

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI
2020-YL-021

**POST-TRUTH DÖNEMDE SİYASAL İÇERİKLİ BİLGİ ARAYIŞI, İÇERİK
TEYİDİ VE SİNİZM**

Hazırlayan

Rıdvan KORKUT

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Serdar ÜNAL

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Sosyoloji Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Rıdvan KORKUT tarafından hazırlanan “Post-truth Dönemde Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı, İçerik Teyidi ve Sinizm” başlıklı tez,/...../2020 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

	Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu	İmzası:
Başkan	Doç. Dr. Serdar ÜNAL	ADÜ	
Üye	Prof. Dr. Kayhan DELİBAŞ	ADÜ	
Üye	Doç. Dr. Devrim ERTÜRK	DEÜ	

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun tarih sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ahmet Can BAKKALCI
Enstitü Müdürü

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

... / ... / 2020

Rıdvan KORKUT

ÖZET

POST-TRUTH DÖNEMDE SİYASAL İÇERİKLİ BİLGİ ARAYIŞI, İÇERİK TEYİDİ VE SİNİZM

Rıdvan KORKUT

Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Serdar ÜNAL

2020, + 188 sayfa + 36 Tablo

Bilgi teknolojilerinin son derece ilerlediği ve içinde yaşadığımız bu dijital çağda yurttaşlık, siyasal bilgi edinimi, siyasal katılım ve elde edilen bilgilerin doğruluğu konusunda pek çok belirsizlikler ortaya çıkmıştır. Yeni internet teknolojileri sayesinde, diğer toplumsal alanlarda olduğu gibi, siyasal alanda da enformasyon üretimi ve paylaşımı ile başkalarınca üretilmiş bilgilere erişim çok kolay bir hale gelmiştir. Yurttaşlar olarak bireylerin böyle bir olanağa sahip olması demokrasi için olumlu bir olgu olarak görülmekle birlikte, erişimi çok kolay olan bu kadar fazla “doğru” ve “yanlış” bilginin aynı mecrada aynı anda ve bazen de yan yana var olması, onların gerçekliği ve doğruluğu konusunda dikkatli olunması gerekliliğini beraberinden getirmektedir. Bu araştırmada, böyle bir ortamda katılımcıların özellikle siyasal bilgiyle ilgili olarak “doğru ve gerçek olan bilgi” bağlamında nasıl bir tavır içinde oldukları incelenmiştir.

Araştırmanın odağını, bireylerin siyasal alanın aktörlerini nasıl değerlendirdikleri, genel olarak medya, özellikle de web 2.0 teknolojisinin sunduğu dijital mecralardan elde ettikleri siyasal alana dair bilgileri nasıl değerlendikleri, bu bilgilerin doğruluğu konusunda nasıl bir tavır takındıkları ile bu bilgilere alternatif olabilecek siyasal bilgi arayışına ne derecede giriştikleri konuları oluşturmaktadır.

Bu amaçla, hem nitel hem de nicel veriler toplanmıştır. Nicel veri toplama yöntemi genellenebilir bilgilere ulaşmak amacıyla tercih edilirken, sosyal olguları bağlamları içinde keşfetmeye çalışan yorumlayıcı anlayışa dayanan nitel yöntem konunun derinlemesine anlaşılmasına yardımcı olması amacıyla kullanılmıştır. Nicel araştırma kapsamında, çalışma evreni, İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması ikinci düzey (IBBS-2) seviyesinde Ege Bölgesi temsiliyetine sahip illerden olan Aydın ilindeki 18 yaş ve üstü bireylerle sınırlandırılmıştır. Araştırmaya dâhil edilecek kişiler belirlenirken kolay ulaşılabilir durum örnekleme ile orantılı tabakalı örneklem seçme yönteminin bazı ilkeleri kullanılmıştır. Bu amaçla örneklem için Aydın merkez ilçe ve diğer ilçelerden nüfus sayılarına oranla katılımcı tabakaları belirlenmiş ve alt tabakalarda da katılımcıların siyasi aidiyet, yaş, cinsiyet ve gelir grubu açısından orantılı bir şekilde dağılmasına dikkat edilmiştir. Bu amaçla, 723 kişiden oluşan bir örneklem grubuna ulaşılmış ve elde edilen 703 anket geçerli sayılar olarak değerlendirilmeye alınmıştır.

Araştırmanın anlama ve yorumlamaya yönelik bakış açısından hareketle tasarlanan nitel araştırma kapsamında ise veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır ve 20 katılımcı ile görüşülmüştür. Bu amaçla görüşme yapılacak kişilerin seçilmesinde cinsiyet, yaş, gelir algısı ve siyasal aidiyet kriterleri çerçevesinde ‘maksimum çeşitlilik örnekleme’ yöntemi kullanılmıştır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Siyasal İçerikli Bilgi (Enformasyon), Sinizm, Yeni medya, Hakikat Arayışı, Bilişsel Çelişki, İçerik Teyidi, Post-Truth

ABSTRACT

Rıdvan KORKUT

M.Sc. Thesis at Sociology

Supervisor: Associate Prof. Serdar ÜNAL

2020, + 188 Pages + 36 Charts

In the digital age we live in, information technologies are very advanced and many uncertainties have emerged related to citizenship, political information acquisition, political participation and the accuracy of the information obtained through technological means. With the help of new İnternet technologies, it has become ultimately easy to access information produced by others through the production and sharing of information in the political field, like in any other social areas. Although the fact that individuals as citizens have such an opportunity has been seen as a positive phenomenon for democracy, the fact that so much “right” and “wrong” information, which is very easy to access, exists simultaneously and sometimes side by side in the same medium, brings about the necessity to be careful about their truth and accuracy.

In this study, how individuals behave in the context of "true and correct information", especially in relation to political knowledge, was examined. The focus of the research is on how individuals evaluate the actors of the political field, how they evaluate the information related to the political field obtained from the media, especially from the digital media, provided by web 2.0 technology, and how they take a position towards the accuracy of this information and how much they are eager to seek to find political information that may be an alternative to this information.

For this purpose, both qualitative and quantitative data were collected. While quantitative data collection method is preferred to reach generalizable information, qualitative method based on interpretive understanding which tries to explore social phenomena in contexts is used to help in-depth understanding of the subject. Within the scope of the

quantitative research, the population of the study was limited to individuals aged 18 years and over in Aydın province, which is one of the provinces representing the Aegean Region at the second level (IBBS-2) by the Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS).

In determining the participants to be included in the study, some principles of stratified sampling and proportional sampling method were employed. For this purpose, participant strata were determined according to the population of the central and other districts of Aydın province, and attention was paid to the homogeneous distribution of the participants in terms of political belonging, age, gender and income group. For this purpose, a sample group of 723 people was reached and 703 questionnaires obtained were considered valid.

Semi-structured in-depth interview technique was used as a data collection tool and 20 participants were interviewed within the scope of qualitative research which was designed from the point of view of understanding and interpretation of the research. For this purpose, maximum diversity sampling method was conducted in the selection of the interviewees within the framework of gender, age, income perception and political belonging criteria.

KEYWORDS: Information with Political Content, Cynicism, New Media, Truth Seeking, Cognitive Dissonance, Fact Checking, Post-Truth

ÖNSÖZ

Bilginin üretilmesi, aktarılması, saklanması ve bu bilgilere ulaşılması tarihin büyük bir kısmında büyük emek ve zaman isteyen bir iş olmuştur. Sadece az sayıda insanın iş gördüğü bu alanda, ortaya çıkan sınırlı miktardaki ürünün güvenilirliği ve değeri günümüze göre daha yüksek olmuştur. Kısa bir süre öncesine kadar bu bilgilere ulaşmak ayrı bir zaman ve fazladan emek gerektirirken, günümüzde üretilen ve tüketilen bilginin niteliği ve bunlara erişim yöntemi büyük orada değişmiş görünmektedir.

Artık bir tüketim malzemesi gibi neredeyse günlük, hatta saatlik süreçlerde üretilip tüketilir hale gelen bilgiler, teknolojik gelişmeler sayesinde günlük hayatlara bireylerin kontrolü dışında da nüfus edebilmektedir. İnternet ve bilişim teknolojilerinin sağladığı diğer olanaklar, herkesi günlük olarak bilgi üretilip yayabilen içerik üreticisine dönüştürmüştür. Olumlu olarak görülebilecek olan bu olanak, aynı zamanda potansiyel olarak büyük bir sorun da içermektedir. Kontrolsüz olarak yayılan bu bilgilerin niteliği bu sorunlardan en büyüğüdür. Kimin ürettiği çoğu zaman belli olmayan ve hızla yayılan bilgiler, insanların yaşamlarına girmekte ve onları etkilemektedir.

Özellikle de siyaset alanına ait bilgilerin niteliği ve doğruluğu herkes için önemlidir, çünkü siyaset, bir toplumda yaşayan herkesi doğrudan etkileyebilecek bir etkinlik alanıdır. Herhangi bir yanlış ya da yalan haber, milyonlarca insanın hayatına olumsuz etkilerde bulunabilir. İnternet ve sosyal medya platformları bu tür haberlerin dolaşımını kolaylaştıran ve hızlandıran bir etkiye sahiptir.

Bu kolaylaştırıcı mecra ile geçen çeyrek asır, pek çok insan gibi benim de bilgi ile olan ilişkimde derin değişikliklerde bulundu. İnternet'in Türkiye'de kullanılmaya başladığı 1993 yılından bu yana aktif bir kullanıcısı olarak, başlangıçta her türlü bilgiye kolay ve hızlı erişim sağlayan ve bu bilgilerin paylaşımını kolaylaştıran bu olanağın toplumun her alanında olumlu bir etkisi olacağını düşünmüştüm. Ancak bugün gelinen noktada, her yerde ve her zaman bize ulaşan devasa miktardaki bilginin yarattığı kakofoni, ciddi bir güven ve başka sorunlar yaratmaktadır. Yalan ya da sahte bilgiler ile doğru olanlarını ayırt etmek gün geçtikçe zorlaşmakta ve bu durum herkesi güvenli hissettikleri alanlara sıkıştırmakta ve kutuplaşmış, birbirinden uzaklaşmış vatandaşlardan oluşan adacıklar oluşturmaktadır. Kendi adalarında

sıkışık kalmış bireyler, özellikle siyasal konularda karar verirken mantıksal süreçlerden çok sahip oldukları duygusal bağların etkisinde karar veriyor gözükmektedir. Bu duygusal yaklaşımın olgusal gerçeklerin bile göz ardı edildiği post-truth bir döneme girilmesine neden olduğu uzun zamandır tartışılmaktadır.

Literatürde yalan haberler ve post-truth hakkında yapılan çalışmalarda adı geçen bir ülkede yaşayan biri olarak internet'in ve sosyal medyanın bireylerin siyasal içerikli bilgi arayışında nasıl bir yere sahip olduğunu araştırmanın gerekli olduğunu düşünerek bu çalışmaya giriştim. "Post-Truth Dönemde Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı, İçerik Teyidi ve Sinizm" başlıklı bu tez çalışması, FEF-18033 proje numarası ile Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir.

Bu çalışma öncelikli olarak bireysel bir keşif çabası olarak ele alınmalıdır. Bu keşif yolculuğuna çıkışımdan bu çalışmanın sonuna geldiğim bu zamana kadar pek çok şey öğrendim. Bu yolculuğum sırasında engin bilgileri ve sıcak yaklaşımlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak bana pek çok konuda ilham kaynağı olan değerli hocalarım Prof. Dr. Gülsen Demir'e, Prof. Dr. Ümit Tatlıcan'a, Doç. Dr. Şerife Geniş'e, Doç. Dr. Emin Baki Adaş'a, Dr. Öğr. Üyesi Emin Yiğit'e, Dr. Öğr. Üyesi Gülhan Demiriz'e ve Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Sofuoğlu Kılıç'a ne kadar teşekkür etsem azdır.

Kendisinden aldığım değerli dersler sırasında beni "post-truth" kavramı ve bu tezde kullandığım pek çok diğer kavram ile tanıştırdığı için Prof. Dr. Kayhan Delibaş'a ayrıca teşekkür etmek istiyorum.

Bu araştırma projesinin biçimlenmesinde büyük katkısı olan, araştırmanın yürütülmesi ve sonuçlandırılması aşamalarında da her türlü kaynağı bana sağlayan, değerli eleştiri ve yönlendirmeleriyle araştırmanın bu hale gelmesini sağlayan proje danışmanım Doç. Dr. Serdar Ünal'a özel olarak teşekkürlerimi sunarım. Bu proje onun yardımları olmasa gerçekleşemezdi.

Ve ailem. Araştırmanın her aşamasında çok değerli dönütleri ile yapmakta zorlandığım her şeyi yapabilmemi sağlayan ve daha önemlisi yapabileceğime olan inancımı olumlu yorumlarıyla hep canlı tutan, sevgili ablam Fidan Korkut Owen'a;

Beni var ettikleri için anne ve babama;

Ve son olarak, varlıkları ile hayatıma anlam katan canım eşim Özgür Ceylan Korkut'a ve oğlum Ege Berk Korkut'a, benden sevgilerini esirgemedikleri ve bu süreçte bana anlayışla yaklaştıkları için minnetlerimi ve sonsuz teşekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	v
ÖZET	vii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xviii
EKLER DİZİNİ	xxii
GİRİŞ.....	1
1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI.....	9
1.1 Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	9
1.2 Araştırmanın Soruları.....	11
1.3 Araştırmanın Önemi.....	12
1.4. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği	12
1.4.1. Veri toplama	13
1.4.1.1. Siyasal sinizm ölçeği	13
1.4.1.2. Siyasal içerikli bilgi kaynaklarına güven ölçeği	14
1.4.1.3. Bilgi bolluğuna karşı tepki ölçeği	14
1.4.2. Veri Analizi	15
1.5 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	15
1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları	18
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMALAR.....	21
2.1. Bilgi / Enformasyon	21
2.1.1. Bilgi Üzerine Tartışmalar	22
2.1.2. Hakikat, Gerçek ve Doğru	23

2.1.3. Postmodernite ve Bilgi	26
2.1.4. Post-truth Dönem ve Bilgi.....	31
2.2. Bayağılaşma	35
2.3. Siyaset ve Bilgi	37
2.3.1. Tarih Boyunca Siyaset ve Bilgi İlişkisi	37
2.3.2. Sinizm ve Siyasal Sinizm	40
2.4. Dijital Çağ, Yeni Medya ve Bilginin Yeni Statüsü.....	42
2.4.1 Dijital Çağ ve Yeni Medya.....	42
2.4.2 Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Dijital Yurttaşlık	50
2.4.3. Enfobezite.....	53
2.5. Yeni Medya ve Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı	54
2.5.1. Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya Ortamları	57
3. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	63
3.1. Siyasal Sinizm.....	63
3.1.1. Siyasal Aidiyet ve Siyasal Sinizm.....	63
3.1.2. Cinsiyet ve Siyasal Sinizm	68
3.1.3. Yaş ve Siyasal Sinizm	70
3.1.4. Gelir Düzeyi ve Siyasal Sinizm.....	74
3.1.5. Siyasetçilerin Söylemlerine Dair Düşünceler.....	76
3.2. Siyasal İçerikli Bilgi Edinmeye Yönelik Arayışlar.....	81
3.2.1. Siyasal İçerikli Bilgi Edinme Kaynakları.....	82
3.2.2. Siyasal Bilgi Edinme Amaçlı Sosyal Medya Kaynaklarını Kullanma Sıklıkları.....	84
3.2.3. Siyasal İçerikli Bilgi Edinme Kaynakları ve Sahip Olunan Görüşe Yakınlık	89
3.2.4. Siyasal İçerikli Haberlere Gösterilen İlgi	91
3.2.5. Siyasal İçerikli Bilgi Kaynaklarına Yönelik Görüşler	92

3.3. Tercih Edilen Siyasal İçerikli Bilgi Kaynakları ve Güven	97
3.3.1. Siyasal Aidiyete Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven.....	97
3.3.2. Cinsiyete Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven.....	99
3.3.3. Yaşa Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven	100
3.3.4. Gelir Düzeyine Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven	102
3.4. Sosyal Medyada Yer Alan Siyasal İçerikli Bilgilere Dair Düşünceler.....	104
3.5. Siyasal İçerikli Bilgilerin İçeriği Konusundaki Tavrıları	109
3.6. Edilen Siyasal İçerikli Bilgilerin Çelişmesi Durumunda Takınılan Tavrılar.....	113
3.7. Bilgi Fazlalığı Karşısındaki Tepkiler	124
3.7.1. Siyasal Aidiyete Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler	125
3.7.2. Cinsiyete Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler	126
3.7.3. Yaşa Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler	129
3.7.4. Gelir Düzeyine Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler	131
3.8. Sosyal Medyada Yapılan Siyasal İçerikli Paylaşımlara Karşı Takınılan Tavrılar....	132
3.9. Filtreleme Sistemleri Konusundaki Farkındalıklar	133
4. SONUÇ.....	137
KAYNAKÇA	145
EKLER	177
ÖZGEÇMİŞ.....	188

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1.: Bağımsız değişken kodları	16
Tablo 1.2.: Katılımcıların demografik özellikleri	17
Tablo 3.1.: Katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşlerinin siyasal aidiyetliklerine göre değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları	63
Tablo 3.2.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan t-Testi sonuçları.....	68
Tablo 3.3.: Katılımcıların yaş gruplarına göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	70
Tablo 3.4.: Katılımcıların algılanan gelir düzeyine göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	74
Tablo 3.5.: Katılımcıların siyasetçilerin siyaset yaparken kullandıkları söylemler hakkındaki düşünceleriyle ilgili elde edilen frekans ve yüzde değerleri.....	76
Tablo 3.6.: Katılımcıların oy kullanma geçmişine dair yüzde ve frekans değerleri	80
Tablo 3.6.a.: Katılımcıların yakın hissettikleri partilere dair yüzde ve frekans değerleri	80
Tablo 3.6.b.: Katılımcıların siyasetle ilişkisine dair yüzde ve frekans değerleri.....	81
Tablo 3.7.: Katılımcıların siyasal bilgi edinme kaynaklarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri	82
Tablo 3.8.: Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri	85
Tablo 3.8.a.: Siyasal içerikli bilgi edinmek için “Facebook, Instagram ve Twitter Kullanımı” ve “Yaş” çapraz tablolama.....	87
Tablo 3.9.: Katılımcıların, bilgi kaynaklarının kendi görüşlerine yakınlığına dair görüşleri ile ilgili frekans ve yüzde değerleri	89
Tablo 3.10.: Katılımcıların, siyasal içerikli bilgilere gösterdikleri ilgi düzeylerine dair frekans ve yüzde değerleri.....	91
Tablo 3.11.: Katılımcıların, siyasal içerikli bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklar hakkındaki görüşlerine dair frekans ve yüzde değerleri	93

