazetecilik pratikleri bağlamında temel sorun alanına işaret etmektedir. Dedeoğlu (2016: 59) teknolojinin ve bilgi iletişim ağlarının gücü ve hızı nedeniyle yanlış veya eksik bilgilerin de doğru bilgi kadar hızlı yayılabildiğini belirtmektedir. Evers da yeni medya gazeteciliğindeki önemli bir etik sorununun içeriklerin hızlı bir şekilde yayılmasını göstermektedir. Bu durumun da eksiksiz ve

doğru haber yayımlama ilkesine zarar verdiğinin altını çizen yazar, tüm olguların doğrulanana kadar beklemenin ve araştırmanın özel bir çaba gerektirdiğini belirtmektedir. Ancak yeni medyanın kullanıcı türevli oluşu ve sınırsız bir biçimde etkileşime izin veren yapısı nedeniyle doğruluğu sağlayacak kontrollerin yapılması zor görünmektedir (Öztürk, 2015: 300).

Teknolojinin bu kadar hızlı gelişmesi ve habercilik ve iletişim alanına bu denli nüfuz etmesinden önce de yoğun bir tartışma alanı olan haber ve doğruluk ilişkisi yeni iletişim teknoloji ve ortamlarının da etkisiyle günümüzde hiç olmadığı kadar yoğunlukla tartışılmaktadır. Haberin ne olduğuna dönük yapılan tanımlamaların bile birçok yönden eksiklikler içerdiği ve bir görüş birliğine varılamadığı düşünüldüğünde; haber doğruluk ilişkisinin hüviyeti ve haberde doğruluğun nasıl sağlanabileceği yönünde var olan tartışmanın teknolojik gelişmeler ve yeni medya ortamının getirdiği birtakım özellikler nedeniyle etik sorunları beraberinde getirdiği görülmektedir. Özellikle yeni medya ortamlarında doğrulanmamış, yanlış, bağlamından koparılmış bilgilerin kolayca yayılabildiği ve doğrulama imkânlarının yeterli olmadığı göz önüne alındığında haberde doğruluk bağlamında gerçekleşen etik ihlallerin yoğunlaşarak nüfuz alanını genişlettiği görülmektedir.

2.2. Geçmişten Hakikat Sonrasına Yalan Haber

“Bir dolu yalan söylenip duruyor.” Jerry Lee Lewis’in bu sözü günümüz iletişim ortamını anlatan en yalın ifadelerden biri olarak belirtilebilmektedir (Keyes, 2017: 10). Bu durum sadece günümüzü anlatmakla kalmaz aynı zamanda insanlık tarihi kadar eski olan yalan söyleme davranışının (Erkan ve Ayhan, 2018: 204) geçmişten günümüze tüm zaman dilimlerinde etkin bir nüfuz alanı olduğunu dair de kapı aralamaktadır.

Sözel kandırmaca ilk insanlara hayatta kalma açısından öylesine bir avantaj sağlamıştır ki; kimi evrim biyologları, yalan söyleme ve konuşma becerilerinin birbiriyle paralellik halinde geliştiğini vurgulamaktadır. Bu durum yalan söylemeyi kolaylaştırmanın yanı sıra, yalan söylemek için daha fazla sözcüğe ihtiyaç duyulduğunu da vurgulamaktadır (Keyes, 2017: 32; Uluk, 2021: 11). Tarihsel bağlamda incelendiğinde aldatmaca ve yalan söylemenin insanın ortaya çıktığı ilk zamanlardan itibaren varlık gösterdiği bilinmektedir (Erkan ve Ayhan, 2018: 204). Kabile toplumlarının etik sistemleri yakın çevre ve dostlar arasındaki dürüstlüğe vurgu yaparken hemen herkeste yalan söylemeye dair bir eğilim olduğu yönünde bir çıkarım yapmaktadır. Toplumda grubun üyelerinin dışarıdakilere dönük, dürüstlük konusundaki farklı yaklaşımları, bu konuda keskin bir ayrımın olduğunu göstermektedir. Ahlaki sistemlerin çok azı asli grubun dışındakilere söylenen yalanları önemsemiştir (Keyes, 2017: 37).

Yalan ve dürüstlük konusundaki bu keskin ayrımla birlikte yalan denilen şeyin tam olarak nasıl bir anlam içerdiği, yalan söylenirken olumsuz bir niyetin bu kavramı ne yönden etkilediği, aldatma amacının yalan söyleme davranışında ne denli etkili olduğu, bilinç ya da bilinçsiz bir şekilde yalan söylenmesi arasında bir fark olup olmadığı gibi olgular (Denkel ve Beyazyürek, 1998: 186-187) yalan kavramının gelişim sürecinde ve özellikle gazetecilik alanında sıklıkla tartışılan yalan haberin ne olup ne olmadığı ile ilgili çerçeveyi genişletmiştir.

Bu bölümün ilk kısmında zikredilen haberin tanımlanmasına dair güçlük yalan haberin tanımlanmasında da kendini göstermektedir. Doğası gereği; psikolojik, toplumsal, ekonomik ve politik birçok konu ile ilişkisi ve öğelerinin çeşitliliği gibi unsurlardan ötürü üzerinde uzlaşa sağlanmış tek bir haber tanımı bulunmamaktadır. Aynı durum yalan haber için de geçerlidir. Birçok konu ile ilintili oluşu, iletişim ortamının giderek karmaşıklaşan yapısı, ekonomik ve siyasi ilişkilerin haberlerin oluşturulması ve yayılması üzerindeki etkisi gibi durumlardan ötürü yalan haberin de tek bir tanımı bulunmamaktadır.

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde (2022) “*gerçek olmayan, uydurma haber*” olarak genel bir olgu üzerinden tanımlanan yalan haber kavramı; Cambridge Dictionary’de (2022) “*genellikle siyasi görüşleri etkilemek için veya şaka olarak oluşturulan, internet veya diğer medyaları kullanarak yayılan, haber gibi görünen asılsız hikâyelerdir*” denilerek haberin politik yönüne vurgu yaparak dağıtıldığı araç üzerinden bir tanımlama gerçekleştirilmiştir. Macmillan Dictionary ise “gerçek bir haber olarak sunulan ancak aslında doğru olmayan ve insanları aldatmayı amaçlayan bir hikâye” olarak betimlediği yalan haberdeki aldatmaca amacını ön plana çıkararak bir anlatı sunmuştur. Dictionary (2022) ise “*Gelir elde etmek veya bir kamu şahsiyetini, siyasi hareketi, şirketi vb. tanıtmak veya itibarını zedelemek amacıyla yaygın olarak paylaşılacak veya dağıtılmak üzere oluşturulmuş, genellikle sansasyonel nitelikte olan yanlış haberler*” olarak tanımladığı kavramı; ekonomik, politik yönlerden ele alarak zarar verme amacını vurgulamıştır.

Sözlük tanımlamalarının yanı sıra yalan haberi açıklamaya çalışan çoğu yazar ve kurum, kavramın çeşitli yönlerine vurgu yaparak hem günümüz iletişim ortamının çok yönlü yapısını betimlemekte hem de yalan haberin karmaşık doğasını gözler önüne sermektedir. Gelfert (2018: 108) zarar verme amacının yalan haberin betimlenmesinde önemli bir ölçüt olduğunun altını çizirken Team Lewis (2017: 4) ise finansal veya siyasi ilişkiler ya da dikkat çekicilik üzerinden gelir elde edilmesinin gazetecilik pratiklerini nasıl şekillendirdiği üzerinden bir anlatı sunmaktadır.

Yalan haberi geniş çapta bir yanıltıcılık ve dezenformasyon gücüne sahip olarak geleneksel medya ve çevrimiçi ortamlarda yayılması üzerinden tanımlayan Çömlekçi (2019:

1551) dezenformasyon faktörünün ve aldatmacanın yalan haberin betimlenmesindeki önemine dikkat çekmektedir. Kavramı haber gibi görünen şişirme bilgilere dayalı kontrolsüz bir şekilde yayılan viral paylaşımlar olarak betimleyen Edson ve arkadaşları (2018: 138) ise haberi oluşturan enformasyona ve haberin iletildiği kanala ve bilginin niteliğini ön plana alan bir yaklaşımda bulunmuştur.

Lazer ve arkadaşları (2018: 1094) ise yalan haberi, medya içeriğine biçimsel olarak benzeyen ama kurumların organizasyonel haber üretim süreçleri yönünden taklit etmeyen bilgiler olarak tanımlamaktadır. Burada vurgu yapılan nokta basın faaliyetleri yürüten organizasyonların güvenilirliği ve doğruluğu sağlamak için birtakım editoryal süreçlere ve etik ilkelere bağlı bulunduğu ama yalan haberin bu olgu ve süreçlerden yoksun olduğudur. Zhou ve Zafarani (2018: 3) yalan haber için geniş ve dar tanımlamalarda bulunmaktadır. Onlara göre yalan haber en geniş ifadesiyle yanlış haberlerdir. Diğer yönden kavram, bir haber organizasyonu tarafından kasıtlı olarak ve doğrulanması mümkün bir şekilde yayınlanan yanlış bilgilerdir. Burada tanımlaya yüklenen farklı perspektifleri gözlemlemek mümkündür. Bazı yazarlar yalan haberin organizasyonel süreç bakımından haber medyasından farklılaştığını öne sürerken diğerleri ise bizzat medya kuruluşları tarafından bu haberlerin servis edildiğini belirtmektedir.

Yalan haber literatüründe önemli çalışmaları olan ve çoğu makalede sıklıkla atıf verilen Allcott ve Gentzkow (2017: 212-217) ise kavramı çeşitli yönlerden açıklayarak çok yönlü bir bakış açısı sunmaktadır. Onlara göre yalan haber gerçek gibi algılanması için manipüle edilerek okuyucuyu aldatma amacıyla oluşturulan; yanlışlığı kanıtlanabilen haber hikâyeleridir fakat kavramın tümüyle yanlışlıklardan kurulu olduğunu söylemek de tam olarak mümkün değildir. Temelde yalan haberi oluşturmak için ticari ve ideolojik iki motivasyon bulunmaktadır. Yalan haber, sosyal medyada viral olduğunda daha çok tıklama olarak önemli bir reklam gelirini sağlamakta; diğer yönden siyasi olarak belli adayları öner çıkarmak ya da tam tersi duruma sebebiyet vermek için kullanılabilir.

Müller ve Denner ise (akt. Nisan ve Kara, 2022: 115) kavramın medyada yer alan sorunlu olarak nitelendirilen çoğu içeriği nüfuz alanına alarak kapsayıcı bir özellik gösterdiği vurgulamaktadır. Bu kapsayıcılık bazı yazarlar tarafından eleştiri almıştır. Wardle (2017), yalan haber kavramsallaştırmasının medyadaki içeriklerin yanlışlığını-yalanlığını tümüyle açıklamadığını belirterek bu kavramın yetersiz kaldığını belirtmektedir. Ona göre yalan haber kavramının iki temel ögesinden biri olan haber terimi, medyada varlık gösteren tüm içerik türlerini kapsamamaktadır. Bu perspektifin dijital medya ekosisteminde var olan çeşitlilik ve inceliklerin kavramasında yeterli görülemeyeceğinin altını çizmektedir. Ayrıca yalan ve

haber sözcükleri ayrı ayrı değerlendirildiğinde de medya metinlerini kapsama ve açıklamadan yoksundur.

Boyd ise (2017) yalan haber çerçevesinin kasıtlı ve kötü niyetli olmayan bilgilerin, müstehcen öğelerle süslü ve korkuyu pompalayan başlıkların, bloglarda üretilen kışkırtıcı ve nefret dolu söylemlerin, her türden gerçekleştirilen propaganda ve manipülasyon faaliyetlerinin sorunlu ve kaygan bir zeminde üretilip paylaşıldığını belirterek, siyasi ve ekonomik kaygıların da bu düzlemde bir yeri olduğunu altını çizmektedir. Sonucunda yalan haber kavramının bu çok yönlü içerik ve yapı hakkında kapsayıcı bir çerçeveleme yapamayacağının altını çizmektedir. Wardle ve Derakhshan (2017: 5) kavramın hem karmaşık bilgi kirliliği terimini tam olarak karşılamadığını hem de son günlerde politikacılar tarafından içeriklerini hoş karşılamadıkları haber içeriklerini ve medya kuruluşlarına karşı bir silah olarak kullanıldığı gerekçesiyle bu kavramı kullanmaktan kaçındıklarını bahsetmektedir.

Siyaseti, ekonomik ilişkileri ve kültürü bozabilecek bir potansiyel taşıyan yanlış bilgilerin her birinin farklı tarihsel anlamlar ve kültürel çağrışımlar içerebileceğini belirten Jack (2017: 1), yalan haberin gerçeklik sonrası bir döneme girmenin endişelerini beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Bu noktada anlamda küçük olarak görülebilecek nüansların önemli olduğunu, medyada gerçekleşen manipülasyonu tanımlamak için seçilen sözcüklerin önemini, bilginin nasıl yayıldığı, ne tür müdahalelerden geçtiği, kim hakkında ve kimin yaydığı gibi soruların farklı varsayımlara yol açabileceğini vurgulamaktadır. Bu durum da çeşitliliği ve çok yönlülüğü ifade ettiği için yalan haber günümüz bilgi ortamında yayılan sorunlu içerikleri açıklamada yetersiz kalmaktadır.

Geçmişten günümüze yalan haber kavramının ve onunla ilintili enformasyonun bu denli tartışılır oluşu tarihsel süreç içerisinde yanlış bilgilerin yoğun bir şekilde dolaşımında olduğunu göstermektedir. Matbaa öncesi, sonrası ya da günümüz iletişim ortamında var olan bu sorun, doğru ve gerçek arasındaki sınırları bulanıklaştırmıştır.

2.2.1. Matbaa Öncesinden Kitle İletişim Araçlarına

Günümüzden binlerce yıl öncesinde ortaya çıkan; taş, kil, papirüs gibi malzemeler kullanılarak oluşturulan yazı biçimlerinde genellikle grup önderleriyle ilgili bilgiler bulunmaktadır. Bilgiyi bu yolla kontrol etmek doğal olarak grup liderlerine diğerleri üzerinde hakimiyet kurma gücü vermiştir. Yanı sıra bu durum günümüz hiyerarşik yapısının oluşmasına da zemin hazırlamıştır. Bilginin güç olduğu ve bilgiyi elinde bulunduranların egemenliklerini pekiştirdiği ve diğerlerinin sahip olmadığı ayrıcalıklara sahip olduğu düşünüldüğünde bilgiyi elinde bulundurup onu yönlendirme gücüne sahip olanların büyük bir

avantaja sahip olduğu gör÷lmektedir. Piktogramlara çizilen, taşa oyulan ya da tabletlerde pişirilerek günümüze ulaşmış bilgilerde de genellikle liderlerin gücünü ya da merakının öv÷ldüğüne rastlanmaktadır. Bu anlatılarda liderlerin cesareti ya da savaşta başarıları işlenmiştir (Burkhardt, 2017: 5). Bu sayede bilgiyi elinde bulunduranlar onu istediğı ölçüde yönlendirmiş ve toplumdaki konumlarını korumuştur.

Bu durum doğruların ve gerçeklerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Tarihsel süreçte kabul gören doğrular her zaman gerçekliği yansıtmamaktadır. Gerçekler bazı durumlarda çarpıtılarak ya da eldeki bilgiler manipüle edilerek enformasyonun yönü değiştirilmiş ve dezenformasyon faaliyetlerinin genişlemesinin önü açılmıştır. Hempel'e (2017) göre dezenformasyon bir propaganda aygıtı olarak çoğu dönemde olduğı gibi Roma döneminde de yoğun olarak kullanılmıştır. O zamanki iletişim kanalları vasıtasıyla dezenformasyon kampanyaları, yalan haber konusunda tarihsel bir ardalana işaret etmektedir. Aldatıcı, yanıltıcı enformasyonun habermiş gibi sunulmasının tarihsel kökenleri, haberin modern tanımlamalarının çok daha eskilere ulaştığını ve propaganda faaliyeti olarak kullanıldığını göstermektedir.

Matbaanın icadı bilginin üretim ve yayılımına verdiği olumlu katkı ve birtakım dogmaları yıkıma uğratmasına rağmen (Uluk, 2021: 11), yanlış bilginin yayılmasına ve çarpıcı biçimde dezenformasyonun artmasına neden olmuştur (Posetti ve Matthews, 2018:1). Matbaanın icadı ve eş zamanlı olarak okuryazarlığın yaygınlaşması, enformasyonun daha geniş kitlelere yayılmasına olanak sağlamıştır. Bu sayede okuryazar olanlar diğerlerine karşı bilgiyi daha kolay manipüle ederek, bilgiyi istediğı yönde kullanmıştır. İlerleyen süreçte daha çok insanın okuryazar olması neticesinde insanları aldatmak nispeten daha zor bir hale bürünmüştür. Bu noktada liderler ve yöneticiler ikna edici ve okuryazarlık becerisi yüksek kimseleri yanlarında toplayarak hangi bilgilerin üretilip ne şekilde dolaşıma sokulacağını kontrol etmeye çalışmışlardır. Bu noktada gazete, kitap gibi basılı ürünler ekonomik kazanç sağlayan yazarlar tarafından üretilmeye başlamıştır (Burkhardt, 2017: 5-6). Ayrıca matbaa teknolojisine sahipliğin herkes tarafından elde edilemiyor oluşu da bilgi üretim ve dağıtım ortamı için önemli bir belirleyici olarak dolaşıma giren enformasyonun içeriğı ve niteliğı konusunda belirleyici olmuştur. Bu belirleyicilik dezenformasyonun artmasına, bilginin daha kolay manipüle edilmesine ve var olan yalan haberin yoğunluğunun artmasına neden olmuştur.

Yalan haberlerin gazetede en eski ve belirgin örneklerinden biri "The Great Moon Hoax" (Büyük Ay Aldatmacası) olarak bilinen yazı dizisidir. Gazetelerin kurumsallaştığı dönem için ilk örneklerden olan Büyük Ay Aldatmacası, Ay'da yaşamın keşfedildiğini ve

oradaki yaşamın ayrıntılarını anlatan bir yayındır. Bu yazı dizisinde insansı yaratıklar, sakallı, tek boynuzlu mavi atlar tasvir edilmektedir. New York Sun'da yayınlanan bu uydurma hikâyelerin temel motivasyon noktası karı artırmaktır (Allcott ve Gentzkow, 2017; Posetti ve Matthews, 2018: 1; Team Lewis, 2017: 5). Aynı şekilde 1898 yılındaki Amerika-İspanya Savaşı'na dair yayınlar; medya kuruluşlarının karlılığının siyasetle bütünleştirmenin eski ve ses getiren örneklerinden biri olarak anlatılmaktadır (Team Lewis, 2017: 5). Görüleceği üzere basılı yayınlar yanlış bilginin, dezenformasyonun ya da yalan haber denilen olgunun yayılmasında önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yayılım öylesine etkilidir ki; bir noktadan sonra insanlar asıl gerçekliği unutarak medya ürünlerinin anlatılarını birincil gerçeklik kaynağı olarak kabul etmektedir.

19. yüzyılda yazılı basının güçlenmesi 20. yüzyılda ise radyonun önemli bir kitle iletişim aracı haline dönüşmesi neticesinde kökleri daha eskiye dayanan yalan haber konusundaki tartışmalar hız kazanmıştır. Matbaanın icadıyla hızlanan yalan haber yayılımı gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının gündelik hayattaki yaygınlığının artmasıyla beraber, doğru bilgi ve enformasyonun yanı sıra yalan haberlerin ve yanlış bilgilerin de topluma ulaşımı hız kazanmıştır. Haber ve enformasyon hem niceliksel olarak artış göstermiştir hem de yarattığı etki bakımından önemli bir nüfuz alanına sahip olmuştur. Bu durum özellikle karlılığı artırmak ve politik çıkar elde edebilmek için kitle iletişim araçlarının haber akışına yönelik birtakım girişimleri beraberinde getirmiştir (Nisan ve Kara, 2022: 116; Uluk, 2021: 12, 65). Bu dönemde asparagas haberlerde önemli derecede gelişim göstermiştir. Okurların/izleyicilerin zihninde gerçekmiş gibi algılanan bu haberler nedeniyle toplum kendini bir yanlış bilgi ve dezenformasyon dünyasının içinde bulmuştur (Posetti ve Matthews, 2018: 1). Bu türün en çarpıcı örneklerinden biri dinleyiciler üzerinde büyük infial yaratan Orson Welles'in Dünyalar Savaşı adlı radyo yayınıdır (Uluk, 2021: 12). Marşlıların dünyaya saldırdığına dair bir anlatıya sahip olan 1938 yılında yayınlanan bu radyo tiyatrosunu 6 milyon kişinin dinlediği tahmin edilmektedir ve bu kişiler arasında 1.2 milyonu can güvenliğini sağlayabilmek için bulunduğu yeri terk ederek bir panik ortamının oluşmasına neden olmuştur (Kazaz ve Akyüz 2019: 8). Yukarıda bahsi geçen örnekler, bireylerin medya çıktılarına olan inancını gözler önüne sermektedir. Dezenformasyon içeren ve dolaşıma giren yalan/yanlış bilgilerin yanı sıra, gerçek dünyadan olabildiğince kopuk bilgi ve haberler bile medyada gerçekmiş gibi gösterildiğinde insanların doğruluk algısı erozyona uğrayarak bu sorunlu bilgiler toplumda infial yaratabilecek etkiye sahip olabilmektedir.

1990'lı yıllar dünyada siyaset, ekonomi, teknoloji gibi birçok başat alanda önemli değişikliklerin meydana geldiği, günümüz küresel dünyasının yükselmeye başladığı yıllar

olarak kabul edilmektedir. Bu gelişmeler kitle iletişim araçlarının enformasyon işlevini de ön plana çıkararak toplumsal düzeyde ihtiyaç duyulan birçok yeniliğin insanların hayatına girmesini kolaylaştırmıştır. Küreselleşme sürecinde, bireyler, toplum ve devletler daha çok enformasyona ihtiyaç duymuştur. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi ve bilgi transferinin hiç olmadığı kadar hızlanması sonucunda dünya çapında enformasyon akışına bağımlılık ve bağıllık artmıştır (Yoloğlu, 2021: 10). Üstüne üstlük bu bilgi akışı, yalnızca kültürel ve sosyolojik bir geçmiş değil, siyasi ve ekonomik olarak çerçevelenen; küreselleşmiş bir dünya düzeninin içerisinde şekillenmiştir (Yoloğlu, 2017: 9). 2000'li yıllarla birlikte gelişen yeni medya ortamları durumun daha da karmaşık hale gelmesine neden olmuştur. Bilgi ve enformasyona bağımlılığın iyiden iyiye arttığı bu zaman diliminde herhangi bir doğrulama sürecinden ya da editoryal işleminden geçmeyen enformasyon daha geniş kitlelere yayılarak toplum üzerindeki etkileri daha yoğun bir boyuta ulaşmıştır (Allcott ve Gentzkow, 2017: 211).

2.2.2. Dijital Bilgi Ekosistemi

20. yüzyılın sonunda internetin doğuşu ve 21. yüzyılda da yeni/sosyal medya ortamlarının gelişimiyle birlikte aldatmaca, dezenformasyon, yanlış bilgilendirme, propaganda ve yalan haberler önemli ölçüde artış göstermiştir. İletişim ve enformasyon teknolojilerinin kapsamı içinde tüm dünyada toplumun genelini ilgilendiren yapısal bir dönüşüm yaşanmaktadır. Ağ Toplumu kavramı ile ifade edilen, bilgi iletişim teknolojileri çerçevesinde gerçekleşen bu dönüşüm; bireylerin ağ teknolojilerini kullanarak etkileşimli bir iletişim bağlamı içerisinde ele alınmaktadır. Yapısı ve doğası itibari ile katılıma, üretime, paylaşım ve etkileşime olanak sunan uygulamalar kümesi olarak belirtilen bu yeni mecra, yeni/sosyal medya olarak kavramsallaştırılmakta; internet siteleri, sosyal ağlar, sosyal medya siteleri, bloglar ve dijital platformlar gibi uygulamaların tümünü kapsamaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018: 205). Bu ortamda kasıtlı ya da kasıtlı olmayan bir şekilde dolaşıma giren sorunlu içerikler çok yönlü iletişim kanalları vasıtası ile viral hale gelerek sosyal medya ortamlarında inanılmaz boyutlarda dolaşıma girmiştir. Kurumsal haber sitelerini kolaylıkla taklit edebilen web siteleri, çeşitli şekillerde motive edilen trol hesaplar ya da propaganda faaliyetleri iletişim ortam ve şekillerini derinden etkilemiştir. Gerçekliğin kendi görüşüne yakınlık üzerinden kurulduğu sanal ortamlarda, haber tüketicisi tüketeceği içeriği hem seçme hem de yeniden üretme kabiliyetine sahip olarak gazeteciliğin ve haberciliğin üzerindeki tehditlerin gün geçtikçe daha da artmasına neden olmuştur (Posetti ve Matthews, 2018: 1-2).

Sosyal medya ve yalan haber arasındaki ilişkiyi ayrıntılı şekilde ele almadan önce dünya çapında internet ve sosyal medya ile ilgili istatistikleri incelemek ve genel görünümü anlamlandırmak faydalı görünmektedir. Wearesocial ve Hootsuite tarafından Statista, GWI, GSMA Intelligence gibi kurumlarla iş birliği içinde hazırlanan Digital 2022: Global Overview Report isimli rapor detaylı istatistiksel verilerle günümüzdeki karmaşık internet ve sosyal medya ortamlarının yapısını bireylerin (16-64 yaş arası) alışkanlıklarını anlamlandırmada faydalı veriler sunmaktadır.

Tablo 2.1 Dünya Nüfusunun İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

	Dünya Nüfusu	İnternet Kullanıcı Sayısı	Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı
Toplam (Toplam nüfus içindeki oran)	7.91 milyar	4.95 milyar (%62.5)	4.62 milyar (%58.4)
Son bir yıl içindeki artış (Artış oranı)	80 Milyon (%1)	192 milyon (%4)	424 milyon (%10)

Kaynak: Wearesocial ve Hootsuite, 2022

Dünya üzerinde internet ve sosyal medya kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Dünya üzerindeki bireylerin %62,5'i internet kullanıcısı; %58,4'ü de aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Burada önemli olan nokta; internet ve aktif sosyal medya kullanıcılarının nüfusa oranının yanında kullanım davranışlarının bir önceki yıla oranla gösterdiği artıştır. Bir önceki yıla oranla internet kullanımı %4; sosyal medya kullanımı ise %10 oranında artmıştır. Önceki yıllarla kıyas edildiğinde de sürekli bir artış olduğu görülmektedir. Bu durum internet ve sosyal medya kullanımının artan bir hızla iletişim ortamını etkilendirmekte ve şekillendirmekte olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 2.2 İnternet kullanım nedenleri

Bilgi arama	%61
Arkadaşlar ve aile üyeleri ile iletişimde kalmak	%55,2
Haber ve olaylardan haberdar olmak	%53,1
Video TV programları ve film izlemek	%51,5
Bir şeylerin nasıl yapıldığını araştırmak	%51,3

Kaynak: Wearesocial ve Hootsuite, 2022

İnternet kullanıcısı bireyler interneti ve sosyal medyayı çeşitli nedenlerden ötürü kullanmaktadır. Bireylerin interneti kullanma nedenlerinin ilk sırasında bilgi arama gelmektedir. Bu durum da önceki bölümlerde tartışılan doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmenin ne kadar önemli olduğunu gözler önüne sermektedir. İnternet kullanım nedenlerini bilgi aramanın arkasından sırasıyla arkadaşlar ve aile üyeleri ile iletişimde kalmak, haber ve olaylardan haberdar olmak; video, TV programları izlemek ve bir şeylerin nasıl yapıldığını araştırmak gelmektedir. Bu ilk beş neden ve arkasından gelen diğerleri incelendiğinde de kişinin bilgilenme ve haber alma ihtiyacından kaynaklanan nedenlerle internet kullanımı gerçekleştirdiği görülmektedir. Kaotik ve sürekli olarak değişen, sorunlu içeriklerin gerçekmiş gibi algılandığı bir ortamda doğru bilgiye ulaşabilmek; kamuoyunun sağlıklı bir şekilde oluşabilmesi ve bireyin haberdar olma ihtiyacının karşılanabilmesi açısından hayati derecede önemlidir.

Tablo 2.3 Sosyal medya kullanım nedenleri

Arkadaşlarla ve aile üyeleri ile iletişimde kalmak	%47,6
Boş zamanı doldurmak	%36,3
Haberleri okumak	%35,1
İçerik bulmak	%31,6
Ne konuşulduğunu görmek	%29,5

Kaynak: Wearesocial ve Hootsuite, 2022

Sosyal medya kullanım nedenleri internet kullanım nedenleri ile benzeşmekle beraber ayrıştığı noktalar da bulunmaktadır. Bu nedenler arasında ilk sırayı arkadaşlar ve aile üyeleri ile iletişimde olmak alırken sırasıyla boş zamanı doldurmak, haberleri okumak, içerik bulmak ve ne konuşulduğunu izlemek takip etmektedir. Kimi ortak maddeler olmasına rağmen

internet kullanımında ilk sırayı alan bilgi arama davranışını sosyal medya kullanımında iletişimde kalmak almaktadır. Buradaki farklılık; internet kullanımındaki temel motivasyonun bilgi arama eğilimi olmasına rağmen sosyal medya kullanımında bireyleri motive eden en önemli şeyin sosyalleşmek olduğu görülmektedir. Diğer yönden oransal olarak farklılık gösterse de haberdar olma güdüsü ortak ve önemli motivasyonlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2.4 Kullanılan web sitesi ya da uygulamaların türü

Tür	Oran
Sohbet ve mesajlaşma	%95,6
Sosyal Ağ	%95,2
Arama motoru ya da web portalı	%83,6
Alışveriş, mezar ve ilan siteleri	%58,1
E-mail	%50,4
Haber	%42,3

Kaynak: Wearesocial ve Hootsuite, 2022

İnternet kullanıcılarının hangi tür web site ve uygulamaları kullandığı incelendiğinde sohbet ve mesajlaşma uygulamaları ilk sırayı almaktadır. Bunu sosyal ağlar izlemektedir. İlgili durum kullanıcıların çoklukla sosyalleşme ihtiyacını giderecek uygulamaları kullandığını göstermektedir. Ayrıca üçüncü sırada yer alan arama motorları ve web portalları da bilgi arama davranışın bu platformlar aracılığı ile sıklıkla gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Yine ilk sıralarda yer alan diğer uygulamalarda sosyalleşme ve haberdar olma ihtiyacı ile doğrudan bağlantılı görünmektedir.

Tablo 2.5 Medyada Geçirilen Zaman

İnternet kullanımı	6 saat 58 dakika
Televizyon izleme	3 saat 20 dakika
Sosyal medya kullanımı	2 saat 27 dakika
Basın takibi (çevrimiçi ve basılı)	2 saat

Kaynak: Wearesocial ve Hootsuite, 2022

Bireyler zamanlarının çoğunu medya takibi ile geçirmekte; günün önemli bir dilimini bu işe ayırmaktadır. Medyada geçirilen zamanının ilk sırasını internet kullanımı almaktadır. Bunu sırası ile televizyon izleme, sosyal medya kullanımı ve basın takibi izlemektedir. İnternet ve sosyal medya kullanımının bu denli artmasına rağmen hala televizyon izleme davranışının medya takibi açısından ciddi bir oranda gerçekleşmesi, geleneksel iletişim kanallarının bu çağda bile ne kadar önemli olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

İnternet ve yeni iletişim kanallarıyla birlikte kapsamını ve hızını artıran yalan haber, sosyal medyada kullanılan algoritmalar nedeniyle iletişimin sosyal etkileşim boyutunu da derinden etkilemiştir. Bazı grupların kontrolündeki içerik ve paylaşımlar nedeniyle kaotik durumların oluşturulmasını sağlayan bu ortam, yalan haberlerin üretilmesi ve yayılmasını kolay ve ucuz bir hale getirmiştir (Hempel, 2017). İnternetin ve bilgi iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlarla bilginin üretilip dolaşıma sokulmasında önemli bir pozisyona sahip olan yeni/sosyal medya ortamları, anonim paylaşımlara ve denetimsizliğe imkân veren yapısı itibarıyla sorunlu bilgilerin ve yalan haberin akıl almaz boyutlara ulaşmasına katkı sunmaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018: 202). Bu noktada günümüz dijital araçları, bireylerin hayatlarını kolaylaştırmasının yanı sıra sosyal, siyasi ya da ekonomik motivasyonlarla donatılmış yalan haberler nedeniyle sorunlu enformasyonu yaymaya çalışan kişi ve gruplara hizmet eder hale gelmiştir. Artık bağlamından koparılmış yönlendirici içerikler, ses veya görüntü üzerinde yapılan manipölasyonlar, siber korsanlık faaliyetleri ve yalan haberin etkililiği; sayısal teknoloji ve ortamlar kullanılarak kolayca gerçekleştirilebilmekte ve hızla yayılabilmektedir (Çömlekçi, 2019: 1551). Sürekli değişimi önceleyen ve karmaşık bir yapıya sahip olan bu bilgi ekosisteminde (Silverman, 2020: 5) yalan haber, yalnızca bireysel internet kullanıcıları aracılığıyla değil kötü amaçlı şirketler, geleneksel medya kuruluşları ve troller tarafından da beslenmektedir. Bu bağlamda yeni/sosyal medya ortamları, web teknolojisinin gelişiminin paralelinde bu ortamlara erişen kişi sayısının artması neticesinde hem kullanıcı türevli içerikler hem de bir organizasyon tarafından yönetilen profesyonel anlamda üretimlerin gerçekleştiği yanlış bilgi ve yalan haberlerin hızla dolaşıma girdiği bir alan haline gelmiştir (Uluk, 2021: 13; Ünal ve Taylan, 2017: 82). Diğer yönden profesyonel bir medya kuruluşunun emarelerine sahip olan bir web sitesi oluşturmanın maliyetinin oldukça düşük olması, yayıncılık bağlamında uygun bir ortam sunması ve sorunlu içerikleri teşvik edici araçlar aracılığı ile dolaşıma sokulmasına imkân vermesi yalan haberin yayılmasına destek olmaktadır (Shearer ve Gottfried, 2017).

Dijital ortamlarda; yayıncı olabilmenin maliyetinin düşük olması, sıradan kullanıcıların yayıncıya dönüşebilmesinin kolaylığı, içeriklerin kolay bir şekilde üretilip

güncellenebilmesi ve haber akışının hızlı bir şekilde gerçekleşmesine neden olmuş; bilgi ile o bilgiyi yayan ağların yaygınlık kazanması ve denetim mekanizmalarının çoğunlukla devre dışı kalması gibi nedenlerden ötürü manipülasyon ve dezenformasyonun faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi kolay bir hal almıştır. Bu akış içerisinde haberlerin sorgulanması ve doğruluğunun kontrol edilmesi için sağlıklı bir ortam sağlanamamaktadır (Ulaş ve Yeşil, 2020: 942; Uluk 2021: 13). Bu ortamlarda bilgiyi dolaşıma sokmanın genel geçer bir standardı bulunmamaktadır. Sayısal ortamlarda enformasyon kolaylıkla anonim bir şekilde oluşturulabilmekte ve değiştirilip çarpıtılabilmektedir (Metzger, 2007:2079). Uluk (2021: 12) bahsi geçen bu çok yönlü ortamı şu şekilde özetlemiştir.

“İletişim teknolojilerinin gelişimi ve internete bireysel erişimin altyapısını oluşturan Web'in icadı ile çift yönlü ve çok yönlü bir iletişim modeli ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler sonrasında ifade eden yeni medya kavramı, başta etkileşimlilik ve sayısallık gibi temel özellikleri ile geleneksel medyadan farklılaşmış; ayrıca geleneksel medya kuruluşları da çevrimiçi ortamda yerini almıştır. Yani sıra, çevrimiçi gazetecilik faaliyetleri yalnızca geleneksel medya kuruluşlarının yer aldığı bir yapı ile sürdürülmemiştir. Basılı ve görsel medya kuruluşunun bir uzantısı olmayan ve yalnızca internet üzerinden yayın yapan haber sitelerinin oluşmasıyla çok türlü ve sesli bir yapıya dönüşmüştür.”

İnternet ve Web 2.0 teknolojilerinin artması ve sosyal medya kanalları vasıtasıyla kullanıcı türevli içeriğin yoğunluk kazanması, sorunlu enformasyonun yayılımı için elverişli bir ortamın oluşmasını sağlamıştır. Bu sayede iletişim sürecindeki sıradan kullanıcılar bir haber kaynağına evrilerek ortaya çıkan herhangi bir bilginin hızlıca yayılmasına sebep olmuştur. Bu durum da yalan haberin önündeki var olan kısıtlı engelleri kaldırarak; bireylerin kendi görüş ve düşüncesine yakın kimselerle iletişim halinde olmalarının da etkisiyle yanlış bilgiler neticesinde oluşan inanç ve düşüncelerin güç kazanmasını kolaylaştırmıştır (Aydın, 2020: 78). Yeni iletişim ortam ve teknolojilerinin sağladığı faydanın yanında yeni/sosyal medyada varlık gösteren yalan haberler, toplumdaki doğru haber alma ihtiyacını olumsuz etkilemektedir. Herhangi bir editoryal sürece maruz kalmayan ve doğrulama süzgecinden geçmeyen haberler, bireysel kullanıcılar arasında hızlıca yayılmakta ve büyük bir medya organizasyonunun çıktılarının ulaştığı kadar kitleye kolayca ulaşabilmektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017: 211; Çömlekçi, 2019: 1549).

Bu bağlamda bilginin yayılımını artıran ve popülerlik kazanmasına sebep olan motivasyonlar, sorunlu bilgilerin dolaşımdaki etkinliğinin artmasına hizmet etmektedir. Bu motivasyonların altında siyasi çıkarlar, ekonomik kazanımlar, çevrimiçi ortamdaki şöhret beklentisi, ideolojik ve inançsal etmenler yatmaktadır (Marwick ve Lewis, 2017: 27). Allcott ve Gentzkow (2017: 214-215) yeni/sosyal medyada yalan haberin yoğunluk ve öneminin

artmasının temelinde yatan bazı nedenler şu şekilde çerçevelenmektedir: Bunlardan birincisi medya endüstrisine girişin önündeki engellerin hızla ortadan kaybolmasıdır. İnternet yayıncısı olabilmenin maliyetinin düşüklüğü ve birçok reklam uygulamaları sayesinde gelir elde edilebilecek alternatif kanalların yoğunluğu nedeniyle isteyen herkes istediği biçim ve içerikteki haberi kullanıcılara sunabilmektedir. Diğer bir neden ise yeni/sosyal medya kanallarının yalan haberin sirkülasyonu için son derece elverişli araçlara sahip olmasıdır. Haberin sunumu ve dolaşıma sokulması önceki dönemlere kıyasla hiç olmadığı kadar kolaylaşmıştır. Diğer taraftan sorunlu bilgilerin gerçeklerden daha hızlı yayıldığı bu ortamlarda enformasyonun doğruluğunun öğrenilmesi (Erkan ve Ayhan, 2018: 202) gittikçe zorlaşmaktadır. Diğer neden ise ana akım medyaya duyulan güvenin her geçen gün daha da azalmasıdır. Yapılan bir araştırmada ABD’li yetişkinlerin sadece %29’unun haber medyasına güvendiklerinin altı çizilmektedir (Djordjevic, 2021). Yanı sıra Allcott ve Gentzkow’un başka bir neden olarak vurguladığı ana akım medyaya güvensizlik olgusu sosyal medya ortamları için de söz konusudur. Yalan haber üzerine yapılan çalışmalar göstermektedir ki sosyal medya dünya çapında en az güvenilen haber kaynağıdır. Amerikalıların %52’si internet ortamında ve sosyal medya kanallarında düzenli olarak yalan haberle karşılaştıklarını düşünmektedir (Djordjevic, 2021). İnternet ve sosyal medya ortamlarında yalan haber hacminin ne kadar yüksek olduğunu belirlemek, ampirik olarak kaydedilemeyen ve sürekli artan enformasyon miktarı nedeniyle pek mümkün görünmemektedir. Bu durumun nedeni olarak ise içerik akışının sadece belirli bir miktarının belli bir zamanda görüntülenebilmesidir (Nisan ve Kara, 2022: 119).

Özellikle son dönemde Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları önemli bir bilgi sağlama ve haber takibi ortamlarına dönüşmüştür. Bu sayede ulusal ve uluslararası kamuoyu, sosyal medya araçları aracılığı ile yönlendirilmeye başlanmıştır. Sosyal medya üzerinden sorunlu bilgileri ve haberleri üreten ve yayan çok sayıda hesabın varlığı ve bu içeriklerin bir kontrol ve denetim mekanizması tarafından kontrol edilemiyor oluşu nedeniyle yalan haberlerin etkinliği (Aydın, 2020: 77) gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal medya kanallarında gerçekleşen tweet, paylaşım ve blog yazıları, gibi sorunlu bilgi kaynakları, CNN, Washington Post ve The New York Times gibi ana akım medyanın paralelinde bir dünya oluşturmuştur (Lynch, 2020: 50). Bu paralel evrende sorunlu bilgiler ve yalan haberler kolayca üretilip paylaşılarak dijital bilgi ekosistemini derinden etkilemektedir.

BuzzFeed’in raporuna göre, ABD Başkanlık Seçiminin son aylarında seçimle ilgili yalan haber servis eden web siteleri; Washington Post, New York Times, NBC News, Huffington Post gibi önemli haber organizasyonlarından daha fazla etkileşim almıştır. Bu

dönemde adı geçen kaynaklarda dolaşım kapasitesi en yüksek 20 haber 7.367.000 etkileşim (beğeni, yorum ve paylaşım) sağlarken bu sayı, aynı dönemde Facebook'ta en yüksek etkileşim alan 20 haber incelendiğinde 8.711.000 rakamına ulaşmıştır (Silverman, 2016). Yapılan başka bir araştırmada ise Amerikalı bireylerin %23'ü bilerek veya bilmeyerek uydurma bir haber paylaştıklarını, %14'ü o sırada sahte olduğunu bildikleri bir hikâyeyi paylaştıklarını ve %16'sı daha sonra sahte olduğunu anladıkları bir hikâyeyi paylaştıklarını söylemektedir. Amerikalıların yaklaşık üçte biri (%32), çevrimiçi olarak genellikle uydurulmuş siyasi haberler gördüklerini belirtmektedir (Barthel vd., 2016). Başka bir araştırmada ise aynı dönemde Facebook'ta 156 adet yalan haberin yaklaşık olarak 38 milyon kez paylaşıldığı görülmüştür (Allcott & Gentzkow, 2017). Bu örnekler yalan haberin ne kadar hızlı yayılabildiğini ve ana akım internet medyası diyebileceğimiz kanallar karşısında haberlerin dolaşıma sokulması bakımından daha avantajlı bir konumda bulunduğunu göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca kişisel ve toplumsal ilişkiler de bu pratikler üzerinden şekillenmektedir.

Team Lewis (2017) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, yalan haber öğelerini barındıran haberlerin sıklıkla paylaşıldığı görülmüştür. Gerçekleri saptırılan, bağlamından koparılan, yeterli düzeyde detay açıklama barındırmayan ve bu nedenlerden ötürü nasıl doğrulanacağı kestirilemeyen sorunlu içerikler dolaşıma sokulmaktadır. Araştırmaya katılanların %76'sı haberlerin belirli siyasi ve ekonomik çıkarlara hizmet etmesi için üretilerek paylaşıldığını ve sosyal medya kanallarının da bu haberlerin dolaşımını kolaylaştırdığını düşünmektedir. Bireylerin %57'si de yalan haberin en büyük kaynağının sosyal medya platformları olduğunu, %51'i ise yalan haberin yaygınlık kazanmasının sorumlusunun yine bu platformlar olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu ise (%72) yalan haberin engellenmesinde Twitter, Facebook gibi platformların sorumluluk alması gerektiğinin altını çizmektedir.

Doğru enformasyonun ve yalan haberin Twitter'da yayılması üzerine gerçekleştirilen bir araştırma sorunlu bilgilerin doğru habere kıyasla daha çabuk yayıldığını göstermektedir. 2006-2017 yılları arasını kapsayan, 3 milyon kişinin 4,5 milyondan fazla "tweet"inin dahil edildiği araştırma 126.000 haber üzerinden bir değerlendirme gerçekleştirmiş ve yalan haberlerin doğru bilgilere kıyasla %70 daha fazla retweet aldığı belirlenmiştir. Haberlerin doğru ve yalan olarak sınıflandırılması altı doğrulama platformunun verileri üzerinden yapılmıştır. Bu araştırmada yalan haberlerin doğru haberlere göre daha geniş bir alan daha hızlı bir şekilde yayıldığı tespit edilmiştir. Yalan haberlerin yayılım yoğunluğunun ilk sırasını siyasi haberler alırken onu; terör, doğal afetler, bilim haberleri,

şehir efsaneleri takip etmiştir (Kazaz ve Akyüz, 2019: 37-38; Vosoughi vd., 2018: 1147–1150). Bu araştırmada siyaset ile ilgili haberlerin ilk sırada yer alması tesadüf değildir. Yapılan başka bir araştırmada katılımcıların yaklaşık üçte biri siyasetle ilgili yalan haberlerle sıklıkla karşılaştıklarını belirtmiştir. Ayrıca Amerikalıların yaklaşık dörtte biri çevrimiçi olarak sahte siyasi haberler paylaştıklarını belirtmektedir (Barthel vd., 2016) ve bu ortam bireylerin kurduğu iletişim niteliğini ve biçimini etkiler durumdadır. İnsanların %71'i sahte haberlerin arkadaşları ve aile üyeleriyle kendi siyasi tartışmalarını olumsuz etkilediğine inanmakta; %83'ü sahte haberlerin ülkelerinin siyasetini olumsuz etkilediğini belirtmektedir (Djordjevic, 2021).

Yalan haberlere dair istatistiklere bakıldığında internet ve sosyal medyanın dünya çapında en az güvenilen haber kaynağı olduğu görülmektedir. Amerikalıların %52'si internette düzenli olarak sahte haberlerle karşılaştıklarını; %67'si sosyal medyada yanlış bilgilere rastladıklarını belirtmektedir. Yalan haberin ve sorunlu bilgilerin bu internet ve sosyal medya ortamlarında bu denli yoğunluk kazanmasını dört ana nedene bağlayan Allcott ve Gentzkow (2017: 214)'e göre bunlardan ilki, medya endüstrisine girişteki engellerin hızla azalmasıdır. Geleneksel medyadaki itibar kaygısı ve giriş maliyetlerin yüksekliği sorunlu bilgilerin üretilmesinin önünde bir bariyer oluşturmaktaydı. Web teknolojisi ve reklam uygulamaları isteyen herkesin üretici olabilmesine imkân sağlayarak internet ortamındaki bilgi arzını inanılmaz boyutlara çıkarmıştır. İkinci neden hıza ve çabukluğa imkân veren sosyal medya kanallarında yalan haberlerin dolaşımı açısından uygun ortamı sağlamasıdır. Üçüncüsü geleneksel medyaya güvenin azalması; son neden ise siyasi kutuplaşmanın ağırlık kazanmasıdır. Kutuplaşma ortamı hangi minvalde gerçekleşirse gerçekleşsin sağlıklı enformasyon akışına zarar vermektedir. Bir inanca ya da ideolojiye eğilimli bireyler, kendi inanç ve düşüncelerine benzerlik gösteren içerikleri daha fazla önemsemekte ve bu bilgilerin dolaşımında kalmasına yardımcı olmaktadır. Diğer yönden yayılımı artıran faktörlerden biri olarak da “maruz kalmak” gösterilebilir. Bireyler sorgulama yapmadıkları bir sorunlu bilgi ile ne kadar çok karşılaşsınlar ise o bilginin doğru görülme olasılığı o kadar artmaktadır. Bilgi kaynağı güvenilir olmazsa bile, bilgiye sıklıkla maruz kalmak; bu bilgilere olan inancı artırmaktadır. Yanı sıra, yanlış ve sorunlu bilgilerin tasarımı, duygusal, dikkat çekici ve şok edici bir dil kullanımı bu bilgilerin yayılımını kolaylaştırmakta ve etkisini artırmaktadır (Lewandowsky vd., 2020: 5). Sorunlu bilgiler yayılmaya başladıktan sonra yanlışlansa bile bireylerin fikir ve düşüncelerini yönlendirmeye devam etmekte ve etkisi sürmektedir (Marwick ve Lewis, 2017). Özellikle bireyler kendi görüş ve düşüncelerine uyumlu bilgilerle karşılaştığı zaman mesajların etkisi ve yönlendirme gücü iyiden iyiye artmaktadır. Mesajların

yayıldığı kullanıcı grubunun homojenliği mesajın dolaşımında kalmasına devam etmesine ve daha geniş bir kitleye ulaşmasına aracılık etmektedir. Sorunlu bir içeriğin bireylerin dünya görüşü ile paralel argümanlara sahip olması durumunda bu argümanlara inanma olasılığı oldukça artmaktadır. Bu mesajların; yüksek düzeyde anlaşılabilirlik, kutuplaştırıcı, tartışmalı ve olumsuz öğeler ve ahlaki açıdan hassasiyet gibi özelliklerinin olması sonucunda inandırıcılığını artırarak daha çok kişiye ulaşması söz konusu olmaktadır. Örneğin siyasi bir mesaja sahip olan yalan haberlerin yaygınlaşmasındaki başlıca faktörü bu durum oluşturmaktadır (Del Vicario vd., 2016; Nisan ve Kara, 2022: 118). Yalan haberlerin en çok artış gösterdiği ve yayılım gösterdiği dönemler kriz anlarıdır. Yetkili kişi ya da kurumların eksik ya da yanlış bilgi paylaşmamak için açıklamalarını geciktirdiği ve toplumun da yoğun bir şekilde enformasyona ihtiyaç duyduğu bu zamanlarda sorunlu bilgiler yayılım için en uygun ortamlardan birine sahip olmaktadır. Yanı sıra, özellikle hükümet ya da mevcut otoriteye toplumun bazı kesimlerindeki asıl bilginin saklandığı ya da bilinçli olarak çarpıtıldığına dönük önyargılar; yalan haberlere olan inancı artırmakta (Kazaz ve Akyüz, 2019: 37) ve sorunlu bilgilerin yayılımını yoğunlaştırmaktadır.

2.2.3. Hakikat Sonrasında Yalan Haber

Tarihin akışı içerisinde farklı amaçlarla sorunlu ve yanlış bilgilerin yayılımı görülmüş olsa da internet ve Web 2.0 teknolojisinin yaygınlaşması ile yalan haberlerin daha önce olmadığı ölçüde yayıldığı görülmektedir. Özellikle siyasi düzlemde gerçeklerin göz ardı edilmesi ve çarpıtılması neticesinde hakikat değerini yitirerek post-truth denilen döneme girilmiştir. Bu dönemde Facebook, Twitter gibi sosyal medya sitelerinin de katkısıyla yalan haberler hızlıca yayılma imkânı bulmuş ve geniş kitlelere ulaşmıştır (Aydın, 2020: 76). Post-truth kavramı “*nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirmede duygulara ve kişisel inanca hitap etmekten daha az etkili olduğu durumlarla ilgili veya bunları ifade eden*” (Oxford Languages, 2016) bir çerçevede tanımlanmıştır. İlk kez 1992’de Steve Tesich tarafından The Nation dergisinde Yalanlar Hükümeti (A Government of Lies) isimli çalışmada “doğruluğun önemsizleştirilmesi anlamında kullanılan kavram, Watergate Skandalı ve ABD tarafından Vietnam Savaşı boyunca işlenen suçların göz ardı edildiği ve bu konudaki gerçekliğin gizlenmeye çalışarak (Aydın, 2020: 77; Flood, 2016; Keyes, 2017: 22; Richard, 2016; Şimşek, 2018: 2) başka bir gerçeklik kurgulanmasını ifade etmekte kullanılmıştır.

Brexit Referandumu ve ABD’deki başkanlık seçimleri döneminde gerçeklerin örtbas edilerek, hakikati dışlayan söylemlerin ön plana çıkması sonucunda yalan haberlerin yaygınlaşmış ve bu sözcük Oxford Sözlüğü tarafından yılın sözcüğü seçilmiştir. Duygu ve

inançların nesnel gerçekliğin yerini almaya başladığı durumu ifade etmekte kullanılan post-truth kavramı yalan ve hakikatin iç içe geçtiği bir çerçeveyi temsil etmektedir (Aydın, 2020: 77). Kavramın yaygınlık kazanmasında önemli katkıları olan Ralph Keyes tarafından “*hakikat sonrası çağ*” olarak adlandırılan bu dönem, etik açıdan bir alacakaranlık dönemini ifade etmektedir. Keyes’e göre bu kavramın çerçevesi; gerçeği gizlemenin her koşulda yanlış olmadığı, sözcüğün olumsuz anlamında yalancılığı ifade etmediği etik sistemlere gönderme yapmaktadır (2017: 22). Hakikatin önemini yitirdiği dönemi vurgulayan bu kavram, yalan haberin sosyal ve siyasal düzlemde popülaritesini artırmasıyla yakından ilişki içinde bulunmaktadır (Uluk, 2021: 14). Bu bağlamdaki popülarlık düzlemini Aydın (2020: 77-78) şu şekilde özetlemiştir.

“Buradaki en önemli faktör ise, ABD seçimlerini kazanan Başkan Donald Trump olmuştur. Seçim sürecinde uydurma birtakım haberler gerçekmiş gibi halka anlatılmıştır. Trump’ın seçim kampanyasından itibaren kullandığı söylemin doğruluğu ve inandırıcılığı konusu, ABD iç kamuoyunda tartışmaya dönüşmüştür. Twitter’ı aktif olarak kullanan Trump’ın “Meksika sınırına duvar örülmesi”, “Müslümanların ülkeye girişini yasaklama” vaadi vb. açıklamaları ve kullandığı dilin büyük bir ilgi görmesi, Amerikan kamuoyunda ve uluslararası alanda “gerçeklik anlamını kaybediyor” endişesini gündeme taşımıştır.”

Trump’ın seçimleri az bir oy farkıyla kazanması ve Brexit Referandumu süreci, yalan haber olgusuna olan ilgiyi artırmış ve her iki siyasi mücadelenin de sonucuna etki etmiştir (Gelfert, 2018: 85). Bu siyasi süreçte sosyal medyada dolaşıma giren yalan haberler, bireylerin inançları üzerine etki etmiş, yanı sıra yalan haberler yoluyla kazanım elde edilebilmesine de görünürlük kazandırmıştır (Uluk, 2021: 13). Ayrıca Donald Trump’ın seçim kampanyası boyunca söylemlerinin inandırıcılığı ve doğruluğu, uydurma haberi halka gerçek olgularmış gibi göstermekten çekinmemesi, Müslümanların ülkeye girişinin yasaklanması ve Meksika sınırına duvar örülmesi gibi vaatleri, bu dilin ilgi görmesine neden olarak (Aydın, 2020: 77-78) kavram üzerine gerçekleştirilen tartışmaların yoğunluk kazanmasına neden olmuştur.

Hakikat sonrası dönem olarak nitelendirilen bu çağda, inanışlar, duygular ve kişisel kanaatlerin gerçekliğin yerini doldurmaya başladığı görülmektedir. İnternet ve bilgi iletişim teknolojisinin gelişmesi, sosyal medyanın yaygınlık kazanması olumlu enformasyona kolay erişimin sağlanması, zaman mekân sınırının ortadan kalkması ve hızlı iletişim gibi özelliklerinin yanı sıra bu mecralarda yalan haberlerin hızlı bir şekilde dolaşıma sokulması ve yaygınlaşması gibi tersine bir durumu da beraberinde getirmiştir (Çömlekçi, 2019: 1550). Sosyal ağlar ve dolayısıyla sosyal medya, duygusal içeriğin dolaşıma sokulması ve yayılım

göstermesi tarafından yönlendirilmektedir. Bu sitelerin mimarisi, bir kullanıcı herhangi bir içeriği beğendiğinde yorum yaptığında ya da paylaştığında, küçük bir dopamin etkisi sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Bireyler sosyal bir varlık olarak sosyal çevrelerinin hâkim tutumlarına en uygun gönderi şekillerini sezimlemede yeteneklidir. Bu nedenle kişilerin sosyal medyayı kullanım biçimleri yanlış ve sorunlu bilgilerin yayılmasında kritik bir öneme sahiptir (Wardle ve Hossein, 2017: 13). Bu bağlamda internet, gerçek gibi ortaya çıkan dedikoduların, aldatmacalı reklamların, yönlendirilmiş basın bültenlerinin ve art niyetli söylemlerin oluşturulduğu; sorunlu ve yanlış bilgilerin hakikate dair bir gözetim mekânizmasının olmadığı ve doğrulamanın yeterli düzeyde gerçekleştirilemediği bir ortama evrilmiştir. Enformasyonun akışının hızlandığı lakin güvenilirlik olgusunun ve gerçekliğin ise yerini yalanlara bıraktığı bu ortamda doğruluk göreceli bir kavram halini almıştır (Keyes, 2017: 266).

Hakikat sonrası bir dönem yaşandığının, doğruluğun göreceli ve değişken bir kavram olarak yeniden oluşturulduğunu ifade edenlerin temel dayanak noktasını, medya ve siyasetin iç içe geçmesi ve bireylerin ikna olmadıkları bir gerçeklik karşısında karşıt bir duruş gösterebilecekleri düşüncesi yatmaktadır. Bu noktada bireylerin bütünüyle rasyonaliteden beslendiklerini söylemek ve karşılaştıkları olguları kendi inanç ve düşüncelerini geri planda bırakarak kabullenmeleri mümkün görünmemektedir (Ireton ve Posetti, 2018: 86-87). Bu kabullenmeyi sağlayabilmek ve ikna süreci yönetebilmek için de ortaya çıkan yalanların yanı sıra tam olarak gerçeği ifade etmemekle birlikte yalan olduğunu söylemenin de güç olduğu üçünü bir kategoriye dikkat çeken Keyes (2017: 25-27) bu kategoriye zenginleştirilmiş gerçek, suni gerçek, neo-gerçek, yumuşak gerçek gibi isimlendirmelerle nitelemiştir. Bu sayede,

“Gerçeği zenginleştirmek, gerçeği geliştirmek, gerçeği allayıp pullamak, gerçeği şekillendirmek, gerçeklerle oynamak, gerçeği yavaş yavaş söylemek, gerçekten daha fazlasını söylemek, gerçeği eğip bükmek, gerçeği yumuşatmak, gerçeği gölgelemek, gerçeği törpülemek, gerçeği esnetmek, gerçekten uzaklaşmak, gerçeği saklamak, gerçeğin gelişmiş bir versiyonunu söylemek, gerçeği daha hoşla gidecek bir biçimde sunmak, gerçeği daha net kılmak, dürüstlük konusunda katı olmamak, uydurmak”

gibi yöntemlerle yalan söyleme davranışının ve yalan söyleme eyleminin yumuşatıldığının altını çizmektedir. Diğer yönden bilgi, üretim sürecinde gerçeklerden kopararak kurumsallaşmaktadır. Hakikatlerin önemini yitirdiği bu dönemde kamuoyunun şekillenmesi; nesnel olgular ve objektif gerçekler yerine kişisel inanç ve duygularla gerçekleşmektedir (Aydın, 2020: 78; Erkan ve Ayhan, 2018: 206).

Sonuç olarak Post-truth, yalan ile hakikat arasındaki sınırların bulanıklaştığı, kişisel inanç ve duygulara gerçek ve hakikatlerden daha çok itibar gösterildiği bir çerçeveleme

etrafında şekillenmektedir. Bu dönemde birtakım motivasyonlar gerekçesiyle bireylerin algılarını yönlendirmek ve onları aldatmak normleştirilmeye çalışılmaktadır. Dürüstlüğün ve hakikatin değerini yitirdiği ve geri plana bırakıldığı; kullanıcı türevli ya da değil yoğun bir bilgi akışının gerçekleştiği bu çağda doğru bilgiye ulaşılmasını engelleyen bir ortam oluşturulmaktadır. Ayrıca bu ortamın işlerlik kazanmasında ve sorunlu bilgilerin yayılımının hız kazanmasında sosyal medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır (Aydın, 2020: 78-88).

2.3. Yalan Haberin Doğrulanması

Şüpheli bilgilerin ya da yalan haberlerin doğrulanması günümüz bilgi ekosistemi açısından hayati derecede önemlidir. Önceki bölümde de anlatıldığı üzere yalan haberler gerçek bilgilere kıyasla daha hızlı yayılmakta ve bir sorunlu bilgi yayılmaya başladıktan sonra onun etkilerini sönmölemek çoğu örnekte mümkün olamamaktadır.

Haber doğrulama süreci bünyesinde barındırdığı etmenler nedeniyle bir sürece işaret etmektedir. Doğrulamayı yapacak kullanıcının yetenek, kabiliyet ve bağlam bilgisi; kişinin önyargılarından uzaklaşabilmesi, doğrulama araçlarının tanınması ve uygulamada doğru aracın seçilmesi gibi etmenler bu sürecin sağlıklı işleyip işleyememesinde önem arz etmektedir.

2.3.1. Doğrulamanın Kavramsal Çerçevesi

Haberin doğrulanması ve elde edilen bilgiye güvenilmesi; haber denilen olgunun ortaya çıkmaya başladığı günlerden itibaren, benzer düzlemde gelişmiş bir ihtiyaçtır. Bireyler etrafında olan bitenler hakkında hem haberdar olmak hem de onlara gelen enformasyonun doğruluğundan emin olmak istemektedir. Çünkü elde edilen bilgi, bireysel anlamda kişinin karar verme süreçleri üzerinde etkili olduğu gibi toplumsal düzlemde de kamuoyunun oluşmasına hizmet etmektedir.

Doğrulamanın kavramsal çerçevesine değinmeden önce insan psikolojisinin yanlış bilgi karşısında nasıl savunmasız kaldığını, yanlış ve sorunlu bilgileri (dezenformasyon, mezenformasyon, yalan/sahte haber) düzeltmenin niçin zor olduğuna ve yayılan yanlış bilgilerin nasıl bertaraf edilebileceğine kısaca değinmek faydalı olacaktır. Tommy Shane (2020), First Draft'ta üçlü seri olarak yayınlanan Yanlış Bilginin Psikolojisi başlıklı yazısında bahsi geçen konulara değinmekte ve çözüm önerilerini sıralamaktadır.

Serinin ilk yayınında bireylerin, dolaşıma sokulan yanlış bilgilere karşı neden savunmasız olduğunu belli başlı kavramların altını çizerek açıklamaktadır. Bu kavramlar:

- Bilişsel cimrilik: Yanlış bilgilere karşı bireyleri en savunmasız kılan özelliktir. Kişilerin sorunları çözerken ekstra çaba ve düşünce gerektiren yöntemlerden ziyade

basit olanları tercih etmektedir. Bu durum da bireyleri yanlış bilgilere karşı direncini düşürmektedir.

- Çift süreç teorisi: Bu teori, bireylerin iki ana düşünce biçimine sahip olduğunu anlatmaktadır. Birinci düşünce biçimi daha az çaba gerektiren otomatik bir süreçtir, ikincisi ise analitik bir süreç gerektiren daha fazla çaba isteyen bir anlamlandırmayı içermektedir. Bu çift süreçli düşünme biçimi iki şeye neden olmaktadır. Birincisi kolay olan, daha az çaba gerektiren sürecin seçilmesinden dolayı, ayrıntılar -belki de en önemlileri- gözden kaçmaktadır. İkincisi ise bir şey ne kadar kolay olursa o kadar doğru hissettirmesidir. Bu nedenle kolay alınan kararlar genellikle doğru hissettirmektedir.
- Kestirme yollar: hızlı kararlar alınırken kullanılan göstergeleri işaret etmekte; yoğun bir bilgi akışının olduğu yeni/sosyal medya ortamlarında karmaşık analizlerden kaçınılarak kolay olanın tercih edilmesine ve bireyleri doğru olmayan sonuçlara götürmesine neden olmaktadır.
- Bilişsel uyumsuzluk: Bireyler kendi düşünce ve inançları ile örtüşmeyen bilgilerle karşılaştığında zihindeki uyumsuzluğu gidermek için doğru bilgilerin kabul edilmemesine neden olan durumdur.
- Teyit yanlılığı: Sahip olunan inançlarla aynı doğrultuda olan bilgilere inanma tersi yönde olanlara ise mesafeli yaklaşma eğilimidir. Yanlış ve sorunlu bilgiler bu eğilimden yararlanmaktadır.
- Güdülenmiş muhakeme: İnsanların gerçeği tespit etmek yerine yakın kendilerine buldukları bilgilere inanmak için zihinsel becerilerini bu yönde kullanmalarındır. Buradaki önemli nokta, bireylerin kasıtlı ve bilinçli olarak rasyonel özelliklerinin sorunlu bilgilerden doğan inanca neden olacağıdır.
- Çoğulcu cehalet: Yanlış fikir birliği etkisi olarak da anlamlandırılabilen bu kavram, toplumdaki diğer insanların neye inandığı ve düşündüğünü anlama yoksunluğudur. Yani, bireyin kendi düşüncesine sahip olanları, olduğundan fazla sayıda sanma durumudur.
- Üçüncü şahıs etkisi: bireylerin yanlış bilgilere, başkalarının kendilerinden daha fazla inandıklarını varsayma eğilimidir. Diğer bir deyişle bireyler diğerlerine göre yanlış bilgileri saptama konusunda kendilerini daha yetenekli görmektedir. Bu nedenle de sorunlu bilgilere karşı dirençlerinin düşük olduğunu düşünmeyerek gerekli önlemleri almamaktadır.