Tablo 3.12.: Katılımcıların siyasal aidiyetlerine tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları	97
Tablo 3.13.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre tercih ettikleri kaynaklara karşı duydukları güvene ilişkin puana uygulanan t-Testi sonuçları	99
Tablo 3.14.: Katılımcıların yaş gruplarına göre tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları	100
Tablo 3.15.: Katılımcıların algıladıkları gelir düzeyine göre tercih ettikleri kaynaklara karşı güvenin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	103
Tablo 3.16.: Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımların düzeyine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri	104
Tablo 3.17.: Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımların niteliklerine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri	107
Tablo 3.18.: Katılımcıların sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriği konusunda ne yaptıklarına dair frekans ve yüzde değerleri.....	109
Tablo 3.18.a.: Katılımcıların siyasete olan ilgileri ile sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriğini araştırma konusundaki tavırlarına dair çapraz tablo	111
Tablo 3.19.: “Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin söylediği bir şey, sizin farklı olarak bildiğiniz bir bilgi ile çelişirse tavrınız ne olur?” sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri.....	114
Tablo 3.20.: “Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün medya tarafından fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütülürse tavrınız ne olur?” sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri.....	115
Tablo 3.21.: “Siyasal bir konuda farklı mecralarda verilen haberler birbirini tutmazsa ne yaparsınız?” şeklindeki üçüncü soruya verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri	117
Tablo 3.22.: Anketin 32. sorusunda bulunan ve bilgi çokluğu ile başa çıkma, haber kaynakları ve politikacılar ile ilgili dört ifadeye verilen yanıtların frekans ve yüzde değerleri....	119
Tablo 3.22.a.: Bireylerin siyasal aidiyetleri ve bilip güvendikleri haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında bir kaynağa bakma gereği duyup duymadıklarına dair çapraz tablo.....	122

Tablo 3.22.b.: Bireylerin siyasal aidiyetleri ile hak ve düşüncelerine sahip çıktığını düşündükleri medya kanallarına olan inanma düzeylerine dair çapraz tablo	124
Tablo 3.23.: Katılımcıların siyasal aidiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları	125
Tablo 3.24.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepki puanlarına uygulanan t-Testi Sonuçları	127
Tablo 3.25.: Katılımcıların yaş gruplarına göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	129
Tablo 3.26.: Katılımcıların algıladıkları gelir düzeyine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları	131
Tablo 3.27.: Katılımcıların arkadaş listelerinde olan kişiler tarafından sosyal medyada yapılan siyasal içerikli paylaşımlara karşı takındıkları tavra dair frekans ve yüzdeler	132
Tablo 3.28.: Katılımcıların filtreleme sistemleri konusunda farkındalıklarına dair frekans ve yüzdeler.....	134

EKLER DİZİNİ

EK 1: ANKET FORMU	177
EK 2: GÖRÜŞMECİ LİSTESİ.....	184
EK 3: YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU	185



GİRİŞ

İnsanlığın yaşadığı dünyaya dair bilgi edinmeye ve onu anlamlandırmak için zihinsel süreçler kullanmaya tam olarak ne zaman başladığı bilinmese de bu zihinsel özelliğin bin yıllardır kullanıldığını söylemek çok yanlış olmayacaktır. Bu süreç içinde düşünme ve dil becerisi gelişen insan, içinde yaşadığı gerçekliği kelimelerle temsil etmeyi ve daha ileri aşamalarda yazı yoluyla da gerçekliğe ilişkin bilgilerini kayıt etmeyi öğrenmiştir. İnsanlığın gerçek ve ona dair bilgiyle olan ilişkisi ve bilginin kaynağına dair tartışmalar düşünce tarihi boyunca tartışmalara zemin oluşturmuştur (Uçak, 2010). Gerçek üzerine yapılan tartışmalarda temel düşünce genellikle gerçeğin ya da doğru olanın önemli olduğu yönünde olmuştur. Bütün insanlar, özellikle de siyasetçiler, akademisyenler, bilim insanları, avukatlar, ünlüler değişik nedenlerle gerçek olmayan bilgileri zaman zaman kullanmışlar ya da toplumla paylaşmışlar ancak bunlarla ilgili gerçeğin ortaya çıkmasından da çekinmişlerdir (Alpay, 2017:60; Keyes, 2004). Ancak yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde bulunduğumuz bu dönemde bilgiye olan bakış açısında ve genel olarak bilginin statüsünde önemli değişiklikler gerçekleşmektedir (Lyotard, 2013:11). Teknolojik ilerlemeler bu değişiklikler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Bilgisayar ve internet başta olmak üzere bilişim teknolojisinin ürünleri sayesinde bilgi üretiminin ve bilgi paylaşımının son derece hızlandığı bu dönemde bilginin niteliği konusunda herhangi bir tavır almak her zamankinden daha zor hale gelmiş görünmektedir. Üretilen içeriğin sabit web sayfaları olarak sunulduğu, geleneksel medyadaki bilgi sunumuna benzer bir hizmet sağlayan, web 1.0 teknolojisi 2000’li yılların başında yerini, dijital dünyada içerik üretim ve sunum biçimini kökten değiştiren web 2.0 teknolojisine bırakmıştır. Web 1.0 teknolojisi, gazete, dergi, ansiklopedi ve benzeri yayın kuruluşlarının klasik medya kanalları ile yaptıklarını İnternet ortamında yapmalarına olanak sağlayan bir teknolojidir. Temel mantığı, Britannica Ansiklopedisinde basılı olarak sunulan bilgilerin “Britannica Online” ile dijital ortamda da sunulmasında olduğu gibi (tek yönlü) bir yayıncılıktır. Web 2.0 teknolojisi ise kullanıcıların sunulan içeriğe katkıda bulunabileceği bir teknolojidir. Örneğin, Wikipedia kullanıcıların katkıları ile üretilen içeriğin sunulduğu Web 2.0 teknolojisinin olanaklı kıldığı yeni bir internet hizmetidir. Bu teknoloji sayesinde artık İnternet erişimi olan herkes aynı zamanda içerik üreticisi olabilme şansına sahip olabilmektedir (O'Reilly, 2009). Bilgi üretme

ve paylaşma gücünün herkesin emrine sunulması ile insanların ulaşabilecekleri bilgi miktarı her yıl katlanarak artmaktadır. Toplumsal yaşamın her alanına dair bu bilgilerin çokluğu, onların gerçekliği ya da doğruluğuna karar verme konusunda zorluklar yaratmaktadır. Diğer yandan ise bilginin “*gerçek ve doğru*” olanının makbul olduğuna dair yaygın görüş büyük oranda erozyona uğramış gibi durmaktadır.

Karşı karşıya olunan bu “bilgi çokluğu ya da bilgi bombardımanı” enfobezite’ye (bilgi obezliği), yani aşırı bilgi sonucu sağlıklı karar verememe sorununa neden olmaktadır (Rogers v.d., 2013). Aşırı bilgi yüklemesi ile bir tür “bilgi zehirlenmesi” yaşayan bireyler bu “obezlik” durumunda iken bilgilerin “gerçekliği ya da doğruluğu” konusunda karar verme stratejilerinde değişiklik yapmış görünmektedir. “Gerçekten doğru ya da gerçek *olan*” ile “doğru ya da gerçek *olduğuna inanılan*” arasındaki çizginin iyice muğlaklaştığı gözlenmektedir.

Tarih boyunca gerçeğin bilgisi ve doğru bilgi peşinde olan insanlık, Bilginin kaynağı ve doğruluğu konusunu sürekli tartışmıştır. Sofistler, nihilisteler ve kuşkucular doğru bilginin olanaksız olduğunu savunurken akli öne çıkaran rasyonalistler insanın doğru bilgiye “akıl” yolu ile ulaşabileceğini savunmuşlardır. Hatta Descartes, “düşünüyorum, öyleyse varım” önermesine, bildiği her şeyden kuşku duyarak başladığı bir akıl yürütme ilkesi kullanarak dışsal herhangi bir veri olmadan salt akıl yürütme yolu ile ulaşmış ve buradan yola çıkarak insanın salt aklını kullanarak doğru bilgiye ulaşabileceği sonucuna varmıştır (Baykent, 2017:3).

İnsanın elde ettiği bilginin isimlendirilmesi “gerçek” ve “doğru” gibi hem sıfat hem de isim olarak kullanılan kelimelerle ya da “hakikat” ve “hakiki” gibi isim ve sıfat hali başka olan kelimeler kullanılarak yapılmaktadır. Burada “gerçek”, ele aldığımız bilginin kişiden ayrı olarak varlığını, yani ontolojik varlığını kastederken, “hakikat” bilginin epistemolojik yönüne vurgu yapmakta ve bilginin kişi tarafından algısına vurgu yapmaktadır. “Doğru” kelimesi ise bilginin etik yönünü ön plana çıkarmaktadır (Evre, 2017). Hançerlioğlu (1976b) ise “gerçek”in bilinçten bağımsız olarak var olanı, “hakikat”ın ise “gerçek”in bilinçteki yansıması olduğunu belirtmektedir. Buradan yola çıkarak “Doğru”nun (truth), “Hakikat”ın “Gerçek”likle uyum içinde olması durumu olduğunu söylemek mümkündür.

Gerçeğin ve doğrunun erozyona uğradığı düşüncesine dayanarak bu dönemi tanımlamak için kullanılan kavramlardan biri “post-truth”dur. Çalışmanın sonraki bölümlerinde üzerinde durulacak olan “post-truth” kavramının Türkçeye aktarılmasında “doğru” kelimesinin kullanılması daha uygun görülmüştür. Literatürde bu yeni kavramın Türkçe söyleyişi üzerinde bir uzlaşma henüz bulunmamaktadır. “Post hakikat”, “post gerçeklik”, “hakikat sonrası” ya da “gerçek sonrası”, “post olgusal” gibi çevirilerin kavramın içeriğini tümüyle yansıtmadığı düşüncesiyle bu çalışmada kavram özgün haliyle ve “doğrunun önemsizleşmiş olduğu” anlamında kullanılmıştır.

Aydınlanma çağından bu yana bilimsel ilerlemeler, insanlığı teknolojik olarak tarihte hiç olmadığı kadar gelişkin bir aşamaya getirmiştir. İnsan, önceden bir parçası olduğu doğayı, aklını kullanarak bir nesne haline getirmiş, ona hükmetmeye başlamış ve belirli bir aşamadan sonra ondan uzaklaşmaya ve ona yabancılaşmaya başlamıştır (Dellaloğlu, 2003). İnsanlığın nesnel gerçeklikle olan bu “ayrı düşmüş olma” hali, onun doğadan büyük oranda yalıtılmış olan sosyal hayatı algılamasını da etkilemiştir. Doğa karşısında egemen olan insan, özellikle son yarım asırdır, kendi yarattığı bu yalıtılmış “evrenin” kendine sundukları ile başa çıkamaz ya da başa çıkmak istemez bir hale gelmiştir. Bilgi üretimi ve paylaşımı o kadar hız kazanmıştır ki, insan aklı artık var olan bilgi yığınıyla baş edemez hale gelmiştir denebilir. Bu nedenle de insan, artık eldeki bilgi yığınının “doğru” bilgiyi bulmaya çalışmak yerine, Kahneman’nın (2015) ortaya koyduğu gibi, duyguları ile hareket etmeyi ve aklını da aldığı bu duygu temelli kararları rasyonalize etmek için kullanmayı tercih etmeye başlamış görünmektedir. Bireylerin bu yaklaşımı özellikle siyasal içerikli bilgiler ve bu bilgiler üzerine kurulu kararlar söz konusu olduğunda ciddi bir inceleme alanı oluşturmaktadır.

Siyaset, insan toplumlarının bir arada yaşamaya başladıkları zamandan beri vardır. Literatürde pek çok farklı tanımı olsa da siyaset “*en geniş anlamda, insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir. [...] Bu çerçevede, siyaset, çatışma ve işbirliği olgularıyla karmaşık bir bağlantı içindedir*” (Heywood, 2016:24). Siyasetçi, bu işi eyleyen, yerine getiren kişidir ve tarih boyunca siyasetçiler insanlardan gerçekleri saklayan ya da gerçeği farklı gösteren toplum üyeleri olarak görülmüştür. Keyes’in (2004) de belirttiği gibi, insanlık tüm tarih boyunca doğru olmayan bilgilere sığınmış ve yalanı kullanmıştır. Hatta yalan söyleyebilme

Platon, Machiavelli ve Nietzsche gibi düşünürlere göre siyasetçiler için olması gereken önemli bir meziyettir. Onlara göre, toplumun yüksek çıkarları için siyasetçiler yönettikleri halkı ustalıkla kandırabilirler. Tarih boyunca siyasetçiler de bu düşünürlerin fikirlerini onaylarcasına destek kazanmak için ya da çıkar ve konumlarını korumak için gerçek olmayan ya da gerçeğin farklı şekilde ifade edildiği bilgilere başvurmuşlardır. Ancak yukarıda da belirttiği gibi siyasetçiler, kendileri tarafından halka sunulan bilgilerin gerçek olmadığının ortaya çıkmasından da çekinmişlerdir. Çünkü gerçeğin bilgisi ya da “doğru bilgi” (truth) insan için hep önemli olmuştur.

Son yarım asırdır, aşama aşama politika alanında, McIntyre’nin (2018) belirttiği gibi en belirgin haliyle Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere, Rusya, Macaristan ve Türkiye gibi bazı ülkelerde gerçeğin eskisi kadar öneminin kalmadığı bir döneme girilmiş olduğu görülmektedir. Politikacılar, artık doğru olan bilgiler üzerinden değil, insanların duygularına, içgüdülerine hitap eder tarzda politika yapmakta, geniş insan kitleleri de bu politikaya destek vermektedir (Alpay, 2017; d’Ancona, 2017; Delibaş, 2017; Laybats ve Tredinnick, 2016; Marcus, 2000; Pennycook ve Rand, 2018; Winter, 2015). Amerikalı oyun yazarı Tesich 1992 yılında Nation Dergisinde yazdığı bir makalede, Amerika’da 1970’li yıllarda patlak veren ve başkan Nixon’ın istifası ile sonuçlanan Watergate Skandalı örneğinden bahsederek, o zamanlar “doğru” bilginin önemli olduğu ve politikacıların da bundan çekindiğini anlatmaktadır. Ancak daha sonraları, Tesich’e göre Vietnam Savaşı’nın neden olduğu sendromun sonucu olarak, Amerikalı vatandaşlar artık “doğru” olanı bilmek, duymak istemez hale gelir. Ona göre insanlar, politikacılardan, kendilerini “doğrudan” korumalarını istemeye başlamışlardır. İnsanlar kendi özgür iradeleri ile doğrunun önemsiz hale geldiği post-truth bir dünyada yaşamak istediklerini ilan etmişlerdir. Tesich’in “*tiranların rüyalarında bile göremeyeceği*” diye nitelediği böyle bir talep, Amerikalı politikacılardan cevap bulmuştur: Örneğin başkan Reagan’ın 1986’da önce İran’a silah satmadığını, bir hafta sonra da sattığını söylediğinde hiçbir şey olmamıştır (Tesich, 1992). Ardından Körfez Savaşı öncesi zamanın ABD Dış İşleri Bakanı Donald Rumsfeld’in doğru olmayan bilgilerle Amerikan Kongresi’ni savaşa ikna etmesi, ne dönemin başkanı George W. Bush (baba Bush) ne de iktidarın diğer siyasetçileri için olumsuz bir sonuç doğurmamıştır. Çünkü dünya artık “post truth” bir dönemde ilerlemektedir (Tesich, 1992). İnsanlığın aydınlanmasını “bilmeye/öğrenmeye

cesaret etmesi” olarak gören Kant’ın (2005) aksine, günümüzün mottosu “bilmemeye/öğrenmemeye cesaret et” şekline dönüyor gibi görünmektedir (d’Ancona, 2017).

Doğrunun herhangi bir öneminin olmadığı bu post-truth siyaset tarzı günümüze dek normalleşerek gelmiş ve insanlar artık politikacıların “doğru olmayan” argümanlarına inanır hale gelmiş, hatta bu bilgilerin yanlışlığı kanıtlansa bile inanmaya devam etmeye başlamışlardır. Bu durumun yakın dönemdeki en somut iki örneğinden ilki, 2016 yılında İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden ayrılmasına dair yapılan referandum öncesinde, ayrılma taraftarlarının ‘AB’ye her hafta 350 milyon Pound gönderildiğine, eğer Birlikten çıkılırsa bu paranın Ulusal Sağlık Sisteminde kullanılabileceğine’ dair tam ve doğru olmayan bir bilgiyi otobüs üzerine büyük harflerle yazdırarak kampanya sürecinde sokaklarda dolaştırmış olmalarıdır. İnsanlar bu bilgiyi doğru kabul etmiş ve referandum doğru olmayan bu ve benzeri bilgileri kullananların lehine sonuçlanmış ve hatta daha sonra İngiltere için bu sonucun ekonomik olarak ağır bir bedeli olabileceği ortaya çıkmıştır (McIntyre, 2018; Pasha-Robinson, 2017).

Bir diğer örnek ise yine aynı yıl ABD başkanlık seçimlerinde başkan adaylarından Donald Trump’ın doğru olmadığı kanıtlanan birçok savı kullanmaya devam etmesi, insanların da bunu kabul ederek onu seçmeleridir. Bunlardan en popüler ve defalarca kanıt sunulmuş olanı Barack Obama’nın doğum yeri hakkındaki iddiadır (Leonhardt ve Thompson, 2017). Buna Obama’nın ‘gizli müslüman’ olduğuna dair söylentileri ve pek çok diğer örneği de eklemek mümkündür (bkz.; Delibaş, 2017).

Şirin’in (2016) aktardığına göre ABD’de yapılan kamuoyu araştırmalarında Trump’a oy verenlerin %20’sinin O’nun başkan olma vasıflarına sahip olmadığını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Doğrulama (fact checking) platformlarının seçim öncesi ve seçim esnasında yapılan konuşmaları ve verilen demeçleri incelemeleri sonucunda 217 yalan saptamışlar ve bu yalanların %79 gibi büyük bir kısmını Trump’ın söylediğini tespit etmişlerdir (Alpay, 2017:54). Ancak Trump’ın başkanlık vasıflarına sahip olmadığını düşünmelerine ve O’nun söylediği yalanlara rağmen, o insanlar oy tercihlerini bu adaydan yana kullanmışlardır. “Akıl” ile bu durumun açıklamasını yapmaya çalışmak çok olanaklı görünmemektedir (Akbiyık, 2016). Doğrulama platformlarından Polifact (Politifact, 2019) sitesi sürekli olarak politikacıların konuşmalarını takip etmekte ve doğruluklarını tespit etmektedir. Bu platforma

göre seçildiğinden bu yana Trump'ın konuşma, demeç vb. anlatılarının sadece %29'u doğru, büyük oranda doğru ya da yarı yarıya doğrudur. Bu bilgiden yola çıkılarak, Trump'ın doğru olmayan bilgileri sadece geçici bir seçim stratejisi olarak değil genel bir politika yapma tarzı olarak benimsemiş olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Onun seçilmiş olması da bu politikasının bir şekilde karşılık bulduğunu, gerçeği çok da önemsemeyen ya da göz ardı eden büyük bir grubun olduğu kesin görünmektedir.