- Akıcılık: Bireyler bir bilgiyi ne kadar akıcı şekilde anlamlandırırorsa benzer ölçüde o bilginin doğruluğuna olan inançları da artmaktadır. Bu nedenle bilgi, öyle olmasa bile, doğru hissettirmekte ve doğru görünmektedir.
- Saçmalık duyarlılığı: Saçmalık, kasıtlı bir şekilde gerçekle bağı olmayan yalanlardan farklıdır. Sözde derin anlam içeren bir cümleye yani bir saçmalığın kabullenme olasılığının yüksekliği nispetinde yanlış haber başlıklarına olan duyarlılığın da arttığını belirtmek için kullanılmaktadır.

Burada bahsi geçen kavramlardan ötürü insan zihni bir nevi yanlış bilgilerin yayılmasına hizmet etmektedir. Bireyler çoğunlukla farkına bile varmadan sorunlu enformasyonu kabul etmekte, zihinsel süreçlerde bu bilgileri doğru olarak kodlamakta ve herhangi bir doğrulama ihtiyacı duymamaktadır. Bu nedenle yanlış bilgiler çok daha hızlı yayılmakta; bireysel ve toplumsal anlamda zararlı sonuçlara yol açmaktadır.

Diğer yönden yanlış bir bilgi bir kere yayılmaya başladıktan sonra bu yayılımı önlemek gittikçe zorlaşmaktadır. Kontrol edilip doğrulansa bile yanlış bilginin yayılımı devam etmektedir. Yanı sıra, bilginin hem kaynağının hem de içeriğinin doğrulanması gerekliliği (Silverman ve Tsubaki, 2014a: 10) süreçleri karmaşıktırma ve bazı durumlarda her ikisinin de doğrulanması mümkün olmamaktadır. Ayrıca başvuru doğrulama yöntemlerinin her birinin eksiklikleri mevcuttur. Özellikle gittikçe artan oranda bilginin akışta olduğu acil durumlarda eksik ve kusurlu bilgiler de aynı düzlemde artmaktadır (Buttry, 2014: 16). Özellikle hızlı gelişen acil durumlarda doğrulama mutlak bir kesinliği belirtmekten çok makul bir inandırıcılık seviyesinde işlevlik kazanmaktadır (Phillips, 2014: 46). Bazı toplumsal dinamikler ve komplo teorilerinden ötürü bireyler resmi kaynaklardan gelen bilgilere dahi şüphe ile yaklaşmaktadır. Bu sürece bireyin doğru olduğuna inandığı bilgilere daha çabuk ikna olup kabul etme eğilimi de eklendiğinde doğru bilgilerin yayılımı ve kabul görmesi zorlaşmaktadır.

Doğrulama bireyler tarafından basit bir evet/hayır eylemi olarak görülmesine karşın doğrulama bir süreç işidir ve bazı durumlarda net bir cevaba da ulaşamamaktadır. Profesyonel bir bakış açısıyla bu süreç işletilse bile bazı soruların cevaplarına ulaşamadığı için bir bilginin teyit edilmesi bazı durumlarda mümkün olmamaktadır (Wardle, 2014: 30). Lider ve toplum tarafından kabul görmüş haber kuruluşlarının sundukları bilgilerde de bazı durumlarda birincil kaynaklardan doğrulama ihtiyacı hissedilmektedir. Bu kuruluşların isimlerini belirtmedikleri kaynakları, Newtown saldırısı, Washington Navy Yard silahlı saldırısı ve Boston Maratonu silahlı saldırısı gibi olaylarda yaşandığı üzere güvenilmez olabilmektedir (Rosa, 2014: 18). Bu gibi gelişmeler yaşandığında, kurumların ve medya

profesyonellerinin durumu tam olarak tespit edebilmeleri saatler ve hatta günler alabilmektedir. Olaya dair detaylar ve deliller özellikle sosyal ağlarda yayıldığında, kuşku yaratmak ve endişeli bireylerin duygularından faydalanmak isteyen kötü niyetli kişi ya da örgütler, belirli motivasyonlara sahip olarak gerçekleri manipüle edebilmektedir (Lytvynenko, 2020: 83). Shane (2020) yanlış bilgileri düzeltmenin neden bu kadar zor olduğuna, yanlış bilgiye maruz kalındıktan sonra bunun zihinden temizlenmesinin güçlüğüne bazı kavramlar üzerinden açıklık getirmektedir. Bunlar:

- Devam eden tesir etkisi: Bu kavram sorunlu bilgilerin doğrulama yapıldıktan sonra bile etkisinin devam ettiğini anlatmaktadır. Düzeltmeler bu bağlamda başarısız olmaktadır. İnanç yankıları da olarak da anılan bu olgu, bir doğrulama söz konusu olduğunda en önemli psikolojik tabir olarak karşımıza çıkmaktadır. Düzeltme ve gerekli doğrulamalar yapılsa bile bunun kamuoyunda karşılık bulması zaman almaktadır.
- Zihinsel modeller: Olan bir şeyi anlamak için kullanılan çerçeveyi temsil etmektedir. Örneğin bir yangın esnasında parçalanmış bir molotof kokteyli görülmesi durumunda yangının bu madde kaynaklı bir saldırı neticesinde oluştuğu yönünde zihinsel bir süreç işlemektedir. Bir uzman yangının molotof kokteylinde kaynaklanmadığını belirtse bile bu cevap yangının nedeni hakkında zihinde oluşan boşluğu doldurmamakta ve algıyı değiştirmek güçleşmektedir.
- İma edilen gerçeklik etkisi: Bir şey ya da olgu düzeltilmediği zaman doğru görünmektedir. Bir konu hakkında gerçekleştirilen düzeltme ve doğrulamalar gönderilerin bir kısmına uygulandığı zaman diğer gönderilerin etiketlenmemiş olanlarının doğruluğu ima edilmesi olmaktadır.
- Kusurlu gerçeklik etkisi: Düzeltmelerin yaygınlaşması bireylerin gerçek bilgilerden şüphelenmesine neden olmaktadır. Bu durum bireylerde medyaya dair genel bir güvensizlik hissine neden olmaktadır. Bunun sonucunda da bireyler internet ve medya ortamında karşılaştıkları her bilgidен şüphe duymaya başlamaktadır.
- Tekrar: Bir bilgi ile birden çok karşılaşılması durumunda o bilgini doğruluğuna olan inanç artmaktadır. Yanı sıra tekrarlar, bir düşüncenin ya da olayın olduğundan daha yaygınmış gibi görünmesine de sebebiyet vermektedir.
- Yanıltıcı gerçeklik etkisi: Aşına olunan bir bilgi yanlış olmasına rağmen doğru olarak algılanabilmektedir. Bu durum bir kez sorunlu haber başlığına maruz kalındığında bile gerçekleşebilmektedir.

Bu kavramlar ve ifade ettiği anlam, düzeltme ve haber doğrulamasının yanlış ve sorunlu bilgilerin yayılmasında tek başına yeterli olmadığına işaret etmektedir. Zihinsel süreçler doğrulama sürecini olumsuz etkilemektedir. Bireylerin bir kez bile karşılaştıkları ve bir şekilde kabullendikleri bilgileri; değiştirmek, çürütmek ve yerine doğru olanlarını yerleştirmek çoğu kez mümkün olmamaktadır. Yine de Durand (2014: 13) haber doğrulamanın; yanlış anlaşılma, endişe ve korku gibi duyguların bu kadar yoğun yaşandığı bir süreçteki önemine dikkat çekmektedir. Yalan haberler duygular üzerine kuruludur. Haberlere verilen duygusal tepkileri ele almak, yalan haberlerin nasıl yayıldığını, insanların neden buna inanmaya devam ettiğini ve bu türdeki haberi okumayı neden sevdiğini anlamlandırmanın önemli adımlarından birisidir. Yaygınlık kazandırma motivasyonu ile üretilmiş bir içerik keskin olmalı ve duygusal olarak yankılanmalıdır (Miller ve Shockman, 2017). Bu noktadan hareketle, pek çok yalan haber, korku veya öfke gibi güçlü duygusal tepkileri kışkırtmak için akıllıca yazılmıştır.

Silverman ve Tsubaki (2014a: 7-8) de bu denli kandırmaca, gürültü ve yanlış inancın arasında doğru bilgileri gün yüzüne çıkarmanın öneminden bahsetmektedir. Doğru bilgiyi vermek ve yanlış bilgileri doğrulamak, zor bir iş olmanın yanı sıra günümüz bilgi ortamındaki en önemli olgulardan birisidir. Hakkında bilgi toplanan konu ya da olgu değişmekle birlikte temel doğrulama ve teyit ilkeleri her zaman geçerlidir. Duyulan ya da görülen bir bilgiyi sorgulamak, kaynağını tespit etmek, aramak ve birincil kaynaklara ya da resmi kaynaklara başvurmak (Rosa, 2014: 18) hem bireyler hem de profesyonel gazetecilik pratikleri açısından hayati derecede önemlidir. Buttry (2014: 16) doğrulamanın üç ana unsura sahip olduğunu belirtmektedir. Bunlar, bireyin becerisi, şüpheciliği ve ısrarı; kaynakların çeşitliliği, bilgisi ve güvenilirliği ve belgelendirme olarak kategorize edilmiştir. Silverman ve Tsubaki (2014b: 98-99) ise doğrulamanın temellerini aşağıdaki maddeler çerçevesinde değerlendirmektedir.

- Doğrulamanın bir süreç olduğunun bilincinde olunması ve doğrulama sürecinden önce gerekli plan ve prosedürlerin hazırlanması: Doğrulama bir süreçtir. Bu sürecin ilk sırasında ise doğrulamaya ihtiyaç duyulduğunda hazır halde bulunulması gelmektedir. Doğrulamayı gerçekleştirecek kişi ya da kurumlar yeterli donanım, edinim ve organizasyonel kapasiteye sahip değillerse sürecin sağlıklı ve verimli şekilde ilerlemesi güçlükler barındırmaktadır.
- Kaynakların ve onlardan gelen bilgilerin de doğrulanma ihtiyacı: İnsanlar doğası gereği durum ve olguları kendi çıkarları doğrultusunda kullanma eğilimindedir. Bu yüzden mümkünse bir kaynağa tek başına güvenilmemeli ve edinilen bilgiler çeşitli teknik ve yöntemlerle desteklenmelidir.

- Mağdurlara, yetkili makamlara ya da tanıklara tam olarak güvenilmemesi: Yetkili makamlar bir kriz anında olaya dair bazı önemli bilgileri gizlemeye davranışında bulunabilmektedir. Bu davranışın, toplumun kaosa sürüklenmemesi gibi yapıcı görünen bir motivasyonu olmakla birlikte olayın aydınlatılması ve kamuoyunun doğru ve sağlıklı bir şekilde bilgilendirilmesinin de önüne geçen bir engeldir. Bu yüzden bir önceki madde de olduğu gibi yetkili makamlara da tek başına güvenilmemeli, olayın diğer aktörlerinden bilgi akışı sağlamanın yolları aranmalıdır.
- Başka bildiklerin neler? Bunu nasıl bilebiliyorsun? gibi sorularla kaynağın doğruluğunun da sorgulanması: Kaynaktan olayın çeşitli açılarını anlamamıza imkân verecek çok yönlü bilgilerin alınması önemlidir. Daha fazla detaya erişilmesi ve edinilen bilgilerin tutarlı olup olmadığının analiz edilmesi doğrulama sürecini daha istikrarlı hale getirecektir.
- Diğer kaynaklarla var olan bilgilerin çapraz kontrolünün sağlanması. Doğrulama gerçekleştirilirken birden çok kaynakla çalışılması gerçeklerin ortaya çıkarılması için önem arz eden bir meseledir. Bu sayede süreç daha sağlıklı şekilde işletilerek birbiriyle örtüşmeyen bilgiler kolayca açığa çıkarılabilmektedir.
- Doğrulama yapacak kişinin kendi yetkinlik ve becerilerini de sorgulaması. Bu konu hayati derecede önemlidir. Öncelikle araştırmacı kendi önyargılarından sıyrılarak eleştirel ve analitik bir perspektifle olaya yaklaşmalıdır. Ardından farklı kaynaklardan alacağı bilgileri değerlendirip analiz edebilmek için gerekli araç ve yöntemlere hâkim olmalıdır.
- Uzmanlar ve ekip üyeleri ile iş birliği yapılması. Süreç içinde iş birliğine ihtiyaç mutlaka olacaktır. Anlaşılamayan ya da anlamlandırılmayan noktalarda uzman kişilere ya da ekip üyelerine başvurulması sürece farklı bir bakış açısını da dahil ederek ilerlemeyi sağlayacaktır.

Bahsi geçen anlatımdan hareketle doğrulama sürecinin bir çeşitliliğe sahip olduğunu ve birbiriyle bağlantılı karmaşık bir olgu olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. İlk kabul edilmesi gereken şey doğrulamanın bir süreç olduğu ve evet/hayır ya da doğrulandı/doğrulanmadı gibi basit cevaplara indirgenebilecek bir yapıda olmadığının bilincinde olunmasıdır. Kaynakların güvenilirliği, doğrulama süreci açısından en önemli öğelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yanı sıra, bir kaynağın tek başına güvenilir olması da yeterli değildir. Kaynaklar çeşitlendirilerek birbirleriyle çapraz bir kontrol mekanizmasının işletilmesi bu sürecin geçerliliğini artıracak hayati bir noktadır. Diğer yünden

doğrulama faaliyetini gerçekleştiren kişi ya da ekibin yeterlilikleri, becerileri, kendi çevresini ve dünyayı anlamlandırma kabiliyeti de teyit faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini mümkün kılan önemli bir ögedir.

Doğrulama ve teyit ihtiyacı doğduğunda ya da acil bir durumla karşılaşıldığında özellikle kurumsal haber kanallarının sorumluluğu ve görevleri bulunmaktadır. Aciliyeti olan bir durum ya da olgu ile karşılaşıldığında temel görev bilgi vermektir. Bu bilgi, belirgin, yerli yerinde ve açık olmalı, kuşku ve endişeye alan bırakmamalıdır. Diğer bir önemli görev ise önemli bilgileri herhangi bir çıkar olmaksızın, önyargılardan arınmış ve adil bir şekilde kamuoyuna sunmaktır. Sayılan bu görevlere, günümüzde sosyal medya kanalları vasıtasıyla yaygınlaşan sorunlu ve yalan yanlış bilgiler karşısında direnç gösterebilmek ve doğru ile söylentiye birbirinden ayıran, gerçekle kurguyu açıkça belirten birincil kaynaklardan alınan bilginin önemini kurumsal bağlamda bilmesi gereken bir perspektif karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda medya kuruluşları bir doğrulama kaynağı olarak işlev gösterebilmelidir (Knight, 2014: 87).

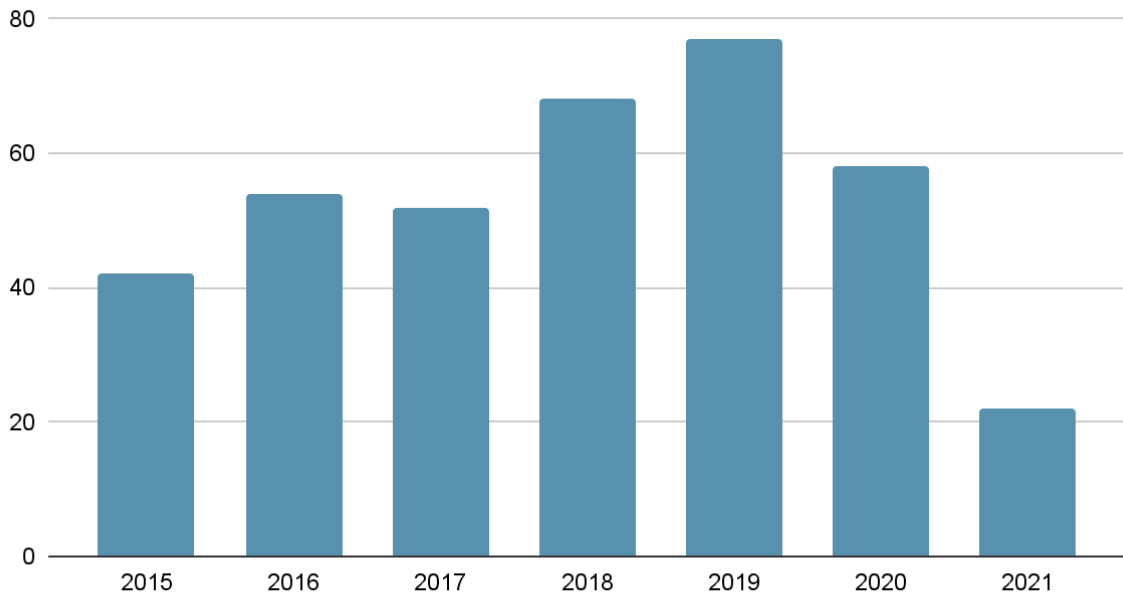
Medya kuruluşlarının yanı sıra günümüzde kurumsal düzlemde doğrulama faaliyet gösteren haber doğrulama platformlarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Şu an bilinen şekliyle haber doğrulama organizasyonlarının ilk örneklerine 1980'lerde rastlanmaktadır (Lowrey, 2017:377). 1994 yılında yayın hayatına başlayan, snopes.com, modern anlamda doğrulama faaliyeti gerçekleştiren en popüler örnekler arasındadır (Snopes, 2022). 2000'li yılların ardından özellikle 2016 yılında gerçekleşen ABD Başkanlık Seçimi ve Brexit Referandumu sürecinde yalan haberlerin daha önce olmadığı ölçüde yaygınlaşmasının ardından haber doğrulama platformlarının sayısında da önemli düzeyde bir artış gerçekleşmiştir.

Günümüzde bu platformların en saygını Poynter Enstitüsü bünyesinde faaliyet gösteren Uluslararası Doğrulama Ağı (International Fact-Checking Network, IFCN)'dır. Dünya çapında sayıları hızla artan teyit organizasyonlarını bir araya getirmeyi ve yanlış bilgilendirmeye karşı gerçeklere dayalı küresel mücadeleyi amaçlayan organizasyona 2015 yılında kurulmuştur (Poynter, 2022). Bünyesinde 102'si aktif imza sahibi teyit organizasyonu olmak üzere çeşitli yeterliliklere sahip 152 teyitçi barındıran oluşumda Türkiye'den de Teyit, Doğruluk Payı ve Verify-Sy yerini almıştır (IFCN, 2022).

IFCN'nin gelişim süreci incelendiğinde; doğrulama platformlarının daha yüksek standartlara sahip olması adına 2015 yılında Poynter Enstitüsü tarafından kurulan topluluk, 2016 yılında kamuya mal olmuş kişi ve kurumların toplumu ilgilendiren geniş çapta iddiaları düzenli olarak yapılan raporlaştırmaların hüviyetini çerçevelemek için bir ilkeler bütünü

ortaya çıkarmıştır. Bu ilkelerin belirlenmesinin ardından 27 ülkeden 35 doğrulama organizasyonu tarafından imzalanmış, Facebook tarafından da “Üçüncü Taraf Doğrulama Kontrol Programı” çerçevesinde benimsenmiştir. 2017 yılında da üyelerin uygunluğunu kontrol edilebilmesi için bağımsız dış değerlendiricilerden oluşan bir danışma kurulu meydana getirilmiştir. 2018 yılına gelindiğinde platformun başvuru ve kabul sürecini kolaylaştıracak çevrimiçi bir başvuru portalı oluşturulmuştur. Bu gelişmelerin neticesinde 2019 yılına gelindiğinde 40 ülkeden 60 doğrulama organizasyonunun platforma üyeliği gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında ise onaylanmış imzacı sayısı 58 ülkeden 82 sayısına ulaşmıştır (IFCN, 2020). 2022 yılına gelindiğinde ise bünyesinde 102’si aktif imza sahibi teyit organizasyonu olmak üzere çeşitli yeterliliklere sahip 152 teyitçi barındıran oluşumda Türkiye’den de Teyit, Doğruluk Payı ve Verify-Sy bulunmaktadır (IFCN, 2022).

Dünya çapında doğrulama platformlarının görünümüne bakıldığında The Duke Reporters’ Lab’a göre 100’den fazla ülkede 391 teyitçi varlık göstermektedir. 2021 yılında 391 haber doğrulama organizasyonunun 378 tanesi faaliyetlerine devam etmektedir. Sayı bakımından en büyük yükseliş 2019 yılında gerçekleşmesine rağmen bu yıldan sonra büyüme düşüş eğilimi göstermektedir. (Stencel vd., 2022).



Şekil 2.1 Doğrulama Platformlarının Yıllara Göre Değişimi

Kaynak: Stencel vd., 2022

Poynter Enstitüsü’nün 2021 yılında yayınlanan “State of The Fact-Checkers” adlı raporunda (IFCN, 2021), 86 doğrulama platformunu dahil edilerek; ilgili platformların organizasyonel yapısı, dağıtım kanalları, çalışan durumları ve gelir kaynaklarının sorgulandığı çalışmada 2021 yılını kapsayan verilere göre; faaliyetlerini sürdüren platformların %50’si kâr

amacı gütmeklerini belirtmiştir. Geriye kalanların %5,8'i akademik amaçlarla yayın hayatına başladıklarını vurgularken %44,2'si ise kâr amacı güden medya organizasyonlarından oluşmaktadır. 2021 yılında tüm çıktılarını çevrimiçi ortamda paylaştıkları belirtilirken, çıktıların %24,4'ünün televizyon; %19,7'inin ise yazılı basında yer aldığı tespit edilmiştir. Platformların %71,8'i dört kişiye kadar istihdam oluşturduğu vurgulanırken %28,2'si beş ve daha fazla çalışanla faaliyetlerini sürdürmektedir. Platformların 2019 yılına ait bütçeleri incelendiğinde platformların %25,9'unun 20 bin dolardan az, %14'ünün 20-50 bin dolar arasında, %10,5'inin 50-100 bin dolar, %37'sinin 100-500 bin dolar, %18,6'sının ise 100 bin doların üzerinde gelire sahip olduğunun altı çizilmektedir. 2019 yılına ait bu gelirlerinin %43,6'sının Facebook Üçüncü Taraf Doğrulama Kontrol Programı'ndan elde edildiği, %41,6'sının ise hibe, bağış ve üyelik yoluyla edinildiğinin altı çizilmektedir. Bu veriler ışığında doğrulama platformları günümüz bilgi ekosistemi için önemli bir araç konumundadır. Her yönden gelen bilgi ve haberlerin doğrulanması ve gerçekliğin ortaya çıkarılması adına doğrulama platformlarına büyük bir görev ve sorumluluk düşmektedir. Bu sorumluluğun yerine getirilmesi için belli bir etik kod ve prensiplerle faaliyetleri sürdüren platformların sayısı her geçen gün artmaktadır.

Diğer yönden bireylerin de bu ortamda üzerine düşen sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluğun temelini oluşturan hayati konu bireylerin doğru bilinç düzeyine sahip olmasını sağlayacak psikolojik özelliklerdir. Shane (2020) Yanlış Bilgi Psikolojisinin son yayınında bu konuya dikkat çekmiş, yanlış bilginin nasıl önleneceği konusunda önlemler kümesi niteliğinde birtakım özelliklerden bahsetmiştir. Bunlar:

- Şüphencilik: Gerçeği doğru şekilde anlama ve manipülasyon riskine karşı farkındalık arzusudur. Bu kavram, yanlış ve sorunlu bilgilere karşı daha yüksek bir bilişsel düzeye işaret etmektedir. Ayrıca yanlış bilgiye olan direnci arttırması yönüyle de önemli bir noktada yer almaktadır.
- Duygusal şüphencilik: Olası bir manipülasyon ile karşılaşıldığında duygusal bilincin varlığı bireyin yanlış bilgi karşısında savunmasızlığını ortadan kaldırmaya yardımcı olabilmektedir. Örneğin; şok edici ama aynı zamanda şüpheli bir metinle etkileşime girmeden önce sakinleşmek önemli bir yöntem olarak sorunlu bilgiler karşısında kişiyi korumaktadır.
- Tetikte olmak: Yanlış bilgini olası olumsuz etkilerine karşı yüksek farkındalık düzeyine sahip olunması gerekliliğidir. Yanlış bilgilere karşı tetikte olmak, bu bilgilerin etkilerini azaltmada olabildiğince faydalıdır.
- Analitik düşünme: Kafa yorma, çaba gösterme ve üzerinde düşünme olarak da anılan bu kabiliyet, sezgisel ve hızlı yargılardan çok, özenli ve titiz bir değerlendirmeyi içeren bilişsel bir süreçtir.

- **Direnç:** Bu özelliğe sahip olmak yanlış bilgiye olan inancı azaltmaktadır. Örneğin bireyler bir gönderiyi paylaşmadan önce bunun neden doğru olduğunu düşündükleri zaman bu bilgilerin yayılma oranı düşmektedir. Bu bağlamda kişinin kendisinde oluşturacağı bilişsel ya da fiziksel herhangi bir engel yanlış bilginin yayılmasını önlemede yardımcı olacaktır.
- **Aşılama:** Önceden çürütme olarak da anılan bu kavram, önleyici dayanıklılık sağlayan yöntemleri ifade etmektedir. Bireyler tıpkı tıbbi aşılamada olduğu gibi yanlış bilgi örneklerine farkında olarak maruz bırakıldığında ileride karşısına çıkacak herhangi bir sorunlu bilgiye karşı daha duyarlı ve dirençli hale gelmektedir.
- **Dürtmeler:** İlk olarak 2008 yılında "Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness" adlı eserde ortaya çıkan bu kavram, fark ettirmeden sunulan küçük ipuçlarını temsil etmektedir. Bu sayede analitik düşünme teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Bu özellik bir bilginin doğru olduğunu ya da olmadığını belirlemede önemli bir yeti kazandırmaktadır.

Yanlış bilgilerin yayılımının önlenmesinde bireylerin bilişsel düzey ve yetilerinin yeterliliği bir direnç oluşturmaktadır. Bireyler yukarıda bahsi geçen özelliklerin bir kısmını bile içselleştirdiklerinde yanlış bilgiye olan dirençleri artabilmekte; bu bağlamda uygulanacak çeşitli yöntemlerle de yanlış bilgiye dair farkındalıkları yükslebilmektedir. Karşılaşılabilecek olası bir yanlış bilgiye karşı tetikte olmak bu bilgilerin yayılımını ve etkisini düşürmektedir. Ayrıca herhangi bir bilgiye karşı şüpheyle yaklaşıldığında, o bilgiyi direkt olarak kabul etme eğilimi düşüş göstermektedir. Analitik düşünme sayesinde ise olayın farklı boyutları göz önüne getirilerek parçalar birleştirilecek; tek yönlü, basmakalıp kabullerin önüne geçilebilecektir. Bu sayede bireylerin yanlış bilgiye olan dirençleri artarak bu bilgilerin yayılımının önlenmesi sağlanabilecektir.

2.3.2. Doğrulama Araçları

Günümüzde yanlış bilginin ve yalan haberlerin yayılımının önlenmesi ve haber doğrulama davranışlarının nüfuz alanının genişlemesini sağlayacak en önemli araçlardan biri de teknolojidir. Bahsi geçen bireysel ve kurumsal çabaların yanı sıra teknolojik araç ve uygulamaların yükselişi ve bu sayede ortaya çıkan çeşitlilik, doğrulama davranışlarının gelişmesine ve bir bilginin farklı şekillerde doğruluğunun/yanlışlığının ortaya çıkarılabilmesine hizmet etmektedir. Artık bir bilgi düzeltilirken; kaynağın kimliğinin doğrulanması, olayın gerçekleştiği konunun saptanması, elde edilen görüntülerin test edilebilmesi ya da eldeki bilgilerin birbiri ile karşılaştırılabilmesine imkân tanıyan uygulamalar sayesinde çeşitli yönlerden irdelenebilmektedir.

Son yıllarda sıradan bir kullanıcının bile içerik doğrulama noktasında uzmanlaşabilmesine imkân tanıyan çok sayıda araç ve uygulamaların varlığı çeşitlik kazanmıştır. Bireyler doğrulama ihtiyacı doğmadan önce gerekli yeterlilikleri; eğitim, koordinasyon ya da hazırlık süreçlerine adapte olarak edinmeleri ve doğrulama konusunda ihtiyaç duyacakları araçlara ulaşabilmeleri (Silverman ve Tsubaki, 2014a: 9) durumunda düzeltme faaliyetlerini gerçekleştirebilmelerinin önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Yanı sıra kurumsal medya organizasyonları, geleneksel gazetecilik tekniklerini de işin içine dahil ederek, teknolojik gelişme ve doğrulamada kullanılan araçların çeşitliliği sayesinde doğrulama faaliyetlerini; daha verimli, hızlı ve birçok tekniği bir arada kullanarak gerçekleştirebilmektedir. Aynı zamanda bir bilginin doğru olup olmadığına dönük birden çok kanıt gösterebilmelerine ve uygulamalarının güvenilirliğini artırmalarına katkı sunmaktadır. Bu noktada Wardle (2014: 26) geleneksel gazetecilik teknikleri ve online uygulamaların doğrulamanın gerçekleştirilmesinde kilit bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Hiçbir teknolojinin kesin doğruluğu saptayamayacağının altını çizen yazar, bu ikili kombinasyonun doğru cevaba giden yolda en makul anlamlandırmayı yapabileceğini belirtmektedir.

Doğrulama araçları; kimliğin doğrulanması, konumların tespit edilmesi, görsellerin doğrulanması, karşılıklı doğrulama, kullanıcı türevli içeriğin analiz edilmesi gibi (Zadrozny, 2020: 23) birçok teknik ve kabiliyeti sunmaktadır. Araştırmacılar bu sayede, kaynaklarının gerçek bir kişi olup olmadığını, olayın gerçekleştiği yeri ya da görsellerin sahteliğini kontrol edebilmekte bu da onların işlerini daha doğru ve güvenilir şekilde yapmalarını sağlamıştır. Bu bağlamda kullanılan birçok uygulama ve araçtan söz etmek mümkündür.

Tablo 2.6 Kimliğin doğrulanmasına kullanılan araçlar

Araç	Özelliği/Niteliği
Facebook Graph Search	Kullanıcıları isim, cinsiyet, yaşadıkları şehir, doğdukları şehir, beğendiği sayfalar, okudukları okul, çalıştıkları işyeri ve bunun gibi daha pek çok özelliklerle aramaya yarayan
GeoSocial Footprint	Bir kişinin konum servisi içeren tweetleri, sosyal platformlarda yaptığı check-inleri ve internette kullandığı dil seçenekleri üzerinden konumunu saptayan web site.
Hoverme	Bir Facebook kullanıcısının diğer sosyal medya platformlarındaki hesaplarını bulan bir Chrome eklentisi.
Identify	Herhangi bir sayfada bulduğunuz bir sosyal medya bağlantısı üzerinden kişinin diğer sosyal medyalarına ulaşmanızı sağlayan bir Firefox eklentisi.
Linkedin	Linkedin'deki iş geçmişi ve bağlantılarına bakaran bir kişinin kimliği ve hikâyesi hakkında fikir edinmek mümkündür
Muck Rack	Muck Rack editörleri tarafından Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+’ da bağlantısı bulunan yüzlerce gazetecinin iletişim bilgilerinin toplandığı platform.
Numberway	Uluslararası telefon rehberi.
Person Finder	Bir felaketten etkilenen yakınlarını bulmak veya bulunan bir kişinin kaydını girmek isteyen kişilerce bilgilerinin sağlandığı dünyanın en büyük açık kaynaklı veri tabanlarından biri. Ne zaman bir felaket durumu söz konusu olsa Google Kriz Takımı bu aracı kuruyor.
Pipl.com	Bir kişinin internette bıraktığı ayak izlerini takip ederek farklı sosyal medya hesaplarındaki kimliğini, kamuya açık kayıtlarını ve iletişim bilgilerini buluyor.
Rapportive	Gmail eklentisi olarak çalışıyor ve mailleştığınız bir kişinin sosyal medya hesaplarını, konumunu, iş durumunu, iletişim bilgilerini sağlıyor.
Spokeo	Bir kişiyi isim, mail, telefon veya kullanıcı adıyla aratabiliyorsunuz. Sonuçlar kişinin yaş, cinsiyet, iletişim bilgileri, yaşadığı yer, eğitimi, evlilik durumu, aile geçmişi, ekonomik durumu ve fotoğraflarına kadar uzanabiliyor.
WebMii	Web linklerini bir kişinin adıyla aratabiliyor veya tanımlayamadığınız kişileri anahtar kelimelerle doğrulayabiliyorsunuz. Sahte profilleri ortaya çıkarabilen bir web görünürlük skoru sağlıyor.
WHOIS	Bir web sitesi domainini satın alan kişinin adı, konumu ve iletişim bilgilerini tespit ediyor.