Einstein, gerçeğin arayışında olma, ona sahip olmaktan daha değerlidir demiştir (Furedi, 2014), ancak günümüzde bireylerin gerçek bilgi ile olan ilişkisi yukarıda da değinildiği üzere değişmiş ve bilginin kendisi yerine daha çok faydası ön plana çıkmış gibi durmaktadır. Furedi (2014), bilginin ekonomik bir nesne haline gelmiş olduğunu, içeriğin yerine, içeriğin faydasının daha önemli görülür bir hale geldiğini ifade etmektedir. Bu da bilginin içeriğinin yok olmasına ya da değersizleşmesi ve bayağılaşmasına neden olmaktadır. Furedi buna ek olarak, gerçek ve ahlak konusunda rölativizmin (görecelik) günümüz toplumunda epey yer bulduğunu söyleyerek postmodern dönemde aydınlanmaya, bilgi ve gerçeğin arayışına olan bakışın eski öneminin kalmadığını savunmaktadır. Bu durum, herkesin kendi doğrusunun olduğu, gerçek ve doğru olana sinik bir yaklaşımın yaygınlaşmasına yol açmıştır. Micheal Foucault tarafından iddia edilen gerçek anlamda evrensel bir gerçek olmadığına dair düşünce de bu sinik tavrı destekleyici bir işlev görmüştür. Furedi bu nedenle günümüz dünyasında entelektüellere, uzmanlara hatta eğitilmiş insanlara karşı bir güvensizliğin oluştuğunu da eklemektedir. (Furedi, 2014). Evrensel bir gerçek bilginin olmadığına dair bir düşünce biçiminin yaygın olduğu bir dönemde, bireylerin siyasal bilgileri ele alma biçimlerinin de bu düşünceden doğrudan etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Dijital çağ olarak isimlendirilebilecek olan bu dönem, yurttaşlık, siyasal bilgi edinimi ve siyasal katılım konusunda pek çok belirsizliği de beraberinde getirmiştir (Binark, 2017). Yeni internet teknolojileri sayesinde, toplumsal hayatın diğer alanlarında olduğu gibi siyasal alanda da bilgi üretmek, paylaşmak ve başkalarınca üretilmiş bilgilere erişmek çok kolay hale gelmiştir. Literatürde, dijital çağın bu teknolojik olanaklarının yeni bir kamusal alan oluşturduğu genel kabul görmektedir (bkz. Abbasi, 2017; Camp ve Chien 2000; Çaycı, 2016; Ford, 2011; Metin, 2016; Paktin ve Karaca, 2018; Timisi, 1999; Ünal, 2017; Yeğen vd, 2016).

Ancak dijital çağın yurttaşları olarak bireylerin yeni bir kamusal alan olarak böyle bir olanağa sahip olmasını demokrasi için olumlu bir olgu olarak gören “tekno iyimserler” kadar bunun tam tersini düşünen “tekno kötümserler” de vardır (Dolgun, 2005; Hanson v.d., 2010; Kenski ve Stroud, 2006; Lee vd, 2014; Meriç, 2017). Bu yeni kamusal alanın en geniş anlamıyla İnternet’ten, spesifik anlamıyla da sosyal medya ağları ya da platformlarından oluştuğunu söylemek olasıdır.

Dijital çağda internet’in bireylerin yaşamlarının pek çok alanına girmesine en büyük katkı Facebook, Twitter vb. sosyal paylaşım ağları tarafından yapılmıştır denebilir. Sıklıkla “Sosyal Medya” olarak da anılan Sosyal Paylaşım Ağları (SPA) bireylerin aşağıdakileri gerçekleştirmelerini sağlayan web tabanlı hizmetlerdir: (1) sınırlı bir sistem içinde tümüyle ya da kısmen herkese açık bir profil oluşturmak, (2) bağlantı içinde olduğu diğer kullanıcıların bir listesini açıkça sunmak ve (3) aynı sistem içinde bulunan diğer kullanıcıların iletişim içinde oldukları bireylerin listesini görüntülemek ve bunları kendi listesi ile karşılaştırmak. Çevrimiçi sosyal ağların önemli bir işlevi, bireyin kendisini bir gruba üye yapması ve bu ilişkileri herkese açık bir bağlamda güçlendirmek veya doğrulamaktır. Bunların dışında, sistemin sağladığı olanaklara göre bu tür sitelerde fotoğraf, video, belge vb. paylaşımı yapmak da mümkündür (Boyd ve Ellison, 2008).

Bu ağlar hem bilgi üretimi hem de bu üretilen bilgilerin yerel ya da küresel olarak yayılması açısından önemli bir işlev görmektedir. Statista The Statistics Portal (2019) web sitesine göre ise 2019 Ekim ayı itibariyle dünyada en çok kullanılan sosyal paylaşım ağları ve aylık aktif kullanıcı sayıları milyon olarak şöyledir: Facebook 2.414, Youtube 2.000, WhatsApp 1.600, Facebook Messenger 1.300, Wechat 1.133 ve Instagram 1.000. Facebook’un Kasım 2019 itibariyle günlük 1.623 milyon aktif kullanıcısı vardır. Görüleceği üzere dünya üzerinde aylık, hatta Facebook örneğinde olduğu gibi günlük, aktif kullanıcı sayısı 1 milyarın üstünde olan bu ağlar bilgi üretimi ve yayılımı açısından önemli bir katalizör işlevi görmekte ve Pepitone (2010), Sutter (2010) ve Fox’un (2011) (akt. Westerman, 2014) yıllar önce belirttikleri gibi yaşamın pek çok alanına dair önemli bir bilgi kaynağı haline gelmiştir (ayrıca bkz. Fohringer, 2017; Imran vd., 2013; Liu vd., 2016; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019; Sharma vd., 2017; Zeng vd., 2010). PEW Araştırma Merkezi’nin ABD’de yayınladığı bir araştırmaya göre, yetişkin kullanıcıların %30 gibi

önemli bir kısmının haber kaynağı olarak sosyal paylaşım ağlarını, en çok da Facebook'u kullandıkları tespit edilmiştir (Mitchell vd., 2013). Ancak bu noktada, bireylerin bu bilgi kaynaklarının güvenilirliği konusunda nasıl bir yaklaşım sergiledikleri önem arz etmektedir. Özellikle de siyasal içerikli bilgileri hangi kaynaklardan elde ettikleri ve bu kaynakların nitelikleri konusundaki yaklaşımları bu araştırmada üzerinde durulan önemli bir noktayı teşkil etmektedir. Buna ek olarak, Facebook ve diğer sosyal paylaşım ağlarının, gençler için de birincil bilgi kaynağı haline geldiğine dair literatürde araştırmalar bulunmaktadır (bkz. Ali Muhammad, 2018; Asıgbulmuş, 2017; Bene, 2017; Fohringer, 2017; Kim vd., 2011; Lampe vd., 2012; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019; Şener, 2015; Tarcan, 2015; Westerman vd., 2014; Zeng vd, 2010).

Ancak bireylerin, siyasal alanda doğruların yanında yanlış bilgilerin de dolaşımında olduğu ve herkesin bunlara ulaşma olanağının olduğu bu yeni medya ortamındaki enformasyon çokluğu içinde “doğru ve gerçek” olan bilgi konusunda nasıl bir tavır içinde oldukları incelenmeye değer bir alan oluşturmaktadır. Çünkü demokrasiye katkı sağlanması beklenen bu yeni kamusal alandaki bilgi çokluğunun, tam aksine bireylerin siyaset ve siyasetçilere ilişkin algılarını gerçekçi olmayan bilgilerle manipüle edilebilir bir hale getirme potansiyeline sahip gibi durmaktadır. Bu potansiyel risk nedeniyle de post-truth dönemde bireylerin bilgi bombardımanı altında ortaya çıkan durumla nasıl başa çıktıklarını “enfobezite” ya da “bilgi zehirlenmesi” bağlamında tespit etmek önem arz etmektedir.

1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

1.1 Araştırmanın Konusu ve Amacı

İnsanlığın bilişsel olarak gelişmeye başlamasından günümüze bin yıllar geçmiştir. Bu süreç içinde dil becerisi gelişen insan, içinde yaşadığı gerçekliği kelimelerle temsil etmeyi ve daha ileri aşamalarda yazı yoluyla da gerçekliğe ilişkin bilgilerini kayıt etmeyi öğrenmiştir. İnsanlığın gerçek bilgi ile olan ilişkisi ve bilginin kaynağına dair tartışmalar düşünce tarihi boyunca tartışmalara zemin oluşturmıştır. Gerçek bilgi üzerine yapılan tartışmalarda temel düşünce genellikle gerçeğin ya da doğru olanın önemli olduğu yönünde olmuştur. İnsanlar çıkarları gereği gerçek olmayan bilgileri her zaman kullanmışlar ancak bunların ortaya çıkmasından da çekinmişlerdir. Ancak yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde bulunduğumuz bu dönemde gerçek ya da doğru bilgiye olan bakış açısında önemli değişiklikler gerçekleşmektedir.

Bilgisayar ve internet başta olmak üzere bilişim teknolojisinin sağladığı olanaklar sayesinde bilgi üretiminin ve bilgi paylaşımının son derece hızlandığı bu dönemde bilginin niteliği konusunda herhangi bir tavır almak her zamankinden daha zor hale gelmiş görünmektedir. Üretilen içeriğin sabit web sayfaları olarak sunulduğu, geleneksel medyadaki bilgi sunumuna benzer bir hizmet sağlayan web 1.0 teknolojisi 2000’li yılların başında yerini, dijital dünyada içerik üretim ve sunum biçimini kökten değiştiren web 2.0 teknolojisine bıraktı. Bu teknoloji sayesinde artık İnternet erişimi olan herkes aynı zamanda içerik üretici olabilme şansına sahip olabilmektedir (O'Reilly, 2009). Bilgi üretme ve paylaşma gücünün herkesin emrine sunulması ile insanların ulaşabilecekleri bilgi miktarı her yıl katlanarak artmaktadır. Toplumsal yaşamın her alanına dair bu bilgilerin çokluğu, onların gerçekliği ya da doğruluğuna karar verme konusunda zorluk yaratmaktadır. Bilginin “gerçek ve doğru” olanının makbul olduğuna dair yaygın görüş erozyona uğramış gibi durmaktadır.

Karşı karşıya olunan bu “bilgi çokluğu” durumu, bireyler bu bilgilerin “gerçekliği ya da doğruluğu” konusunda karar verme stratejilerinde değişiklik yapmış, “gerçekten doğru ya da gerçek *olan*” ile “doğru ya da gerçekliğine *inanılan* doğru ya da gerçek” arasındaki çizgi iyice muğlaklaşmış durmaktadır. Bilgilerin niteliği ve doğruluğu konusunda karar vermek,

dolaşımdaki Bilgi miktarı göz önüne alındığında, zihinsel süreçlerle değil daha kolay olan duygusal süreçlerle yapılmaya başlanmış gibi görünmektedir. Bu durum özellikle siyasal içerikli bilgiler söz konusu olduğunda önem arz etmektedir, çünkü bu tür Bilgilerin doğruluğu ya da yanlışlığı bireylerin yaşamlarını doğrudan etkileyebilecek nitelikte olabilmektedir.

Tüm bunlar göz önüne alındığında bu çalışmanın amaçları post-truth dönemde bireylerin siyaset ve siyasetçiler hakkındaki görüşlerinin ne olduğunu, genel olarak medya kaynakları, özellikle de “yeni medya” olarak adlandırılan dijital mecralardan gelen siyasal içerikli bilgileri nasıl değerlendirdiklerini, bu bilgilerin içeriklerinin doğrulanması konusunda nasıl bir tavır takındıklarını ve bilgi çokluğuyla başa çıkmak için ne gibi stratejiler kullandıklarını ampirik düzeyde tespit etmektir.

Bu amaçla, Prensky (2001a) tarafından “dijital göçmenler” olarak tanımlanan teknoloji ile sonradan tanışmış kuşaklar ile yine Prensky’nin “dijital yerliler” dediği teknolojik dünyanın içine doğmuş kuşaklar arasında bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Literatürde kadın ve erkeklerin politikaya bakış açıları ve oy verme davranışlarının farklılık gösterdiğine (gender gap) dair araştırmalar vardır (bkz. Chiao v.d., 2008; Inglehart ve Norris, 2000; Iversen ve Rosenbluth, 2004; Kaufmann, 2006; Lizotte ve Sidman, 2009). Buna ek olarak, bazı çalışmalar bireylerin içinde bulundukları gelir grubunun ve siyasal aidiyetlerinin de siyasal katılım ve ilgilerini etkilediğini göstermektedir (bkz. Branton, 2003; Hariri ve Lassen, 2017; Rigby ve Wright, 2013; Solt, 2008). Bu çerçevede, yaş değişkenine ek olarak cinsiyet, gelir durumu ve siyasal aidiyet analizlerde bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır.

Bu bağlamda, dijital çağ olarak da adlandırılan ve her an çok kolay bir şekilde ulaşılabilen bir bilgi bolluğu içinde oldukları bir dönemde bireylerin, alternatif siyasal içerikli bilgi arayışını nasıl ve ne düzeyde gerçekleştirdikleri, karşılaştıkları çeşitli türden siyasal bilgileri nasıl ele aldıkları ve bu bilgilerin teyidi konusunda nasıl bir yol izlediklerini belirlemek bu çalışmanın ana amacıdır. Buna yönelik olarak çalışmada bu çağın dijital ortamlarının sunduğu yeni kamusal alan çerçevesinde bireylerin alternatif siyasal içerikli bilgi arayışı, edinilen enformasyonun teyit edilmesine yönelik eğilimleri, siyasal alana ve onun aktörlerine yönelik tavırlar ile gerçek ve doğru bilgiye verilen önem sorunları geniş bir perspektiften ele alınmaya çalışılmıştır.

1.2 Araştırmanın Soruları

Einstein, gerçeğin arayışında olma, ona sahip olmaktan daha değerlidir demiştir. Ancak günümüzde bireylerin gerçek bilgi ile olan ilişkisi yukarıda da değinildiği üzere değişmiş ve bilginin kendisi yerine daha çok faydası ön plana çıkmış gibi durmaktadır. Furedi, bilginin ekonomik bir nesne haline gelmiş olduğunu, içeriğin yerine, içeriğin faydasının daha önemli görülür bir hale geldiğini ifade etmektedir. Bu da bilginin içeriğinin yok olmasına neden olmaktadır. Furedi buna ek olarak, gerçek ve ahlak konusunda Rölativizmin (görecelik) günümüz toplumunda epey yer bulduğunu söyleyerek postmodern dönemde aydınlanmaya, bilgi ve gerçeğin arayışına olan bakışın eski önemini kalmadığını savunmaktadır. Bu durum, herkesin kendi doğrusunun olduğu, gerçek ve doğru olana sinik bir yaklaşımın yaygınlaşmasına yol açmıştır. Michel Foucault tarafından iddia edilen gerçek anlamda evrensel bir gerçek olmadığına dair düşünce de bu sinik tavrı destekleyici bir işlev görmüştür (Furedi, 2014).

Evrensel olarak gerçek ve doğru bilginin olmadığına dair bir düşünce biçiminin yaygın olduğu bir ortamda, bireylerin siyasal bilgileri ele alma biçimlerinin de bu düşünceden doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu amaçla, çalışmada dört ana soruya ve onların alt sorularına yanıt aranmıştır:

1. Katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşleri (siyasal sinizm düzeyleri) ne yöndedir?
2. Katılımcıların medyadaki siyasal içerikli bilgiler ile siyasetçilerin siyasal söylemleri hakkındaki düşünceleri ve bu bilgilere güven derecesi nedir?
3. Katılımcıların siyasal içerikli bilgi edinme yolları ve o kaynaklardan elde edilen bilgilere yönelik tavırları nasıldır?
4. Katılımcıların karşı karşıya kaldıkları bilgi bombardımanı ile başa çıkmak için kullandıkları stratejiler/yollar nelerdir?

1.3 Araştırmanın Önemi

Elde edilen veriler ışığında bilgi çağı da denilen bu bilgi bolluğu döneminde, araştırmaya katılan bireylerin yaş, cinsiyet, siyasal aidiyet ve algılanan gelir düzeylerine göre, siyasal içerikli bilgileri hangi mecralardan elde ettikleri, bu bilgilere hangi oranda güvendikleri ve bilgi bolluğuyla nasıl başa çıktıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bu sorularına yanıt aranması, dijital çağda bireylerin genel olarak bilgiyle, özel olarak da siyasal içerikli bilgiyle olan ilişkilerine dair yeni bulgular ortaya koymak konunun anlaşılmasına katkıda bulunabileceği ve yapılacak benzer araştırmalara veri sağlayabileceği için önemlidir. Bulguların, bireylerin siyasal içerikli bilgileri nasıl ele aldıkları konusuna ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Araştırma temel olarak siyaset, siyasetçiler ve siyasal içerikli bilgiler ve bireylerin bu bilgilerle olan ilişkisiyle ilgili olduğu için, veri toplama aşamasında bazı zorluklar yaşanması öngörülmüştür. Bu zorlukların en başında özellikle kamuda çalışanların siyasal aidiyetlerini açıkça belirtme konusunda çekinceli davranabilecek olmasıdır. Pek çok kamu çalışanı bu varsayımı doğrular şekilde ankete katılmayı net bir şekilde reddetmiştir. Ankete ve nitel görüşmeye katılmayı kabul edenlerin ise genel olarak tüm sorulara cevap verirken ve özellikle de siyasal aidiyetlerini ifade ederken dürüst cevap verdikleri varsayılmıştır.

1.4. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği

Bu çalışma nicel ve nitel boyutu olan karma araştırma yaklaşımıyla gerçekleştirilmiş bir araştırmadır. Karma yöntem yaklaşımı, belli bir amaca dayalı olarak iki veya daha fazla veri toplama yönteminin kullanıldığı araştırmalarda benimsenmektedir (Creswell ve Plano-Clark, 2011). Araştırmanın nicel boyutunda, katılımcılardan anket aracılığıyla elde edilen veriler güvenilir ve genellenebilir bilgilere ulaşabilmek amacıyla istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Bu yöntem, araştırma problemlerinin anlaşılması ve yorumlanabilmesi için fazla genel kaldığı için “*nicel verilere derinlik, ayrıntı ve anlam kazandırmak amacıyla*” (Yıldırım ve Şimşek, 2011:310) nitel veriler kullanılmıştır.

“Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir

biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir” (Yıldırım ve Şimşek, 2011:39). Bu nedenle, katılımcıların bu konulardaki görüşleri konusunda araştırmanın nicel verilerinden elde edilemeyen veriler nitel görüşmeler aracılığıyla elde edilmeye çalışılmış, yüz yüze görüşmelerle elde edilen bu veriler nitel yöntemlerle değerlendirilerek araştırma problemlerinin anlaşılması ve yorumlanması için kullanılmıştır.

1.4.1. Veri toplama

Nicel verilerin toplanmasında araştırmacı tarafından önceki çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmış bir anket ve bu anketin içinde yer alan ölçeklerden oluşan bir veri toplama aracı kullanılmıştır. Anket formu toplam altı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini toplama amaçlı 8 soru, ikinci bölümde ise siyasetle olan ilişkileri ve siyasal aidiyetlerine dair 3 soru bulunmaktadır. Üçüncü bölüm katılımcıların siyasal sinizmlerini ölçmek amacıyla hazırlanmış 14 ifadeden oluşan “Siyasal Sinizm Ölçeği”ne ayrılmıştır. Dördüncü bölüm, siyasal bilgi edinme kaynakları hakkında 5 soru ve ‘Siyasal İçerikli Bilgi Kaynaklarına Güven Ölçeği’nden oluşmaktadır. Beşinci bölüm farklı kaynaklardan gelen siyasal içerikli bilgi ve siyasal söyleme bakış açısı hakkında 7 soru içermektedir. Son olarak altıncı bölüm ‘Bilgi Bolluğuna Karşı Tepki Ölçeği’ ve siyasal bilgi bombardımanı karşısında ne yapıldığı ve onunla başa çıkma yöntemleri hakkında 8 sorudan oluşmaktadır. Görüleceği üzere veri toplama aracının farklı bölümlerine yayılmış biçimde siyasal sinizmi, siyasal içerikli bilgi kaynaklarına güveni ve bilgi bolluğuna karşı tepkileri ölçmeye yönelik üç kısa ölçek kullanılmıştır. Üç kısa ölçekle ilgili bilgiler aşağıda sunulmuştur.