Kaynak: Silverman, 2014: 110

Teknolojinin bugünkü yapısına bürünmesi, birçok alana yaptığı katkı gibi içeriğin doğrulanmasına faaliyetlerini de çeşitlendirmiştir. Artık haberler farklı yönlerden ele alınarak doğrulanabilmektedir. Haberin kaynağı ya da aktörü araştırılırken Facebook Graph Search uygulaması sayesinde aranan kişinin ismi, yaşadığı yer, cinsiyeti, doğduğu şehir işyeri ya da beğendiği sayfalar hakkında detaylı bilgiye ulaşılabilenkte kişi hakkında daha oldukça çeşitli bilgilere ulaşılabilenkte. Eğer elimizde olaya ait herhangi bir telefon numarası varsa AllAreaCodes uygulaması sayesinde bu numara ile bağlantılı isim ve adres bilgilerine kolaylıkla ulaşılabilenkte. GeoSocial Footprint uygulaması ise belirli bir kişinin sosyal mecralarda yaptığı konum bildirimlerini ya da örneğin konum bilgisi içeren tweet’lerini bulabilmektedir. LinkedIn uygulaması aracılığı ile de bireyin iş geçmişi temelinde kimliğine

ve sosyal geçmişine dair detayların bulunabilmesi mümkündür. WebMii uygulaması ise sahte profilleri ortaya çıkarabilmesinde etkili bir araç olarak hizmet vermektedir. WHOIS ise bir domainin sahibinin adı, iletişim bilgileri ve konum bilgisine kolaylıkla erişilmesine imkân vermektedir.

Tablo 2.7 Konumun doğrulanmasında kullanılan araçlar

Araç	Özelliği/Niteliği
Flickr	Konum bilgisi sağlanmış fotoğrafları aratın
free-ocr.com	Görsel üzerine işlenmiş yazıları Google Translate ile çevirmenizi sağlamak veya başka haritalama kaynaklarında aramanız için çıkarıyor.
Google Maps	Online haritalama uygulaması. Dünyanın her yerinden yüksek çözünürlüklü uydu görüntüleri sağlıyor. Hava durumundan, yer yüzü özelliklerine kadar birçok konuda bilgi sağlayabilir.
Google Translate	Farklı dillerde yazılmış ipuçlarını ortaya çıkarmak için kullanılabilir.
Météo-France	Fransa meteoroloji ajansı Avrupa odaklı radar ve uydu görüntüleri sağlıyor. Ayrıca iklim durumunu haritalıyor.
NASA Earth Observatory	Uydu görüntülerini halka açık paylaşmak için kuruldu. Küresel görseller, ücretsiz haritalar, fotoğraflar ve veri setleri için kullanışlı.
Panoramio	Google Maps aracılığıyla belli konumlara eklenmiş milyonlarca fotoğrafın yüklendiği paylaşım sitesi.
Picasa	Konum bazlı fotoğrafları aratabilirsiniz.
United States ZIP Codes	Amerika Birleşik Devletleri'nde posta koduyla görsel arayabilirsiniz.
Wikimapia	Google Maps'in kitle kaynaklı versiyonu.
Wolfram Alpha	Bilişsel cevaplama motoru. Bir insana sorar gibi soru sorduğunuzda size sorunuzla alakalı cevapları listeliyor.

Kaynak: Silverman, 2014: 111

Google Haritalar, Wikimapia ya da Bing Haritalar gibi uygulamalar sayesinde konum bilgilerine rahatlıkla ulaşılabilmektedir. Kullanıcı türevli görüntülerin bu servislerde yoğunlukla yer alması ve miktarının her geçen gün artması da incelenen herhangi bir konumun değişik açılardan görüntüleri sayesinde faydalı yönlendirmelere yapmaktadır. Ban.jo ve GeoFeedia gibi servisler de görüntünün yüklendiği yerin tespit edilmesinde faydalı veriler sunmaktadır. Konum merkezli çalışan Wofram Alpha uygulaması ile de belirli bir tarih için belirli bir konumda hava durum raporları hakkında bilgi elde edilebilmektedir. Görüntüde farklı bir dilde ifade ya da temsiller olması durumunda ise Google Çeviri kullanılarak konuma dair detaylara erişilmesi mümkün olabilmektedir (Barot, 2014: 39-40). Bunun yanı sıra free-

ocr.com görsel üzerinde bulunan yazıların Google Çeviri aracılığı ile çevrilmesine yarayan ve başka haritalama uygulamalarında aramanız için bu verilerin işlenmesine imkân sunan yararlı özelliklere sahiptir. Ücretsiz haritalar, küresel görseller, veri setleri ve fotoğraflara erişebilmek gibi hizmetleri sunan NASA Earth Observatory uygulaması sayesinde uydu görüntülerine de rahatlıkla ulaşılabilir. Konunun doğrulanmasının birtakım güçlükler içerdiğini belirten Wardle (2014:30), Google Maps, Wikimapia ya da Google Earth gibi uygulamalar kullanılarak hayret verici düzeyde saptamalara ulaşılabilirliğinin altını çizmektedir.

Tablo 2.8 Görsellerin doğrulanmasında kullanılan araçlar

Findexif.com	Görselin EXIF bilgilerini çıkarıyor.
Foto Forensics	EXIF buluyor. Aynı zamanda ELA şeklinde kısaltılan görselin hata seviyesini sunuyor. Montajlanmış bir görseli anlamak için iyi bir yöntem sağlıyor.
Google Search by Image	Görsel yükleyerek o görselin daha önce internette herhangi başka bir yerde kullanılıp kullanılmadığını, farklı boyutlarını bulabilirsiniz.
Jeffrey's Exif Viewer	Dijital bir fotoğrafın konum, tarih, hangi cihazla çekildiği gibi bilgilere erişebileceğiniz bir diğer EXIF bulma motoru.
JPEGSnoop	Yalnızca Windows'ta çalışan bir görselin nerede montajlandığını gösteren bir program. İsmine rağmen AVI, DNG, PDF, THM veya gömülü JPEG dosyalarını da çalıştırabiliyor. Kamera tipi, lens ayarı, tarih gibi metadata bilgilerine de erişebiliyor.
TinEye	Bir diğer tersine görsel arama motoru.

Kaynak: Silverman, 2014: 111

Sosyal medyadaki anlatım çoğunlukla görsel unsurlar üzerinden şekillenmektedir. Bu platformlarda içerikleri oluşturmak ise her zamankinden kolaydır ve güçlü duygusal reaksiyonları motive edebilmektedir. Görsellerin dezenformasyon ve mezenformasyon için elverişli bir ortama dönüşmüştür. Bu bağlamda bireylerin/doğrulama profesyonellerinin/gazetecilerin temel doğrulama bilgisine sahip olması gerekmektedir (Guy vd., 2020: 94). Yanı sıra, görüntünün bir dedektif titizliği ile incelenmesi ve diğer kaynaklar ile görüntünün karşılaştırılması da doğru bir saptamaya götüren yöntemdir. Görüntünün kaydedildiği yerin ve zamanın doğrulanması, araç plakaları, kent simgeleri, hava durumu, yön ve işaretler ya da giyim tarzı gibi detaylar görüntünün doğrulanması adına önemli ipuçlarıdır (Barot, 2014: 38-39). Bazen tek bir görsel tüm hikâyeyi anlatan unsurlara sahip olabilmektedir ya da başka bir deyişle bazı zamanlarda bir görselin ikna ve kanıt gücüne

başka hiçbir araç ve yöntem erişememektedir (Zadrozny, 2020: 24-26). Bu yüzden görsellerin araştırılması hayati derecede önemlidir. Uluslararası medya kuruluşları bünyelerinde bir ekip oluşturarak kullanıcıdan gelen fotoğraf ya da videoları analiz etmeye çalışmaktadır. Örneğin BBC 2005'te Kullanıcı Üretimi İçerik Merkezi'nde bunun için bir ekip kurmuştur. Bu ekibin kurulmasından bir hafta sonra gerçekleşen 7 Temmuz bombardımanında kullanıcılardan gelen görüntüler yaşanan kargaşanın boyutlarını gözler önüne sererek hikâyenin aydınlatılmasında kilit rol oynamıştır (Barot, 2014: 35-36). BBC ekibi kullanıcı türevli içeriklerin araştırılmasında bir yol haritası da sunmaktadır. Bu yol haritasına göre;

- Görüntünün sahibi ile iletişime geçilmesi: Sosyal medya hesapları üzerinden kaynakla iletişime geçmek ilk adım olarak görünse de paylaşanın kimliğini olabildiğince doğru bir şekilde tespit etmek gerekmektedir. Bu sayede kaynağın güvenilirliği ve özgünlüğü ortaya çıkarılmış olmaktadır. İletişime geçildiğinde öğrenilmesi gereken ilk nokta görüntünün asıl sahibinin kim olduğunun öğrenilmesidir. Görüntünün kaynağa ait olup olmadığının tespiti bile doğrulama süreci açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Genellikle internetten bulunan yüksek çözünürlüğü fotoğraflar kaynağa ulaşmada etkili bir yöntemdir.
- Görüntünün tarihi, kaydedildiği yer ve yaklaşık zamanın tespit edilmesi: Bu tespitin yapılabilmesi için kaynakla iletişime geçilmesi halinde; *“Onlar kim? Neredeler? Ne zaman oraya gittiler?, Ne görebiliyorlar ve fotoğrafları ne gösteriyor?, Neden oradalar?”* gibi sorulara yanıt alınabilmesi önemli bir faktördür. Ayrıca görüntünün tehlikeli bir konumdan geldiği durumlarda haber kaynağının güvenliği açısından fotoğraf ya da videonun yayınlanması halinde kişi ya da kişilerin hedef konumuna gelme ihtimali de göz ardı edilmemelidir. Diğer bir kullanışlı yöntem ise kaynağınızda aynı zaman diliminde üretilmiş daha fazla görüntü elde etmektir. Birden çok görüntü olayın nasıl vuku bulduğu anlamında daha çok detay öğrenilmesine yardımcı olmaktadır.
- Görüntü ile bağlantılı olduğu belirtilen olay ya da olguyu gösterdiğinin doğru bir şekilde saptanması: Görüntü gerçek ama bağlamından koparılarak ya da yanlış etiketlenerek paylaşılmış olabilmektedir. Gerçek bir fotoğrafın ya da videonun yanlış bağlamda kullanılması sık rastlanan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Belirli bir yer ve zamandaki hava durumu raporları, görüntünün çekildiği iddia edilen yer ve zamanla kıyaslanmalıdır. Buradaki mukayese görüntünün olayla eş zamanlı üretilip üretilmediğini göstermesi açısından önemlidir.

- Elde edilen görüntüyü kullanabilmek için izin alınması: Elde edilen görüntüyü kullanmadan önce telif yönünden bir sorunla karşılaşmamak için görüntüyü üreten izin almak önemli bir konudur. Bu noktada; kullanılmak istenilen görüntüler konusunda açık olmak, bu görüntülerin nasıl kullanılacağını açıklamak, telif sahibinden kendisinin nasıl bahsedilmesi istediğini öğrenmek (anonim kalmak da isteyebilir) dikkat edilecek hususların başında gelmektedir (Barot, 2014: 36-41).

First Draft Görsel Doğrulama Kılavuzu (2017), bazı temel ilkeler çerçevesinde aşağıdaki sorular temel alınarak doğrulanın etkin ve verimli şekilde gerçekleştirilebileceğinin altını çizmektedir.

- ORJİNAL versiyonuna mı bakıyorsunuz? Fotoğrafın ilk kaynaktan elde edilmesi ve fotoğrafa dair detayların alınması bu bağlamda önemlidir. Ayrıca tersine görsel arama araçları kullanılarak fotoğrafın orijinali olup olmadığının saptanmasında yol gösterici olabilmektedir.
- Fotoğrafi KİMİN çektiğini biliyor musunuz? Görüntünün anonim bir e-posta ya da sohbet numarası aracılığı ile gelmesi doğrulama açısından sakıncalı bir duruma işaret etmektedir. Yanı sıra, sosyal bir ağa yükleyen kişinin başka bir yerde bulunamaması da durumu zorlaştıran başka bir etmendir. Görüntünün kime sahip olduğunu sosyal medya araçları sayesinde doğrulamak ve kaynağın cevaplarını EXIF verileri hava durumu raporları ve kendi online ayak izleriyle ilişkilendirmek süreci doğru şekilde sonuçlandırmada yardımcı olacak bulgular elde edilmesini kolaylaştıracaktır.
- Fotoğrafın NEREDE çekildiğini biliyor musunuz? Görselde kullanılacak konum verisinin olmadığı, araştırılacak ipuçları içermediği, çapraz referansla görüntülerin uydu fotoğrafları ya da sokak görüntüsü ile doğrulanmadığı durumlarda daha dikkatli ve titiz davranmak gerekmektedir. Tabela, mimari unsurlar, giyim tarzına dair detaylar, haritalama araçları kullanılarak çapraz kontrolün sağlanabilmesi gibi yardımcı ipuçlarının elde edilebilmesi ise görüntünün doğrulanmasını kolaylaştıracaktır.
- Fotoğrafın NE ZAMAN çekildiğini biliyor musunuz? Fotoğraf anonim olarak gönderilmiş ve EXIF verilerine sahip olmadığı durumlarda ve ilk ne zaman paylaşıldığını doğrulayacak sosyal ağ verileri elde edilemiyorsa fotoğrafın çekildiği zamanı doğrulamak zorlaşmaktadır. Fotoğrafta görünen hava koşullarının ve herhangi bir gölgenin, kaynak tarafından verilen saat, tarih ve konumla ilişkili olduğunun doğrulanabilmesi ve görüntünün ne zaman üretildiğini doğrulayan EXIF

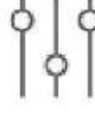
bilgilerine sahip olunması durumunda ise doğrulama açısından güvenilir sonuçların sağlanabileceğini söylemek mümkün görünmektedir.

- Fotoğrafın NEDEN çekildiğini biliyor musunuz? Fotoğrafın ilk sahibinin tespit edilemediği durumlarda motivasyonlarının bilinemeyeceğinden, doğrulama süreci açısından olumsuz bir durumla karşılaşmaktadır. Görüntünün paylaşıldığı hesap çok yakın zamanda oluşturulduysa, yükleyici nadiren paylaşımlar yapıyorsa şüphe edilmesi gereken bir durum söz konusudur. Görüntünün ilk sahibine ulaşılması, bilgi alınması ve sosyal medya üzerinden kullanıcı hakkında detaylara ulaşılması ve anlamlı kıyaslamalar yapılabilmesi ve motivasyonlarının belirlenebilmesi doğrulama süreçleri açısından bir gerekliliktir.

BBC ve First Draft'ın yol haritalarının gösterdiği üzere görüntülerin doğrulanması, karmaşık ve birbiriyle ilişkili bir süreci içermektedir. Bu süreçte en önemli konu görüntüyü paylaşan ilk kişiye ulaşarak doğru bilgilere ulaşmaktır. Bu noktada kaynağın farklı motivasyon ve gerekçelerle manipülasyona başvurup başvurmayacağını da kontrol edilmesi gerektiği unutulmamalıdır. Ayrıca teknoloji araç ve sosyal medya aracılığı ile hem kaynak sorgulanmalı hem de içeriğe dair detaylar başka sağlayıcılarla çapraz olarak kontrol edilmelidir.

Sosyal medyadaki içeriklerin değiştirilmesi ve manipülasyona uğramasının kolaylığı gerçeğin kontrol edilmesinin önemini artırmaktadır. Sosyal medyada yayılım gösteren kullanıcı türevli içerik doğrulanırken; kaynağın yükleyicisi hakkında bilgi edinilmeli ve mümkünse irtibat kurulmalıdır. Bu sayede asıl kaynak sorgulanarak içeriğin güvenilirliği hakkında fikir sahibi olunmalı, diğer kaynaklarla çapraz kontrol yapılarak eldeki bulguların doğruluğu irdelenmelidir. İçeriklerin hatalı, bağlamından koparılmış ve çeşitli yöntemler kullanılarak manipülasyona uğramış olabileceği ihtimali göz önünde bulundurularak süreç yürütülmelidir (Silverman ve Tsubaki, 2014b: 99). Doğrulama faaliyetini yürüten kişi ya da kurum içeriğin köken ve orijinallliğini sorgulamalı, içeriği kimin yüklediğini araştırmalı, içeriğin ne zaman ve nerede üretildiği (Wardle, 2014: 26) ile ilgili de birden çok kaynaktan beslenerek bilgi sahibi olmalıdır. Circa'nın baş editörü Rosa (2014:18) sosyal medyada yer alan bilgilere aşırı şüphecilikle yaklaşılması gerektiğinin altını çizmektedir. Sosyal medya bilerek ya da bilmeyerek yanlış bilgilerin dolaşıma sokulduğu ve kolayca yayıldığı bir ortam bulunmaktadır. Özellikle acil durumlarda bireylerin ilk başvurduğu haber kaynağı olan sosyal medyadaki içerikler üzerine gerçekleştirilecek doğrulama faaliyetleri de hayati bir öneme sahiptir (Wardle, 2014: 25). Bir görüntünün nereden geldiğini ve değiştirilip değiştirilmediğini kontrol etmek için tersine görsel arama araçları kullanılmaktadır

(Kaspersky, 2022a). Bir fotoğraf ve video söz konusu olduğunda görüntünün orijinalliği ilk akla gelmesi gereken olgudur. Bu bağlamda bir görselin tersine arama kullanılarak araştırılması, orijinalinin sorgulanmasında oldukça faydalıdır. Ayrıca bu araçlar görüntünün başka bir siteden alınıp alınmadığı konusunda da bize veri sunmaktadır. Bu konu üzerine çalışan araçlar farklı özellikleri ile ön plana çıkmakta ve araştırmacılara ya da sıradan kullanıcılara daha detaylı bilgiler sunabilmektedir. Bu araçların güçlü ve zayıf yönleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Bannock ve Law, 2014: 43; Lytvynenko, 2020: 87; Wardle, 2014: 29).

							
	Tanımlanan unsurlar	Yüzler	Yapılar	Yerler	Dijital logolar	Değiştirilmiş boyutlar	Ters-yüz edilmiş ya da değiştirilmiş
Google	1	Nötr	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	İyi	Nötr
Yandex	2+	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	İyi	İyi	İyi
Bing	3+	İyi	İyi	İyi	İyi	Nötr	Çok iyi
TinEye	1	Nötr	Nötr	Nötr	Çok iyi	Çok iyi	İyi

Şekil 2.2 Görsel araçların güçlü ve zayıf yönleri

Kaynak: Lytvynenko, 2020: 87

Videoların doğrulanmasında ise farkında olunması gereken ilk nokta, elde edilen videoların orijinal olma olasılığının düşüklüğüdür. Videolar kırılmış, başka bir bağlam üzerinde tekrar paylaşılmış ya da birleştirilmiş olabilmektedir. Bu nedenle manipülasyona uğramış bir videoda orijinal halinden elde edilebilecek izler kaybolmaktadır (Browne, 2014: 47). Kullanıcı türevli bir video ile çalışılırken aynı olayı anlatan başka kaynaklara ulaşmak gerekmektedir. Youtube, Storyful gibi platformlar aracılığı ile aynı olaya ait farklı çekim açılarının bulunması, olaydaki -varsa- diğer aktörlerin tespit edilmesi doğrulamanın gerçekleştirilmesine yarayan adımlardır. Bu sayede uzak bir noktadaki ciddi ihtilaflar doğurması muhtemel olayların bile çözülmesi mümkündür (Koettl, 2014: 69-70). Videoların incelenmesi karmaşık teknikleri bünyesinde barındıran, titizlik ve hassasiyetle yürütülmesi gereken bir süreçtir. Bu bağlamda Silverman ve Tsubaki (2014b: 102-103) bazı temel davranış biçimleri ve teknikleri vurgulamaktadır:

- Videoda konuşulan dil incelenerek lehçe ve aksanın videoda belirtilen konum ile örtüşüp örtüşmediği kontrol edilmelidir. Google Translate gibi servislerin bazı

diller için doğru sonuçlar vermediği hatırlanarak o dili konuşanlardan yardım alınmalıdır.

- Videoda tarihin belirtilip belirtilmediği, açıklamaların tutarlılık düzeyine dikkat edilmelidir.
- Videoda kullanılan bir logo ya da işaret mevcut ise bu işaretlerin video boyunca eşleşilebilirliğine ve içeriğin yüklendiği Vimeo ya da Youtube hesabının profil resmi ile aynı olup olmadığı kontrol edilmelidir.
- Videonun yükleyen kişi tarafından üretilip üretilmediği kontrol edilmelidir.
- Videodaki dil argo tabirlerle ile mi yoksa anlatının öyküsüne uygun bir metotlar mı oluşturulmuştur?
- Videonun paylaşıldığı hesaba ait diğer içeriklerin birbiri ile bağlantılılığı ve video kalitelerinin istikrarı gözden geçirilmelidir.

Bahsi geçen ilkelerden yola çıkılarak videonun kaydedildiği bağlamın akla yatkınlığı, yerine oturmayan noktaların olup olmadığı, gazetecilik iç güdülerini kullanarak kaynaktan alınan detayların uyumlu olup olmadığının kontrolü gibi faktörler de hesaba katılarak doğrulama süreci gerçekleştirilmelidir (Browne, 2014: 54). Bu bağlamda video doğrulama sürecinin karmaşık unsurlar içerdiği söylenebilir. Analizi gerçekleştirecek kişinin yeterlilik ve edinimlerinin, en az bahsedilen yöntem ve ilkeler kadar önemli olduğu da unutulmamalıdır. Verimli ve doğru sonuçlara götürecek bir analiz bu ikisinin birleşmesi neticesinde ortaya çıkabilecektir.

Video doğrulama konusunda değinilmesi gereken bir nokta da deepfake yöntemidir. “Sahte görüntü elde etmek için kullanılan sistem ya da yöntemleri” (Tureng, 2022) ifade eden bu kavram, “Bir kişinin yüzünün veya vücudunun başka biriymiş gibi görünmesi için dijital olarak değiştirildiği, genellikle kötü niyetli olarak veya yanlış bilgi yaymak için kullanıldığı bir video” (Oxford Languages, 2022) olarak tanımlanmaktadır. Deepfake videolar yoğun olarak cinsel görüntüleri oluşturmak için (Gregory, 2020: 107) kullanılmasına karşın siyasi ve mizah amaçları motivasyonlar nedeniyle de yaygınlık kazanmaktadır. Gregory çalışmasında deepfake’in tespit edilmesine dönük araçların geliştirilmesine karşın bu teknolojinin de sürekli iyileştirildiğini, ilk başlarda yapay zeka kullanılarak oluşturulan bu tarz içeriklerin kolaylıkla tespit edilebildiğini ama zaman geçtikçe doğrulama işleminin giderek zorlaştığını vurgulamaktadır. Mükemmel bir deepfake tespit sisteminin asla mevcut olamayacağına değinen yazar, yapılması gereken şeyin hızlı değişen bu teknolojilerinin doğasının anlaşılmasını ve doğrulamada kullanılan araç ve tekniklerin de öğrenilip uygulanması gerekliliğinin altını çizmektedir (2020: 105).

2.3.3. Doğrulama Yöntemleri

Geleneksel medya ve sosyal medya araçlarından gelen bilgilere dönük doğrulama ihtiyacı önceki bölümdeki anlatıdan da anlaşılacağı üzere temel bir gereksinimdir. İçeriğin belirli motivasyonlarla üretilebileceği gerçeği, art niyetli olarak bağlamından koparılması, manipülasyona uğratılması gibi nedenlerden ötürü karşılan her bilgi teyite muhtaç görünmektedir. Bu durum gerçek olan bilgilere olan güveni ve itibarı da azalttığı için günümüz iletişim ortamı açısından bir tehdit oluşturmaktadır. Diğer yönden yoğun bir şekilde maruz kalınan yanlış/hatalı bilgiler ve yalan haberler bilgi ekosistemi açısından daha büyük bir risk oluşturmaktadır. Bu bağlamda bireylerin ve haber kuruluşlarının doğrulama yöntemlerini bilmeleri ve ihtiyaç duyduklarında bu yöntemlere başvurmaları hayati önemdedir.

Bu yöntemler çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilik hem elde edilen olası yanlış bilginin birçok yönden değerlendirmeyi gerektirmesinden hem de teknolojik imkânlar neticesinde birçok aracın doğrulama faaliyetleri için kullanışlı hale gelmesinden kaynaklanmaktadır. Kaynağı ve yazarı kontrol etmek, hikâyenin başka kaynaklardan çapraz kontrolü, içeriğin yayınlandığı web sitesini incelemek, olayın geçtiği zamanın ve mekânın doğruluğunun saptanması, fikir, eğlence ve haberin ayırt edilmesi, bireysel ve kurumsal önyargılardan uzaklaşılması, medyanın önyargı ve motivasyonlarının farkında olunması, doğrulama yetilerinin yükseltilmesi, eleştirel ve analitik düşünme becerilerinin kazanılması, içeriğin mizahi ya da şaka amaçlı üretilebileceğinin farkında olunması, bağlamın ortaya çıkarılması, sansasyonel manşetlere karşı dikkatli olunması, başlık içerik uyumunun incelenmesi, görüntülerin gerçekliğin sorgulanması vs. gibi doğrulama yöntemleri gerçeğin ortaya çıkarılması amacıyla kullanılmaktadır (Arthanayake, 2022; First Draft, 2017; International, Federation of Library Assocations and Institutions, 2017; Kaspersky, 2022a; Louisburg College Robbins Library, 2019; Miller ve Shockman, 2017; Netsafe, 2021; Online Master of Science in Cyber Security, 2022; Robins-Early, 2016; Spot Fake News, 2022; Toronto Public Library, 2022).

Bahsi geçen yöntemlerin bazen sadece bir tanesi doğrulamanın gerçekleşmesi için yeterli olurken bazı durumlarda da çoklu yöntemle doğrulama yapılsa bile bir sonuç elde edilememektedir. Önceki bölümlerde bazılarını kısmen değinilen bu yollar bu bölümde daha ayrıntılı ve bir bütün olarak alınacaktır. Görüldüğü üzere literatürde birçok yöntem önerilmektedir; ancak Uluslararası, Kütüphane Dernekleri Federasyonu (International Federation of Library Assocations, IFLA, 2017)'nun önerdiği yol haritası, hem meseleyi bir bütün olarak ele aldığı hem de doğrulama alanında kabul gördüğü için; temel olarak

alınmıştır. 8 temel başlık üzerinden yalan haberin nasıl doğrulanabileceğinin özetlendiği bu çalışma, doğrulamanın tüm unsurlarına değinmektedir.

IFLA'nın önerdiği yol haritasına göre doğrulamanın temel adımları; kaynağın sorgulanması, başlığının ötesinin okunması, yazarın kontrol edilmesi, destekleyici kaynaklara başvurulması, tarihin kontrol edilmesi, hiciv, önyargıların kontrol edilmesi ve uzmanlara danışılması oluşturmaktadır.

2.3.3.1. Kaynağın Sorgulanması

Kaynağı araştırırken ilk yapılması gereken şey kaynağın güvenilirliğini sorgulamaktır. Bu konuda şüpheli olunmalı, saygınlığı kontrol edilmeli (Spot Fake News, 2022); doğrudan alıntılara yer verip vermediği, ortada olan iddialara dönük bir bağlam içinde kalıp kalmadığı sorgulanmalıdır (Toronto Public Library, 2022).

İçeriğin yer aldığı web sitesinin hakkında bölümü kontrol edilmelidir. Bu bölümde web sitesinin kuruluş amacı ve ne gibi faaliyetler gösterdiği özetlenmektedir. Kuruluşun yetkili bir gazeteci ekibi olup olmadığı, sıradan kullanıcıyı katkı vermeye davet edip etmediği gibi ayrıntılar kaynağın daha detaylı ele alınmasını sağlayabilir (Toronto Public Library, 2022). Basit bir hakkında incelemesinin yanı sıra, bu sitenin herhangi bir ağın ya da girişimin parçası olması, siteyi kimin yönettiği gibi bilgilere de ulaşmak gerekmektedir. Bu bağlamda incelenmesi gereken noktaları Silverman şu maddelerle özetlemiştir:

- “Hakkında sayfasında belirli bir sahipten ya da tüzel bir kişilikten söz ediliyor mu? Ayrıca sitede hakkında sayfası yoksa da bunu bir kenara not edin.
- Anasayfanın en altında ya da sitedeki herhangi başka bir sayfada telif hakkı bildirimi altında bir şirket ya da kişi ismi yer alıyor mu?
- Gizlilik ilkeleri ya da hüküm ve koşullar hakkındaki sayfalarda bir isim, adres ya da tüzel bir kişiliğin kaydı bulunuyor mu?
- Bu isim ya da şirketler sayfanın en altında, hakkında sayfasında ya da sitenin diğer kısımlarında yer alan isim veya şirketlerden farklı mı?
- Eğer internet sitesi çeşitli makaleler yayınlıyorsa, yazar bilgilerine ve bunların tıklanabilen bağlantılar içerip içermediklerine dikkat edin. Eğer tıklanabiliyorlarsa, bu bağlantıların sizi bir biyografiye ulaştırıp ulaştırmadığını ya da yazarın sosyal medya hesaplarının bağlantılarını barındıran ve yazar hakkında daha fazla bilginin bulunduğu sayfalara bağlı olup olmadıklarını kontrol edin.
- İnternet sitesinde sayfayla bağlantılı sosyal medya sayfalarının bağlantılarına yer veriliyor mu? Örneğin bu bağlantılar anasayfanın başı, sonu ya da bitişiğinde küçük ikonlar ya da sayfaya gömülü halde sizi siteyle bağlantılı bir Facebook sayfasını beğenmeye davet edebilir. Eğer site Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarının ikonlarını gösteriyorsa farenizi bu ikonların üzerinde gezdirin ve hangi URL’ye yönlendirildiklerini görmek için tarayıcınızın sol alt

köşesine bakın. Çoğu zaman aceleyle oluşturulan internet sitelerinde, sitenin şablonunda yer alan sosyal medya kimliklerini doldurmaya zahmet edilmiyor. Bu durumda bağlantının facebook.com/ şeklinde, bir kullanıcı adı olmadan yayınlandığını görürsünüz.

- İnternet sitesinde siteyle bağlantılı olduğu düşünülebilecek ve incelemeye değer nitelikteki ürün, müşteri, referans ya da diğer insanlar veya şirketler görülebiliyor mu?
- Anasayfanın ötesinde bir inceleme yaptığınızdan emin olun. Bütün ana menülere tıklayın ve ziyaret etmeye değebilecek başka sayfalar bulmak için sayfanın en altına inin.” (2020:14).

İnternetteki her alan adı, kaydedilme tarihi ve ortaya çıkışı hakkında temel verileri saklayan bir veri tabanının parçasıdır. Bu şekilde alan adını kaydettiren kurum ya da kişiler hakkında da bilgi sahibi olunabilmektedir. Bu bilgi ücretsiz bir şekilde “whois” aramasıyla elde edilebilmektedir. Yanı sıra, alan adının barındırıldığı sunucular, geçmişte ve şu an kimler tarafından kullanıldığı gibi daha detaylı bilgilere de birçok araç tarafından ulaşılabilir (Silverman, 2020: 129). Ayrıca incelen sitenin web adresi de kontrol edilmelidir. URL (Uniform Resource Loader, Tekdüzen Kaynak Bulucu) olarak adlandırılan sitenin adresi bazı durumlarda önemli ipuçları vermektedir. abcnews.com yerine abcnews.com.co adresinden bir haber alıyorsanız edineceğiniz bilgilerin sahte olduğu anlamına gelecektir. Yalan haberler genellikle bazı siteleri taklit eden sahte kaynaklardan gelmektedir. (Arthanayake, 2022; Kaspersky, 2022a; Kiely and Robertson, 2016; Louisburg College Robbins Library, 2019; Toronto Public Library, 2022). Yanlış web adresini girmek, sizi öyle olduğunu düşünmediğiniz bir sayfaya yönlendirecektir. Bu virüsler içeren bir sayfa da olabilmektedir. Bu yüzden resmi kaynak ya da gerçekmiş gibi görünen web sitelerine karşı dikkatli olmak gerekmektedir. Çünkü .gov, .edu gibi birkaç istisnai alan dışında .ca, .com, .co gibi alan adlarını almanın önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır (Toronto Public Library, 2022). Bir sitenin alan adına ve yayınladığı diğer makalelere göz gezdirmek de faydalı adımlardır. Şüpheli görünen sayfaların URL adlarını kontrol etmek sitenin bir aldatmaca içerip içermediğinin anlaşılmasında oldukça faydalıdır (Robins-Early, 2016).

2.3.3.2. Başlığın Ötesinin Okunması

Yalan haberlerin yaygınlık kazanmasının bir nedeni de bireylerin paylaşmaya karar vermeden önce başlık ve açılış paragrafının okuduktan sonra haberin devamının incelemiden o haberi dolaşıma sokmalarıdır. Yalan haber üretenler de çoğunlukla bu eğilimden yararlanmaktadır. Sahte haberin başlığı ve girişi yalın bir şekilde çok fazla şüphe uyandırmayacak şekilde yazmakta devamını ise yanlış bilgilerle doldurmaktadır (Robins-Early, 2016).

Böyle durumlarda ilk olarak sadece başlığa odaklanılmamalı haberin devamı da okunmalıdır. Sansasyonel ya da duygulara hitap eden kışkırtıcı bir başlığın üretilmesinde farklı motivasyonlar bulunabilmektedir. Bu motivasyonlar bazen daha fazla tık almak için tercih edilmektedir. Başlık ya da haberin girişinde “son dakika, flaş flaş flaş, öyle bir şey söyledi ki, gerçekleşen şeye inanamayacaksınız vb.” ifadeler söz konusu ise habere karşı temkinli yaklaşmak ve tüm hikâyeyi anlamak önemlidir.