1.4.1.1. Siyasal sinizm ölçeği

Bu ölçek, Ünal (akt. 2018:11) tarafından yapılmış bir çalışmadan alınmıştır ve *“katılımcıların genel olarak siyasal alanın kendisini ve siyasetçileri algılama biçimlerini anlayabilmek adına oluşturulan bir dizi yargı”*dan oluşmaktadır. Katılımcılara 14 tane yargıya beşli Likert tipi dereceleme ile [Kesinlikle Katılmıyorum (1 puan), Katılmıyorum (2 puan), Kararsızım (3 puan), Katılıyorum (4 puan), Kesinlikle Katılıyorum (5 puan)] ne derecede katıldıkları sorulmuştur. Ölçekten alınabilecek puanlar 14 ile 70 arasında

değişmektedir ve yüksek puan yüksek siyasal sinizme işaret etmektedir. Bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,81 olarak hesaplanmıştır. Özdamar'a (1999) göre bir ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,81-1,0 arasında olduğunda yüksek düzeyde güvenilir olarak görülmektedir. Bu nedenle, bu ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

1.4.1.2. Siyasal içerikli bilgi kaynaklarına güven ölçeği

Bu ölçek araştırmacı tarafından bireylerin siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı hissettikleri güveni ölçebilmek amacıyla geliştirilmiş 6 ifadeden oluşmaktadır. Katılımcılara bu ifadelere beşli Likert tipi dereceleme ile [Kesinlikle Katılmıyorum (1 puan), Katılmıyorum (2 puan), Kararsızım (3 puan), Katılıyorum (4 puan), Kesinlikle Katılıyorum (5 puan)] ne derecede katıldıkları sorulmuştur. Ölçekten alınabilecek puanlar 6 ile 30 arasında değişmektedir ve yüksek puan siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı yüksek güvene işaret etmektedir. Bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,43 olarak hesaplanmıştır. Özdamar'a (1999) göre bir ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,41-0,60 arasında olduğunda düşük düzeyde güvenilir olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu ölçeğin güvenilirlik katsayısı düşük de olsa kabul edilebilir sınırlar içindedir.

1.4.1.3. Bilgi bolluğuna karşı tepki ölçeği

Bu ölçek araştırmacı tarafından bireylerin siyasal içerikli bilgi bolluğuna karşı gösterdikleri duygusal tepkileri ölçebilmek amacıyla geliştirilmiş 6 ifadeden oluşmaktadır. Katılımcılara bu ifadelere beşli Likert tipi dereceleme ile [Kesinlikle Katılmıyorum (1 puan), Katılmıyorum (2 puan), Kararsızım (3 puan), Katılıyorum (4 puan), Kesinlikle Katılıyorum (5 puan)] ne derecede katıldıkları sorulmuştur. Ölçekten alınabilecek puanlar 6 ile 30 arasında değişmektedir ve yüksek puan siyasal bilgi bolluğu karşısında kararsızlık, stres ve kaygı gibi olumsuz duygusal tepkiler gösterildiğine işaret etmektedir. Bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,67 olarak hesaplanmıştır. Özdamar'a (1999) göre bir ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,61-0,80 arasında olduğunda orta düzeyde güvenilir olarak görülmektedir. Buradan yola çıkarak bu ölçeğin orta düzeyde güvenilir olduğu görülmektedir.

Nicel verilerin toplanması amacıyla hazırlanan anket formu hem standart A4 kâğıtlarına fotokopi yoluyla basılarak çoğaltılmış hem de Google Forms hizmeti kullanılarak elektronik

ortama aktarılmıştır. Katılımcıların tercihlerine ve uygulama olanaklarına bağlı olarak her iki anket formu da kullanılmıştır. Araştırmanın nitel verileri, nicel veriler için hazırlanan anketin ana başlıklarına paralel olarak hazırlanmış ve açık uçlu sorular içeren bir form eşliğinde yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla elde edilmiştir. Bununla birlikte, görüşmelerin akışına göre esnek bir yol izlenmiş, gerektiğinde yeni ya da farklı sorular ile formun dışına da çıkmıştır.

Veri toplama Ekim 2018-Şubat 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aşamasında, çalışmanın üniversite öğrencileri ve çalışanları ile yapılan anket ve nitel görüşme uygulamaları için Adnan Menderes Üniversitesi birimlerinde çalışma yapabilmek amacıyla gerekli izinler alınmıştır. Hem üniversite içinde hem de dışında yapılan anket ve nitel görüşmeler gönüllü katılım ilkesi ile gerçekleştirilmiştir.

1.4.2. Veri Analizi

Araştırmada toplanan *nicel veriler birden fazla analiz yöntemi* kullanılarak SPSS 19¹ programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma problemlerine bağlı olarak frekans, yüzde, t-testi, tek yönlü varyans analizi ve tek yönlü varyans analizi sonucu anlamlı çıktığında farkın kaynağını bulmak için post hoc testlerinden LSD Testi kullanılmıştır. Öncelikle parametrik ya da parametrik olmayan istatistiklerden hangilerinin kullanılacağına karar vermek amacıyla verilerin homojen ve normal dağılıp dağılmadığı test edilmiştir. Verilerin normal dağıldığını test etmek için Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerlerine, varyansların homojenliğini test etmek için Levene Testi sonuçlarına bakılmıştır. Verilerin normal ve homojen dağıldığı görüldüğü için parametrik istatistik analizleri kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırmada toplanan nitel verilerin içerik analizi için nitel veri analiz programı MXQDA Standart 2018² kullanılmıştır.

1.5 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın katılımcıları, 18 yaş üstü, İnternet'i ve sosyal medyayı aktif olarak kullanan ve Aydın ili sınırları içinde yaşayan bireylerden oluşmaktadır. Ulaşılan toplam 723

¹ https://idari.adu.edu.tr/db/bilgiislem/webfolders/topics/SPSS_Sozlesme.doc

² <https://www.maxqda.com/trial>

katılımcıdan elde edilen anketlerden sağlıklı bir şekilde cevaplandığı tespit edilen 703 tanesi veri olarak kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1.2’de verilmiştir. Bu çalışmada, katılımcıların belirlenmesinde, kolay ulaşılabilir durum örnekleme (Yıldırım ve Şimşek, 2011) ile orantılı tabakalı örneklem seçme yönteminin (Gay, Mills ve Airasian, 2010) bazı ilkeleri kullanılmıştır. Bu amaçla örneklem için Aydın merkez ilçe ve diğer ilçelerden nüfus sayılarına oranla katılımcı tabakaları belirlenmiş ve alt tabakalarda da katılımcıların siyasal aidiyet, yaş, cinsiyet ve gelir grubu açısından orantılı bir şekilde dağılmasına dikkat edilmiştir.

Bu çalışmada bağımsız değişken olarak kullanılan verilere ait kodlamalar Tablo 1.1.’de verilmiştir.

Tablo 1.1.: Bağımsız değişken kodları

Değişken	Değer	Kullanılan Kod
Cinsiyet	Erkek	1. Grup
	Kadın	2. Grup
Yaş	18-24	1. Grup
	25-34	2. Grup
	35-44	3. Grup
	45 ve Üstü	4. Grup
Gelir Algısı	Dar-Orta Altı	1. Grup
	Orta	2. Grup
	Orta üstü-Yüksek	3. Grup
Yakın Hissettiği Parti	Cumhur İttifakı *	1. Grup
	Millet İttifakı **	2. Grup
	Diğer	3. Grup

* Adalet ve Kalkınma Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisinin oluşturduğu ittifak.

** Cumhuriyet Halk Partisi, İYİ Parti ve Saadet Partisinin oluşturduğu ittifak.

Katılımcıların yakın hissettikleri partilere ait gruplama, partilerin siyasal yelpazede bulundukları konuma göre değil, toplanan verilerin analizlere daha uygun hale getirilmesi amacıyla, bu partilerin belirli ilkeler çerçevesinde oluşturdukları siyasal ittifaklar göz önünde bulundurularak yapılmıştır.

Tablo 1.2.: Katılımcıların demografik özellikleri

Değişken	Değer	f	%	Geçerli %	Toplam %
Cinsiyet	Erkek	387	55,0	55,0	55,0
	Kadın	316	45,0	45,0	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Yaş	18-24	360	51,2	51,2	51,2
	25-34	127	18,1	18,1	69,3
	35-44	83	11,8	11,8	81,1
	45 ve Üstü	133	18,9	18,9	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Medeni Durum	Bekar	208	29,6	29,6	29,6
	Evli	451	64,2	64,2	93,7
	Boşanmış / Eşini Kaybetmiş	44	6,3	6,3	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Eğitim	İlköğretim mezunu	20	2,8	2,8	2,8
	Lise ve dengi okul mezunu	71	10,1	10,1	12,9
	Üniversite Öğrencisi	359	51,1	51,1	64,0
	Üniversite mezunu	164	23,3	23,3	87,3
	Yüksek Lisans/Doktora öğrencisi	49	7,0	7,0	94,3
	Yüksek Lisans/Doktora mezunu	40	5,7	5,7	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Meslek	Öğrenci	355	50,5	50,5	50,5
	İşçi	52	7,4	7,4	57,9
	Memur	69	9,8	9,8	67,7
	Küçük esnaf	9	1,3	1,3	69,0
	Sanayici-tüccar	8	1,1	1,1	70,1
	Profesyonel	99	14,1	14,1	84,2
	Emekli	43	6,1	6,1	90,3
	Çalışmıyor	40	5,7	5,7	96,0
	Başka	28	4,0	4,0	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Gelir	2000 TL ve altı	119	16,9	16,9	16,9
	2001-4000TL	250	35,6	35,6	52,5
	4001-6000TL	166	23,6	23,6	76,1
	6001-8000TL	64	9,1	9,1	85,2
	8001 TL- üzeri	104	14,8	14,8	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Gelir Algısı	Dar-Orta Altı	225	32,0	32,0	32,0
	Orta	361	51,4	51,4	83,4
	Orta üstü-Yüksek	117	16,6	16,6	100,0
	Total	703	100,0	100,0	
Yakın Parti	Cumhur İttifakı	175	24,9	24,9	24,9
	Hissettiği Millet İttifakı	315	44,8	44,8	69,7
	Hiçbiri	213	30,3	30,3	100,0
	Total	703	100,0	100,0	

Nicel verilerden elde edilemeyen daha ayrıntılı bilgilere ulaşabilmek, bu bilgileri anlayabilmek ve yorumlayabilmek amacıyla yapılan nitel çalışma çerçevesinde gönüllü 20 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılacak kişilerin seçilmesinde “*görelî olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve örneklemde çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtabilmek*” (Yıldırım ve Şimşek, 2011) amacıyla cinsiyet, yaş, gelir algısı ve siyasal aidiyet kriterleri çerçevesinde ‘maksimum çeşitlilik örnekleme’ yöntemi kullanılmıştır. Ulaşılan örneklem grubunun %45’i kadın (9), %55’i (11) ise erkeklerden oluşmaktadır. 18-24 yaş grubuna girenler %15 (3), 25-34 yaş grubuna girenler %30 (6), 35-44 yaş grubuna girenler %30 (6) ve 45 ve üstü yaş grubuna girenler ise %25 (5) oranındadır. Katılımcılardan kendisini “Dar ve Orta-altı” gelir grubuna mensup olarak beyan edenlerin oranı %5 (1) iken, kendisini “Orta” gelir grubuna mensup olarak beyan edenlerin oranı %50 (10), kendisini “Orta-üstü-Yüksek” grubuna mensup olarak beyan edenlerin oranı ise %45 (9) olarak elde edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu siyasal aidiyetini açık olarak ifade etmek istemediği için, bu konudaki veriler katılımcıların görüşme sırasında kullandıkları dilden, takip etmeyi tercih ettikleri gazete, dergi, TV kanalı vb. dolaylı bilgilerden elde edilmeye çalışılmış ve Ekler kısmında sunulan Görüşmeci Listesinde belirtilmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların izinleri alınarak işitsel olarak kaydedilmiş, daha sonra metin haline dönüştürülerek analiz edilmeye uygun hale getirilmiştir. Bulgular kısmında bu görüşmecilerden elde edilen veriler, uygun görülen yerlerde katılımcıların kendi ifadeler ile verilecek ve katılımcıya ait bilgiler parantez içinde Görüşmeci Numarası-Cinsiyet-Yaş (G1-K-35 gibi) kodlaması ile verilmiştir.

1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada elde edilen veriler sadece Aydın il sınırları içinde ikamet eden ve yaşı 18’in üzerinden olan kişilerden toplanan verilerle sınırlıdır. Araştırma konusunun doğrudan siyaset ile ilgili olması, ülkenin içinde bulunduğu dönem göz önünde bulundurulduğunda anket ve nitel görüşme için katılımcı bulmak konusunda zorluklar yaratmıştır. Bu nedenle ulaşılan örneklemde eğitim düzeyi üniversite öğrencileri ve mezunlarında yoğunlaştığı için ‘eğitim’ değişkeni analizlerde kullanılmamıştır.

Çıkan sonuçlardan ülkenin geneline dair yorumlarda bulunmak doğru olmayacaktır. Ancak Aydın ilinin, İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması ikinci düzey (IBBS-2) seviyesinde Ege Bölgesi temsiliyetine sahip illerden olması ve katılımcıların %50,5'i değişik illerden gelen üniversite öğrencilerden oluştuğu için genele dair bir fikir yürütmek için zemin oluşturabileceği düşünülmektedir. Çalışmada elde edilen sonuçların daha ileri çalışmalar için fikir vereceği ve/veya temel oluşturabileceği de söylenebilir.



2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMALAR

2.1. Bilgi / Enformasyon

Bilgi, günlük dilde çok sık kullanılan kelimelerden biri olsa da kavramsal olarak iinin doldurulması ya da tanımlanması konusunda pek çok farklılık görmek mümkündür. Bu değişikliğin nedeni, bu tanımların, tanımın yapıldığı zamanın tarihsel ve toplumsal koşulları ile şekillenmiş olmasıdır ki bu nedenle de tanımlar o dönemin bağlamıyla sınırlı kalmaktadır (Topdemir, 2009).

Bu noktada, çalışmada sıklıkla kullanılacak olan “Bilgi” ve “Enformasyon” kelimelerinin arasındaki farka bir kez daha dikkat çekmek önemlidir. Türkçede genelde bu iki kelime birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak İngilizceden Türkçeye “Enformasyon” olarak geçen “Information” kelimesi ile “Bilgi” olarak çevrilen “Knowledge” kelimesi kavramsal olarak farklılık içermektedir. “Information” insanın dışında var olan ve ondan bağımsız olarak var olan “Bilgi” anlamına gelirken, “Knowledge” ise İngilizce “Know” yani “bilmek” kökünden üretilmiş, kişinin bildiği, onda varlık gösterdiği “bilgi” anlamında kullanılmaktadır. Daha önce de belirtildiği bu çalışmadan, “Information” ve “Knowledge” arasındaki fark özellikle vurgulanmak istendiğinden bilgi büyük “B” ile kullanılarak “enformasyon” anlamı verilecektir. Bu çalışmanın temel kavramlarından olan siyasal içerikli “bilgi”nin de enformasyon mahiyetinde bilgi olduğunu belirtmek önemlidir.

Tanım açısından farklılıklar gösterse de temel olarak bir şeyin ‘bilgi’sinden söz edilebilmesi için, öncelikle bir ‘şey’in olması ve bu ‘şey’i kavrayacak bir ‘bilinç’in olması gereklidir. Yani bilgi, bilen (zne) ve bilinen (nesne) arasındaki ilişkinin sonucudur (Hançerlioğlu, 1976:165-169). Başka bir deyişle bilgi, insanın diğer insanlar ya da nesneler ile bir ilişki içinde olmasını gerektirir. Fransız Kimyacı Antoine Lavoisier tarafından 1789 yılında ne sürülen *Kütlenin Korunumu Yasasında* maddeler için ortaya konulan “vardan yok, yoktan da var olmama” ilkesinden (Benton, 2016; Wikipedia, 2019) yola çıkarak “bilgi” için de en azından “yoktan var olamayacağı” ilkesi ortaya atılabilir. Bu yaklaşım, her tür bilginin insanın çevresi ile olan ilişkisinden kaynaklandığını ve nesnesi olmayan, daha doğrusu

algılanabilir, hissedilebilir, düşünülebilir ya da hayal edilebilir olmayan hiçbir şeyin Bilgisinin olamayacağını kabul etmektedir.

2.1.1. Bilgi Üzerine Tartışmalar

Düşünce tarihinin en eski tartışmalarından olan “*bilgi kuramı*” ya da “*bilgi felsefesi*” (epistemoloji) alanında gerçekleşen bilginin kaynağı ve doğru bilginin mümkün olup olmadığına dair tartışmadır. Batı düşüncesinin temellerini oluşturan ilkçağ Yunan felsefecilerinden başlayarak bilgi kuramı neyi kesin olarak bilebileceğimiz, neyin inanç ve neyin kanaat olduğu, bilginin asıl kaynağının veya temelinin ne olduğu üzerine yoğunlaşmıştır (Benton, 2016). Bilgi kuramının kullandığı temel kavramlar ise özne, nesne, bilgi, gerçeklik, hakikat, doğruluk ve temellendirmedir (Bozkurt, 2014).

Antik çağda Demokritos, maddelerin yaydığı atomlardan oluşan imgelerin duyu organlarına etki ederek bilgi sağladığını söylemiş, bu materyalist görüşün karşısına Platon bilgilerin insanın varoluşundan önce var olduğunu ve insanın “bilme” sürecinin özünde bu zaten var olan bilgileri hatırlama eylemi olduğunu söyleyerek çıkmıştır (Hançerlioğlu, 1976a:344-346). Bilginin kaynağına dair bu iki temel görüş materyalizm ve idealizm kategorileri altında düşünce tarihi boyunca farklı görünüşler olarak varlığını sürdürmüştür.

Bilgi kuramının uğraş alanı içinde bilginin kaynağıyla bağlantılı olarak, “doğru bilginin ölçütü nedir?” sorusu da cevap aranan sorulardan bir olmuştur. Farklı felsefi yaklaşımlar bu soruya farklı cevapları vermiştir. Rasyonalizm bilginin akla; ampirizm deneye; pragmatizm fayda ve başarıya; pozitivizm olgulara; sensüalizm duylara; entüisyonizm sezgiye; mistisizm insanın iç tecrübelerine; fideizm vahye ve imana; fenomenoloji ise saf fenomenlere dayandığı sürece doğru olduğunu savunmuştur. Bu farklı felsefi yaklaşımlar doğru bilginin ölçütü konusunda ayrışsa da doğru bilginin mümkün olduğunu kabul etmektedir (Gökberk, 1993; Hançerlioğlu, 1976a-g).

Antik Yunan felsefecilerinden dikkatlerini doğadan insana çeviren sofistler, evrenin sonsuz bir devinim içinde olduğunu ilk kez söyleyen Heraklitos’un (Hançerlioğlu, 1995:327) bu görüşünden yola çıkarak sürekli bir hareket ve değişim içinde olan bir evrende mutlak doğru bir bilgiye ulaşamayacağını savunmuşlardır. Elealı Gorgias, duyların verilerine

güvenerek doğru bilgiye ulaşamayacağı savı üzerinden giderek var olan ya da var olmayan hiç bir şeyin olmadığını savunarak "*Gerçek yoktur, varsa da bilinemez, bilinse de anlatılamaz*" diyerek doğru bilgiye ulaşmanın mümkün olmadığını net olarak ifade etmiştir. Protagoras ise "*İnsan her şeyin ölçütüdür, ne kadar insan varsa o kadar da gerçek vardır*" diyerek (Hançerlioğlu, 1976d:63). Batı düşünce tarihinde Nihilizme, sonrasında postmodern düşünürlerde bilginin göreceliliğine ve belki de günümüzde doğru bilginin öneminin yok olduğu post-truth döneme giden yolu açmışlardır.

2.1.2. Hakikat, Gerçek ve Doğru

Bir dilin zenginliği o dilde bulunan kelime sayısından çok, ne kadar değişik kavrama karşılık gelen kelimelere sahip olduğunda yatmaktadır (Bkz Şahin, 2006; Tosun, 2005). Coğrafi, tarihsel ve teknolojik etkileşimlere bağlı olarak bütün diller, diğer dillerden kelime almış ve onlara kelime vermiştir. Bu etkileşim günümüzde de devam etmektedir. Bu nedenle hiçbir dil saf değildir. Diller arasındaki bu fark, özellikle bilimsel alanda kavramları bir dilden diğerine aktarırken zorluklara ve asıl önemlisi anlam kargaşasına ya da muğlaklığa neden olabilmektedir.

Yukarıda bu anlam karmaşasına bir örnek olarak “information” ve knowledge” kelimelerinin Türkçeye aktarılması verilmişti. Benzer şekilde Türkçedeki “hakikat”, “gerçek” ve “doğru” kelimelerinin de İngilizcedeki “real”, “actual”, “true”, “fact” ve “correct” kelimelerinin karşılığı olarak, çoğu kez aynı anlamlarda kullanıldığı sıkça görülmektedir.

Türk Dil Kurumu’nun çevrimiçi Büyük Türkçe Sözlüğü’nde (tdk.gov.tr), “hakikat”ın Arapça kökenli bir kelime olduğu belirtilmekte ve anlamı şu şekilde verilmektedir: “*a. (haki:kat) 1. Gerçek 2. Gerçeklik. 3. zf. Gerçekten.*”

Aynı sözlükte “gerçek” kelimesinin anlamını ise Türkçe bir kelime olduğu belirtilerek şöyle vermektedir: “*gerçek, -ği a. 1. Yalan olmayan, doğru olan şey, hakikat 2. Gerçeklik 3. Doğruluk 4. sf. Yalan olmayan 5. sf. Bir durum, bir nesne veya bir nitelik olarak var olan, varlığı inkâr edilemeyen, olgu durumunda olan, hakiki, reel 6. sf. Aslına uygun nitelikler taşıyan, sahici 7. sf. Temel, başlıca, asıl 8. sf. Doğadaki gibi olan, doğayı olduğu gibi yansıtan*

9. sf. Yapay olmayan. 10. sf. fel. Düşünülen, tasarımılanan, imgelenen şeylere karşıt olarak var olan.”

Sözlük tanımlarından görüleceği üzere her iki kelime de aynı anlamda kullanılırken, gerçek sözcüğünün anlam alanı ya da kavramsal karşılık açısından daha zengin olduğu görülmektedir. Ayverdi (akt. İsi, 2015), Türklerin İslamiyet’e geçişinden sonra 11. Yüzyıla dek hakikat kelimesinin daha baskın olarak kullanıldığını, 14. Yüzyılda “gerçek” kelimesinin “hakikat” ile benzer oranda kullanılmaya başlandığını ama İslamiyet’in etkisi nedeniyle yeniden hakikat kelimesinin daha yaygınlık kazandığını söylemektedir.

İslam Ansiklopedisinde (islamansiklopedisi.org.tr) “hakikat” maddesinde şunlar yazmaktadır: “Sözlükte “gerçek, sabit ve doğru olmak, gerekmek; bir şeyi gerçekleştirmek” gibi anlamlara gelen hakk köküinden türetilmiştir (...). Araplar’da “hakikati himaye etme” tabiri yaygın olarak kullanılır ve buradaki hakikatten genellikle ırz, namus, vefa, dostluk, bayrak, sancak gibi değerler.” Görüldüğü gibi kelimenin Arapçadaki anlamı özgün haliyle farklı iken, Türkçe’ye geçerken “gerçek, doğru” ile eş anlamlı tutularak alınmış (İsi, 2015) ve günümüze değin özellikle dini ve felsefi bağlamlarda bu anlamıyla kullanılagelmıştır. Ancak bu kullanımlarda kelimeye “gerçek” anlamından farklı anlamlar da yüklenmiştir.

Hançerlioğlu (1976b) “gerçek” sözcüğünü İngilizcedeki “real, actual” kelimelerinin karşılığı olarak vermekte ve felsefe alanında “hakikat” ile eş anlamlı kullanıldığını belirtmektedir. Ancak Hançerlioğlu, Bu iki kavram arasında şöyle bir ayrıma gitmektedir: “Gerçek, bilinçten bağımsız, somut ve nesneldir. Bilinçten bağımsız olarak tüm var olanlar gerçektirler [...]. Tüm nesneler de gerçektirler. Gerçek deyince bilincimizin dışında nesnel olarak ortaya çıkmış bulunan nesne, nitelik, koşul, durum vb. gibi olgu ve olayları anlarız. Hakikat da bu nesnel gerçeğin bilincimizdeki yansısidir. Hakikat (f'r. Verite)'ın ve hakiki (Fr. Le vrai)'nin ölçütü, bu nesnel gerçeğe uygunluğudur. Hakikat, gerçeğe uygunluğu oranında gerçek olur.” (Hançerlioğlu, 1976b:216).

Duyum, algı, tasarım ve kuramların nesnel gerçeğe uygun oldukları oranda hakikat olduğunu ekleyen Hançerlioğlu her hakikatin “nesnel” olduğu sonucuna varır. Gerçeğe uygun düşmeyen öznel kanılarımızın, tasarımlarımızın, düşlerimizin, yapıntılarımızın ve yanılsamalarımızın hakikat olmadığını ekler. “Hayalet” örneğini vererek bunun

düşüncemizin dışında var olan bir gerçeği olmadığı için hakikat olmadığını uydurma ve yanılısına olduğunu ekler (Hançerlioğlu, 1976b). Ancak buradan hareketle, “gerçek” kelimesi nesnel, “hakikat” kelimesi ise öznel bir anlam içerdiği için, hakikatin kişiden kişiye değişen bir bilgiye işaret ettiği, bu yüzden de her zaman güvenilir olamayacağını söylemek de mümkün görünmektedir ki ileride değinilecek olan postmodernitenin bilgiye bakış açısı da buradan hareketle tek bir “hakikatin” olamayacağı düşüncesine dayanmaktadır.

“Doğru” kelimesinin yukarıda sözü edilen “gerçek” ve “hakikat” kavramları arasındaki ilişkiye dair bir kullanımı vardır. İngilizcedeki “true” (truth kelimesinin sıfat hali) kelimesinin karşılığı olarak kullanıldığında nesnel olan, olgularla ilgili olan “gerçek” ile öznel olan “hakikat” arasındaki tutarlılığa gönderme yapmaktadır. Fuller (2018b), “truth” kelimesi için şöyle demektedir:

“Gerçek’e (‘truth’) gelince, kavramın bütün felsefi farklarını barındıran eski bir İngilizce kelime olan ‘troth’ a geri dönüyor. ‘Troth’ sadakat demektir - peki tam olarak neye: kaynak mı yoksa hedefe mi? [...] Başlangıçta ‘hakikat’ kaynağa sadakat anlamına geliyordu.”

Diğer bir deyişle, algılayanın (suje) algısı ve algılanan (obje) örtüşüyorsa, yani kaynağa sadık kalınıyorsa, bu ilişkiden doğan bilgi “doğru”dur. Kırmızı yazan bir kalem için “bu kalem kırmızı yazar” ifadesi doğru bir ifadedir. Aktarılan bilgi kaynağa sadıktır, algılayan ve algılanan aynı gerçeği kastetmektedir. Elbette somut nesneler hakkındaki buna benzer yargıların doğruluğundan söz etmek görece daha kolay olsa da inanç, din, ahlak, siyaset gibi soyut anlam alanlarında “doğru” bilgidен söz etmek çok tartışmalı bir alan oluşturmaktadır.

Aydınlanma ile doğru bilgiye erişimin nihai aracı olarak “akıl” ön plana çıkartılmıştır. Batı düşünce dünyasında dönemin düşünürleri tanrısal “akıl”, yani Hristiyan aklının, yüzyıllar süren hâkimiyetine insan “aklı”nı ön plana çıkartarak son vermeye girişmiş ve bu düşünürlerden biri de bu yeni döneme “Aydınlanma” adını vermiştir. Immanuel Kant (2005) *Aydınlanma Nedir?* adlı makalesinin ilk cümlesinde Aydınlanmayı şöyle betimler:

“Aydınlanma insanın kendi kendini vesayete maruz bırakmaktan kurtulmasıdır. Vesayet bir insanın bir başka insanın nezareti olmaksızın kendi idrak kabiliyetini (understanding) kullanamama iktidarsızlığıdır. Bu vesayet, vesayetin sebebi akıldan

mahrumiyette değil, akli bir başkasının nezareti (direction) (talimatı) olmadan kullanma karar ve cesaretinin yokluğunda, insanın kendi kendisini maruz bıraktığı bir vesayettir. Sapare aude! “Kendi aklını kullanma cesaretini göster!” aydınlanmanın düsturudur.”

Bir başka deyişle, Kant’a göre Aydınlanma, insanın kendi eliyle maruz kaldığı olgunlaşamama ya da reşit olamama durumundan kurtulmasıdır. Kant’ın “bir başkasının nezareti” ifadesinde kastettiği *bir başkası* aslında yüzyıllardır egemen olan Hristiyan akli ve onun görünen yüzü kilisedir (Tan, 2010; Tan, 2011).

Öz olarak, Kant insanoğlunun gelişmesi ve özgürleşmesi için kendi aklını kullanması gerektiğini, bir üst akla ihtiyacı olmadığını söylemiştir. Bunula birlikte hâkim Hristiyan akli yerine öncelikli hale getirilen ve daha sonraları Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından “araşsal akıl” olarak nitelendirilip eleştirilecek olan bu akıl türü de (Habermas, 2003) insanlığı moderniteye taşımış ancak, bir hâkimiyeti başka bir hâkimiyet ile yer değiştirmiş, felsefenin temel alanlarından olan “mutlu bir hayat” konusunda yardımcı olacak doğru bilgi konusunda eksik kalmıştır.

2.1.3. Postmodernite ve Bilgi

Modernite insan aklını her şeyin üstünde tutan ve Batı düşünce tarihinde temellenen yeni bir düşünsel ve toplumsal bir durumu adlandırmak için kullanılmaktadır. Çağrışımları ve kullanımı yeni gibi dursa da “Modern” kelimesi aslında yeni bir kavram değildir. Kavram ilk kez M.S. 4. yüzyılda Aziz Augustine (Augustinus, Aurelius Augustinus, Aziz Augustinus olarak da bilinir) tarafından kullanılmıştır. Latince “Modo” kelimesinden türetilmiş olan ve “tam şimdi, bugün, şu ana ait” anlamlarına gelen “Modernus” kelimesi, Augustine tarafından Hristiyan dünyasının, geleneksel, pagan ve Romalı düşüncenin hâkim olduğu dönemden kopuşunu vurgulamak için kullanılmıştır. Kelime, ilerlemeci bir göndermeyle “güne ait olan”, “geçmişten kopmuş olan”, “yeni” Hristiyan düşüncesi için kullanmıştır. Başka bir deyişle modern, eskinin gitmesi ve yerine yeni ve daha ileri ve daha iyi bir şeyin gelmesi anlamında kullanılmıştır (Kızılcılık, 1994:87; Moorhead, 2006). Ancak yukarıda da değinildiği gibi, yüzyıllar sonra Aydınlanma Dönemi’nde de aynı tanım, Batı dünyasını her alanda egemenliği altında tutan Hristiyanlığın “tanrısal gücü” yerine “aklın gücünü” getirmeyi amaçlayan bir

düşünsel dönemi ve hareketi nitellemek için de kullanılmış, “modernleşme” yine olumlu gönderimlerle “gelişmiş olan”, “iyi olan”, “aydınlanmış” olan anlamlarında kullanılmıştır.

Bazı düşünörlere göre, tanrısal aklın üstünlüğü yerine insan aklının üstünlüğünü öne çıkaran “modern dönem” tanrı otoritesinden kurtardığı insanoğlunu bu kez başka bir otoritenin boyunduruğı altına sokmuştur. Örneğın, Frankfurt Okulu düşünörllerinden Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer *Aydınlanmanın Diyalektiğı* isimli eserlerinde bu durumu Aydınlanmanın kendi ideallerine ihanet etmesi ve “insanlığın gerçekten bir insanlık durumuna girmek yerine, yeni bir tür barbarlığa batması” olarak tanımlamaktadır. Bunun temel neden olarak da “modern, bilimsel bilinci” göstermişlerdir. “Birey silinmiş”, doğa ve insan arasındaki sınır keskinleşmiş ve “doğa” insan aklının bir “nesnesi” haline dönüşmüştür (Bottomore, 2013:22-23; Dellaloğlu 2003).

Aydınlanma ve modernite, bilginin ve onun sağladığı otoritenin üstünde yükselmiştir. Bu dönemin belirleyici özelliğı olan ilerlemecilik de geçmişe ait her türlü bağdan kopmayı amaçlayan insanlığa yön ve hedef belirlemiştir (Delibaş ve Görkey, 2009). Aklın her şeyin üstesinden gelebileceğıne olan inanç modernitenin bir diğeri temel özelliğini oluşturmaktadır. Furedi’ye göre (2014) aydınlanma ve modernite insanlık üzerinde bir hayal kırıklığı yaratmıştır. Bunun en temel nedeni, bilginin ve doğrunun (gerçeğın, hakikatin) arayışında entelektüel otoritenin önemli bir fark yaratamadığına dair bir algının oluşmuş olmasıdır. Frankfurt Okulu düşünörleri de bu hayal kırıklığını şöyle dile getirmektedir: Aklın öncölük ettiğı, önceki çağlara “karanlık” diyen, ilerlemeci olan, yani yarının hep daha iyiye gittiğini savlayan Aydınlanma çağındaki bütün gelişmeler (bilimsel, toplumsal, kültürel), nasıl olmuş da en üst ürünleri olarak insanlığa Dünya Savaşlarında yok etme gücü tarihte olmadığı kadar artmış silahları sunmuştur? Ya da nasıl olmuş da Almanya’daki Nazi kamplarında kullanılan gazları, atom bombasını yaratmıştır? Tüm bu gelişmeler, bilgiye ve onun otoritesine olan inancı aşama aşama aşındırmıştır (Yaşat, 2017).

Ulrich Beck ve Anthony Giddens gibi düşünörleri, artan bilginin ve modernliğın insanlığa daha fazla “risk” getirdiğini ileri sürmektedirler (akt. Furedi, 2014). Risk Toplumu kitabında Beck günümüz toplumlarında görölen risklerin (örn. genetiğı değıştirilmiş gıdalardan, cep telefonlarının ya da diğeri elektronik aygıtların yaydığı radyasyondan dolayı hasta olmak), modernleşmenin, sanayileşmenin ve aşırı üretimin sonucu olduğunu

söylemekte ve bu risklerin küresel olduğunu, bumerang etkisi ile bir şekilde riskleri yaratanları da etkileyeceğini savunmaktadır (Beck, 2011:25-28). Giddens da Beck gibi modernliği risk toplumunu incelenmesinde temel bir teorik çerçeve olarak ele alır. Ancak Giddens’a göre risk toplumu, modernliğin geldiği son aşama değildir. Ona göre modernliğin ve onun kurumsal boyutlarının yayılması olarak tanımladığı küreselleşmenin sonuçlarının sadece bir bölümünü oluşturur. Beck’ten farklı olarak Giddens risk kavramına tek başına olumsuzluk yüklememiştir (Esgin, 2013)

Aydınlanma geleneğinin bilgiye yüklediği anlamın ve ona verdiği özel statünün de artık geçerli olmadığını söylemek mümkündür. Modernite, Bauman’a göre (2012) (akt. Shore, 2017), modernite öncesinin “*değişmez, katı*” olanlarını, “*daha sabit ve katı*” olanlarla değiştirmiştir. Akışkan modernite diye nitelendirdiği postmodernitenin ise bu katılıkları sabit olmayan sürekli değişen yani “*akışkan*” bir hale getirdiğini söylemektedir. Postmodernite ile evrensel geçerliliği olan mutlak bilgiler ve doğrular da kişilere göre değişkenlik gösterecek biçimde çoğalmış ve akışkan bir yapıya bürünmüştür. Bauman’a göre (1987) (akt. Furedi, 2014) postmodernizmin bir sonucu olarak entelektüeller ve dolayısıyla bilgi, “yasa koyucu” rolünü kaybetmiş ve onun yerine “yorumlayıcı” bir role bürünmüştür. Eskiden kamuoyu üzerinden şekillendirici rolü olan entelektüeller artık bir çevirmen gibi belli bir gelenek içinde üretilmiş bilgiyi başka bir gelenekteki kişilerin anlaması için çaba göstermek durumundadır.

Postmodern dönemde, “evrensel” gerçek bilginin olmadığına dair görüşün oluşmasında Michel Foucault öncü bir rol oynamıştır demek yanlış olmayacaktır. Kendini herhangi bir akımın içinde tanımlamayan Foucault’nun, Modern dünyanın derinlemesine eleştirisini yaparak, eleştirel postmodern düşünce dünyası üzerinde önemli derecede etkisi olmuştur (Şimşek, 2014). Foucault (2003) Bilginin gittikçe artan önemini vurgulamak için hiçbir iktidarın bilginin üretim, dağıtım, denetim ve alıkonmasını elinde tutmadan devamlı kalamayacağını söylemiştir. Bu tür bilgi sadece bilimsel bilgi değildir, zirvesinde devletin bulunduğu bilgi hiyerarşisinde bireylere ya da kurumlara ait her tür bilgi iktidarın bekası için önemlidir (akt. Çaycı, 2016). Foucault’ya göre, hakikat üretilebilir ve bu durum iktidar mekanizmaları ile iç içedir. İktidar mekanizmaları bir yandan hakikat üretimini olanaklı hale getirirken diğer yandan aynı mekanizmalar bireyleri bu hakikat üretimine bağlayan iktidar etkileri içerir. Ancak antikçağda Bilginin *iktidarın* değil *hakikatin* yanında olduğunu belirten

Platon düşüncesinin etkisiyle Nietzsche'ye kadar bilgi ve iktidar ilişkisi düşünce alanında çok fazla yer bulmamıştır. Fransız Devrimi ve Monarşi'nin son bulması Foucault'ya göre Batıda Bilgi ve iktidar arasında bir ilişki olduğuna dair yeniden farkındalığın oluşmasında önemli bir rol oynamıştır (akt. Urhan, 2007).