Bir başlık dikkat çektiğinde şok edici bilgileri iletme kararı vermeden önce biraz daha okuma yapmak gerekmektedir. Meşru kaynaklardan gelen haberlerde bile başlık her zaman hikâyenin tamamını anlatmamaktadır (Kiely and Robertson, 2016). Sahte haberler, duygulara hitap eden bir başlık kullanarak izleyicilerde anında duygusal bir akış oluşturmak için tasarlanmaktadır. Çoğu zaman insanlar, makalenin kendisini bile okumadan, yalnızca başlığa bakarak bir hikâyeyi paylaşmaktadır. Bir manşet haber değeri taşıyan bir şahsa saldırıyorsa ya da tuhaf görünüyorsa haberin ve başlığın doğruluğunu teyit edilmelidir (Online Master of Science in Cyber Security, 2022).

Sadece başlığı ya da haberin girişini temel alarak o olay hakkında fikir sahibi olmak çoğu zaman yetersiz kalmakta, olayın bazı yönleri ihmal edilmekte ve olası yalan haberin dolaşıma girmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum da bilgi ekosistemine zarar vermekte ve kamuoyunun yanlış bilgiler düzleminde oluşmasına neden olmaktadır. Bu yüzden sadece başlığa odaklanılmamalı, başlıkta yer alan bilgilerle içerik kontrol edilerek yanlış anlamaların önüne geçilmelidir.

2.3.3.3. Yazarın Kontrol Edilmesi

Bir haberi kimin hazırladığına bakmak, doğrulama açısından birçok bilgiyi ortaya çıkarabilmektedir. Öncelikle bir haberde bir yazar adının varlığı o haberin güvenilirliğini tespit etmede ilk adımdır. Çünkü iyi araştırılmış bir habere çoğunlukla yazarın ismi eklenmektedir (Toronto Public Library, 2022). Yazarın meşru bir gazeteci olup olmadığı, güvenilir biri olup olmadığı ya da bir aldatmaca geçmişine sahip olup olmadığı (Robins-Early, 2016) yayınlanan haberin de kimliğini ortaya çıkarmada yardımcı olacaktır. Yanı sıra yazarın uzmanlık alanları, saygın bir kuruluştaki çalışıp çalışmadığı, yazdığı diğer makaleleri, bir görüşü mü yoksa gerçek bir olguyu mu haberleştirdiği, iyi bir üne sahip olup olmadığı, genelde hangi konularda içerik ürettiği (Arthanayake, 2022; Kaspersky, 2022a; Toronto Public Library, 2022) gibi konular yazarın niteliği ortaya çıkarmada yardımcı olmaktadır.

Bir örnek vermek gerekirse abcnews.com.co’da yayınlanan bağıllık yemini haberinde yazar olarak Jimmy Rustling ismi yer almaktaydı. Yazar bilgilerine girildiğinde bu kişinin

birçok gazetecilik ödülü yanında Pulitzer ödüllü bir doktor olduğu belirtilmekteydi. Gerçek araştırıldığında bu isimde hiç kimsenin Pulitzer ödülünü kazanmadığı ortaya çıktı (Kiely ve Robertson, 2016). Bu gibi düzmece hikâyeler gerçek olmayan yazarları kullanmada sıklıkla kullanılmaktadır. Bu nedenle yazarı araştırırken farklı kaynaklardan doğrulama yapılması ve konunun çeşitli yönleri ile irdelenmesi gerekmektedir.

Diğer yönden sosyal medyada kullanıcı türevli içeriği doğrularken de haberi ya da enformasyonu yayan kişilerin kimliklerinin doğrulanması gerekmektedir. Bu içerikleri doğrularken nihai amaç orijinal yükleyicileri belirlemek ve onlarla iletişime geçebilmektir (Wardle, 2014: 29). Bunu gerçekleştirmek için ilk olarak Google'ı kullandığı belirten Zadrozny (2020: 24-25) sonrasında sosyal medya hesaplarını incelemenin ötesinde web sitelerindeki yorumlarda, bir forumda girilmiş “entry”lerde aranılan kullanıcıya dair izlerin bulunabileceğinin altını çizmektedir. Araştırılan kişiye ait olası bir e-posta adresine ulaşıldığında çeşitli platformlarda böyle bir kullanıcının olup olmadığını inceleyen “namecheckr” ya da “namechck” gibi araçlar yardımıyla doğru tespitler yapılabilir.

2.3.3.4. Destekleyici Kaynaklara Başvurulması

Bir konu ya da olgu araştırılırken birden çok kaynağa başvurularak sorgulayıcı ve şüpheli bir yol izlenerek hareket edilmelidir. Kaynaklara başvurmadan önce, eldeki veriler değerlendirilerek hikâyedeki boşluklar tespit edilmeli ve kusurlar bulunmalıdır (Buttry, 2014: 16). Yalan haberler çoğu zaman düzmece bir hikâyeye ve sözde güvenilir bir kaynağa atıfta bulunmaktadır; ama kaynaklar derinlemesine incelendiğinde ya da başka kaynaklarla kontrol edildiğinde hikâyenin ve kaynağın gerçekçi olmayan şekil ve durumlarda karşımıza çıktığı görülmektedir. Böyle durumlarda diğer saygın medya kuruluşlarından çapraz kontrol yapılarak gerçek ortaya çıkarılmaya çalışılmalıdır. Güven zedeleyici kimi örneklerle rastlanmakla beraber küresel haber ajansları kapsamlı kaynaklara ve birtakım editoryal yönergelere sahip olduğu için kontrol edilen hikâyenin böylesi bir kaynaktan yer alması habere dönük güveni artıracaktır (Kaspersky, 2022a; Online Master of Science in Cyber Security, 2022).

Önemli bir haber, başka bir kaynaktan bulunamıyorsa hikâyenin genellikle düzmece olduğu izlenimi güç kazanmaktadır (Louisburg College Robbins Library, 2019). Şüpheli bir kaynaktan gelen büyük bir iddiaya temkinli yaklaşılmalıdır. Güvenilir haber kaynakları da bu iddiayı destekleyici bir rapor ya da bilgi vermemişse haber sahteliğine dönük olasılık artmaktadır (Netsafe, 2021; Robins-Early, 2016). Haberin sadece bir kaynaktan verildiği durumlar, habere olan şüpheliğin artması gereken anlardır. Önemli bir haber genellikle

birden çok haber kuruluşu tarafından ele alınır. Böyle durumlarda haberi güvenilir kaynaklardan teyit etmek, çapraz doğrulama yapmak gerçekleştirilmesi gereken ilk adımlardan biridir.

2.3.3.5. Tarihin Kontrol Edilmesi

Bazı yalan haberler tamamen sahte değildir, gerçeklik çarpıtılarak verilmiş olabilir. Bu çarpıtmada gerçek bir haber hikâyesi alınarak başka bir bağlam içerisinde söylenenler ya da kanıt niteliğinde fotoğraf ve videolar kullanılmış olabilmektedir. Örneğin daha önce gerçekleşmiş olaya ait bir fotoğraf, başka bir haberle bağlantılı bir şekilde sanki verilen haberin bir ögesiymiş gibi kullanılabilir. Böyle durumlarda ilk olarak, fotoğraf, video veya olaya dair sunulan başka bir kanıtın güncelliği kontrol edilmelidir (Kiely and Robertson, 2016; Spot Fake News, 2022).

Yalan haberlerdeki diğer bir yaygın kullanım, eski bir olayın az önce olmuş gibi verilmesidir. Yayınlanma zamanının kontrol edilmesi, yanlış yönlendirmenin önüne geçilmesi için yapılması gereken önemli bir kontroldür. Bazı durumlarda hikâyenin güncelliğinin anlaşılması güçlükler içermektedir. Böyle durumlarda da başka bağlantılar da incelenerek haberin daha dikkatli ve titiz bir şekilde doğrulanması gerekmektedir (Arthanayake, 2022); Robins-Early, 2016). Tarihin doğrulanması için daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere tersine görsel arama teknikleri kullanılarak ya da hava durumu raporlarının Wolfram Alpha gibi araçlar kullanılarak doğrulanması tarihin ve olayın geçtiği zamanın belirlenmesi adına yol gösterici olabilmektedir.

2.3.3.6. Hiciv/Parodi

Haberin hiciv ya da mizahi amaçlı üretilip üretilmediğine dikkat edilmelidir. Hiciv ya da mizah amaçlı üretilen içerikler genellikle etiketlenmektedir. Kullanıcılar bu etiketlere dikkat etmediği zaman ya da mizah amaçlı üretilen bir içerik başka bir kaynağa kopyalanıp gerçekmiş gibi sunulduğunda bunu doğrulama ihtiyacı duymayan kullanıcılar tarafından gerçekmiş gibi algılanmakta ve yanlış yönlendirmelere sebebiyet verebilmektedir.

Haberin mizah amaçlı üretilip üretilmediğinin kontrol edilmesi gerekmektedir. Kullanıcılar enteresan öğeler taşıyan bir haberi paylaşmadan önce bunun gerçek bir haber olup olmadığını doğrulamalıdır (Kiely and Robertson, 2016; Online Master of Science in Cyber Security, 2022).

Bu sitelerin en bilinen örneği olan 1996 yılında yayın hayatına başlayan The Onion, 2007 yılında hiciv haberlerini paylaşmaya başlamıştır. Bu sitedeki haberler, hem gerçek hem de kurgusal güncel olayları ele almakta, geleneksel bir haber sitesinin sayfa

düzenini kullanarak, soktaki insan röportajları ile haberini parodileştirerek vermektedir (Wikipedia, 2022). Kendini “*Amerika’nın en iyi haber kaynağı*” olarak niteleyen site, web sayfasında 350.000 gazeteci tarafından desteklendiğini belirterek dünya çapında bir haber akışı gerçekleştirdiğinin altını çizmektedir (The Onion, 2022). Türkiye’de en bilindik hiciv/parodi sitesi olarak da Zaytung öne çıkmaktadır. Web sitesinde “*dürüst, tarafsız ahlaksız haber*” olarak mottosunu belirten site, “*Sitede yer alan tüm yazılı ve görsel materyal, html kodlarına varıncaya kadar yalandır uydurmadır. Kemik yaşı 18’den küçük olanlar siteye bir arkadaşına bakıp hemen çıkmak için dahi giremezler. Son olarak bizi dava edip mahkemelerde süründürmezseniz gerçekten çok seviniriz. Saygılarımızla.*” ifadesiyle yaptıkları işi açıkça ifade etmektedir (Zaytung, 2022).

2.3.3.7. Önyargıların Kontrol Edilmesi

Önyargılar, çok yönlü bir perspektife sahip olduğu için yalan haberin doğrulanması konusunda önemli bir engeldir. Bu noktada; bireyden kaynaklı önyargılar, içerikten kaynaklı önyargılar, medyanın sahipliğinden kaynaklı önyargılar olmak üzere birden çok faktör söz konusudur. İnsanlar dünyayı görme biçimlerini, belirli konular hakkında geçmiş birikimleri önemli ölçüde etkilemektedir. Bireyin bir konu hakkında nasıl hissettiği ve kendisinde nasıl bir duygu uyandığı gerçeği görmesinde engel olabilmektedir. Bu nedenle kendi ile benzer görüşte olmayan birinin düşüncesini ya da kendi görüşünün tersini iddia eden bir haberi kolaylıkla reddedebilmektedir. Bu durum da bireylerin kendi inandıklarıyla çelişen herhangi bir bilginin gerçeğe dayanıp dayanmadığını irdelemesini güçleştirmektedir. Önceki bölümde zikredilen; güdülenmiş muhakeme, teyit yanlılığı, bilişsel uyumsuzluk, bilişsel cimrilik (Shane, 2020) gibi faktörlerden dolayı bireyler doğrulama davranışı sergilemede direnç gösterebilmektedir.

Her bir kişinin önyargıları mevcuttur. Bu önyargılar da bireylerin bir olay ya da olgu karşısındaki tepkisini belirlemektedir. Bu bağlamda farklı kaynaklardan yararlanılması ve çok yönlü bakış açısı doğru sonuçlara ulaşılmasını kolaylaştıracaktır (Kaspersky, 2022a). Önyargıların farkında olunması, bir haberi paylaşmadan önce nasıl hissettirdiğini düşünmek ve analitik bir süreç neticesinde karar vermek doğrulama davranışının sağlıklı bir şekilde sürdürülmesini sağlamada önemli bir etkidir (Netsafe, 2021). Yalan haberleri tespit etmeye çalışırken siyasi, milli, dini ve düşünce yapısına dayanan önyargıların farkında olarak, sadece kendi düşüncesini savunan haberlere odaklanılmamalı, tek taraflı düşünüş biçiminden uzaklaşılmalı ve doğrulama sürecini daha nesnel yargılara dayalı verilerle çeşitlendirmek hayati derecede önemlidir. Miller ve Shockman’a göre (2017), önyargıların farkına varılarak

kime neden güvenildiğinin düşünülmesi, duygusal tepkilerden ziyade mantıklı olana yönelinmesi gerekmektedir.

Diğer yönden bir haber incelenirken içerikte gömülü olabilen önyargıların da hesaba katılması gerekmektedir. İçeriğin belirli bir bakış açısına yönlendirip yönlendirmediği, hikâyenin tüm detaylarının içerikte olup olmadığı gibi noktalara dikkat gösterilmeli (Louisburg College Robbins Library, 2019) ve yanlı görüşlerden kaçınılmalıdır. En itibarlı haber kuruluşları bile belli başlı önyargılara sahiptir. Fox News muhafazakâr, MSNBC ise liberal bir çizgide yayın hayatını sürdürmektedir. Büyük hikâyelerin altına imza atan Pulitzer ödüllü gazetecilerin bile önyargılarının olduğunun farkında olunmalıdır. Diğer bir önemli nokta ise haber kuruluşlarının yanlış bir bilgiyi servis ettiklerinde düzeltme hızlarıdır. Haber kuruluşlarının zaman zaman hatalar yapsalar da güvenilir kaynaklar olduğu göz ardı edilmemelidir (Online Master of Science in Cyber Security, 2022). Bu bağlamda eleştirel düşünmek ve bir konu hakkında farklı bakış açılarını düşünme sürecine dahil etmek gerekmektedir. Haberin çarpıtıldığı ve hikâyenin tümünü anlatmadığı durumlarda şüpheli yaklaşmak ve sorgulamak (Spot Fake News, 2022), doğrulama süreci daha sağlıklı hale getirecektir. Tek taraflı, desteklenmeyen ve asılsız iddialara dayanması, sonuca çabuk götürmesi ve seçilmiş gerçekleri sunması, gerçekleri sunuyormuş gibi yaparak sadece fikirler üzerinden tartışmayı yürütmesi, belli kalıplar içerisinde iknaya dayanması, yazarı tanımlamaması ve uzmanlıktan yoksun olması gibi özellikler (UW-Green Bay Libraries, 2022) bir haberin önyargı barındırmasını kuvvetlendiren öğeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda gerek kişinin kendisinden kaynaklana gerekse medyadan kaynaklanan önyargılara karşı dikkatli olunmalıdır. Bireyler şüpheli bir bilgiyle karşılaştıklarında farklı kaynaklardan hikâyenin tüm yönlerini irdelemeli ve kendi önyargılarını da hesaba katarak doğrulama sürecini gerçekleştirmelidir.

2.3.3.8. Uzmanlara Danışılması

Yalan haberlerin tespitinde yardımcı olacak en önemli şeylerden biri de uzman görüşüne başvurulmasıdır. Bireylerin her konu hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olması mümkün görünmemektedir. Özellikle uzmanlık gerektiren; sağlık, ekonomi, hukuk gibi alanlarda bilirkişilerin görüşlerine yer verilmesi ve onların birikimlerinden faydalanılması yalan haberin doğrulanması bağlamında yol göstermesi açısından önemlidir.

Bu bağlamda olası yalan haberleri üreten ve yayan kişilerin uzmanlığı sorgulanmalıdır. Yazarların genellikle uzman olmadığı çoğu durumda gazeteci bile olmadığı (Louisburg College Robbins Library, 2019) gerçeği hesaba katılmalıdır. Özellikle imza taşımayan haberlere karşı mesafeli yaklaşmak ve ihtiyaç duyulduğu anlarda uzman

görüşlerine ulaşmaya çalışmak sürecin doğrulanması açısından önemlidir. PolitiFact, Fact Check, BBC Reality Check, Snopes (Kaspersky, 2022a), Doğruluk Payı ya da teyit.org gibi doğrulama platformlarına başvurmak da gerçekçi sonuçlara ulaştıracak bir yöntemdir. Bahsi geçen haber eğer viral olmuş durumdaysa çoğunlukla bahsi geçen platformların en az biri tarafından doğrulanmış olabilmektedir.

Bu bölümdeki anlatıdan hareketle, yalan haberin doğrulanması hem kolay hem de zorlu bir süreci kapsamaktadır. Kolay bir süreçtir; çünkü bazı durumlarda doğrulama yöntemlerinin sadece birini kullanarak süreci tamamlamak mümkündür. Örneğin haberde kullanılan bir görsel, tersine kontrol araçları kullanarak doğrulandığında/yanlışlandığında süreç tamamlanmakta ve gerçek ortaya çıkarılabilmektedir. Zor bir süreçtir; çünkü kimi zaman doğrulama araç ve yöntemlerinin birden fazlası bile kullanıldığında süreç tamamlanamamakta ve gerçek ortaya çıkarılamamaktadır.

Doğrulama sürecinin çok yönlülüğünün farkında olarak haber doğrulayacak kişi gerekli yeti ve edinimlere sahip olmalıdır. Eğer doğrulamayı gerçekleştirecek kullanıcı gerekli araçların kullanımına vakıf değilse süreci tamamlamak için tüm potansiyeller mevcut olsa bile doğrulamayı gerçekleştiremeyecektir. Bu bağlamda haber doğrulama ihtiyacı doğmadan önce işe yarayacak gerekli araçların kullanımının öğrenilmesi ve yöntemlerin bilinmesi gerekmektedir. Yani sıra, bir habere yaklaşıırken kişinin sahip olduğu, duygular, dünya görüşü, inanç ve ideoloji gibi etmenler de doğrulama bilincini etkilemektedir. Bireyler kendi düşüncesi ile örtüşen yanlış bir bilgi ya da yalan haberle karşılaştığında o habere inanma eğilimi gösterebilmekte ve doğrulama ihtiyacı hissetmemektedir. Bu durum da yalan haberlerin yayılımına hizmet etmenin yanında gerçeklerin yayılımını ve kamuoyunun doğru bilgiler etrafında şekillenmesini güçleştirmektedir.

Kişinin önyargıları ve doğrulama sürecinin bazı durumlardaki çok yönlülüğü ve karmaşıklığı yalan haberin dolaşıma sokulması ve yayılımını hızlandırmaktadır. Bunun yanında, sosyal medya algoritmaları da bu sürece katkı vermektedir. Bu algoritmalar nedeniyle, kişinin çevrimiçi ortamlarda daha çok beğenilerine uygunluk gösteren gönderilerle karşılaşması bireyi belli bir alana hapsederek doğruluk algısını şekillendirmektedir. Benzer gönderilerle sıklıkla karşılaşan kullanıcıların -gönderinin doğru olup olmadığına bakılmaksızın- doğruluk algılaması maruz kalma üzerinden şekillenmektedir.

Bu nedenlerle şüpheli bilgilerin ya da yalan haberlerin doğrulanması ve bu bağlamda yalan haber doğrulama yöntemlerinin bilinmesi ve uygulanması büyük bir önem taşımaktadır. Bu sayede bireyler, karar alma süreçlerini etkileyecek şüpheli bir enformasyon ile karşılaştıklarında gerekli doğrulamayı yapabilecek ve kamuoyunun sağlık bir biçimde oluşmasına katkı sunacaklardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

META OKURYAZARLIĞI ÖZYETERLİLİĞİNİN YALAN HABERİN DOĞRULANMASINDAKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Önem ve Amaç

Çevrimiçi ortamların nüfuz alanı gittikçe genişlemekte ve bireyler eğitim, iş ya da sosyal hayatlarında ihtiyaç duydukları her türlü enformasyona bu ortamlar sayesinde kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu kolaylığın yanı sıra yoğun miktardaki enformasyon/bilgi/haber her koşulda bireylere fayda sağlamamaktadır. Günümüz iletişim ortamının en önemli problem alanlarından biri bireylerin bir enformasyon kaosu içinde bulunması ve ihtiyaç duydukları bilgiyi bulma, eleştirel olarak değerlendirme ve o bilgiyi anlamlandırma yetilerine tam olarak sahip olamamasıdır. Böyle bir problemten hareketle tezin amacı; meta okuryazarlığının bu yönde bir problemle başa çıkmada ve çözüm yollarının oluşturulabilmesinde sunacağı fayda, yardım ve olanakların ortaya çıkarılmasıdır. Bu ortaya çıkarılırken hakikat sonrası dönemin en önemli tartışma noktalarından biri haline gelen yalan haber merkeze alınmıştır ve meta okuryazarlığının yalan haberle mücadelede etkin bir araç olup olamayacağı sorusun üzerine odaklanılmıştır.

2011 yılından itibaren uluslararası literatürde tartışılan meta okuryazarlığı kavramı henüz Türkçe literatürde kendine yer bulmamıştır. Bu tez aracılığı bu boşluk doldurulmaya çalışılmış ve sonraki çalışmalar için yol gösterici bir perspektif sunmaya çabalanmıştır. Ayrıca meta okuryazarlığı özyeterliliğine dair herhangi bir ölçeğin literatürde bulunmaması nedeniyle bu tez aracılığıyla geliştirilen “Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği”nin de literatüre kazandırılmış olması önem arz etmektedir. Bu bağlamda tezin Türkçe ve uluslararası literatür açısından önemli sayılabilecek girişimlere sahip olduğu söylenebilir.

Araştırma Soruları ve Hipotezler

Yukarıda belirtilen amaca ulaşmak için aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmış ve hipotezler uygun analizlerle test edilmiştir.

Meta okuryazarlığı öz yeterliliğine ilişkin araştırma soruları

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri hangi düzeydedir?

Araştırma Sorusu 2: Meta okuryazarlığı özyeterliliği ile sosyo-demografik özellikler arasında bir farklılaşma var mıdır?

Bu temel araştırma soruları bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

Hipotez 1: Katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 2: Katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 3: Katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri aylık ortalama gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 4: Katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterlilikleri eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Yalan haberin doğrulanmasına ilişkin araştırma soruları ve hipotezler

Araştırma Sorusu 3: Yalan haberin doğrulanması ile sosyo-demografik özellikler arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Araştırma Sorusu 4: Yalan haberin doğrulanması ile haberin hangi mecradan takip edildiği arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Meta okuryazarlığı öz yeterliliği ve haber doğrulama davranışı arasındaki ilişkiyi ölçen araştırma soruları ve hipotezler

Araştırma Sorusu 5: Meta okuryazarlığı özyeterliliği ve haberin takip edildiği mecra arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Bu temel araştırma sorusu bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

Hipotez 5: Meta okuryazarlığı özyeterliliği haberin takip edildiği mecraya göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 6: Meta okuryazarlığı özyeterliliği ile doğruluğun kontrol edilme ihtiyacı arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Bu temel araştırma sorusu bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

Hipotez 7: Meta okuryazarlığı özyeterliliği doğruluğun kontrol edilme ihtiyacına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 7: Meta okuryazarlığı özyeterliliği ile tercih edilen doğrulama yöntemi arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Hipotez 8: Meta okuryazarlığı özyeterliliği kaynak kontrolü yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 9: Meta okuryazarlığı özyeterliliği başlık içerik uyumu kontrolü yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 10: Meta okuryazarlığı özyeterliliği yazar kontrolü yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 11: Meta okuryazarlığı özyeterliliği güncellik kontrolü yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 12: Meta okuryazarlığı özyeterliliği çapraz kontrol yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 13: Meta okuryazarlığı özyeterliliği uzmana danışma yöntemine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

3.2. Araştırma Metodolojisi

3.2.1. Evren ve Örneklem

Meta okuryazarlığı, sosyal medya kullanıcılarının ve çevrimiçi topluluk üyelerinin üretim ve paylaşım yaparken birçok yönden daha yetkin ve dijital dünyanın gerektirdiği beceri ve edinimlere sahip bireyler olarak faaliyetlerini sürdürmelerini sağlayacak yetkinlikleri kazandırmayı amaçlamaktadır. Diğer yönden yalan haberi doğrulama faaliyetleri de genellikle çevrimiçi ortam ve araçlar aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Meta okuryazarlığı ve yalan haberin doğrulanması konularını merkezine alan bu tez çalışmasının evrenini çevrimiçi ortamların popüler mecraları olan sosyal medyanın Türkiye’deki kullanıcıları oluşturmaktadır.

Wearesocial.com’un “The Global State of Digital in July 2022” isimli rapora göre Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının sayısı 68 milyonun üzerindedir. Bu bağlamda çalışmanın evreni +68 milyon kişiden oluşmaktadır. Kozak’a (2014: 113) göre 100 milyon evren büyüklüğünü %95 güvenirlilik düzeyinde temsil edecek örneklem miktarı 384 kişidir. Çalışmada belirlenen örneklem miktarına ulaşabilmek için basit rastlantısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Basit rastlantısal örneklemede “evreni oluşturan her potansiyel katılımcı eşit temsil edilme olasılığına sahiptir” (Kozak, 2014: 115). Bu yöntemle çevrimiçi anket aracılığı ile 469 kişiden veri toplanarak analize tabi tutulmuştur.

3.2.2. Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi

Meta Okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı standartları üzerinde temellenen; bünyesinde medya okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, siber okuryazarlık gibi türleri barındıran; işbirlikçi ve katılımcı çevrimiçi ortamlarda gerçekleşen kullanıcı davranışlarını inceleyen ve günümüz iletişim ortamını çok yönlü irdeleyen, kapsamlı bir

okuryazarlık türüdür. Diğer yönden haber doğrulama pratikleri ise bireylerin haberdar olma ihtiyacının temelinde doğru bilgiye ulaşılmasını sağlamada başvurulması gereken önemli bir beceri ve yetkinlik setini temsil etmektedir.

Bahsi geçen kavramların teorik boyutu tezde detaylı bir şekilde tartışılmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan saha çalışmasının anket formu üç ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda katılımcıların meta okuryazarlığı özyeterliliklerini ölçen ifadeler meta okuryazarlığı öğrenme amaç ve hedeflerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur. İkinci kısımda ise katılımcıların medya takip alışkanlıklarını, yalan habere hangi türlerde daha sıklıkla rastladıklarını, hangi haber doğrulama yöntemlerini ne ölçüde kullandıklarını ölçen ifadelerden oluşmaktadır. Üçüncü kısım ise demografik özelliklere dönük bilgi toplanan sorulardan oluşmaktadır.

Meta okuryazarlığı özyeterliliğini ölçen ifadeler oluşturulurken teorik çerçevede yer alan öğrenme amaç ve hedefleri Türkçe'ye çevrilmiştir. Çevrilen bu ifadeler uzman bir çevirmen tarafından gözden geçirilerek gerekli değerlendirme ve düzeltmeler yapılmıştır. Ardından başka bir uzman çevirmen tarafından ters çeviri yapılarak çevirisi yapılan ve düzeltilen Türkçe ifadelerin teorik çerçevedeki İngilizce ifadeleri karşılayıp karşılamadığı kıyas edilerek düzenlenmiştir. Bunun ardından 27 ifadeden meydana gelen taslak, alanında uzman beş akademisyenlerden oluşan bir grup tarafından analize uygunlukları ve anlaşılabilirlik düzeyleri değerlendirilerek gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Sonucunda meta okuryazarlığı öz yeterliliğini ölçen 20 soru araştırmada kullanılmıştır. Bu ölçek teorik beklentiye uygun olarak dört faktör etrafında çerçevelenmiş olup bu faktörler; önyargıların da hesaba katılarak içeriğin aktif olarak değerlendirilmesini içeren **aktiflik**; tüm fikri mülkiyet haklarına etik olarak yaklaşılmasını önceleyen **fikri mülkiyet ve etik**; işbirlikçi ve katılımcı ortamlarda bilgiyi üretme ve paylaşma davranışlarını açıklayan **bilgiyi üretim ve paylaşım** ve son olarak yaşam boyu öğrenme stratejilerinin durumunu ölçen **yaşam boyu öğrenme** olarak belirlenmiştir.

Tablo 3.1 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği (taslak)

Faktör İsmi	Kod	İfade
Aktiflik	A1	Bilginin kaynağını doğrulayabilirim
	A2	İçerikte önyargılar olabileceğini bilirim
	A3	İçeriği değerlendirirken kendi inanç ve düşüncelerimi kenarda bırakabilirim
	A4	Araştırma yaparken farklı kaynaklardan yararlanırım
	A5	Taraflı görüş ve gerçek arasında ayırım yapabilirim
Fikri Mülkiyet ve Etik	E1	Özgün bilgi üretebilirim
	E2	Fikri mülkiyetin ne olduğunu bilirim
	E3	Etik sınırların neler olduğunu bilirim
	E4	İnternet ortamında paylaşımda bulunmanın birtakım sorumluluklar getirdiğini bilirim
	E5	Başkasına ait bir içeriği yayarken sorumlu davranmam gerektiğini bilirim
Bilgiyi Üretim ve Paylaşım	B1	Kendimi bilgi üreticisi olarak görürüm
	B2	Çevrimiçi ortamlarda kişisel bilgilerimi ve gizliliğimi koruyabilirim
	B3	Gelişen teknoloji ve platformları bilgiyi üretmek ve yaymak için kullanabilirim
	B4	Bildiklerimi çevrimiçi ortamlarda öğretirim
	B5	Kullanıcı tarafından üretilen bilginin doğruluğunu sorgulayabilirim
Yaşam Boyu Öğrenme	Y1	Kendi kendime öğrenebilirim
	Y2	Araştırma ve sorgulamayı öğrenme sürecime dahil edebilirim
	Y3	Öğrenme sürecinde yeni yöntemleri kullanabilirim
	Y4	Karşılaştığım bir konu hakkında yeni bakış açılarını dikkate alırım
	Y5	Öğrenme sürecinde hataların normal olduğunu bilirim

Bu 20 soru ve dört faktörden oluşan “Meta Okuryazarlığı Özyeterlilik Ölçeği” 109 kişiden oluşan katılımcı grubu ile bir ön teste tabi tutulmuştur. Bu testin sonucunda elde edilen verilere güvenilirlik analizi (reliability analysis) uygulanmıştır. Art arda yapılan ölçümler arasındaki kararlılığı ya da tutarlılığı test eden güvenilirlik analizi birden fazla uygulama ile sınıanabileceği gibi (Alparslan ve Antalyalı, 2021: 90), “ölçme aracılığı ile yapılan tek ölçümün, kendi içinde ne kadar tutarlı olduğunun göstergesi olan Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısının bulunması” ile de saptanabilmektedir. Buradaki değer -1 ile +1 aralığında olup 1’e ne kadar yaklaşırsa güvenilirlik o oranda artmaktadır (Can, 2013: 340). Ölçek geliştirme çalışmalarında bu değerın >0,60 olması kabul edilebilir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 325) bir değerdir.

Ön testin sonuçlarına göre güvenilirlik katsayısının (Cronbach's $\alpha = 0,823$) beklenen düzeyin üzerinde olması ve ölçekten çıkarılması halinde güvenilirlik katsayısını yükseltecek herhangi bir madde olmaması nedeniyle ölçek üzerinde herhangi bir değişiklik olmadan saha çalışması devam ettirilmiştir.

Tablo 3.2 Güvenilirlik Analizi

Cronbach's α	
Scale	0.823

Ardından çevrimiçi anket tekniği uygulanarak toplanan 469 katılımcılı veriye keşfedici faktör analizi (KFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Keşfedici faktör analizinin yapılmasındaki temel amaç, ilişki içinde olan maddeleri ortak bir tema etrafında toplayarak çok sayıda veri ile çalışmanın getirdiği zorluk ve sıkıntıları ortadan kaldırmaktır. Bu yolla fazla sayıdaki veri, ortak nitelikler etrafında toplanarak daha az sayıda gruba indirgenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 75). Bu sayede çok sayıdaki değişken seti faktörler cinsinden daha az sayıdaki temayla ifade edilmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi ile de KFA uygulanarak elde edilen faktör yapısının verilerle ne kadar uyumlu olduğu (Navarro ve Foxcroft, 2019: 441) test edilmektedir.

Meta Okuryazarlığı Özyeterliliğini anlamlandırmak için geliştirilen ölçek, KFA analizini gerçekleştirebilmek için gerekli örneklem sayısını ve madde sayısının beş katı katılımcıya ulaşılması ön koşulunu (Oktar, 2021: 112) sağlamıştır. Veri setinin KFA varsayımlarını sağlayıp sağlamadığını test etmek için Bartlett Küresellik Testi ve KMO MSA uygulanmıştır. Bartlett Küresellik Testi sonucunda p değeri 0,005'ten küçük ($p < 0,001$); KMO MSA değerinin ise 0,6'dan büyük (0,910) gibi yüksek bir değer çıktığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.3 Bartlett's Küresellik Testi

χ^2	df	p
2891	190	< .001

Tablo 3.4 KMO MSA

	MSA
Toplam	0.910
A1	0.896
A2	0.935
A3	0.843
A4	0.935
A5	0.904
E1	0.914
E2	0.898
E3	0.940
E4	0.926
E5	0.920
B1	0.818
B2	0.917
B3	0.880
B4	0.884
B5	0.933
Y1	0.908
Y2	0.921
Y3	0.918
Y4	0.902
Y5	0.909

Faktör çıkarımı için Minimum Residuals yöntemi tercih edilmiştir. Rotasyonda ise eğik tekniklerden oblimin kullanılmıştır. Oblik tekniğin uygulanmasının nedeni faktörler arasında korelasyon olmasıdır. Bunun neticesinde faktör yükleri incelendiğinde aktiflik teması altındaki üç maddenin (A1, A2, A3) herhangi bir faktör altında yer almadığı; özellikle A3 maddesinin ‘uniqueness’ değerinin yüksekliği (0,938) dikkat çekmiştir. Bu nedenle bu üç madde ölçekten çıkarılmıştır.

Tablo 3.5 Faktör Yükleri

	Factor			Uniqueness
	1	2	3	
A4	0.372			0.644
A5	0.528			0.633
E1	0.676			0.563
E2	0.774			0.475
E3	0.619			0.536
E4	0.550			0.536
E5	0.503			0.525
B1			0.641	0.634
B2			0.538	0.621
B3			0.702	0.432
B4			0.701	0.520
B5			0.440	0.533
Y1		0.504		0.713
Y2		0.593		0.597
Y3		0.640	0.573	
Y4		0.611		0.566
Y5		0.488		0.720
A1				0.798
A2				0.772
A3				0.938

Note. 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation

Bu çıkarılma işleminin ardından KFA varsayımları tekrar test edilerek Bartlett Küresellik Testi sonucunda p değeri 0,005'ten küçük ($p < 0,001$); KMO MSA değerinin ise 0,6'dan büyük (0,907) olduğu görülerek varsayımların sağlandığı görülmüştür.

Tablo 3.6 Bartlett's Küresellik testi

χ^2	df	p
2597	136	< .001

Tablo 3.7 KMO MSA

	MSA
Toplam	0.907
A4	0.950
A5	0.904
E1	0.902
E2	0.889
E3	0.940
E4	0.919
E5	0.916
B1	0.823
B2	0.911
B3	0.890
B4	0.882
B5	0.934
Y1	0.901
Y2	0.916
Y3	0.909
Y4	0.892
Y5	0.896

Bu analizlerin neticesinde teorik beklentiye uygun olarak 4 faktör etrafında temalanan ölçeğin üç faktörlü bir yapıda varlık gösterdiği görülmüş olup; faktörler arası korelasyon matrisinde tüm faktörler arasında 0,3'ten yüksek bir korelasyon olduğu görülmektedir. Bu bağlamda teorik yapıyı baz alarak çalışma üç faktörlü bir yapıda analiz edilmiştir. Bu üç faktör de **aktiflik ve etik (AE)**, **bilgiyi üretim ve paylaşım (B)** ve **yaşam boyu öğrenme (Y)** olarak isimlendirilmiştir. Faktör yükleri ve yamaç serpinti grafiği (scree plot) de değerlendirmeye dahil edilerek faktör sayısının belirlenmesi tamamlanmıştır. Aktiflik ve etik faktörü altında 7 madde, bilgiyi üretim ve paylaşım altında 5 madde yaşam boyu öğrenme faktörü altında ise 5 madde olmak üzere meta okuryazarlığı özyeterlilik ölçeği 17 madde üzerinden şekillenmiştir.

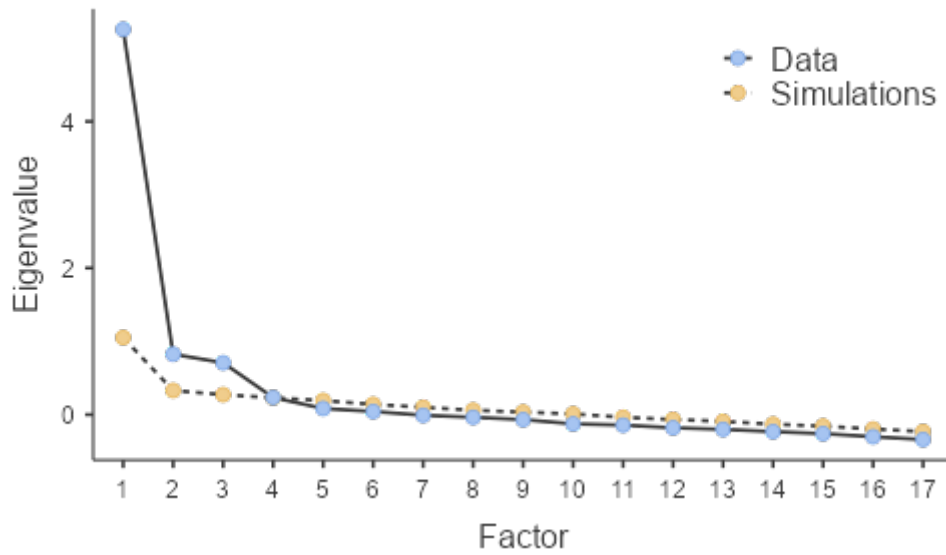
Tablo 3.8 Faktör Yükleri ve Faktörler Arası Korelasyon Matrisi

	1	2	3
1	—	0.484	0.513
2		—	0.477
3			—

Tablo 3.9 Faktör yükleri

	Faktör			Uniqueness
	1	2	3	
AE2	0.774			0.473
AE1	0.668			0.572
AE3	0.620			0.533
AE4	0.555			0.526
AE7	0.523			0.641
AE5	0.514			0.506
AE6	0.367			0.656
B3		0.728		0.402
B4		0.696		0.529
B1		0.623		0.658
B2		0.536		0.623
B5		0.457		0.521
Y3			0.641	0.570
Y2			0.606	0.581
Y4			0.603	0.572
Y1			0.497	0.721
Y5			0.474	0.729

Note. 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation



Şekil 3.1 Yamaç Serpinti Grafiği (Scree Plot)

Tablo 3.10 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği

Faktör İsmi	Kod	İfade
Aktiflik, Fikri Mülkiyet ve Etik	AE1	Özgün bilgi üretebilirim
	AE2	Fikri mülkiyetin ne olduğunu bilirim
	AE3	Etik sınırların neler olduğunu bilirim
	AE4	İnternet ortamında paylaşımda bulunmanın birtakım sorumluluklar getirdiğini bilirim
	AE5	Başkasına ait bir içeriği yayarken sorumlu davranmam gerektiğini bilirim
	AE6	Araştırma yaparken farklı kaynaklardan yararlanırım
	AE7	Taraflı görüş ve gerçek arasında ayrım yapabilirim
Bilgiyi Üretim ve Paylaşım	B1	Kendimi bilgi üreticisi olarak görürüm
	B2	Çevrimiçi ortamlarda kişisel bilgilerimi ve gizliliğimi koruyabilirim
	B3	Gelişen teknoloji ve platformları bilgiyi üretmek ve yaymak için kullanabilirim
	B4	Bildiklerimi çevrimiçi ortamlarda öğretirim
	B5	Kullanıcı tarafından üretilen bilginin doğruluğunu sorgulayabilirim
Yaşam Boyu Öğrenme	Y1	Kendi kendime öğrenebilirim
	Y2	Araştırma ve sorgulamayı öğrenme sürecime dahil edebilirim
	Y3	Öğrenme sürecinde yeni yöntemleri kullanabilirim
	Y4	Karşılaştığım bir konu hakkında yeni bakış açılarını dikkate alırım
	Y5	Öğrenme sürecinde hataların normal olduğunu bilirim

Bu noktada KFA’da ulaşılan sonuçların yapısal geçerliliğinin doğrulanması amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA’da ilk kontrol edilecek şey model uyum değerleridir. Burada X^2 (ki kare) modelin gözlemlenen verilerle uyumunu göstermektedir. Serbestlik derecesi (df), X^2 değerindeki değişim hakkında bilgi vermektedir. “p” ise “ X^2 (ki kare)” değerinin anlamlı olup olmadığını gösterir. $0,05 \leq p \leq 1,00$ iyi uyumun, $0,01 \leq p \leq 0,05$ kabul edilebilir uyumun göstergesidir. Ayrıca X^2/df değerinin 250’den fazla örneklem büyüklüğünde 2,5’in altında olması (Oktar, 2021: 120) arzu edilen bir durumdur. Ölçekteki durum kontrol edildiğinde üç boyutlu faktör yapısının kabul edilebilir uyum değerlerine ($p < ,001$, $X^2/df = 2,2477$) sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.11 Model Uyumu

χ^2	df	p
254	113	< .001

Diğer uyum değerleri olan “Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (CFI – Comparative Fit Index)” ve Kök Ortalama Kare Yaklaşım Hatası (RMSEA – Root Mean Square Error of Approximation)” kontrol edilmiştir. Bu değerler CFI= .90 ve üzeri; $0,005 \leq RMSEA \leq 0,008$ kabul edilebilir uyumu (Seçer, 2015: 190) göstermektedir. Ölçeğin bu değerleri de (CFI=0,963, RMSEA=0,0514) kabul edilebilir uyum değerlerine uygunluk göstermektedir.

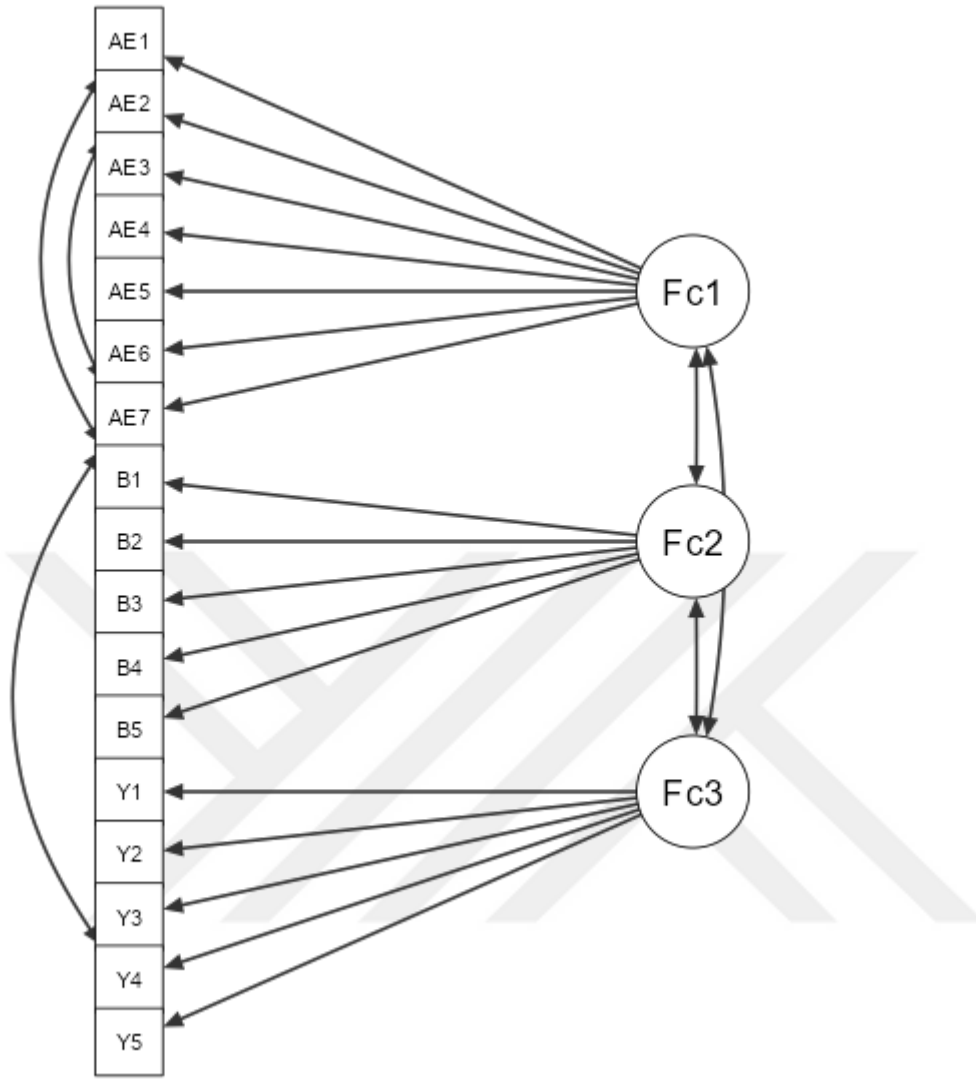
Tablo 3.12 Uyum Değerleri

		RMSEA 90% CI	
CFI	RMSEA	Lower	Upper
0.963	0.0514	0.0430	0.0599

Bu uyum değerleri elde edilirken “artık kovaryans değerleri” incelenerek iyileştirmeler yapılmıştır. Bu bağlamda korelasyon değerlerinin yüksek olduğu tespit edilen maddeler (AE1-B1, AE2-AE7 ve AE7-Y4) birleştirilmiştir.

Tablo 3.13 Artık Kovaryans Değerleri

[illegible]



Şekil 3.2 Path Diyagram

Sonuç olarak Meta Okuryazarlığı Özyeterlilik Ölçeğinin yapısal geçerliliğinin sağlanabilmesi için DFA yapılmış olup, bu ölçeğe ilişkin; aktiflik ve etik (AE), bilgiyi üretim ve paylaşım (B) ve yaşam boyu öğrenme (Y) olmak üzere üç boyutlu faktör yapısının kabul edilebilir uyum değerlerine ($X^2=254$, $df=113$, $X^2/df=2,2477$, $CFI=0,963$, $RMSEA=0,0514$) sahip olduğu tespit edilmiştir.

Gerçekleştirilen işlemlerin ardından geliştirilmiş olan meta okuryazarlığı özyeterliliği ölçeğinin güvenilirlik katsayısının (Cronbach's $\alpha= 0,878$) beklenen düzeyin üzerinde olması nedeniyle analizlere devam edilmiştir.

Ardından ikinci kısımdaki ölçümü gerçekleştirecek haber doğrulama davranışlarının boyutunu ölçen anket formu yine uzman bir ekibin gözetimi ve değerlendirmeleri neticesinde oluşturulmuştur. Bu kısım 22 sorudan oluşmaktadır.

3.2.3. Veri Analizi Yöntemleri

Yukarıda bahsi geçen araştırma sorularını ve hipotezleri ortaya çıkarmak için bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) analizi kullanılmıştır.

t testi ise iki grup arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını ve bu gruplardaki ortalamaların istatistiksel açıdan farklı olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir analiz çeşididir (Ak, 2006:74). Grupların normal dağılım gösteren iki farklı evrenden tesadüfi olarak seçilmesi ve gözlemlerin birbirinden bağımsız olması gerekmektedir (Altunışık vd., 2010: 187).

Tek yönlü varyans analizinde ise ilişkisiz ya da daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test edildiği (Büyüköztürk, 2012: 48) bir analiz türüdür. Bu analizin uygulanabilmesi için grupların birbirinden bağımsız olması, her bir birime dair tek bir değer elde edilmiş olması, grupların homojen olması ve gruplardaki birim sayılarının birbirine eşit ya da yakın olması gerekmektedir (Uzgören, 2012: 284).

3.3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

3.3.1. Cinsiyete Göre Dağılım

Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde kadınların %48,8, erkeklerin ise %51,2 ağırlığa sahip olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). Buradan hareketle katılımcıların cinsiyet açısından normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş olup veriler analiz için temsil yeteneğine sahiptir.

Tablo 3.14 Cinsiyete Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Toplamlı Yüzde
Kadın	230	48.8	48.8
Erkek	241	51.2	100.0

3.3.2. Yaş Durumuna Göre Dağılım

Katılımcıların yaş durumuna göre merkezi eğilim istatistikleri incelendiğinde en küçük katılımcının 18, en büyük katılımcının ise 67 yaşında olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması 35,4; standart sapması ise 12,0'dir. Bunun ardından veriler Wearesocial ve Hootsuite (2022) tarafından yayınlanan rapordaki sosyal medya istatistikleri

baz alınarak kategorik hale getirilmiştir. Bu bağlamda; katılımcıların %38,4'ü 18-29 yaş aralığında, %31,6'sı 30-39 yaş aralığında, %16,8'i 40-49 yaş aralığında, %9'u 50-59 yaş aralığında ve %4,3'ü 60 yaşın üzerindedir. Bu oransal dağılım ilgili rapordaki istatistik ile uyum göstermektedir. Şöyle ki, raporda sosyal medyanın en yoğun kullanıldığı yaş aralığı 13-29 (%45,3) iken bu aralığı 30-39 (%22,1) takip etmektedir (Tablo 3.15) ve bireylerin yaşı yükseldikçe sosyal medya kullanımının oransal olarak azaldığı görülmektedir. Buradan hareketle katılımcıların yaş kategorileri bu verilerle benzerlik göstermektedir.

Tablo 3.15 Yaşa Göre Dağılım

	Yaş
N	469
Aritmetik Ortalama	35.4
Standard Sapma	12.0
En düşük	18
En Yüksek	67

Kategorik Yaş

	Frekans	Yüzde	Toplamlı Yüzde
18-29	180	38.4	38.4
30-39	148	31.6	69.9
40-49	79	16.8	86.8
50-59	42	9.0	95.7
60+	20	4.3	100.0

3.3.3. Aylık Ortalama Gelire Göre Dağılım

Katılımcıların aylık ortalama gelirine göre merkezi eğilim istatistikleri incelendiğinde en düşük gelirin 500 TL, en yüksek gelirin ise 95000 TL olduğu görülmüştür. Aritmetik ortalama 11465, standart sapma ise 11473'tür (Tablo 3.16).

Tablo 3.16 Aylık Gelire Göre Dağılım

	Aylık gelir (TL)
N	469
A. O.	11456
S. S.	11473
En Düşük	500
En Yüksek	95000

Bu bulgulardan hareketle katılımcıların gelir durumu açlık sınırı ve yoksulluk sınırı baz alınarak kategorik hale getirilmiştir.¹ Bu bağlamda açlık sınırı ve altı gelire sahip olanlar **düşük**, açlık sınırı ve yoksulluk sınırı arasında yer alanlar **orta**, yoksulluk sınırı üzerinde gelire sahip olanlar ise **yüksek** olarak sınıflandırılmıştır (Tablo 3.17). Bu bağlamda katılımcıların %32,4'ünün düşük, %60,8'inin orta, %6,8'inin yüksek gelire sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 3.17 Kategorik Gelir

	Frekans	Yüzde	Toplamlı Yüzde
Düşük	152	32.4	32.4
Orta	285	60.8	93.2
Yüksek	32	6.8	100.0

3.3.4. Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %4,9'unun lise altı bir eğitim seviyesine sahip olduğu, %23,2'sinin lise, %20,9'unun önlisans, %39,9'unun lisans, %11,1'inin lisansüstü seviyesinde olduğu görülmüştür (Tablo 3.18). Burada en yüksek pay lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olanlardadır.

Tablo 3.18 Eğitim Düzeyine Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Toplamlı Yüzde
Lise altı	23	4.9	4.9
Lise	109	23.2	28.1
Önlisans	98	20.9	49.0
Lisans	187	39.9	88.9
Lisansüstü	52	11.1	100.0

3.4. Araştırma Bulguları

3.4.1. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Sosyo-Demografik Özellikler

Meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi değişkeni farklı cinsiyetlere göre Bağımsız Örneklem T Testi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Ek olarak ölçek normal dağılım varsayımı sağlanmıştır (Skewness: -0,674, Kurtosis: 0,406). Bu bağlamda analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

¹ Açlık sınırı 6.856 TL, Yoksulluk sınırı 23.715 TL Kaynak: <https://arastirma.disk.org.tr/?p=9016>

3.4.1.1. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Cinsiyet

Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre cinsiyetler açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p > 0,005 = 0,5$). Kadın (X: 3,96, SS: 0,6) Erkek (X: 3,92, SS: 0,6) sonuçlarına göre kadınlar erkeklere göre pozitif ayrılmaktadır. Bu bağlamda **Hipotez 1** reddedilmiştir.

Tablo 3.19 Meta Okuryazarlığı ve Cinsiyete İlişkin t-Testi Sonuçları

	Statistic	df	p
Student's t	0.675	467	0.500

Tablo 3.20 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Cinsiyete İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Cinsiyet	Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği
N	Kadın	230
	Erkek	239
A. O.	Kadın	3.96
	Erkek	3.92
S. S.	Kadın	0.617
	Erkek	0.642

3.4.1.2. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaş

Katılımcıların yaşa göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyini tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü ANOVA (ONE WAY ANOVA) testi uygulanmıştır. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,042$) (Tablo 3.21). Tek Yönlü ANOVA (Fisher's) Testi sonucuna göre katılımcıların yaşa göre meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,001$) (Tablo 3.22). Bu bağlamda **Hipotez 2** kabul edilmiştir.

Tablo 3.21 Meta Okuryazarlığı ve Yaşa İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

F	df1	df2	p
13.1	4	464	0.042

Tablo 3.22 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaşa İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

F	df1	df2	p
---	-----	-----	---

F	df1	df2	p
6.63	4	464	< .001

Bu farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığının ortaya konulması adına Post-Hoc Tukey (equal variances) Testi gerçekleştirilmiş ve çoklu karşılaştırma sonucuna göre yaşı 18-29 ($\bar{x} = 4,03$) olan katılımcılarla 40-49 ($\bar{x} = 3,75$) olan katılımcılar ($p < 0,01$) ve 50-59 ($\bar{x} = 3,65$) olan katılımcılar ($p < 0,01$) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yaşı 30-39 ($\bar{x} = 4,03$) olan katılımcılarla 40-49 ($\bar{x} = 3,75$) olan katılımcılar ($p < 0,01$) ve 50-59 ($\bar{x} = 3,65$) olan katılımcılar ($p < 0,01$) arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (Tablo 3.23).

Tablo 3.23 Meta Okuryazarlığı ve Yaşa İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Kategorik_yaş	N	A. O.	S. S.
18-29	180	4.03	0.603
30-39	148	4.03	0.646
40-49	79	3.75	0.745
50-59	42	3.65	0.313
60+	20	3.76	0.298

Tablo 3.24 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yaşa İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
18-29	Mean difference	—	4.15e-4	0.285 **	0.387 **	0.2712
	p-value	—	1.000	0.006	0.002	0.334
30-39	Mean difference		—	0.285 **	0.387 **	0.2708
	p-value		—	0.008	0.003	0.347
40-49	Mean difference			—	0.102	-0.0142
	p-value			—	0.909	1.000
50-59	Mean difference				—	-0.1161
	p-value				—	0.958
60+	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.1.3. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Gelir

Katılımcıların aylık ortalama gelire göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyini tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü ANOVA (ONE WAY ANOVA) testi uygulanmıştır. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,008$). Tek Yönlü ANOVA (Fisher's) Testi sonucuna göre katılımcıların aylık ortalama gelire göre meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p = 0,50$). Bu bağlamda **Hipotez 3** reddedilmiştir.

3.4.1.4. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyi

Katılımcıların eğitim düzeyine göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyini tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü ANOVA (One Way ANOVA) testi uygulanmıştır. 5 farklı grubun bulunduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.26.'da verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,059$). Tek Yönlü ANOVA (Fisher's) Testi sonucuna göre katılımcıların aylık ortalama gelire göre meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 4** kabul edilmiştir.

Tablo 3.25 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

F	df1	df2	p
---	-----	-----	---

F	df1	df2	p
6.07	4	464	0.059

Tablo 3.26 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	14.7	4	464	< .001

Bu farklılığın hangi eğitim düzeyinden kaynaklandığının ortaya konulması adına Post-Hoc Tukey (equal variances) Testi gerçekleştirilmiş ve çoklu karşılaştırma sonucuna göre yaşı lise altı ($\bar{x} = 3,42$) olan katılımcılarla önlisans ($\bar{x} = 3,81$) olan katılımcılar ($p < 0,05$) ve lisans ($\bar{x} = 4,11$) olan katılımcılar ve lisansüstü ($\bar{x} = 4,21$) olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,001$). Eğitim düzeyi lise ($\bar{x} = 3,75$) olan katılımcılarla lisans ($\bar{x} = 4,11$) olan katılımcılar ve lisansüstü ($\bar{x} = 4,21$) olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Eğitim düzeyi önlisans ($\bar{x} = 3,81$) olan katılımcılarla lisans ($\bar{x} = 4,11$) ve lisansüstü ($\bar{x} = 4,21$) olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,01$) (Tablo 3.28).

Tablo 3.27 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Eğitim Düzeyi (Kategorik)	N	A. O.	SD
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	lise altı	23	3.42	0.487
	lise	109	3.75	0.720
	önlisans	98	3.81	0.628
	lisans	187	4.11	0.530
	lisansüstü	52	4.21	0.502

Tablo 3.28 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Eğitim Düzeyine İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		lise altı	lise	önlisans	lisans	lisansüstü
lise altı	Mean difference	—	-0.326	-0.3847 *	-0.686 ***	-0.7839 ***
	p-value	—	0.121	0.044	<.001	<.001
lise	Mean difference		—	-0.0587	-0.360 ***	-0.4579 ***
	p-value		—	0.955	<.001	<.001
önlisans	Mean difference			—	-0.301 ***	-0.3992 **
	p-value			—	<.001	0.001
lisans	Mean difference				—	-0.0980
	p-value				—	0.832
lisansüstü	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

3.4.2. Haber Doğrulama Davranışı İle İlgili Bulgular

3.4.2.1. Haberlerin Takip Edildiği Mecra

Katılımcıların haberleri hangi mecradan takip ettiği incelendiğinde; % 84,6'sının yeni medya; %15,4'ünün ise geleneksel medya kanallarını kullandığı görülmüştür.

Tablo 3.29 Haberin Takip Edildiği Mecra

	N	Yüzde	Toplamlı Yüzde
Yeni Medya (Sosyal medya ve internet siteleri)	397	84.6	84.6
Geleneksel Medya (gazete, dergi, televizyon, radyo)	72	15.4	100.0
Toplam	469	100	

3.4.2.2. Konusuna Göre Yalan Haber

Katılımcıların hangi konuda daha sık yalan haberle karşılaştıkları incelendiğinde en çok siyaset ($\bar{x} = 4,36$) haberlerinde yalan habere rastladıkları görülmektedir. Bu kategoriyi ekonomi ve magazin ($\bar{x} = 4,19$) haberleri izlemekte olup bu kategorileri sağlık ($\bar{x} = 3,69$) ve dış haberler ($\bar{x} = 3,54$) izlemektedir. Ayrıca siyaset, ekonomi ve magazin konularında katılımcıların yarıdan fazlası sıklıkla yalan haberle karşılaştıklarını belirtirken, bu oran sağlık haberlerinde % 33,3 olarak saptanmış; diğer kategorilerde ise %20'nin altında olarak bulunmuştur. Diğer yönden siyaset, ekonomi, sağlık ve magazin kategorilerinde yalan haberle hiç karşılaşmadım diyenlerin oranı % 5'in altındadır (Tablo 3.30). Bu bağlamda siyaset, magazin, ekonomi ve sağlık haberleri yalan haberle en çok karşılaşılan kategoriler

olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer kategorilerde ise yalan haberle karşılaşılma sıklığı bu dört kategoriye göre düşük düzeyde seyretmektedir.

Tablo 3.30 Konusuna Göre Yalan Haberle Karşılaşma Sıklığı

	N	A. O.	S. S.	Minimum	Maksimum
Siyaset	469	4,36	0,976	1	5
Ekonomi	469	4,19	1,05	1	5
Sağlık	469	3,69	1,20	1	5
Dış Haberler	469	3,54	1,21	1	5
Spor	469	2,97	1,32	1	5
Eğitim	469	3,21	1,26	1	5
Bilim ve Teknoloji	469	2,96	1,32	1	5
Çevre	469	3,09	1,26	1	5
Kültür Sanat	469	2,62	1,21	1	5
Magazin	469	4,19	1,15	1	5

3.4.2.3. Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilme İhtiyacı

Katılımcıların hangi durumlarda haberin doğruluğunu kontrol etme ihtiyacı duyduğu incelendiğinde ilk sırada % 41,8 ile kaynağa güvensizlik gelmektedir. Bunu sırasıyla inanç ve düşüncelerle çelişme (% 25,4), haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması (% 18,3), haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama (%10,2) ve haberin farklı kişilerden farklı şekilde duyulması (% 4,3) izlemektedir (Tablo 3.31). Bu bağlamda kaynağa güvenmemenin bu ihtiyacı haber doğrulama ihtiyacını tetikleyen en önemli neden olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra teorik beklentiye uygun olarak kişinin inanç ve düşünceleriyle çelişen haberleri daha çok kontrol ettiği sonucu da önemli bir nedendir.

Tablo 3.31 Haberi Doğrulama İhtiyacı

	N	Yüzde	Toplam Yüzde
Kaynağa güvensizlik	196	41.8	41.8
İnanç ve düşüncelerle çelişme	119	25.4	67.2
Haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama	48	10.2	77.4
Haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması	86	18.3	95.7
Haberin farklı kişilerden farklı şekillerde duyulması	20	4.3	100.0
Toplam	469	100	

3.4.2.4. Doğrulama Yöntemleri

Katılımcıların hangi doğrulama yöntemini kullandıkları incelendiğinde en sık kaynak kontrolüne ($\bar{x}=3,96$) başvurdıkları görülmektedir. Bunu sırasıyla başlık içerik uyumu kontrolü ($\bar{x}=3,85$), güncellik kontrolü ($\bar{x}=3,72$), çapraz kontrol ($\bar{x}=3,49$), yazar kontrolü ($\bar{x}=3,35$) ve uzmana danışma ($\bar{x}=3,09$) izlemektedir (Tablo 3.32).

Tablo 3.32 Tercih Edilen Doğrulama Yöntemi

	N	A. O.	S. S.	Minimum	Maksimum
Kaynak Kontrolü	469	3,96	1,08	1	5
Başlık İçerik Uyumu Kontrolü	469	3,85	1,11	1	5
Yazar Kontrolü	469	3,35	1,32	1	5
Güncellik Kontrolü	469	3,72	1,22	1	5
Çapraz Kontrol	469	3,49	1,33	1	5
Uzmana Danışma	469	3,09	1,29	1	5

3.4.3. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yalan Haberin Doğrulanması Arasındaki İlişki

3.4.3.1. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecra

Meta okuryazarlığı özyeterliliği haberin edinildiği mecraya göre bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Grup değişkenleri homojendir ve çarpıklık basıklık değerleri neticesinde normal dağılım varsayımının sağlandığı görülmüştür (Levene's test: $p > 0,05$, Skewness: -0,674, Kurtosis: 0,406). Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği ile haberin edinildiği mecra arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bu bağlamda **Hipotez 5** kabul edilmiştir. Yeni medyadan haberi edinenler ($\bar{x}:3,96$) geleneksel medyadan edinenlere ($\bar{x}:3,80$) göre pozitif olarak farklılaşmaktadır.

Ölçeğin alt faktörleri de haberin edinildiği mecraya göre bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Yaşam boyu öğrenme faktörünün grup değişkenleri homojendir ve çarpıklık basıklık değerleri neticesinde normal dağılım varsayımının sağlandığı görülmüştür. (Levene's test: $p > 0,05$, Skewness: -0,753, Kurtosis: 0,823). Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği ile haberin edinildiği mecra arasında

anlamli farklılık bulunmaktadır. Yeni medyadan haberi edinenler ($\bar{x}$:4,18) geleneksel medyadan edinenlere ($\bar{x}$:4,13) göre pozitif olarak farklılaşmaktadır.

Bilgiyi üretim ve paylaşım faktörünün grup değişkenleri homojendir ve çarpıklık basıklık değerleri neticesinde normal dağılım varsayımının sağlandığı görülmüştür. (Levene's test: $p > 0,05$, Skewness: -0,322, Kurtosis: 0,801). Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği ile haberin edinildiği mecra arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Yeni medyadan haberi edinenler ($\bar{x}$:3,59) geleneksel medyadan edinenlere ($\bar{x}$:3,27) göre pozitif olarak farklılaşmaktadır.

Aktiflik, fikri mülkiyet ve etik faktörünün grup değişkenleri homojendir ve çarpıklık basıklık değerleri neticesinde normal dağılım varsayımının sağlandığı görülmüştür. (Levene's test: $p > 0,05$, Skewness: -1,00, Kurtosis: 0,464). Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği ile haberin edinildiği mecra arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Yeni medyadan haberi edinenler ($\bar{x}$:4,18) geleneksel medyadan edinenlere ($\bar{x}$:4,13) göre pozitif olarak farklılaşmaktadır.