“Postmodern Durum” isimli eserinde postmodernizm ve Bilgi ilişkisini doğrudan ele alan Fransız düşünür Lyotard (2013) kitabın giriş kısmında tanımlamasını şöyle yapmaktadır:

“Aşırı basitleştirilmiş bir ifadeyle diyebiliriz ki, "postmodern" sayılan tutum, üst-anlatılara karşı inançsızlıktır. Bu kuşkusuz bilimlerdeki ilerlemenin bir sonucudur; ancak söz konusu ilerleme de zaten bunu varsayıyor. Üst-anlatısal meşrulaştırma düzeneğin eskimişliğine, özellikle metafizik felsefe ile ona bağlı üniversite kurumunun düştüğü bunalım denk geliyor”.

Lyotard'a göre modernitenin pozitivist yöntemi, farklılıkları baskı altına alan bir tarza sahiptir bu yüzden Postmodernite, Modernite içinde sunulmayanın peşinde olma durumudur. Buna erişmenin yolu da bilginin hegemonyasının yerine anlatıların çoğulluğunu ve yöntemsel özgürlüğü koymaktır. Çünkü bilimsel bilgi onun için dil oyunu içerisinde yer alan bir meşrulaştırın aracından öte bir şey değildir (Bıçkı, 2004:2).

Bir araştırma raporu olarak yazılan bu kitabın varsayımını “toplumlar post-endüstriyel çağa, kültürler postmodern çağa girerken bilginin de statü değiştirdiğidir” şeklinden ifade eden Lyotard, bu sürecin başlangıcı olarak 50'li yılların sonunu göstermektedir. Piyasa için bir meta haline gelen, artık bir *piyasa değeri* olan Bilgi bu dönemde artık sabit kalamamaktadır çünkü “Bilişimin hegemonyasını kurmasıyla birlikte, belli bir mantık, dolayısıyla "Bilgiden" sayılacak söylemlere ilişkin yeni bir kurallar bütünü kendini dayatmaktadır”. Bilgi önemli bir üretim gücü haline gelmiştir bu nedenle devletlerin üretim kapasitelerine doğrudan etki edebilecek ve ulus devletler eskiden hammadde, işgücü vb. için savaşıırken gelecekte bilgilere hâkim olmak için savaşacaklardır (Lyotard, 2013:8-16). Lyotard'ın bu öngörülerini 2000'li yılların ilk çeyreği bitmeden büyük oranda gerçekleşmiş gibi durmaktadır³.

³ Bu konuyla ilgili basit bir web taraması ile bulunabilecek pek çok kaynaktan birkaç örnek için bakınız:

Tarihçi Tony Judt'e (2005) göre (akt. Shore, 2017) postmodern kuramın baştan çıkarıcı kısmı sadece eskinin "kesinliklerini" yıkmak konusundaki ısrarı değildir, aynı zamanda bizzat "kesinliğin" ihtimalini de hedef almasıdır. Postmodernite; nesne ve özne, içsel ve dışsal, düşünce ve oluş arasında bir bağ bulmaya çalışmaktan, bireyleri dünyaya ve evrene bağlayan bütüncül bir yapı olduğu düşüncesinden vaz geçmiştir. Postmodernite üzerine çalışan bir diğer Fransız düşünür Jacques Derrida'ya (1978) göre bu yapıların ister Tanrı ister onun yerine başka bir şey olsun, bir merkeze, ortak bir zemine ihtiyacı vardır, yoksa "göstergeler" ve "gösterilenler" arasında sonsuz bir *oyun* devam edecektir. Bir bilgiye ulaşmak için "gösterge" ve "gösterilen" arasındaki farkın mutlak ve indirgenemez olduğunu gösteren, her şeyin üstünden "aşkın bir gösteren" olması gereklidir. Derrida tam bu noktada Nihilizm ve aşırı görecelilik ile eleştirildiği noktaya gelmektedir: Böyle "her şeyin üstünde, aşkın bir gösteren" yoktur ve olamaz da. Dünyanın yapısını sabit tutan ne bir merkez ne de bir tanrı vardır, bu nedenle, kelimeler, anlamlar, doğrular (truths) ve metinler sürekli birbiri ile gerilim içindedir ve kendi kendilerini yok ederler. Anlam hiçbir zaman sabit değildir, sürekli değişim içindedir, eksiktir ve kendi kendini yok edicidir. Anlam, bir süre öncesi ve bir süre sonrasında hem farklıdır hem de değişeceği önceden bellidir. Kelimeler ve şeyler arasındaki ilişki sabit değildir, kelimeler sürekli birbirleriyle bir *oyun* içindedir. Bu nedenle de herkes için belirleyici, nihai bir doğru (truth) olamaz. Hayat kapalı bir sistem değildir, Aslında kapalı hiçbir yapı yoktur, hayat sürekli bir devinim içindedir (akt. Shore, 2017:5).

Görüleceği üzere, postmodernite ile birlikte anılan düşünürlerden özellikle Foucault ve Derrida evrensel, nihai ya da değişmez doğrular yerine, çoğul, değişken ve hatta ulaşılması mümkün olmayan doğrular olduğunu öne sürmektedirler. Bilgiye bu tür bir yaklaşım ile Antik Yunanistan'da Sofistler tarafından ortaya atılan bilinmezci ve kuşkucu yaklaşım arasında benzerlikler bulmak çok zor görünmemektedir. Düşünce dünyasında Bilgiye dair bu tür esnek ve göreceli yaklaşımın özellikle 1980'ler ve sonrasında yavaş yavaş yeşererek 2000'li yıllarda daha belirgin hale gelen bir duruma zemin hazırladığını savunan pek çok çalışma vardır. Bu

-
- <https://medyascope.tv/2017/05/13/joseph-nye-yumusak-guce-karsi-bilisim-savaslari/>
 - https://en.wikipedia.org/wiki/Information_warfare
 - <https://www.wired.com/story/misinformation-disinformation-propaganda-war/>
 - https://www.realcleardefense.com/articles/2018/11/14/information_warfare_past_present_and_future_113955.html

yeni dönem, doğrunun çoğulluğunun ve göreceli olduğunun yoğun bir şekilde savunulduğu Postmodern dönemin ardından gelen post-truth dönem olarak nitelendirilmektedir.

2.1.4. Post-truth Dönem ve Bilgi

Oxford Sözlükleri 2016 yılının sözcüğü olarak “post-truth” kelimesini seçmiştir. Bir önceki yılın kelimesi ise gözyaşları ile gülen yüz ifadesini gösteren (😂) bir “emoji” idi, yani duygu ya da düşünceleri anlatan küçük resim ya da simge. 2017 yılının kelimesi “youthquake” (gençlik depremi), 2018 yılının kelimesi “toxic” (zehirli), 2019 yılının kelimesi ise ‘iklim acil durumu’ anlamına gelen ‘climate emergency’ olarak seçilmiştir. Oxford Sözlüklerinin açıklamasına göre 2004 yılından beri her yıl seçilen kelimeler, o yıl insanların inanç, ruh hali ve kafalarını en çok meşgul eden (korku, kaygı, endişe vb.) şeyleri temsil ettiği düşünülen kelimeler arasından seçilmektedir. Bazı yıllar Amerika ve İngiltere’de farklı kelimeler seçilse de genel olarak kelimelerin seçilmesi için, Oxford Sözlüklerine ait kapsamlı bir dil araştırma programı her ay İngilizce yayın yapan İnternet tabanlı güncel yayınlardan 150 milyon kelime toplayarak yeni kelime oluşumlarını, mevcut anlamlardaki değişiklikleri bilgisayar aracılığıyla analiz etmektedir. Sözlüğün editörleri de diğer kaynaklardan yararlanarak yıl içinde öne çıkan kelimeleri tespit etmekte, bunun yanı sıra sosyal medya ve Sözlüğün blogu aracılığıyla iletilen öneriler de göz önüne alınmakta ve bütün toplanan veriler değerlendirilmektedir. Oxford Sözlüğünün de belirttiği gibi insanların kullandıkları kelimeler o günün kültürü, inanç yapısı, kısaca o çağın “ruhu” konusunda önemli bilgiler içermektedir (Oxford Sözlükleri, 2019).

Post-truth kelimesinin yılın kelimesi seçildiği yıldan önceki ve sonraki yıllarda seçilen kelimeler aslında çok anlamlı durmaktadır. Emojiler, dijital çağda İnternet ile daha kolay, daha hızlı ve daha yoğun hale gelen elektronik temelli iletişimin önemli bir parçası haline gelmiştir. Özellikle Web 2.0 teknolojisi ile mümkün hale gelen etkileşimli web siteleri ile herkesin içerik üreticisi olabildiği sosyal paylaşım ağları, bloglar, forum siteleri, mikro bloglar vb. platformlarda kelimeler tek başına kişinin iletmek istediği anlamı vermekte yetersizdir. Bu yüzden “doğru” bilgiyi, mesajı iletmek için kelimelerin yanında emojiler, kelimelerin tümünün büyük harflerle yazılması, standart karakterlerin dışında karakterlerin kullanılması gibi başka “göstergeler” devreye sokulmuştur. İnternet iletişimin yazılı olmayan

bu kuralları zamanla standart bir hale gelmiş gibi durmaktadır. Özellikle forum sitelerinde bu kurallar kullanıcılara bildirilmekte ve onlara uymaları istenmektedir.

Bazen iletişim büyük oranda bu yeni göstergeler aracılığıyla yürütülmektedir. Özellikle anlık iletişim sağlayan SMS, WhatsApp, Facebook Messenger gibi uygulamalarda ya da iletişimde karakter sınırlaması olan Twitter gibi sosyal ağlarda bu tür göstergeler çok yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Hatta iletişimde hız kazanmak için kısaltmalar, kelimelerin sesli harflerinin çıkartılarak kullanılması da son derece yaygındır. Kullanılan bu tür yeni göstergeler, bireylerin hayatlarına ve anlam dünyalarına dil dışında öğelerin girmesine yol açmıştır. Bunu sonucunda dijital iletişim çağında *göstergeler, gösterilenlerden* daha önemli bir role bürünmüş görünmektedir. Ancak bu, daha fazla anlam ya da kavrama karşılık geldikleri anlamına gelmemektedir. Aksine, hız ve pratiklik adına iletişimi daha dar bir çerçeveye sıkıştırmaya başlamıştır. En kısa zamanda en çok şeyi söylemek çabası içinde olmak yaratıcılığı ve daha derinlemesine düşünmeyi teşvik eder görünmemektedir. Bunu görmek için herhangi bir sosyal paylaşım sitesine girip gündeme ait gönderilere bakmak ya da bir haber sitesinde haberlere bırakılan yorumlara bakmak yeterli olacaktır. Bu tür bir iletişim tarzı, İnternet'in yaygınlaşmaya başladığı dönemlerde oluşan iyimser beklentilerden olan *karşılıklı anlayışı beslemek ve fikir alışverişini arttırmaktan çok anonimlik zırhı* arkasında büyüyen bir kutuplaşmayı, farklı olandan nefret etmeyi, riskler ve korkular üzerinde yoğunlaşan söylentilerin yayılmasını arttırmış görünmektedir (Bkz.: Alpay, 2017; Çaycı, 2016; Delibaş, 2017; Delibaş ve Görkey, 2009; Dolgun, 2005; Geers v.d., 2017; Lee vd, 2014; Meriç, 2017; Şener v.d., 2015; Ünal, 2017; Timisi, 1999).

Göstergelerin, gösterilenden daha öncül ve popüler bir hale geldiğini 2015 yılında yılın kelimesi olarak bir emojiyi seçen Oxford Sözlükleri 2016 yılında bir sıfat olarak post-truth (doğrunun önemsizleşmiş olduğu) kelimesini yılın kelimesi olarak seçmiştir. 2016 yılı farklı ülkelerde nesnel gerçeklerin bireylerce artık çok fazla önemsenmediği daha çok insanların duygularına ve içgüdülerine hitap eden “göstergelerin” itibar gördüğü bir yıl olarak gösterilebilir. Bunun en önemli iki örneği daha öncede değinilen İngiltere’de Avrupa Birliğinden ayrılma konusunda yapılan Brexit Referandumu ve ABD’de başkanlık seçimleridir. Brexit Referandumunda Avrupa Birliği’nden ayrılma taraftarı olanların propaganda olarak kullandıkları bilgilerin gerçeği yansıtmadığına dair olgusal kanıtlar

sunulsa bile, seçim sonucundan anlaşılacağı üzere bireyler buna itibar etmemiş, daha çok Büyük Britanya İmparatorluğu zamanlarına övgüler içeren, İngilizlerin yeniden kontrolü ellerine alacaklarından, yabancı tehdidinden kurtulacaklarından söz eden söylemlere itibar etmişlerdir. Benzer şekilde, kazanmasına pek çok çevrenin imkânsız olarak gördüğü, kerelerce ticari olarak batıp çıkmış bir iş adamı olan Donald Trump kampanya sırasında konuşmalarında geçen bilgilerin %70 yanlış olmasına rağmen günümüzde dünyanın en güçlü devleti Amerika Birleşik Devletleri'nin başkanı seçilebilmiştir. Bunu, seçmenlerin doğrudan duygularına, önyargılarına, içgüdülerine hitap ederek yaptığını gösteren pek çok çalışma vardır (bkz. Ball, 2017; Binark, 2017; de Saint-Laurent vd., 2017; Hopkin ve Rosamond, 2018; Jegan, 2017; Leonhardt vd., 2017; Llorente, 2017; Orsi, 2017; Pasha-Robinson, 2017; Rochlin, 2017; Subramanian, 2017; Tatal, 2017).

Postmodernite, modernitenin homojenleştirici, evrenselleştirici ilkelerinin eleştirisi üzerinden tek bir doğrunun olamayacağını, doğrunun heterojenliğini ve çokluğunu, savunmuş ve dolayısıyla da kapsayıcı doğru iddialarının mümkün olamayacağını savunmuştur. Post-truth (doğrunun önemsizleşmesi) ise post modernitenin heterojenleşme adı altında bölüp parçaladığı “doğruyu” (ya da hakikati) ya da olgusal bilgiyi önemsiz bir konuma getirmiş gibi durmaktadır. Doğrunu önemsizleştirdiği (post-truth) dönem, basit bir şekilde doğru olmayan, yanlış bilgilerin toplumsal yaşama ya da siyasal söyleme hâkim olması olarak değerlendirilmemesi ihtiyatlı bir yaklaşım olacaktır. Çünkü Fuller'in (2018a) de belirttiği gibi, özellikle politika alanında post-truth neyin doğru ya da neyin yanlış olduğunu konuşmaktansa hangi koşullar altında neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar verilmesiyle ilgilidir. Yani bu durum doğru ya da yanlışın ne olduğuna karar verilmesi ile ilgili değildir doğru ya da yanlış olana karar verilebilecek koşulların oluşturulmasıdır. Uygun koşullar oluşturulabilir ya da uygun dayanaklar bulunabilirse, “olgu gerçeklerinin” karşısında her zaman “alternatif doğrular” savunulabilir.

“Alternatif doğrular” kavramının dünya çapında literatüre girmesi sonra derece basit bir konu üzerine çıkan tartışma sonucunda olmuştur: Donald Trump'ın ABD başkanlığına seçilmesinden sonra 2017 Ocak ayında düzenlenen yemin törenine katılanların sayısı ile bir önceki başkan Barack Obama'nın 2009 yılında yapılan yemin törenine katılanların sayısı hakkında Beyaz Sarayın o dönemki Sözcüsü Sean Spicer, “bir başkanın göreve başlamasına

tanık olan en büyük kalabalıktı; nokta.” cümlesini kullanmıştır. Oysa her iki törende, aynı saatlerde çekilen iki fotoğrafa bakıldığında Obama’nın törenindeki kalabalığın daha fazla olduğu son derece net olarak görünmektedir. Bunun ardından da Trump’ın Saray danışmanlarından Kellyanne Conway NBC televizyonunda katıldığı bir TV programında gazetecilerden birinin Spicer’in kanıtı son derece açık olan bir konuda neden yalan söylediğini sorunca, “basın sözcümüz yalan söylemedi, alternatif gerçekleri sundu” diyerek cevap vermiştir (Sharpe, 2017; Şanlı, 2017). Öz olarak söylemek gerekirse, Conway olgu gerçeklerinin karşısında “alternatif gerçekler, doğrular” olduğunu savunarak siyaset yapma tarzında yeni bir paradigmanın egemenliğini bu savunma biçimi ile ilan etmiştir denilebilir.

Olgusal gerçekler karşısında “Alternatif gerçeklerin” savunulması, Doğrunun önündeki en büyük tehlike olarak görülebilir. Bu kavram Hitlerin propaganda bakanı Joseph Goebbels’in Büyük Yalan Teorisi ya da Goebbels prensibi olarak bilinen propaganda tekniğini hatırlatmaktadır. Goebbels’e göre “propagandanın çıktısının (output) gerçek veya yalan oluşu sadece kaynağın güvenilirliğine bağlıdır” (Dobb, 1964:348), bir başka deyişle, halkın güvendiği kaynaklar kullanılarak pek çok doğru olmayan bilgi, doğru bilgi olarak ortaya konulabilir ve kitleler ikna edilebilir. Goebbels’in "öyle bir büyük yalan söyle ki herkes inansın" (akt. Erdem, 2017) diyerek ifade ettiği propaganda yöntemini politika alanında pek çok uygulayanın olduğunu söylemek de mümkün görünüyor. Ancak bu noktada günümüzde bu ilkenin uygulanmasında önemli bir fark bulunmaktadır, Goebbels’e göre “Yalanlar, yalanların yalanlanamayacağı durumlarda yararlı şeylerdi” (Dobb, 1964:348). Eğer yalan yalanlanabiliyorsa, işe yaramaz, yani “doğru”nun hala bir hükmü vardır. Oysa “alternatif gerçek” kavramsallaştırmasının ardında yatan mantık, “doğruyla” ilgili bu temel ilkenin artık çok da önemsenmiyor olması gibi durmaktadır. Yukarıda değinildiği üzere, post-truth dönemde “doğru” ya da “yanlış” artık önemini yitirmiş gibi durmaktadır. Özellikle siyasal alanda “Gerçeğin” apaçık ortada olması bile onu “doğru ve hakiki” yapmaya yetmemektedir.