Tablo 3.33 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

	F	df	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	0.0356	1	467	0.850
Yaşam Boyu Öğrenme	1.2984	1	467	0.255
Bilgiyi Üretim ve Paylaşım	0.3159	1	467	0.574
Aktiflik, Fikri Mülkiyet ve Etik	2.1754	1	467	0.141

Note. A low p-value suggests a violation of the assumption of equal variances

Tablo 3.34 Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Grup	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	Yeni Medya	397	3.96	0.628
	Geleneksel Medya	72	3.80	0.623
Yaşam Boyu Öğrenme	Yeni Medya	397	4.18	0.691
	Geleneksel Medya	72	4.13	0.632
Bilgiyi Üretim ve Paylaşım	Yeni Medya	397	3.59	0.881
	Geleneksel Medya	72	3.27	0.856
Aktiflik, Fikri Mülkiyet ve Etik	Yeni Medya	397	4.08	0.735
	Geleneksel Medya	72	3.94	0.808

Tablo 3.35 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Takip Edildiği Mecraya İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

		Statistic	df	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	Student's t	2.063	467	0.040
Yaşam Boyu Öğrenme	Student's t	0.593	467	0.554
Bilgiyi Üretim ve Paylaşım	Student's t	2.858	467	0.004
Aktiflik, Fikri Mülkiyet ve Etik	Student's t	1.423	467	0.155

3.4.3.2. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Doğruluğun Kontrol Edilme İhtiyacı

Katılımcıların haberin doğruluğu kontrol etme ihtiyacına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.37.'de verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,189$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak katılımcıların haberin doğruluğunu kontrol etme ihtiyacına göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p = 0,003$). Buradan hareketle **Hipotez 7** kabul edilmiştir.

Tablo 3.36 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	1.54	4	464	0.189

Tablo 3.37 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	4.27	4	103	0.003

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda kaynağa güvensizlik ($\bar{x} = 3,93$) nedeniyle haber doğrulama davranışı gerçekleştirenlerle haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama ($\bar{x} = 4,19$) nedeniyle doğrulama gerçekleştirenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p > 0,05$). Ayrıca inanç ve düşüncelerle çelişme ($\bar{x} = 3,81$) nedeniyle haber doğrulama davranışı gerçekleştirenlerle ($\bar{x} = 3,93$) haberin konusu hakkında

bilgi sahibi olmama ($\bar{x} = 4,19$) nedeniyle doğrulama gerçekleştirenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p > 0,01$).

Tablo 3.38 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Hangi durumda haberin doğruluğunu daha çok kontrol edersiniz?	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği	Kaynağa güvensizlik	196	3.93	0.675
	İnanç ve düşüncelerle çelişme	119	3.81	0.576
	Haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama	48	4.19	0.537
	Haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması	86	4.00	0.618
	Haberin farklı kişilerden farklı şekillerde duyulması	20	3.91	0.574

Tablo 3.39 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Haberin Doğruluğunun Kontrol Edilmesine İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		Kaynağa güvensizlik	İnanç ve düşüncelerle çelişme	Haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama	Haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması	Haberin farklı kişilerden farklı şekillerde duyulması
Kaynağa güvensizlik	Mean difference	—	0.120	-0.259 *	-0.0743	0.0209
	p-value	—	0.448	0.044	0.895	1.000
İnanç ve düşüncelerle çelişme	Mean difference		—	-0.379 **	-0.1944	-0.0991
	p-value		—	0.001	0.154	0.951
Haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama	Mean difference			—	0.1846	0.2799
	p-value			—	0.375	0.354
Haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması	Mean difference				—	0.0953
	p-value				—	0.964
Haberin farklı kişilerden farklı şekillerde duyulması	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3. Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Tercih Edilen Doğrulama Yöntemi

3.4.3.3.1. Kaynak Kontrolü

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden kaynak kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.41.'de verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,466$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak kaynak kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 8** kabul edilmiştir.

Tablo 3.40 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	0.896	4	463	0.466

Tablo 3.41 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	19.9	4	463	<.001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda kaynak kontrolünü hiç tercih etmeyenlerle ($\bar{x} = 3,36$) genellikle ($\bar{x} = 4,01$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,14$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Ayrıca kaynak kontrolünü nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,45$) genellikle ($\bar{x} = 4,01$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,14$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Kaynak kontrolünü ara sıra tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,69$) genellikle ($\bar{x} = 4,01$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,14$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$).

Tablo 3.42 Meta Okuryazarlığı ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Kaynak Kontrolü	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	15	3.36	0.794
	Nadiren	37	3.45	0.586
	Ara sıra	82	3.69	0.575
	Genellikle	151	4.01	0.534
	Sık sık	183	4.14	0.608

Tablo 3.43 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Kaynak Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	-0.0875	-0.325	-0.645 ***	-0.779 ***
	p-value	—	0.988	0.277	< .001	< .001
Nadiren	Mean difference	—	—	-0.237	-0.558 ***	-0.691 ***
	p-value	—	—	0.243	< .001	< .001
Ara sıra	Mean difference	—	—	—	-0.320 ***	-0.454 ***
	p-value	—	—	—	< .001	< .001
Genellikle	Mean difference	—	—	—	—	-0.133
	p-value	—	—	—	—	0.233
Sık sık	Mean difference	—	—	—	—	—
	p-value	—	—	—	—	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3.2. Başlık İçerik Uyumu Kontrolü

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden başlık içerik uyumu kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.45.'te verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,222$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak başlık içerik uyumu kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 9** kabul edilmiştir.

Tablo 3.44 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	1.43	4	463	0.222

Tablo 3.45 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	13.1	4	463	< .001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda başlık içerik uyumu kontrolünü kontrolünü nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,59$) genellikle ($\bar{x} = 4,03$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,12$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Başlık içerik uyumu kontrolünü ara sıra tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,69$) genellikle ($\bar{x} = 4,03$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,12$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$).

Tablo 3.46 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Başlık İçerik Uyumu Kontrolü	N	A. O.	SD
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	14	3.76	0.850
	Nadiren	49	3.59	0.611
	Ara sıra	96	3.69	0.572
	Genellikle	141	4.03	0.572
	Sık sık	168	4.12	0.611

Tablo 3.47 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Başlık İçerik Uyumu Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	0.167	0.0718	-0.272	-0.3557
	p-value	—	0.889	0.994	0.488	0.208
Nadiren	Mean difference		—	-0.0957	-0.439 ***	-0.5232 ***
	p-value		—	0.894	< .001	< .001
Ara sıra	Mean difference			—	-0.343 ***	-0.4275 ***
	p-value			—	< .001	< .001
Genellikle	Mean difference				—	-0.0841
	p-value				—	0.735
Sık sık	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3.3. Yazar Kontrolü

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden yazar kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.49.'da verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,614$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak yazar kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 10** kabul edilmiştir.

Tablo 3.48 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	0.669	4	464	0.614

Tablo 3.49 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	11.2	4	464	< .001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda yazar kontrolünü hiç

tercih etmeyenlerle ($\bar{x} = 3,80$) sık sık ($\bar{x} = 4,16$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,01$). Ayrıca yazar kontrolünü nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,67$) genellikle ($\bar{x} = 4,06$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,16$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Yazar kontrolünü ara sıra tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,85$) sık sık ($\bar{x} = 4,16$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$).

Tablo 3.50 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Yazar Kontrolü	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	46	3.80	0.624
	Nadiren	101	3.67	0.606
	Ara sıra	81	3.85	0.609
	Genellikle	124	4.06	0.549
	Sık sık	117	4.16	0.644

Tablo 3.51 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Yazar Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	0.128	-0.0532	-0.258	-0.364 **
	p-value	—	0.755	0.989	0.098	0.005
Nadiren	Mean difference		—	-0.1814	-0.386 ***	-0.492 ***
	p-value		—	0.261	<.001	<.001
Ara sıra	Mean difference			—	-0.205	-0.311 **
	p-value			—	0.124	0.004
Genellikle	Mean difference				—	-0.106
	p-value				—	0.653
Sık sık	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3.4. Güncellik Kontrolü

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden güncellik kontrolüne göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.53.'te verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,048$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak güncellik kontrolüne

göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 11** kabul edilmiştir.

Tablo 3.52 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Homojenlik Testi (Levene's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	2.41	4	464	0.048

Tablo 3.53 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tek Yönlü ANOVA

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	21.3	4	464	<.001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda güncellik kontrolünü hiç tercih etmeyenlerle ($\bar{x} = 3,66$) sık sık ($\bar{x} = 4,24$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Ayrıca güncellik kontrolünü nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,62$) genellikle ($\bar{x} = 3,93$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,24$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Güncellik kontrolünü ara sıra tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,72$) sık sık ($\bar{x} = 4,24$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Yine güncellik kontrolünü genellikle ($\bar{x} = 3,93$) tercih edenlerle sık sık ($\bar{x} = 4,24$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3.54 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Güncellik Kontrolü	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	19	3.66	0.724
	Nadiren	77	3.62	0.608
	Ara sıra	86	3.72	0.557
	Genellikle	122	3.93	0.602
	Sık sık	165	4.24	0.547

Tablo 3.55 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Güncellik Kontrolüne İlişkin Tukey Post-Hoc Test

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	0.0399	-0.0560	-0.272	-0.582 ***
	p-value	—	0.999	0.996	0.322	<.001
Nadiren	Mean difference		—	-0.0959	-0.311 **	-0.622 ***
	p-value		—	0.831	0.002	<.001
Ara sıra	Mean difference			—	-0.216	-0.526 ***
	p-value			—	0.066	<.001
Genellikle	Mean difference				—	-0.310 ***
	p-value				—	<.001
Sık sık	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3.5. Çapraz Kontrol

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden çapraz kontrole göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.57’de verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene’s) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,057$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher’s) testi uygulanarak çapraz kontrole göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 12** kabul edilmiştir.

Tablo 3.56 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Homojenlik Testi (Levene’s)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	2.31	4	464	0.057

Tablo 3.57 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Tek Yönlü ANOVA (Fisher’s)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	28.3	4	464	<.001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda çapraz kontrolü hiç

tercih etmeyenlerle ($\bar{x} = 3,54$) ara sıra ($\bar{x} = 3,86$, $p < 0,05$), genellikle ($\bar{x} = 3,99$, $p < 0,001$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,29$, $p < 0,001$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çapraz kontrolü nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,58$) ara sıra ($\bar{x} = 3,86$, $p < 0,05$), genellikle ($\bar{x} = 3,99$, $p < 0,001$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,29$, $p < 0,001$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Çapraz kontrolü ara sıra tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,86$) sık sık ($\bar{x} = 4,29$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$). Yine çapraz kontrolü genellikle ($\bar{x} = 3,99$) tercih edenlerle sık sık ($\bar{x} = 4,29$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,001$).

Tablo 3.58 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Çapraz kontrol	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	38	3.54	0.612
	Nadiren	96	3.58	0.537
	Ara sıra	76	3.86	0.555
	Genellikle	116	3.99	0.659
	Sık sık	143	4.29	0.496

Tablo 3.59 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Çapraz Kontrole İlişkin Post-Hoc

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	-0.0471	-0.321 *	-0.456 ***	-0.749 ***
	p-value	—	0.993	0.037	< .001	< .001
Nadiren	Mean difference		—	-0.274 *	-0.409 ***	-0.702 ***
	p-value		—	0.015	< .001	< .001
Ara sıra	Mean difference			—	-0.135	-0.428 ***
	p-value			—	0.493	< .001
Genellikle	Mean difference				—	-0.294 ***
	p-value				—	< .001
Sık sık	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3.4.3.3.6. Uzmanla Danışma

Katılımcıların tercih ettikleri doğrulama yöntemlerinden uzmanla danışmaya göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA Testi uygulanmıştır. Toplam 5 farklı grubun olduğu örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler Tablo

3.61.'de verilmiştir. Bu analizin temel varsayımlarından olan varyansların homojenliği testi (Levene's) sonucunda varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. ($p = 0,031$). Bu bulgular neticesinde One-Way ANOVA (Fisher's) testi uygulanarak uzmana danışmaya göre meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$). Bu bağlamda **Hipotez 13** kabul edilmiştir.

Tablo 3.60 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzmana Danışma Homojenlik Testi

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	2.68	4	464	0.031

Tablo 3.61 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzmana Danışma Tek Yönlü ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	8.99	4	464	< .001

Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi amacıyla Post-Hoc Tukey Testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucunda uzmana danışmayı hiç tercih etmeyenlerle ($\bar{x} = 3,73$) ve sık sık ($\bar{x} = 4,25$, $p < 0,001$) tercih edenler arasında; nadiren tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,78$) sık sık ($\bar{x} = 4,25$, $p < 0,001$) arasında, ara sıra ($\bar{x} = 3,99$) tercih edenlerle sık sık ($\bar{x} = 4,25$, $p < 0,001$) tercih edenler arasında, genellikle tercih edenlerle ($\bar{x} = 3,95$) sık sık ($\bar{x} = 4,25$, $p < 0,001$) tercih edenler arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3.62 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzmana Danışma Tanımlayıcı İstatistikler

	Uzmana Danışma	N	A. O.	S. S.
Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği	Hiç	57	3.73	0.610
	Nadiren	115	3.78	0.566
	Ara sıra	109	3.95	0.569
	Genellikle	103	3.95	0.730
	Sık sık	85	4.25	0.552

Tablo 3.63 Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği ve Uzmanla Danışma Post-Hoc Testi

		Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Hiç	Mean difference	—	-0.0519	-0.220	-0.22103	-0.516 ***
	p-value	—	0.985	0.179	0.182	< .001
Nadiren	Mean difference		—	-0.168	-0.16909	-0.464 ***
	p-value		—	0.239	0.246	< .001
Ara sıra	Mean difference			—	-0.00123	-0.296 **
	p-value			—	1.000	0.008
Genellikle	Mean difference				—	-0.295 **
	p-value				—	0.009
Sık sık	Mean difference					—
	p-value					—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

SONUÇ

Meta okuryazarlığının dijital bilgi ekosistemi için gerekli beceri ve edinimleri sağlayacak bir perspektif sunduğu düşüncesinden hareketle, bu tez, meta okuryazarlığının haber doğrulamaya nasıl bir perspektif kazandırabileceğini karşılaştırmalı olarak ele almayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda tezin teorik bölümünde meta okuryazarlığı ve yalan haberin doğrulanması konuları detaylı olarak anlatılmıştır. Araştırma kısmında ise basit rastlantısal örnekleme yöntemi kullanılarak çevrimiçi anket yoluyla elde edilen veriler, Jamovi 2.3.9 programı kullanılarak istatistiksel analiz yöntemleri aracılığı ile değerlendirilmiştir.

Tezde, literatürde meta okuryazarlığı özyeterliliği ile ilgili herhangi bir ölçek bulunmaması nedeniyle ölçek geliştirilmiştir. Bu kapsamda literatürde dört tema etrafında şekillendirilen meta okuryazarlığı öğrenme amaç ve hedeflerinden (Jacobson vd., 2018) yararlanılmıştır. Öncelikle bu amaç ve hedeflerden çevrilen ifadeler, uzman bir çevirmen tarafından gerekli düzeltme ve değerlendirmeler yapılmıştır. Ardından bu ifadeler alanında uzman akademisyenlerden oluşan bir grup tarafından anlaşılabilirlik düzeyleri ve analize uygunlukları göz önünde bulundurularak ihtiyaç duyulan düzenlemeler yapılmıştır. Bunun neticesinde ölçeğe, yöntem kısmında da detaylıca anlatıldığı üzere ilk olarak ön test yapılmış ve ölçeğin güvenilirliği sağladığının görülmesi üzerine sahada uygulanmıştır. Elde edilen verilere keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizinin yapılmasının ardından ölçeğin, aktiflik ve etik, bilgiyi üretim ve paylaşım, yaşam boyu öğrenme olmak üzere üç faktörlü bir yapıda olduğu görülmüştür. Bu bağlamda dikkat çekilmesi gereken önemli bir nokta bulunmaktadır. Ölçek geliştirilirken yararlanılan meta okuryazarlığı öğrenme amaç ve hedeflerinin dört meta üzerinden ele alındığı belirtilmişti ama bulgulardan elde edilen sonuçlar neticesinde üç faktörlü bir ölçek yapısı ortaya çıkmış ve bazı ifadelerin hiçbir faktörün altında yer almayıp özgün (unique) bir nitelik göstermiştir. Bu ifadeler önyargı, inanç ve düşünceler ile alakalı bir betimlemeyi temsil etmektedir. Tezin teorik kısmında da önyargı, inanç ve düşüncelerin kişinin davranışlarında temel belirleyici bir konumda olduğu (Shane, 2020) ve bireylerin sosyo-demografik özellikleri ne olursa olsun kendine özgü bir karakter gösterdiği vurgulanmıştır. Bu noktadan hareketle bahsi geçen kavram ve ifadeler meta okuryazarlığı özyeterliliği bakımından da kendine özgü bir nitelik göstererek herhangi bir faktörün altında yer almamıştır.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde % 48,8'inin kadın % 51,2'sinin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. 469 kişilik örneklem grubundaki en küçük

katılımcı 18, en büyüğü ise 67 yaşındadır. Bu katılımcıların ortalama aylık gelirlerinin en düşüğü 500 TL, en yükseğı ise 95000 TL'dir. Katılımcıların eğitim düzeyi incelendiğinde; en yüksek katılımın % 39,9 ile lisans seviyesinde olduğu görülmüş olup bunu sırasıyla lise, önlisans, lisansüstü ve lise altı öğretime sahip olanlar izlemektedir.

Meta okuryazarlığı özyeterliliğı ile sosyo-demografik özellikler arasındaki ilişki incelendiğinde; cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Yani katılımcıların erkek ya da kadın oluşu meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri arasında bir farklılaşmaya neden olmamıştır.

Yaş göre meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri kıyaslandığında; anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Bu düzeyin en yüksek olduğu grup 18-29 ve 30-39 yaş aralığında olanlardır ve kişinin yaşı yükseldikçe meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyi azalmaktadır.

Gelire göre meta okuryazarlık özyeterlilik düzeyleri kıyaslandığında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Kişinin gelir seviyesinin bu düzey için temel bir belirleyici olmadığı ortaya çıkmıştır.

Eğitim düzeyi söz konusu olduğunda ise; bu değişkenin meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyi açısından temel bir belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada neredeyse tüm alt gruplar birbiri ile anlamlı olarak farklılaşmıştır. Buradan hareketle eğitim seviyesinin meta okuryazarlığı özyeterliliğini doğrudan etkileyen bir değişken olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Yalan haberin doğrulanması ile ilgili bulgular incelendiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 84,6) haberleri yeni medya üzerinden takip ettiği görülmüştür. Geleneksel medya üzerinden haber takibi yapanlar azınlıkta bulunmaktadır. Ayrıca meta okuryazarlığı özyeterliliğı ile haberin takip edildiğı mecra arasında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Haberi yeni medya kanalları üzerinden takip edenlerin meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyi geleneksel medyadan takip edenlere göre yüksektir. Bu bağlamda haberin edinildiğı mecra bu düzeyin tespit edilmesi açısından belirleyici bir konumdadır.

Katılımcıların ne sıklıkla hangi konudaki haberlerde yalan haberle karşılaştıkları incelendiğinde; en sık siyaset konusunda yalan haberle karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunu ekonomi ve magazin haberleri izlemektedir. Devamında sağlık, dış haberler ve eğitim konusundaki haberlerde de yalan haberle karşılaşılma sıklığı yoğunluk göstermekle beraber bilim ve teknoloji, kültür sanat ve çevre konularında ise yalan haberle karşılaşılma sıklığı düşük düzeyde seyretmektedir.

Hangi durumlarda haberin doğrulanma ihtiyacı hissettikleri sorulduğunda ise ilk sırada kaynağa güvensizlik gelmektedir. Haber kaynağına güvensizliği tetikleyen ya da azaltan olgu aşinalık olgusudur. Bireyler fikir sahibi oldukları haber kuruluşlarından haberleri almayı tercih etmektedir; ancak daha önce karşılaşmadığı bir kaynaktan haberi edindiklerinde bu habere kuşku ile yaklaşmaktadır (Toff vd., 2021: 10). Bu durum bireyleri haber edinim davranışlarında güvendikleri ve kendilerine yakın buldukları haber kaynaklarına yönlendirmektedir. Bireyler aşina oldukları haber kaynaklarına daha çok güvenmekte ve haber ihtiyacını çoğunlukla bu kaynaklardan karşılamaktadır. Katılımcıların yarıya yakını kaynağa güvensizlik durumunda doğrulama ihtiyacı hissettiğini belirtmiştir.

Bu kategoriyi inanç ve düşüncelerle çelişme izlemektedir. Bu noktada da kişinin dünya görüşü, ideolojisi ya da inancı gibi faktörler devreye girmektedir. Bu kategorileri sırasıyla haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması, haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama ve haberi farklı kişilerden farklı şekillerde duyma izlemektedir. Bu bağlamda kaynağa güvensizlik en önemli kıstas olmakla birlikte kişinin inanç ve düşüncelerinin de doğrulama davranışının sergilenmesinde temel belirleyicilerden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yönden haberin farklı kişilerden farklı şekilde duyulması haber doğrulama ihtiyacını tetiklemede en az belirleyiciliğe sahip değişken konumundadır. Ayrıca haberin doğruluğunun kontrol edilmesi ihtiyacının meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri açısından bir farklılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir. Haberinin doğruluğu hakkında bilgi sahibi olmama nedeniyle haber doğrulama davranışı gerçekleştirenlerin meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyi en yüksektir. Bunu sırasıyla haberin farklı kaynaklarda farklı şekilde sunulması, kaynağa güvensizlik, inanç ve düşüncelerle çelişme ve haberin farklı kişilerden farklı şekilde duyulması izlemektedir. Kaynağa güvensizlik nedeniyle haber doğrulama yapanlarla haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmayanlar; inanç ve düşüncelerle çelişme nedeniyle haber doğrulama yapanlarla yine haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmama arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Teorik beklentiye uygun olarak altı farklı kategoride ele alınan yalan haber doğrulama yöntemlerinden her biri ile meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri arasında anlamlı farklılıkların var olduğu saptanmıştır. Doğrulama bir evet/hayır eylemi olmanın çok ötesinde bir süreci kapsamaktadır (Wardle, 2014: 30) ve bu davranışın gerçekleştirilebilmesi için bireylerin bir takım beceri ve edinimlere sahip olması gerekmektedir. Okuryazarlık becerileri de bilgiyi kullanabilmesi, gerçeklerin görebilmesi, ihtiyaç duyulan uygulama ve araçların kullanabilmesi ve edinilen bilgilerin analitik ve eleştirel süreçler uygulanarak analiz edilebilmesine (Önal, 2010: 105) katkı sunduğu için önem arz etmektedir. Özellikle çevrimiçi

ortamlarda bilginin doğruluğunun kontrol edilmesi kolaylık ve zorlukları aynı anda barındırmaktadır. Bireylerin doğrulama davranışı gerçekleştirmeden önce gerekli olan araç ve yöntemler hakkında bilgi sahibi olması ve bunları kullanabilmesi gereklidir.

Doğrulama yöntemlerinden kaynak kontrolü yapılması ve meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Kaynak kontrolü yöntemini sık sık tercih edenler bu düzeyi en yüksek olanlardır. Kaynak kontrolünü hiç kullanmayanlarla genellikle ve sık sık kullananlar arasında; nadiren kullananlarla genellikle ve sık sık kullananlar arasında; ara sıra kullananlarla genellikle ve sık sık kullananlar arasında meta okuryazarlığı özyeterliliği arasında bir farklılık olmasına karşın genellikle ve sık sık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Başlık içerik uyumu kontrolü ile meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında da anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ve düzeyi en yüksek olan grup bu yöntemi sık sık tercih edenlerdir. Bu yöntemi nadiren tercih edenlerle genellikle ve sık sık tercih edenler arasında; ara sıra tercih edenlerle genellikle ve sık sık tercih edenler arasında anlamlı bir farklılık olmasına karşın diğer gruplar arasında bir farklılaşmaya rastlanmamıştır.

Yazar kontrolü ile meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ve meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi en yüksek olan grup bu yöntemi sık sık tercih edenlerdir. Bu yöntemi hiç kullanmayanlarla sık sık kullananlar arasında; nadiren kullananlarla nadiren ve sık sık kullananlar arasında ara sıra kullananlarla sık sık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık olmasına karşın diğer gruplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Güncellik kontrolü ile meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ve meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi en yüksek olan grup bu yöntemi sık sık tercih edenlerdir. Bu yöntemi hiç kullanmayanlarla sık sık kullananlar arasında; nadiren kullananlarla genellikle ve sık sık kullananlar arasında; ara sıra kullananlarla sık sık kullananlar arasında; genellikle kullananlarla sık sık kullananlar arasında anlamlı farklılıklar olmasına rağmen diğer gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır.

Çapraz kontrol ile meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ve meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi en yüksek olan grup bu yöntemi sık sık tercih edenlerdir. Bu yöntemi hiç kullanmayanlarla ara sıra, genellikle ve sık sık kullananlar arasında; nadiren kullananlarla ara sıra, genellikle ve sık sık kullananlar arasında; ara sıra kullananlarla sık sık kullananlar arasında ve genellikle kullananlarla sık sık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Son yalan haber doğrulama yöntemi olan uzmana danışma ile meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ve meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi en yüksek olan grup bu yöntemi sık sık tercih edenlerdir. Bu yöntemi hiç kullanmayanlarla sık sık kullananlar arasında; nadiren kullananlarla sık sık kullananlar arasında; ara sıra kullananlarla sık sık kullananlar arasında ve genellikle kullananlarla sık sık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık olmasına karşın diğer gruplar arasında bir farklılık tespit edilmemiştir.

Yalan haber doğrulama yöntemleri ve meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların ortaya çıkması, okuryazarlık becerilerinin (tez kapsamında meta okuryazarlığının) yeni/sosyal medya ortamlarında ne kadar önemli olduğunu göstermesi açısından son derece önemlidir. Çünkü meta okuryazarlığı bireylerin mevcut okuryazarlık becerilerini geliştirmeyi amaçlamakta (Mackey ve Jacobson, 2014: 2) ve sağlıklı bir kamuoyunun işleyişine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda meta okuryazarlığı özyeterliliğinin haber doğrulama davranışı sergilenmesinde önemli düzeyde ilişkisi olduğu belirtilebilir. Bahsi geçen geçen yöntemlerle meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeylerindeki gruplarda en büyük farklılık çapraz kontrol kategorisinde gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyi üzerinde yaş ve eğitim seviyesinin önemli bir belirleyiciliği olmasına karşın cinsiyet ve gelir seviyesinin bir farklılaşmaya neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle gelir seviyesinin meta okuryazarlığı özyeterliliği için bir belirleyiciliğe sahip olmayışı diğer okuryazarlık türleri arasında ayrıştığı noktaya işaret etmektedir. Haber takip alışkanlıkları incelendiğinde ise meta okuryazarlığı özyeterliliği düzeyi ile haberin takip edildiği mecra arasında anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. Haberi yeni medyadan takip edenlerin bahsi geçen düzeyi daha yüksektir. Diğer yönden katılımcı gruptan elde edilen bulgulara göre yalan haberle en sık siyaset, ekonomi ve magazin haberlerinde rastlandığı görülmüştür. Bu kategorileri de sağlık ve dış haberler izlemektedir. Dünyanın ve Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyo- ekonomik ve siyasi koşullar göz önüne alındığında en yoğun dezenformasyonun gerçekleştiği alanlar bulgular ile paralellik göstermektedir. Bu da bireyin çevresinde gerçekleşen olaylarla bir bütün içerisinde yaşadığı gerçeğini gözler önüne sermektedir. Diğer yönden haber doğrulama ihtiyacını harekete geçiren en önemli iki etmen kaynağa güvensizlik, inanç ve düşüncelerle çelişmedir. Teorik bölümde tartışıldığı üzere iki etmen de bireyin psiko-sosyal edinimleri ile doğrudan ilişkili durumdadır. Bu noktadan hareketle bireylerin bir konu ya da kaynak hakkındaki tutumları, meta okuryazarlık düzeyleri ne olursa olsun, yalan habere yaklaşım biçimlerini

etkilemektedir. Buna rağmen yalan haberin doğrulamasında meta okuryazarlığı özyeterlilik düzeyinin tüm haber kategorilerinde belirleyici bir konumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Değinilen bu sonuçlar doğrultusunda araştırmanın ufuk açıcı bir nitelik taşıyabilmesi için aşağıdaki önerilerde bulunulabilmektedir.

- Türkçe literatüre kazandırılması adına haber doğrulama davranışı ile ilişkisi incelenen meta okuryazarlığı başka konu ve alanlarda da çalışılarak hinterlandı genişletilebilir.
- Meta okuryazarlığı özyeterliliği ile ilgili geliştirilen ölçek başka konu ve örneklem grupları ile de test edilebilir.
- Haber doğrulama ile ilgili nitel çalışmalar gerçekleştirilerek davranış biçimleri derinlemesine araştırılabilir.
- Haber doğrulamada okuryazarlık becerilerinin farklı rollerinin ortaya çıkarılabilmesi adına başka nitelikte çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acun, R. (2000). “İnternet ve Telif Hakları”. *Bilgi Dünyası*, 1(1): 5-25.
- Ak, B. (2006). Parametrik Hipotez Testleri. Seref K. (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Degiskenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 73-82.
- Aksoy, M. (2008). *Hayat Boyu Öğrenme Ve Kariyer Rehberliği İlkelerinin İstihdam Edilebilirliğe Etkileri: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora tezi: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Allcott, H., ve Gentzkow, M. (2017). “Social Media and Fake News in the 2016 Election”. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2): 211–236.
- Alparslan, A. M. Ve Antalyalı, Ö. (2021). Güvenilirlik Analizi. Ömer Lütfi A. ve Ali Murat A. (Ed.) *Jamovi: Uygulamalı İstatistik Analizleri*. Nobel, Ankara, 89-96.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları*. Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- American Association of School Librarians ve Association for Educational Communication and Technology. (1998). *Information Literacy Standards For Student Learning*. American Library Association, Chicago.
- Arsan, E. (2005). “Haber ve Habercilik”. S. Alankuş (Ed.), *Gazetecilik ve Habercilik*. IPS İletişim Vakfı, İstanbul, 137- 152.
- Aslan, K. (2009). *Haberin Yol Haritası*. Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Aşkar, P. ve Mazman, S. G. (2013). “Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri’nin Türkçeye Uyarlama Çalışması”. *Eğitim ve Bilim*, 38(168): 167-182.
- Aşıcı, M. (2009). “Kişisel Ve Sosyal Bir Değer Olarak Okuryazarlık”. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 9- 26.
- Avrupa Komisyonu. (2002). *European Report On Quality Indicators Of Lifelong Learning. Fifteen Quality Indicators*. European Commission, Directorate General for Education and Culture. Brussels.
- Aydın, A. (2000). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Aydın, A. F. (2020). “Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci”. *Asya Studies*. 12: 76–90.
- Aydoğdu, A. G., (2017). “Medya Okuryazarlığı Dersi ve Öğretmenlerin Dersle Yaklaşımları Üzerine Bir Değerlendirme”. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1246-1257.

- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O. ve Gölcü, A. (2013). “Gazeteciliğin Bitmeyen Tartışması: Gazetecinin Etik ve Sorumluluğu”. M. Işık (Ed.). *İletişim ve Etik*. Eğitim Yayınevi, Konya, 163-184.
- Bannock, C. ve Law, P. (2014). Fırtınadaki Garip Deniz Topunu Doğrulamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 42-43.
- Barot, T. (2014). Görselleri Doğrulamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 35-41.
- Beherens, S.J. (1994) “A Conceptual Analysis and Historical Overview of Information Literacy”. *College and Research Libraries*, 55: 309–322.
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. (Çeviren: Nurçay Türkoğlu). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Berberoğlu, B. (2010). “Yaşam Boyu Öğrenme İle Bilgi ve İletişim Teknolojileri Açısından Türkiye’nin Avrupa Birliği’ndeki Konumu”. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*. V(II): 113-117.
- Browne, M. (2014). Video Doğrulamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 47-54.
- Burchinal, L.G. (1976). *The Communication Revolution: America’s Third Century Challenge*. College Station, TX: A&M University Library.
- Burkhardt, J. M. (2017). “History of Fake News”. *Library Technology Reports*, 53(8): 5-9.
- Buttry, S. (2014). Doğrulamanın Temelleri: Uyulması Gereken Kurallar. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 14-17.
- Büyükoztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Pegem Akademi, Ankara.
- Can, A. (2013). *SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Veri Analizi*. Pegem Yayınları, Ankara.

- Canbek, G. ve Sağiroğlu, Ş. (2006). “Bilgi, Bilgi Güvenliği ve Süreçleri Üzerine Bir İnceleme”. *Politeknik Dergisi*, 9(3): 165-174.
- Center for Media Literacy (2003). Literacy for the 21st Century: An Overview and Orientation Guide to Media Literacy Education.
https://www.medialit.org/sites/default/files/01_MLKorientation.pdf. (Erişim tarihi: 03.08.2021).
- Chu, W. ve Park, S. T. (2009). “Personalized Recommendation On Dynamic Content Using Predictive Bilinear Models”. In *Proceedings of the 18th International Conference On World Wide Web*: 691-700.
- Cropley, A.J. ve Dave, R.H. (1978). *Lifelong Education And The Training Of Teachers*. Pergamon, Oxford.
- Çömlekçi, M. F. (2019). “Sosyal Medyada Dezenformasyon Ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3): 1549-1563.
- Daugherty, T., Eastin, M. S., ve Bright, L. (2008). “Exploring Consumer Motivations For Creating User-Generated Content”. *Journal of interactive advertising*, 8(2): 16-25.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. Sentez, Bursa.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G. ve Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Demir, V. (2006). *Medya Etiği*. Beta Kitap, İstanbul.
- Demirel, M., & Akkoyunlu, B. (2017). Prospective Teachers Lifelong Learning Tendencies And Information Literacy Self-Efficacy. *Educational Research and Reviews*, 12(6): 329-337.
- Denkel, A., ve Beyazyürek, I. (1998). Bir Uğraş Olarak Yalan: Felsefe Açısından Yalana Bakış. *Yalan* In S. Ciliv (Ed.). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 185–197.
- Dowling, D., Dowling, S., Dowling, C., Fisser, P., Grabowska, A., Hezemans, M. Ve Kendall, M.. (2004). “Lifelong Learning in the Digital Age”. *IFIP International Federation for Information Processing*, 137: 1-49.
- Downes, S. (2007). “Models For Sustainable Open Educational Resources”. *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*, 3(1): 29-44.
- Doyle, C. S. (1992). “Outcome Measures For Information Literacy Within The National Educational Goals Of 1990. Final Report To National Forum On Information Literacy”. Flagstaff, AZ: National Forum on Information Literacy.

- Doyle, C.S. (1994). *Information Literacy in an Information Society: A Concept for the Information Age*. Syracuse, New York.
- Druckman, J. N. ve Parkin, M. (2005). The Impact Of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters. *The Journal of Politics*, 67(4): 1030-1049.
- Duran, E. ve Özen, N. E. (2018). “Türkçe Derslerinde Dijital Okuryazarlık”. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 3(2), 31-46.
- Durand, S. (2014). “Nijerya’daki Çatışma Bölgesinde Söylenti ve Gerçeği Birbirinden Ayırmak”. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 12-13.
- Dursun, Ç. (2005). “Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek”. S. Alankuş (Ed.) *Gazetecilik ve Habercilik*, (s. 69-90). İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Edson, T. C., Lim, Z. W., ve Ling, R. (2018). “Defining “fake news””. *Digital Journalism*, 6(2): 137-153.
- Elmborg, J. (2006) “Critical Information Literacy: Implications for Instructional. Practice”, *Journal of Academic Librarianship* 32: 192–9.
- Erdil, E. (2003). *Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda İşlenme Eserler*. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum*. Erk Yayınları, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2013). “Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36: 254-272.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). “Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org.” *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30: 202–223.
- Ersöz, A. G. (2015). “Özel Alan/Kamusal Alan Dikotomisi: Kadınlığın" Doğası" Ve Kamusal Alandan Dışlanmışlığı”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 80-102.
- Eryılmaz, T. (2005). Muhabirliğe Kısa Bir Giriş. S. Alankuş (Ed.), *Gazetecilik ve Habercilik*. IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 153-167.
- European Lifelong Learning Indicators (ELLI). (2010). Making Lifelong Learning Tangible!, The European ELLI Index 2010, <http://www.edmide.gr/KEIMENA%20E.U/document-2010-09-3-7755051-0-studiul-bertelsmann-stiftung.pdf> (Erişim tarihi: 08.10.2021)

- Faraj, S., & Johnson, S. L. (2011). "Network Exchange Patterns İn Online Communities". *Organization Science*, 22(6): 1464-1480.
- Faraj, S., Jarvenpaa, S. L. ve Majchrzak, A. (2011). "Knowledge Collaboration İn Online Communities". *Organization science*, 22(5): 1224-1239.
- Filibeli, T. E. (2018). "Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Haberin Dönüşümü, Sınırlar ve Olanaklar". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı): 453-469.
- Fischer, G. (2000). Lifelong Learning—More Than Training. *Journal of Interactive Learning Research*, 11(3): 265-294.
- Fisher, R. (1996). *Stories for Thinking*. Nash Pollock, Oxford.
- Gelfert, A. (2018). "Fake News: A Definition". *Informal Logic*, 38(1): 84–117.
- Gençalp, H. (2019). "Görsel Kültür, Çoklu Okuryazarlık Ve Çoklu Biçimlilik Bağlamında Sosyal Medya İletileri". *Global Media Journal*, 10(19), 52-75.
- Girgin, A. (2002). *Haber Yazmak*. Der Yayınevi, İstanbul.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*. İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Gregory, S. (2020). "Deepfakeler ve Gelişmekte Olan Manipülasyon Teknolojileri Hakkında Nasıl Düşünmeli?". C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine*. (Çev. C. Başaçek, H. E. Yakar, K. E. Tanca, A. E. Zübeyir ve S. Gış). European Journalism Centre, Maastricht, 104-111.
- Guy, H., Vis, F. ve Faulkner, S. (2020). "Görsel Doğrulama ve Sorgulama". C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine*. (Çev. C. Başaçek, H. E. Yakar, K. E. Tanca, A. E. Zübeyir ve S. Gış). European Journalism Centre, Maastricht, 93-103.
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. Derin Yayınları, İstanbul.
- Gül, G. (2007). "Okuryazarlık Sürecinde Aile Katılımının Rolü". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 17-30.
- Güleç, İ., Çelik, S., & Demirhan, B. (2012). "Yaşam Boyu Öğrenme Nedir? Kavram ve Kapsamı Üzerine Bir Değerlendirme". *Sakarya University Journal of Education*, 2(3): 34-48.
- Güllüoğlu, Ö. (2013). "Medyada Etik İlke ve Kuralların Belirlenmesi". M. Işık (Ed.) *İletişim ve Etik*. Eğitim Yayınevi, Konya, 163-184.
- Güneş, F. (1997). *Okuma Yazma Öğretimi Ve Beyin Teknolojisi*. Ocak, Ankara.

- Günüç, S., Odabaşı, H. F. ve Kuzu, A. (2012). “Yaşam Boyu Öğrenmeyi Etkileyen Faktörler”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 11(2): 309-325.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürsakar, N. (2009). *Sosyal Ağ Analizi*. Dora Yayıncılık, Bursa.
- Gürses, İ. (2005). “Önyargının Nedenleri”. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14(1): 143-161.
- Habermas, J. (2004). “Kamusal Alan”. *Kamusal Alan*: 95-102.
- Hamelink, C. (1976). “An Alternative to News”. *Journal of Communication*, 26: 120-123.
- Hammond, M. (2017). “What Is An Online Community? A New Definition Based Around Commitment, Connection, Reciprocity, Interaction, Agency, And Consequences”. *International Journal of Web Based Communities*, 13(1): 118-136.
- Hunter, M. G. ve Stockdale, R. (2010). “A Framework for Analyzing Online Communities: Sponsor and Member Value Proposition”. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development (IJSKD)*, 2(3): 11-25.
- Huston, M. (1999) “Towards Information Literacy: Innovative Perspective for the 90s”, *Library Trends*, 39: 12–17.
- Ireton, C., ve Posetti, J. (2018). *Journalism, ‘Fake News’ and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. UNESCO, Paris.
- İrvan, S. (2004). “Gazetecilik Etiği”. N. Pazarcı (Ed.) *Türkiye’de Kitle İletişimi*, Turhan Kitapevi, Ankara.
- Jacobson, T. E. ve Friedman, S. (2019). “Teaching Critical Thinking And Metaliteracy Through OER: Theory And Practice İn A Course Collaboration”. *The International Journal of Open Educational Resources*, 2(1): 173-189.
- Jacobson, T. E., Mackey, T. P. ve Olivier, J. (2021) “Aligning Metaliteracy With Self-Directed Learning To Expand Assessment Opportunities”. E. Mentz (Ed.) *Learning Through Assessment: An Approach Towards Self-Directed Learning*, 71-100.
- Kaplan, A.M. ve Haenlein, M. (2010). “Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media”. *Business Horizons*, 53(1): 59-68.
- Karaduman, M., Akbulutgiller, B. (2016). “Social Media as an Emerging News Medium: Journalists’ Approach to News Published On Social Media in the Ethical Context: Example of the Province Of Antalya”. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2 (3): 906-925.

- Karaduman, S. (2019). “Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Karahan, T., Suluk, C., Saraç, T. ve Nal, T., (2015). *Fikri Mülkiyet Hukukun Esasları*. Seçkin Yayınları. Ankara.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). “Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 Ve Etkileşim”. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*, 111-130.
- Kaya, A. (2013). Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Der.) *Sosyal Medya Araştırmaları 1*, 155-206.
- Kaya, H. E. (2016). *Yaşam Boyu Yetişkin Eğitimi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaya, M. (2015). *Elektronik Ortamda Kişilik Haklarının Korunması*. Seçkin, Ankara.
- Kazaz, M. ve Akyüz, S. S. (2019). *Sahte Haber*. Literatürk, Konya.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*. Tudem, İzmir.
- Kim, J. K., Kim, H. K., Oh, H. Y. ve Ryu, Y. U. (2010). “A Group Recommendation System For Online Communities”. *International Journal of Information Management*, 30(3): 212-219.
- Knight, S. (2014). Afet Yayımları İçin Hazırlanmak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 87-92.
- Koettl, C. (2014). Videonun Konumunu ve İçeriğini Onaylamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 68-70.
- Kotler, P. (2010). The Prosumer Movement. In: Blättel-Mink, B., Hellmann, KU. (eds) *Prosumer Revisited. VS Verlag für Sozialwissenschaften*. 51-60. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-91998-0_2#citeas (erişim tarihi: 17.05.2022).
- Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswami, C. (2008). User-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10-11.
- Kuçuradi, İ. (2003). Etik ve etikler. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 423(1), 7-9.
- Kuhlthau, C. C. (1987). *Information skills for an information society: a review of research*. Syracuse, NY: ERIC Clearinghouse on Information Resources (ED 297 740).

- Kurbanoglu, S. (2010). Bilgi okuryazarlığı: Kavramsal bir analiz. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 723-747.
- Kuşay, Y. (2010). "Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri". *İkinci Medya Çağında İnternet*, F. Aydoğan ve A. Akyüz (drl), Alfa Yayıncılık, İstanbul, 61-89.
- Lazar, J., & Preece, J. (1998). Classification schema for online communities. *AMCIS 1998 Proceedings*, 30.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The Science Of Fake News. *Science (New York, N.Y.)*, 359(6380), 1094–1096.
- Lenox, M. F. ve Walker, M. L. (1993). Information literacy in trhe educational process. *The Educational Forum*, 57(2), 312-324.
- Lewandowsky, S., Cook, J., ve Lombardi, D. (2020). *Debunking Handbook 2020*. Skeptical Science. <https://doi.org/10.17910/B7.1182>.
- Lin, H. F., Lee, G. G. (2006). Determinants of success for online communities: an empirical study. *Behaviour & Information Technology*, 25(6), 479-488.
- Lowrey, W. (2017). The Emergence And Development Of News Fact-Checking Sites: Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies*, 18(3), 376-394.
- Lynch, C. (1997). Searching the internet. *Scientific American*, 276(3), 52-56.
- Lynch, M. (2020). We Have Never Been Anti-Science: Reflections on Science Wars and Post-Truth. *Engaging Science, Technology, and Society*, 6, 49–57.
- Lytvynenko, J. (2020). Son Dakika Gelişmelerinde Sahte Haber ve Bilgi Operasyonlarını Takip Etmek. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine*. (Çev. C. Başaçek, H. E. Yakar, K. E. Tanca, A. E. Zübeyir ve S. Gış). European Journalism Centre, Maastricht, 82-92.
- Mackey, T. P. (2020). Embedding Metaliteracy in the Design of a Post-Truth MOOC: Building Communities of Trust. *Communications in Information Literacy*, 14(2), 346-361.
- Mackey, T. P. ve Jacobson, T. E. (2014). *Metaliteracy: Reinventing Information Literacy To Empower Learners*. American Library Association.
- Mackey, T. P., ve Jacobson, T. E. (2011). Reframing information literacy as a metaliteracy. *College & research libraries*, 72(1), 62-78.
- Marwick, A. ve Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society Research Institute.

http://www.chinhnghia.com/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf

- Mavnacıoğlu, K. (2009). “İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri”. *Medya ve Etik Sempozyumu Kitabı*. 7-9 Ekim 2009, Elazığ, s. 63-72.
- Memiş, T., Nal, T., & Suluk, C. (2009). *Telif hukukunda yayın sözleşmesi örnekleri*. İstanbul Ticaret Odası.
- Mete, G. (2020). “Okuryazarlık Türleri Ve 2023 Eğitim Vizyonu Belgesi”. *Kesit Akademi*, 6(22), 109-120.
- Metzger, M. J. (2007). Making Sense Of Credibility On The Web: Models For Evaluating Online Information And Recommendations For Future Research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078–2091.
- Mondahl, M., & Razmerita, L. (2014). Social media, Collaboration and Social Learning a Case-study of Foreign Language Learning. *Electronic Journal of E-learning*, 12(4), 339-352.
- Müjgan, B. A. L. (2011). İmaj ve önyargı faktörünün gazete haberlerine etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 201-226.
- Nisan, F. ve Kara, E. Ş. (2022). *Yalan Haber ve Etik. Dijital Sis: Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu*. Ed. M. İşliyen, F. Şimşek İşliyen. Çizgi Kitabevi: Konya 99-134.
- O'Brien, K. L., Forte, M., Mackey, T. P., & Jacobson, T. E. (2017). Metaliteracy as pedagogical framework for learner-centered design in three MOOC platforms: Connectivist, coursera and canvas. *Open Praxis*, 9(3), 267-286.
- Olkun, E. O. (2017). *Haber ve Güven: Sosyal Algılamada Medya Haberlerinin Güvenilirliği*. Konya: Literatürk.
- Onursoy, S. (2018). “Üniversite Gençliğinin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 989-1013.
- Owens, M.R. (1976) “State, Government and Libraries”, *Library Journal*, 101, 27.
- Owusu-Ansah, E.K. (2005) ‘Debating Definitions of Information Literacy: Enough is Enough!’, *Library Review*, 54, 366–74.
- Önal, İ. (2010). “Tarihsel Değişim Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme Ve Okuryazarlık”. *Bilgi Dünyası*, 101- 121.

- Öz, E. (2008). *Öz Düzenlemeli Öğrenmenin Yaşam Boyu Öğrenme ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Ankara.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1), 287-311.
- Pavlik, J. V. (2001). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çev. Müge Demir ve Berrin kalsın, Ankara: Phoneix.
- Phang, C. W., Kankanhalli, A., & Sabherwal, R. (2009). Usability And Sociability İn Online Communities: A Comparative Study Of Knowledge Seeking And Contribution. *Journal Of The Association For Information Systems*, 10(10), 2.
- Phillips, T. (2014). Sandy Kasırgasındaki İki Şüpheli “Sokak Köpek Balığı”nı Doğrulamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 44-46.
- Pinto, M., Cordon, J. A. ve Diaz, R. G. (2010). Thirty years of information literacy (1977—2007): A Terminological, Conceptual And Statistical Analysis, *Journal of Librarianship and Information Science*, 42(1), 3-19.
- Posetti, J. ve Matthews, A. (2018). A Short Guide To The History Of ‘Fake News’ And Disinformation. *International Center for Journalists*, 7(2018).
- Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy a Cognitive Approach*. Sage Publications, California.
- Poynter, R. (2012), *İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı*. (Çev. Ü. Şensoy), Optimist Yayınları, İstanbul.
- Preece, J. (2001). Sociability And Usability İn Online Communities: Determining And Measuring Success. *Behaviour & Information Technology*, 20(5), 347-356.
- Preece, J. (2004). Online Communities: Researching Sociability And Usability İn Hard To Reach Populations. *Australasian Journal of Information Systems*, 11(2), 146-152.
- Rafaeli, S. (1988). From New Media To Communication. *Sage Annual Review Of Communication Research: Advancing Communication Science*, 16, 110-134.
- Richard, K. (2016). Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment. Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment | The Nation (17.06.2022).

- Rosa, A. (2014). Sosyal Medya'yı Polis Telsizi Gibi Kullanmak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 18-23.
- Rotman, D., & Preece, J. (2010). The'WeTube'in YouTube—creating an online community through video sharing. *International Journal of Web Based Communities*, 6(3), 317-333.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Shane, T. (2020). *Yanlış Bilgi Psikolojisi*. (Çev. C. Başaçek). First Draft.
- Silverman, C. (2014). Doğrulama Araçları. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 110-112.
- Silverman, C. (2020). Investigating Disinformation and Media Manipulation. In C. Silverman (Ed.), *Verification Handbook: For Disinformation and Media Manipulation* (pp. 3–6): European Journalism Centre.
- Silverman, C. ve Tsubaki, R. (2014a). Son Dakika Haberlerinde Doğrulama. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 6-11.
- Silverman, C. ve Tsubaki, R. (2014b). Bir Doğrulama Süreci Yaratmak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 98-105.
- Sproull, L. (2004). Online Communities. *The Internet Encyclopedia*.
- Şeker, M. (2018). *Haber Üretimi Araştırmaları*. Bünyamin Ayhan (Ed). Literatürk. Konya 89-108.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth Ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 1-14.
- Taylor, R.S. (1986) *Value-added Processes in Information Systems*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corp.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Toff, B., Badrinathan, S., Amont'Alverne, C., Arguedas, A. R., Fletcher, R. ve Nielsen, R. K. (2021). *Listening to What Trust in News Means to Users: Qualitative Evidence from Four Countries*. Reuters Institute ve University of Oxford.
- Tremayne, M., Weiss, A. S., & Alves, R. C. (2007). From Product To Service: The Diffusion Of Dynamic Content In Online Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(4), 825-839.
- Ulaş, M. ve Yeşil, A. (2020). Batı Dijital Medyasının Türkiye'ye Yönelik Algı Manipülasyonu: Koronavirüs Haberleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 939-963.
- Uluk, M. (2021). *Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya & Yalan Haber*. Dorlion Yayınları, İstanbul.
- Ural, A.ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- UNESCO (1987). *Telif Haklarının Temel İlkeleri*. Çev. Çiğdem Yıldırım. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Fikir ve Sanat Eserleri Daire Başkanlığı, Ankara.
- Uyguç, Ü., & Genç, A. (1998). *Radyo, Televizyon Haberciliği*. Avcıol Basım-Yayın, İstanbul.
- Uzgören, N. (2012). *Bilimsel Araştırmalarda Kullanılan Temel İstatistiksel Yöntemler ve SPSS Uygulamaları*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu Ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.
- Virkus, S. (2003) 'Information Literacy in Europe: A Literature Review', *Information Research*, 8, 1-35.
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The Spread Of True And False News Online. *Sciencemag*, 359, 1146-1151.
- Vural, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yaşar University*, 5(20), 3348-3382.
- Wardle, C. (2014). Kullanıcı Üretimi İçeriği Doğrulamak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber*. (Çev. G. Özturan, G. Deniz, E. Sorkun, O. Önal, B. Göbekçioğlu, V. Hatem, Ş. Erol, A. Tatar ve Ş. Uyanık). European Journalism Centre, Maastricht, 24-31.
- Werquin, P. (2010). *Recognising Non-Formal And Informal Learning: Outcomes, Policies And Practices*. OECD-Publishing, Paris.

- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46: 74-85.
- Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2(1), 8–15.
- Yumuşak, İ. G. ve Aydın, M. (2005). Bilgi Kamusal Bir Mal Mıdır?. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 104-122.
- Zadrozny, B. (2020). Sosyal Medya Hesaplarını Araştırmak. C. Silverman (Ed.). *Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine*. (Çev. C. Başaçek, H. E. Yakar, K. E. Tanca, A. E. Zübeyir ve S. Gış). European Journalism Centre, Maastricht, 22-37.
- Zhou, X., ve Zafarani, R. (2018). *Fake News: A Survey Of Research, Detection Methods, And Opportunities*. arXiv preprint arXiv:1812.00315, 2.
- Zurkowski, (1974). *The Information Service Environment: Relationships and Priorities (Report ED 100391)*. Washington DC: National Commission on Libraries and Information Science.

İnternet Kaynakları

- American Library Association (1989). “Presidential Committee on Information Literacy: Final Report”. ALA, Chicago. <https://eric.ed.gov/?id=ED315074> (Erişim tarihi: 09.07.2021).
- Anstey, M., & Bull, G. (2010). Helping teachers to explore multimodal texts. http://www.curriculum.edu.au/leader/helping_teachers_to_explore_multimodal_texts,31522.html?issueID=12141 (Erişim tarihi: 29.10.2022).
- Arthanayake, N. (2022). “Tips For Spotting Fake News Online”. <https://www.bbc.co.uk/bitesize/topics/zkgjqfr/articles/zrprj6> (Erişim tarihi: 04.06.2022).
- Aspen Institute (1992) “Aspen Institute Report of the National Leadership Conference on Media Literacy”. <https://eric.ed.gov/?id=ED365294> (Erişim tarihi: 07.11.2021).
- Barthel, M., Mitchell, A. ve Holcomb, J. (2016). “Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion”. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> (Erişim tarihi: 25.05.2022).

- Boyd, D. (2017). Google and Facebook Can't Just Make Fake News Disappear. <https://www.wired.com/2017/03/google-and-facebook-cant-just-make-fake-news-disappear/> (Erişim tarihi: 18.04.2022).
- Bruce, C. (1994). Information literacy blueprint. https://www.academia.edu/2463291/Information_literacy_blueprint (Erişim tarihi: 15.08.2021).
- Cambridge Dictionary. (2021). "Meta-". <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/meta?q=meta->. (Erişim tarihi: 20.09.2021).
- Cambridge Dictionary. (2022). "Fake News". <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/fake-news> (Erişim tarihi: 06.07.2022).
- Dictionary. (2022). "Fake News". <https://www.dictionary.com/browse/fake-news> (Erişim tarihi: 06.06.2022).
- Djordjevic, M. (2021). 27 "Alarming Fake News Statistics on the Effects of False Reporting". <https://letter.ly/fake-news-statistics/> (Erişim tarihi: 15.04.2022).
- First Draft. (2017). "Visual Verification Guide". https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x32994 (Erişim tarihi: 17.06.2022).
- Flood, A. (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: 23.05.2022).
- FSEK, (1951). "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu". <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.5846.pdf> (Erişim tarihi: 22.04.2021).
- Hempel, J. (2017). "Fixing Fake News Won't Fix Journalism". <https://www.wired.com/2017/03/fixing-fake-news-wont-fix-journalism/> (Erişim tarihi: 17.04.2022).
- Hylén, J. (2021). "Open Educational Resources: Opportunities And Challenges". https://www.researchgate.net/publication/235984502_Open_educational_resources_Opportunities_and_challenges (Erişim tarihi: 18.03.2022).
- IFCN. (2021). "State of The Fact-Checkers". https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/01/IFCN_2022_StateFactChecking2021_v06.pdf (Erişim tarihi: 05.04.2022).

- IFCN. (2022). "Verified Signatories Of The IFCN Code Of Principles". <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> (Erişim tarihi: 08.07.2022).
- IFLA. (2017). "How To Spot Fake News". https://repository.ifla.org/bitstream/123456789/167/2/how_to_spot_fake_news.pdf (Erişim tarihi: 16.15.2022).
- Jack, C. (2017). "Lexicon of Lies, Data & Society", https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf (Erişim tarihi: 06.04.2022).
- Jacobson, T., Mackey, T., O'Brien, K., Forte, M., ve O'Keeffe, E. (2018). "Metaliteracy Goals And Learning Objectives". <https://metaliteracy.org/learning-objectives/2018-metaliteracy-goals-and-learning-objectives/> (Erişim tarihi: 19.11.2021).
- Kaspersky. (2022a). "How to Identify Fake News". <https://www.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/how-to-identify-fake-news> (Erişim tarihi: 08.05.2022)
- Kaspersky. (2022b). "Veri Gizliliği Nedir?". <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/threats/internet-and-individual-privacy-protection> (Erişim tarihi: 07.06.2022).
- Kiely, E. ve Robertson, L. (2016). "How to Spot Fake News". <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> (Erişim tarihi: 23.06.2022).
- Lexico, (2021). Meta-, <https://www.lexico.com/definition/meta->.
- Louisburg College Robbins Library, (2019). Fake News. <https://louisburg.libguides.com/c.php?g=871319&p=6254711>. (erişim tarihi:13.06.2022).
- Malhotra, Y. (1997) "Knowledge Management in Inquiring Organizations". AMCIS 1997 Proceedings. 181. <http://aisel.aisnet.org/amcis1997/181>.
- Media Awareness Network (2010). Digital Literacy In Canada: From Inclusion To Transformation. A Submission To The Digital Economy Strategy Consultation. <https://mediasmarts.ca/sites/default/files/pdfs/publication-report/full/digitalliteracypaper.pdf> (Erişim tarihi: 21.10.2022).
- Miller, K. ve Shockman, E. (2017). 7 Ways To Recognize And Deal With Fake News. <https://www.mprnews.org/story/2017/07/18/how-to-recognize-fake-news> (erişim tarihi: 03.05.2022).
- Navarro, D. ve Foxcroft, D. (2019). Learning Statistics With Jamovi: A Tutorial For Psychology Students And Other Beginners. <http://learnstatswithjamovi.com> (Erişim Tarihi: 06.05.2022).

- Netsafe. (2021). How To Spot Fake News. <https://www.netsafe.org.nz/how-to-spot-fake-news/> (erişim tarihi: 10.05.2022).
- O'Reilly, T. ve Battelle, J. (2009). Web Squared: Web 2.0 Five Years On. <https://conferences.oreilly.com/web2summit/web2009/public/schedule/detail/10194> (erişim tarihi: 15.02.2021).
- Online Master of Science in Cyber Security. (2022). Tips For Students On How To Identify Fake News. <https://onlinedegrees.und.edu/masters-cyber-security/tips-for-students-on-how-to-identify-fake-news/> (erişim tarihi: 29.06.2022).
- Oxford Languages. (2016). *Word of the Year 2016*. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Poynter. (2022). What is the International Fact-Checking Network?. <https://www.poynter.org/ifcn/> (erişim tarihi: 15.06.2022).
- Robins-Early, N. (2016). How To Recognize A Fake News Story. https://www.huffpost.com/entry/fake-news-guide-facebook_n_5831c6aae4b058ce7aaba169 (erişim tarihi: 12.05.2022).
- Shearer, E. ve Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms 2017. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/journalism/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/> (22.05.2022).
- Silverman, C. (2016). *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Snopes. (2022). About Us. <https://www.snopes.com/about/> (erişim tarihi: 02.07.2022).
- Spot Fake News. (2022). Don't Believe Everything You Read. <https://spotfakenews.ca/> (Erişim tarihi: 06.05.2022).
- Stencel, M., Ryan, E. ve Luther, J. (2022). Fact-Checkers Extend Their Global Reach With 391 Outlets, But Growth Has Slowed. Duke Reporters' Lab. <https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed/> (erişim tarihi: 12.07.2022).
- Team Lewis. (2017). The Role of Fake News on Media and Brand Consumption. <https://www.teamlewis.com/asia/magazine/the-role-of-fake-news-on-media-and-brand-consumption/> (18.05.2022).
- The Onion. (2022). About The Onion. <https://www.theonion.com/about> (erişim tarihi: 22.06.2022).

- Toronto Public Library. (2022). How to Spot Fake News. <https://www.torontopubliclibrary.ca/spotfakenews/> (erişim tarihi: 09.05.2022).
- Tureng. (2022). Deepfake. <https://tureng.com/en/turkish-english/deepfake> (erişim tarihi: 16.07.2022).
- Türk Dil Kurumu. (2022). Yalan Haber. <https://sozluk.gov.tr/> (06.06.2022).
- UW-Green Bay Libraries. (2022). What is Bias?. <https://libguides.uwgb.edu/bias> (erişim tarihi: 09.05.2022).
- Wardle, C. (2017). Fake News. It's Complicated. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> (29.04.2022).
- Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder : Toward an Interdisciplinary Framework For Research And Policy Making*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.
- Wearesocial ve Hootsuite. (2022). Digital 2022: Global Overview Report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/> (erişim tarihi: 18.06.2022).
- Wikipedia. (2022). The Onion. https://en.wikipedia.org/wiki/The_Onion (erişim tarihi: 05.05.2022).
- Zaytung. (2022). Hakkında. <https://www.zaytung.com/> (erişim tarihi: 17.05.2022).

EK 1- ANKET FORMU

Meta Okuryazarlığı Özyeterliliğinin Yalan Haberin Doğrulanmasına Etkisi Hakkında Anket Formu

Bu çalışma Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan bir doktora tezi için gerçekleştirilmektedir. Anket sonucunda elde edilecek veriler hiçbir kişi ve kurumla paylaşılmayacak ve bilimsel çalışma dışında kullanılmayacaktır. Çalışma 5-10 dakikanızı alacaktır. Vakit ayırdığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Danışman: Prof. Dr. Mustafa ŞEKER

Öğrenci: Arş. Gör. Resul TAŞAN

Birinci Bölüm: Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği

İnternet üzerinden bilgi alma, üretme, yayma ve öğrenme deneyimlerinizi değerlendirerek aşağıdaki yargılara katılım düzeyinizi işaretleyiniz.

1-Kesinlikle katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım 4-Katılıyorum
5-Kesinlikle katılıyorum

	1	2	3	4	5
1. Bilginin kaynağını doğrulayabilirim					
2. İçerikte önyargılar olabileceğini bilirim					
3. İçeriği değerlendirirken kendi inanç ve düşüncelerimi kenarda bırakabilirim					
4. Araştırma yaparken farklı kaynaklardan yararlanırım					
5. Taraflı görüş ve gerçek arasında ayırım yapabilirim					
6. Özgün bilgi üretebilirim					
7. Fikri mülkiyetin ne olduğunu bilirim					
8. Etik sınırların neler olduğunu bilirim					
9. İnternet ortamında paylaşımda bulunmanın birtakım sorumluluklar getirdiğini bilirim					
10. Başkasına ait bir içeriği yayarken sorumlu davranmam gerektiğini bilirim					
11. Kendimi bilgi üreticisi olarak görürüm					
12. Çevrimiçi ortamlarda kişisel bilgilerimi ve gizliliğimi koruyabilirim					
13. Gelişen teknoloji ve platformları bilgiyi üretmek ve yaymak için kullanabilirim					
14. Bildiklerimi çevrimiçi ortamlarda öğretirim					
15. Kullanıcı tarafından üretilen bilginin doğruluğunu sorgulayabilirim					
16. Kendi kendime öğrenebilirim					
17. Araştırma ve sorgulamayı öğrenme sürecime dahil edebilirim					
18. Öğrenme sürecinde yeni yöntemleri kullanabilirim					
19. Karşılaştığım bir konu hakkında yeni bakış açılarını dikkate alırım					
20. Öğrenme sürecinde hataların normal olduğunu bilirim					

İkinci Bölüm: Yalan Haberin Doğrulanması

21. Haberleri daha çok hangi mecradan takip edersiniz?

- a. Yeni medya (sosyal medya ve internet siteleri)
- b. Geleneksel medya (gazete, dergi, televizyon, radyo)

22. Hangi durumda haberin doğruluğunu daha çok kontrol edersiniz?

- a. Kaynağı güvenilir bulmadığımda
- b. İnanç ve düşüncelerimle çeliştiğinde
- c. Haberin konusu hakkında bilgi sahibi olmadığımda
- d. Haber farklı medya ortamlarında farklı şekilde sunulduğunda
- e. Haberi farklı kişilerden farklı şekillerde duyduğumda

23. Aşağıdaki konularda ne sıklıkla yalan haberle karşılaştığınızı düşünüyorsunuz?

	Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Siyaset					
Ekonomi					
Sağlık					
Dış Haberler					
Spor					
Eğitim					
Bilim -teknoloji					
Çevre					
Kültür-sanat					
magazin					

24. Şüpheli bir haberle karşılaştığınızda aşağıdaki doğrulama yöntemlerini ne sıklıkla kullanırsınız?

	Hiç	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Sık sık
Kaynağını kontrol ederim					
Başlık içerik uyumuna bakarım					
Yazarını kontrol ederim					
Güncelliğini kontrol ederim					
Diğer medya organlarından çapraz kontrol ederim					
Uzman kişilere sorarım					

Üçüncü Bölüm: Demografik Özellikler

25. Cinsiyetiniz

- a. Erkek b. Kadın

26. Eğitim Durumunuz

- a. Okuryazar b. İlkokul c. Ortaokul d. Lise
e. Önlisans f. Lisans g. Lisansüstü

27. Aylık geliriniz (Ailenizle birlikte yaşıyorsanız hane halkı toplam miktarı belirtiniz.)

.....

28. Hangi bölgede yaşıyorsunuz?

- a. Marmara b. Ege c. Akdeniz d. İç Anadolu
e. Doğu Anadolu f. Karadeniz g. Güneydoğu Anadolu

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Resul TAŞAN
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Isparta Anadolu Liseli, 2006
Lisans Diploması	İzmir Ekonomi Üniversitesi, 2005
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik ABD, 2018
Tez Konusu	Yaşlıların Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Araştırma Görevlisi, (2015-Devam Ediyor)