Bu noktada, post-truth bir durumdan söz edilebilmesi için liberal demokrasinin var olması gerektiğini düşünenler olduğunu eklemek gereklidir. Örneğin Han’a (2018) göre, Mussolini, Hitler, Stalin, Franco, Salazar, Pinochet gibi liderlerin rejimlerinde doğru ile sağlıklı bir ilişkinin varlığından söz edilemez. Aslında bu rejimler de tümüyle “doğrunun önemsiz olduğu” rejimlerdir. Bu rejimlerde doğrular değil, çoğunlukla ideolojiler ya da

bireysel doğrular önemli olmuştur. Arendt (2015) Nazizm ve Faşizmin bir “gösteri”, Gentile (1995) ise “seyirlik bir oyun” olduğunu (akt. Han, 2018) söylerken bu rejimlerin gerçek ile olan ilişkisinin de ortaya koymaktadırlar. Dolayısıyla, geçtiğimiz yüzyıl içinde var olmuş ve kısmen günümüzde de hala var olan katı yönetim benimseyen rejimlerde (diktatörlük, monarşi, totaliter vb.) “doğru”nun önemli olmadığı bilinse bile bu rejimler için “post-truth” rejimler ya da toplumlar ifadesi kullanılmaz. Han’a (2018:5) göre “*post-truth toplum sadece eğer liberal bir demokrasinin varlığından söz ediliyorsa değerlidir*”. Çünkü diğer rejimlerde doğru herkese ait değildir, sadece yönetenlerin sahip olabileceği bir şeydir. Hatta yönetenlerin bireysel hakikatleri topluma doğrular olarak dayatılabilir.

İlgili literatürde, politik alanda bir süredir zaten post-truth bir döneme girilmiş olduğuna, ancak bu durumun özellikle İngiltere’deki BREXIT oylaması ve ABD’deki 2016 başkanlık seçimleriyle çok daha belirgin bir hale geldiği ve daha yoğun tartışılmaya başlandığına dair çalışmalar bulunmaktadır (Hopkin ve Rosamond, 2018; Wilber, 2017; Moned, 2017; Sismondo, 2017; Suiter, 2016; Tallis, 2016)

2.2. Bayağılaşma

Günlük hayatın içine iyice yerleşmiş olan teknolojik araçlar, neredeyse sınırsız denilebilecek miktarda bilginin bireylerin hayatlarının bir parçası haline gelmesine neden olmaktadır. Genelde herhangi bir süzgeçten geçmeden dünya çapındaki bir ağ üzerinde istenilen her yere ulaşan bu “serbest gezen” bilgiler, bireylerin bilgi konusundaki algılarını ve ona yaklaşımlarını etkilemiş görünmektedir. Bunun yanında dolaşıma giren bu bilgilerin niteliği de sorgulanmaya açık durmaktadır.

Bilgi, insanlık tarihi boyunca toplumun belirli bir kesiminin tekeline olmuştur. Bu kesim ise genelde toplumun ayrıcalıklı kesimi olmuş, Bilgi bu toplum kesimlerine avantaj sağlamıştır. Aydınlanma ile birlikte, Batı dünyasında yüzyıllar süren dinsel bilginin egemenliği yerini akla dayalı bilginin egemenliğine bırakmış, “modern” bir döneme girilmiştir. Modernite ile birlikte, bilginin otorite ve statü sağlama rolü daha da belirgin bir hale gelmiştir. Ancak Aydınlanmanın yarattığı hayal kırıklıkları sonucunda, bilime, bilim insanlarına, uzmanlara ya da işi bilgi olan herkese dair algıda bir değişim yaşandığı söylenebilir. Aydınlanmanın entelektüeli evrenseli temsil etme, gerçeği yansıtırma ilkesi

üzerinden iş görürken, postmodernizm ile entelektüel etkinlik yere-özel bir kimliğe dönüşmüştür (Furedi, 2014).

Evrensel ilkelerden vazgeçme, yerelleşme ve heterojenleşme, yaşamın pek alanında içerikten çok bireysel tatminin ön plana çıktığı bir iklim oluşturmuştur. Furedi bu iklimde yaşayan insanları *Philistinler* olarak tanımlamaktadır. Kelimenin Türkçe'deki ülke ismi olan *Filistin* ile karıştırılma olasılığına karşı farklı kelimeler önerilmiş olsa da genelde İngilizce özgün halinin kullanımı daha yaygın görülmektedir. Ancak, Hilmi Ziya Ülken (1958) bu kelimenin karşılığı olarak “sürü” kelimesini kullanırken, Alev Alatlı “PaçoZ”, İlber Ortaylı ise “HödüK” kelimelerini kullanmaktadır (Payzın, 2013; Yıldız, 2011). *Philistine* kelimesinin sözlüklerdeki anlamı ise, “*dar kafalı, odun gibi adam*” (Sesli Sözlük, 2018), “*sanat ya da kültürdeki güzellikleri görmeyen*” (Cambridge Dictionary , 2019), “*güzel sanatlar, müzik ve edebiyatı önemsemeyen ya da anlamayan veya bunların önemli olduğunu düşünmeyen*” (www.collinsdictionary.com) şeklinde verilmektedir.

Frank Furedi'nin “Nereye Gitti Bu Entelektüeller” kitabının çevirmeni Erkan Koca kitabın “Çevirmenin Önsözü” kısmında, kelimenin kökeninin Schopenhauer'a dayandığını belirtmektedir:

“Schopenhauer, philistin'i, zihinsel ihtiyaçları olmayan kişi olarak tanımlar. Bir zamanlar Alman üniversitelerinde, üniversiteli olmayanlar için kullanılan bir tür argo olan bu tabir, gündelik sıradanlığın ötesinde bir düşünce hayatına sahip olmayanları ifade edecek şekle dönüşmüştür. [...] Ona göre Philistinizm, bayağılaşmadır ve bayağılıkta yegâne faal unsurlar duyu organlarıdır ve akıl, ancak bu duyu organlarının verilerini kavramak için gerekli olduğu kadar, otomatik bir kullanıma sahiptir. İradi bir akıl kullanımı söz konusu değildir. Bayağı insan her türlü izlenime sürekli açıktır ve çevresinde olup bitenleri her türlü, küçük, önemsiz şeyleri anında algılar: en hafif fısıltı, en önemsiz bir durum onun dikkatini uyandırmak için yeterlidir; o tıpkı bir hayvan gibidir. Oysa düşünmek homo sapiens'e özgü, iradi bir eylemdir. [...] Philistin'in kendine özgü ayırt edici özellikleri hayvanlarınkine benzer küt, sönük-kuru bir ağırbaşlılıktır. Hiçbir şey gerçekten zevk vermez, heyecanlandırmaz yahut ilgilendirmez onu, çünkü duysal zevkler çok çabuk tükenir. [...] gözünde bu dünyadaki yegâne hakiki üstünlükler olarak görünen makam mevkiye, şan ve şöhrete, nüfuz ve iktidara öncelik vermeyi sürdürecektir ve bunlarla kendisini üstün hâle getirmeyi ve temayüz etmeyi arzu

edecektir. Bütün bunlar onun zihinsel ihtiyaçları olmayan bir insan olmasının sonucudur” (Furedi, 2014:5-10).

Furedi philistinizmin gündelik hayatın her alanına sinmiş olduğunu, eğitim, sanat ve siyaset dünyasının gittikçe basitleştiğini ve bayağılaştığını savunmaktadır. Ona göre eğitim kalite ve daha fazla bilgi vermek kaygısı yerine öğrencilerin (ve velilerin) mutlu edilmesi üzerine yeniden yapılandırılmıştır. Sanat dünyasında da aynı şekilde bir yaklaşım ile klasik eserlerin basitleştirilerek izleyici ya da dinleyicilere sunulması, müzelerin popülerleştirilmesi için genele hitap eden etkinlikleri düzenlemeleri gibi uygulamalar yaygınlaşmakta ve teşvik edilmektedir. Philistinizmin en önemli yansıması, siyaset alanında “politika” (policy) üretme çabası içinde olmak yerine nabza göre şerbet veren ve şirket yöneticisi gibi davranan siyasetçiler olarak görülmektedir (Furedi, 2014). Politika alanından görülen bu nitelik değişimi, bireylerin politikacıları ve politikayı algılama şekillerini de etkilemiş görünmektedir. Türkiye özelinde genel durumun politikaya ve politikacılara her zamankinden daha az güvenildiği gibi görünmektedir. Bu çalışmanın bulgular kısmında buna dair bulgular tartışılmıştır.

2.3. Siyaset ve Bilgi

2.3.1. Tarih Boyunca Siyaset ve Bilgi İlişkisi

Antik Yunanlı felsefeci Aristoteles (akt. Heywood, 2016:21) “*İnsan doğası gereği siyasal bir hayvandır*” diyerek siyasetin insan topluluklarının ne kadar doğal, kadim ve önemli bir parçası olduğuna dikkat çekmiş ve siyasetin insan topluluklarının bir arada yaşamaya başladıkları zamandan beri var olduğunu farklı bir şekilde dile getirmiştir. Literatürde pek çok farklı tanımları olsa da, siyaset “*en geniş anlamda, insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir. [...] Bu çerçevede, siyaset, çatışma ve işbirliği olgularıyla karmaşık bir bağlantı içindedir*” (Heywood, 2016:24). Siyasetçi, bu işi eyleyen, yerine getiren kişidir ve tarih boyunca belirli dönemlerde siyasetçiler insanlardan gerçekleri saklayan ya da gerçeği farklı gösteren toplum üyeleri olarak görülmüştür. Keyes’in (2004) belirttiği gibi, insanlık tüm tarih boyunca doğru olmayan bilgilere sığınmış ve yalanı kullanmıştır. Hatta yalan söyleyebilme becerisi Platon, Machiavelli ve Nietzsche gibi düşünörlere göre siyasetçiler için olması gereken önemli bir

meziyettir. Onlara göre, toplumun yüksek çıkarları için siyasetçiler yönettikleri halkı ustalıkla kandırabilirler. Tarih boyunca siyasetçiler de bu düşünürlerin fikirlerini onaylarcasına destek kazanmak için ya da çıkar ve konumlarını korumak için gerçek olmayan ya da gerçeğin farklı şekilde ifade edildiği bilgilere başvurmışlardır. Ancak şu da bir gerçektir ki, siyasetçiler, kendileri tarafından halka sunulan bilgilerin gerçek olmadığına ortaya çıkmasından da çekinmişlerdir. Çünkü “doğru” bilgi insan için her zaman önemli olmuştur (Keyes, (2004).

Benoit ve Hansen (2004) ile Berelson’a (1966) göre, siyaset ve iletişim alanında çalışan bilim insanları gerçeğe uygun Bilgilerin bireylerin oy verirken bilinçli ve mantıklı karar verebilmeleri için gerekli olduğunu uzun zamandır ileri sürmektedirler. Bununla bağlantılı olarak, Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet (1944) siyasete ait bilginin üç temel işlevi olduğunu belirlemişlerdir: Harekete geçirme (activation), destekleme (reinforcement) ve dönüştürme (conversion) (akt. Hanson vd, 2010). Buradan hareketle, gerçeklerle örtüşmeyen siyasal içerikli bilgi, bireyleri yanlış yönde harekete geçirecek, onların yaptıklarına yanlış destek sağlayacak ve düşünce ve davranışlarda yanlış dönüşümlere yol açacaktır demek mümkün görünmektedir. Bu nedenle siyasal bilgi kaynakları siyasetin geleceği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Siyaset tarihi, genel tarih kadar eski dönemlere dayanmaktadır. Ancak günümüzdeki anlamı ve uygulaması bağlamında siyaset 1789 Fransız İhtilalinden günümüze dek olan ve Yakınçağ da denilen dönemi daha karakterize etmektedir (Uçarol, 1994). Siyaset tarihinin her döneminde siyasal içerikli bilgi olarak nitelenebilecek Bilgiler çoğunlukla kısıtlı bir yönetici grubun tekelinde olmuştur. Ama ulus devletlerin kurulması ve demokrasinin yaygın yönetim biçimi olarak benimsenmesi siyasetçilerin halkla olan ilişkilerine yeni normlar getirmiştir. Bir *vatandaş* ve *oy veren* haline gelmiş bireylerden oluşan toplumlarda siyasetçiler halkın desteğini almak için onlarla iletişim içinde olmak zorundadır (Meriç, 2017). Bu iletişim yüzyıllar boyunca farklı şekillerde gerçekleşmiştir. Bu genel olarak diğer Bilgi türlerinde olduğu gibi tek taraflı gerçekleşen bir akış olmuştur. İlk kez Çin’de kullanılan matbaanın gelişmesi ve mekanize hale gelmesi ile büyük kitlelere ulaşacak şekilde kullanılmaya başlanması 15. yüzyılda Avrupa’da olmuş ve m bu gelişmeden sonra bilgi büyük miktarlarda ve geçmişe göre daha hızlı bir şekilde genele yayılmaya başlamıştır. Elbette bu teknik gelişme

siyasetçilerin de kitlelere ulaşarak istedikleri bilgileri onlara ulaştırmalarına olanak sağlamıştır (Encyclopaedia Britannica, 2019).

Basılı mecralara ek olarak 20. yüzyılın ilk yarısında Radyo siyasal bilginin kitlelere ulaştırılması için yaygın olarak kullanılmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazi Partisinin bir propaganda aracı olarak radyoyu kullanarak, hem basılı yayınların fiziksel olarak ulaşmasının zor olduğu dağ köyleri gibi uzak yerlerdeki insanlara hem de okuma yazma bilmeyen kişilere erişmeyi başarmıştır. (Dellaloğlu, 2013; Kasım, 2011). Bouza (2004), Gilliam ve Iyengar (2000), Landreville (2007) ile Ostroff ve Sandell'e (1984) göre 1960'ların ortasından sonra ise kamuyunu ilgilendiren olaylara ait yaygın bilgi alma kaynağı televizyon olmuştur. Lee'ye (2006) göre ise 90'lı yılların sonlarına doğru politik bilgi kaynağı olarak özellikle üniversite öğrencileri arasında İnternet popülerlik kazanmaya başlamıştır (akt. Hanson, 2010).

Basılı medya, radyo ve televizyon gibi İnternet de ilk başlarda kullandığı Web 1.0 teknolojisi ile tek yönlü bir iletişim olanağı sağlamıştır, yani mesaj/Bilgi elektronik olarak *gönderenden alıcıya* ulaştırılmıştır. Ancak diğer medya türlerinden farklı olarak İnternet', Bilgi aktarma işini çok daha hızlı, çok daha büyük kitlelere ve geniş coğrafyalara, çok daha düşük maliyetlerle yapabilmektedir. Hatta e-mail aracılığı ile doğrudan bireyleri hedef alarak, özellikle siyaset ve ekonomi alanında amaca ulaşmak için, daha etkili fırsatlar yaratmıştır. Klasik medya türlerinde Bilgi akışı tek yönlü olduğu için Bilginin yayılması konusunda *eşik bekçiliği* (gate keeping) kavramının daha kontrol edilebilir bir şekilde işleyebildiğini söylemek mümkündür. Çünkü bilgi yayan kaynakların sayısı belirlidir ve bu kaynaklarda yer alacak bilgiler yayın kurulları, editörler ve benzeri (Gatekeepers, yani Eşik Bekçileri) filtrelerden geçmek zorundadır (Welbers ve Opgenhaffen, 2018).

Bu haliyle yayılan bilgilerin de doğruluğu tartışmaya açıktır ancak belli bir miktarda filtreden geçmek zorunda olması ve İnternet'e göre daha yavaş olması kontrol edilebilirliğini artırmaktadır. İnternet', Web 1.0 teknolojisinin kullanıldığı dönemlerde eşik bekçiliği kavramını zayıflatmaya başlamış, 2000'li yılların başlarında kullanılmaya başlanan Web 2.0 teknolojisi ile neredeyse yok etmiştir. Çünkü bu teknoloji herkesin Bilgi/içerik üretmek herhangi bir filtreleme ya da denetimden geçmeden anında bunları yaymasına olanak sağlamıştır. Klasik medya yayınlarından gazete, dergi, TV kanallarının ve onlara ait web

sitelerinin hala belli bir editöryal denetimden geçtiklerini söylemek mümkündür ancak bu kaynaklar artık tek başlarına bilgi kaynakları olmadığı için, alternatif kaynaklar üzerinden Bilgi yaymak son derece kolaydır. Özellikle de Facebook, Twitter, Youtube gibi yaygın sosyal paylaşım platformları üzerinden saatler içinde binler, hatta milyonlarca kişiye ulaşmak mümkündür. Örneğin Almanya'nın Arjantin'i yenerek şampiyon olduğu 2014 Dünya Futbol Kupasında final maçı bittikten sonraki 1 dakikada içinde, Twitter üzerinden sonuçla ilgili olarak toplam 618,725 mesaj atılmıştır. Bir diğer örnek ise, Amerikalı televizyon yıldızı Caitlyn Jenner'ın, Fanity Fair dergisinin kapağında çıkan resmini yayınladığı yeni Twitter hesabının sadece 4 saat 3 dakika içinde bir milyon takipçiye ulaşmasıdır (Lynch, 2016). Bu örnekler siyasal içerikli bilgi içermiyor olsa bile, internet aracılığı ile her türlü Bilginin yayılması için mümkün olan hız konusunda bir bilgi verebilir.

Bu kadar bilgi'nin bireylerin hayatlarına her an bombardıman gibi düşüyor olması, özellikle de manipülasyona çok açık olan siyasal içerikli bilginin kontrolsüz bir şekilde dolaşımında olması, bireylerin bu tür bilgilere daha farklı bir şekilde yaklaşmaya başlamasına neden olmuştur demek mümkün görünmektedir. Bu bilgi bolluğu, hem siyaset ve siyasetçilerle ilgili her zamankinden daha fazla bilgi edinme hem de siyaset ve siyasetçileri farklı açılardan değerlendirme olanağı da sunuyor denilebilir.

2.3.2. Sinizm ve Siyasal Sinizm

Sinizm ya da kinizm birden fazla ve birbirinden farklı anlamlarda kullanılmakta olan bir kavramdır. Türk Dil Kurumu çevrimiçi sözlüğünde “*İnsanın erdem ve mutluluğa, hiçbir değere bağlı olmadan bütün gereksinimlerden sıyrılarak kendi kendine erişebileceğini savunan Antisthenes'in öğretisi*” (sozluk.gov.tr) olarak tanımlanırken Cambridge İngilizce çevrimiçi sözlüğünde “*insanların sadece kendi çıkarlarını düşündüklerini ve samimi olmadıklarını düşünmek*” (dictionary.cambridge.org) olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü gibi iki tanımdan ilki daha çok kelimenin felsefi yönünü anlatmakta ve “*yapay ihtiyaçlardan arınarak gerçek erdeme erişmeyi savunan çileci bir Aristotelesçi okulun hayat görüşünü*” tanımlamaktadır (Bora, 2011:23). İkinci tanım ise, kelimenin daha popüler olan anlamına vurgu yapmaktadır, Bora'nın (2011) ifade ettiği şekliyle, iğnelemeye (sarcasm) yakın, biraz “*alaycı, müstehzi*” ve “*durumun hassasiyetini gözetmeden, hatta inadına kıyıcı alaycılık*” tavrını anlatmaktadır.

Alman filozof ve kültürel teorisyen Sloterdijk'e (1983) göre “*sinik (veya kinik) tutum; umumiyetle geçirtilen, görmezden gelinen ‘çıplak gerçeği’, bir rezilliği açığa vuran bir tutumdur. “Kötü” veya daha iyisi “pis” gerçekçiliktir. [...] Ağzın kıyısında, yamuk bir alaycı gülümseme gibidir, sinik tutum*” (akt. Bora, 2011:24). Dennis ve Webster’ın (1975) ifadesine göre sinizm, politik sisteme güvensizlik olarak tanımlanagelmıştır. Cappella ve Jamieson ise (1997) sağlıklı olarak görülen sinizm ile sağlıklı olarak görülen kuşkuculuk arasında bir ayrım yapıldığını belirtmekte ve sinizmin medya tarafından beslendiğinin altını çizmektedir (akt. Opdycke vd., 2013).

Sinizmi genel olarak olumsuz bir tutum olarak gösteren bu genel tanımlara benzer şekilde, Ünal’ın (2018) aktardığı gibi, siyasal sinizm literatürde politik katılımın önemli bir değişkeni olarak görülmektedir. Bunun sonucu olarak yakın dönemlerde hakkında pek çok araştırma yapılmıştır ancak üzerinden anlaşma sağlanmış bir tanımı yok görünmektedir. Agger ve diğerleri (1961) siyasal sinizmi *politika* kelimesinin olumlu değil de olumsuz bir şeyi sembolize ettiği nokta olarak tanımlamışlardır. Benzer şekilde Strama (1998) siyasal sinizm kavramını *politikadan kopuş* anlamında kullanırken, Fu ve diğerleri (2011) *politikacılara güvensizlik*, Valentino ve diğerleri (2001) ise *hükümete karşı güven eksikliği* olarak ele almışlardır (akt. Opdycke vd., 2013:80-81). Jones’a (2005) göre ise kavram salt siyasallere karşı bir tavırdan fazlasıdır: içinde devlet ya da hükümete güvenmeme, oy kullanma konusunda istekli olmama, siyasetle ilgili katılım eksikliği, iktidara kimin gelmiş olduğunu ya da kimin geleceğini umursamama ve siyasal karar alma süreçlerinin çoğunun karar alıcıların çıkarlarına uygun olarak işlediğine dair inanç ve düşünceler vardır (akt. Ünal, 2018). Bu çalışmada kullanılan sinizm kavramı Jones’un tanımladığı şekilde kullanılmıştır.

Dekker ve Meijerink de (2012) konu ile ilgili literatürde, siyasal sinizm üzerine farklı tanımlar olduğunu belirtir ve bireylerin sinizmi ile ilgili ilk çalışmalarda siyasal sinizmin genel bir “yabancılaşmanın” (alienation) parçası olarak görüldüğünü ve bu yabancılaşmanın normsuzluk boyutu ile ilişkilendirildiğini ekler. Seeman (1959) bu normsuzluk boyutunun, Durkheim’in anomi tanımından, yani ‘verilen hedeflere ulaşmak için sosyal olarak onaylanmamış davranışların gerekli olduğuna dair’ yüksek bir beklentiden türetilmiş olduğunu belirtmektedir. Finifter’e göre (1970) ise, politikadaki bu ‘normsuzluk’, politikacıların amaçlarına ulaşmak için kabul edilebilir normlara uymadıklarına dair algıdan

oluşmaktadır. Bunlara ek olarak, Schwartz (1975) siyasal sinizmin, siyasal otoritelerin ya da rejimlerin, genellikle ve de düzenli olarak kendileri için önceden belirlenmiş davranış standartlarını ihlal etmeleridir (akt. Dekker ve Meijerink, 2012). Dekker ve Meijerink (2012), 70’li yıllardan 2000’li yıllara kadar yapılan çalışmaların çoğunda siyasal sinizmin “siyasal güvenin zıddı” yani “siyasal güvensizlik” olarak ele alındığını belirtmektedir.

Siyasal sinizm konusunda yapılan ilk ampirik çalışmalarda araştırmacılar yaş, gelir ve siyasal aidiyet ile siyasal sinizm arasında nasıl bir bağlantı olduğunu araştırmışlardır (Bkz Agger vd., 1961). Ancak Adriaansen, van Praag ve De Vreese, (2010) ile Fu vd’lerine göre (2011) bu değişkenler siyasal sinizmin oluşmasında hala önemli olsalar da, medyanın günümüzde çok fazla yaygınlık kazanması ve kolay erişilebilir olması nedeniyle pek çok araştırmacı artık *bilgi etkinliği* (information efficacy) ve *medya maruziyet* (media exposure) seviyelerinin siyasal sinizmin oluşumunda en önemli değişkenler olduğuna inanmaktadır (akt. Opdycke v.d, 2013:81).

Siyasal Bilgi etkinliği, bireylerin siyasal süreçlere katılma konusunda, kendi siyasal Bilgi seviyelerine ne derecede güvendikleriyle ilgili bir kavramdır. Bu nedenle kavram, özellikle kişinin içinde hissettiği siyasal yeterlilik, siyasal güç duygusu ya da siyasetle ilgilenmenin değip değmeyeceğine karar vermesi ile çok yakından ilgilidir (Kaid, 2008). Yaptıkları çalışmalar sonucunda Kaid ve diğerleri (2000, 2004) ile Kaid, McKinney ve Tedesco (2004) özellikle genç bireylerde siyasal *Bilgi etkinliği* azaldıkça oy verme oranının azaldığını saptamışlardır. Bir diğer yandan, her ne kadar sinizm ve siyasal *Bilgi etkinliği* birbiriyle bağlantılı olsa da Kaid, Postelnicu ve diğerleri (2007) yaptıkları bir deneyde bu iki kavramın birbirinden bağımsız işlediği sonucuna varmışlardır. Katılımcılar, politika hakkında daha fazla Bilgi sahibi olsalar da sinizm seviyeleri değişmemiştir (akt Lariscy vd., 2011).

2.4. Dijital Çağ, Yeni Medya ve Bilginin Yeni Statüsü

2.4.1 Dijital Çağ ve Yeni Medya

Her çağ insanlığı derinden etkileyen bir değişimden yola çıkılarak adlandırılmaktadır. İnsanlığın toplumsal, bilimsel ve teknik olarak gelişimine paralel olarak bu dönemler önce binyıllar süren dönemlere ayrılmaktadır. Örneğin, henüz yazının olmadığı tarih öncesi çağlar;

Yontma Taş Devri, Cilalı Taş Devri Maden Devri (Bakır, Tunç, Demir Devirleri) olarak adlandırılırken, yazının bulunmasından sonra; İlkçağ, Ortaçağ, Yeniçağ, Yakınçağ gibi isimlerle anılmaktadır (Wikipedia, 2018a).

Bu dönemselleştirme ve isimlendirmeler farklı disiplinlerde değişik açılardan ele alınarak yapılsa da temel mantık her dönemin çok önemli değişikliklere işaret ediyor olmasıdır (Kaplan vd., 2012). İçinde bulunduğumuz süreci ve toplumu niteleme amaçlı girişimler arasında, teknolojik gelişmeleri merkeze alarak ortaya atılmış olan “Dijital Çağ” ve “Bilgi/Enformasyon Toplumu” ya da “Ağ Toplumu” gibi isimlendirmeler şimdiye kadar yaygın bir kabul görmüş gibi durmaktadır. Bu isimlendirmelerin merkezinde, “bilgi”nin toplumdaki yerinde görülen değişikliklere yapılan vurgu bulunmaktadır. Bu değişiklik, özellikle son yarım yüzyıl içinde aşamalı olarak yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte gerçekleşmiş, bilginin üretimi, saklanması ve dağıtımı konusunda çok önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Bilgi, farklı formlarda da olsa (geleneksel bilgi, tecrübeye dayalı bilgi vb.), insan topluluklarında sürekli önemli bir konumda olmuştur (Neuman, 2014). İnsanlığın bilişsel olarak gelişmeye başlamasından günümüze geçen bin yıllar içinde, dil becerisi gelişen insanın içinde yaşadığı gerçekliği kelimelerle temsil etmeyi ve daha ileri aşamalarda yazı yoluyla da gerçekliğe ilişkin bilgilerini kayıt etmeyi öğrenmesiyle bu merkezi rol devam etmiştir. Ancak insanlığın Bilgi’nin doğruluğu ya da gerçekliği ile olan ilişkisi ve Bilgi’nin kaynağına dair tartışmalar düşünce tarihi boyunca tartışmalara zemin oluşturmuştur (Uçak, 2010).

Gerçek Bilgi üzerine yapılan tartışmalarda temel düşüncenin ya da eğilimin genellikle gerçeğin ya da doğru olanın önemli olduğu yönünde olduğu söylenebilir. Keyes’in (2004) belirttiği gibi tarihin hemen hemen her döneminde insanlar kamusal alanda, özellikle de siyasal alanda, çıkarları gereği gerçek olmayan bilgileri kullanmışlardır. Ancak önemli olan nokta, bu yalanların ortaya çıkmasından da çekinmişlerdir. Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde bulunduğumuz bu dönemde ise çok fazla bilginin çok hızlı bir şekilde iletişim dolayımına girmesinin olanakları arttıkça, gerçek Bilgi’ye olan bakış açısında önemli değişikliklerin gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Son yarım asırda gerçekleşen teknolojik gelişmeler sayesinde bilgi, Lyotard'ın (2013) 1979 yılında öngördüğü gibi son derece kolay bir şekilde üretilip yayılabilir hale gelmiştir. Teknoloji Firması Google'ın CEO'su Eric Schmidt'e göre her iki günde bir, insanlığın 2003 yılına kadar ürettiği Bilgi (enformasyon) kadar Bilgi üretilmektedir. Bu Bilgi yığınının önemli bir kısmını da bireylerin ürettiği (user-generated) bilgi oluşturmaktadır (Siegler, 2010). Karşı karşıya olunan bu “Bilgi çokluğu” durumu, dijital çağın yurttaşları için bu bilgilerin “gerçekliği ya da doğruluğu” konusunda karar verme stratejilerinde de değişiklik yapmış görünmektedir. *Olgusal* gerçek ile *inanılan* gerçek arasındaki çizgi iyice muğlaklaşmış gibi durmaktadır.

On sekizinci yüzyılla başlatılan Yakınçağ ile birlikte, yaşamın her alanına ait değişimlerin hızına bağlı olarak batı toplumlarının içinde bulundukları durum ya da zamanı adlandırmak için daha kısa dönemler ve daha fazla isimlendirmeler gerekli olmaya başlamıştır. Fransız Devrimi'nden 20. yüzyılın ikinci yarısına dek olan dönem hakkında modern ya da sanayi toplumu adlandırmaları büyük oranda kabul görmektedir denilebilir. Ancak, kabaca 1970'lerle başlatılabilecek, teknolojik gelişmeler eşliğinde gerçekleşen ve çok büyük dönüşümlerin yaşanmakta olduğu dönemin ve bu döneme ait toplumun nasıl niteleneceği konusunda pek çok farklı öneri ortaya konulmaktadır.

Bu yeni toplum yapısına ve dönemine verilen isimlerden bazıları, “*Modern-Sonrası Çağ*” (Amitai Etzioni), “*Burjuva Sonrası Toplum*” (George Lchtheim), “*Ekonomi-Sonrası Toplum*” (Herman Kahn), “*Uygarlık-Sonrası Toplum*” (Kenneth Boulding), “*Sanayi-Sonrası Toplum*” (Danile Bell) (Nair, 2008) ya da “*Tarihi Sonrası*” (Örs, 2007) şeklindedir.

Aynı döneme daha olumlu açıdan yaklaşanlar “*Bilgi Toplumu*” (Peter Drucker), “*Kişisel Hizmet Toplumu*” (Paul Halmos), “*Hizmet Sınıfı Toplumu*”, (*Ralf Dahrendorf*) ve “*Teknokratik Çağ*” (Zbigniew Brzezinski) gibi isimler kullanmaktadırlar (Aktaş, 2007; Nair, 2008; Sevim, 2015). Teknolojiyi ve enformasyonun yeni konumunu merkeze alan bir yaklaşımla Manuel Castells ve Jan Van Dijk gibi düşünürler ise 21. yüzyıl toplum yapısını açıklamaya çalışırken “*Ağ Toplumu*” kavramsallaştırmasını kullanmaktadır (Dijk, 2006; Ünal, 2017). Alvin Toffler (1981) ise insanlık tarihini “dalga” adını verdiği dönemlere ayırmakta ve son dalgayı “*Enformasyon Toplumu*” ya da “*Üstün Sanayi Toplumu*” olarak adlandırmaktadır (akt. Gücüyener, 2011).

Bilimin ve modernitenin getirdiği pek çok risk, endişe ve güven eksikliği gibi kavramlar üzerinden yola çıkarak Ulrich Beck'in ortaya attığı ve daha sonraları Anthony Giddens ve Niklas Luhman'ın katkıda bulunduğu (Soydemir, 2011) "*Risk Toplumu*" bu döneme ve topluma atfedilen bir diğer isimlendirmedir. Beck'in bu şekilde adlandırdığı süreç, Bauman, Lyotard, Harvey, Haraway gibi yazarlar tarafından "*Post Modernlik*", Giddens tarafından "*Geç Modernlik*", Albrow tarafından "*Küresel Çağ*" olarak adlandırılmıştır (Cuhacı, 2007).

Akademik çalışmalarda bu dönem için nitelemeler arasında diğerlerine göre daha fazla kabul görmüş gibi duran postmodernite (post-modernite ya da post modernite olarak da yazılmaktadır) Örs'e göre (2009) küreselleşme ile paralel ilerleyen bir dönemdir. Küreselleşme bu dönemin teknolojik ve ekonomik yönlerini ifade ederken postmodernite kültürel ve toplumsal boyutunu anlatmaktadır. Küreselleşmeyi özellikle teknolojik gelişmelerin lokomotif görevi gördüğü bir süreç olarak tanımlamak mümkündür. Bilişim teknolojisi sayesinde iletişim kolaylaşmış, ulaşım hızlanmış, sanayi üretimi otomatikleşmiş ve bunların hepsinin maliyeti düşmüştür.

Teknolojik gelişmeler, Lyotard'ın (2013) belirttiği gibi bilginin de konumunu değiştirmiş ve onu bir meta haline getirmiştir. Düşünür, bilginin araştırılması ve iletilmesinin de teknoloji sayesinde değişmiş olduğunu ekleyerek, 1979 yılından bakarak ilerde daha da değişeceğini öngörmüştür. Nitekim, bu öngörünün yapıldığı yıldan bu yana çok gelişmiş cihazlar ile daha önce yapılamayan deneyler yapılabilmekte ve bin yıllardır elde edilemeyen bilgiler elde edilmektedir. Elde edilen bu bilgileri depolamak, bilgi kayıt işine taşınan tabletlerle başlayan insanlık için artık çok kolay bir hale gelmiştir. Uzun yıllar süren bir gelişme ile geline nokta sayısal (dijital) olarak çok küçük alanlara çok fazla bilgi depolanabilmekte ve aktarılabilmektedir. Örneğin 1 TB kapasiteli bir depolama birimine salt metin formatında ortalama 200 sayfalık (240.000 karakter) 4,5 milyon kitap depolanabilmektedir (1 byte ne kadardır?, 2014). Türkiye İstatistik Kurumu'na (TÜİK) (2016) göre, Milli Kütüphanedeki kitap sayısı 1 milyon 298 bin 952 adettir. Aynı rapora göre 552 adet üniversite kütüphanesinde ise yaklaşık olarak toplam 15 milyon adet kitap vardır. Kabaca bir hesaplama ile yetişkin bir insanın avuç içine kolaylıkla sığabilen 3 TB kapasiteli bir hard diske, salt metin formatın olmak koşuluyla, Türkiye'deki üniversitelerin kütüphanelerinde bulunan bütün kitapları depolamak mümkündür. Bu rakamlar çok yakın bir

geçmişe kadar hayal bile edilemeyecek miktarda bilginin ne kadar kolay depolanıp aktarılabilirliğini gözler önüne sermektedir.

Diğer bir yandan, özellikle geçtiğimiz birkaç on yıl içinde yaygın hale gelen ve sürekli hızlanan küresel bilgisayar ağı 'İnternet', bilginin küresel olarak dağıtım ya da dağılımını dakikalara hatta saniyelere indirmiştir. Bilginin bu denli sayısallaştığı ve akışkan bir hale geldiği bu dönemde, onun doğruluğu konusu önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmış durmaktadır: Kajfosz'a (2017) göre tarihin bütün dönemlerinde gerçek (truth), hâkim olanların ya da otorite olanların dayatabildikleri gerçeklerden oluşmaktaydı (akt. Han, 2018). Bilginin hiyerarşisi olarak adlandırılan bu durumda, bilgi az sayıda eğitilmiş ya da bu bilgiye ulaşabilecek otoriteye sahip olan kişinin elinde idi. Koruyuculuğunu yaptığı bilgi kendinden önceki dönemlere göre farklı olsa da "modern" diye adlandırılan dönemde de bu hiyerarşinin devam ettiği görülebilir. Bugün bulunduğumuz çağı geçmiş dönemlerden ayıran en önemli özellik ise bilginin hiyerarşisinin artık önceliğini yitirmesidir. Yukarıda da belirtildiği gibi Postmodernite ile her türlü doğrunun göreceli hale gelmesi, bu hiyerarşinin büyük oranda sarsılmasına neden olmuştur ancak son birkaç on yıldır doğrunun (truth) tümüyle önemsiz hale geldiği yeni bir duruma, "*post-truth*" bir döneme girdiğimiz söylenebilir.

Üretilen içeriğin sabit web sayfaları olarak sunulduğu, geleneksel medyadaki bilgi sunumuna benzer bir hizmet sağlayan web 1.0 teknolojisi 2000li yılların başında yerini, dijital dünyada içerik üretim ve sunum biçimini kökten değiştiren web 2.0 teknolojisine bırakmıştır. Bu teknoloji sayesinde artık İnternet erişimi olan herkes aynı zamanda içerik üreticisi olabilme şansına sahip olabilmektedir (O'Reilly, 2009). Bu teknoloji sayesinde Bilgi üzerindeki kontrolün tüm kitlelere yayıldığı bir dönemde günlük hayatı en çok etkileyen ve yönlendiren alanlardan biri olan politik alanın bilgisi de kitlelerin kolayca üretip, hızla yayabileceği ve tükettirebileceği bir meta haline gelmiştir.

Web 2.0 teknolojisinin yaygınlaşmaya başladığı yıllarda, bu teknolojinin kitlelerin seslerini duyurabilmeleri, görüşlerini başkalarıyla kolayca paylaşabilmeleri ve her türden görüşe sahip insanların bir araya gelip tartışabilecekleri demokratik, barışçıl ve özgürleştirici yeni bir kamusal alan yarattığına ya da yaratacağına dair kötümser görüşler olsa da genelde daha iyimser görüşlerin yaygın olduğunu söylemek mümkün. Ancak zaman geçtikçe yeni medya ile demokrasi, siyasal katılım, siyasal bilgi paylaşımı vb. konularda yapılan

araştırmalarda bu iyimserliğin azaldığını gözlemlemek mümkündür. Literatürde, bu mecralarının beklenenin tam tersi toplumu kutuplaştıran, bireyleri daha partizan ve birbirine daha yabancı hale getiren bir etkisi olduğunu savunanlar da vardır (bkz. Bayraktutan vd., 2012; Çaycı, 2016; Çıldan vd., 2012; Hanson vd, 2010; Kenski, 2006; Lee vd., 2014; Meriç, 2017; Özcan 2011; Timisi, 1999; Ünal, 2017).

Sosyal medyaya, ya da genel olarak İnternet’e getirilen en büyük eleştirilerden birisi bireylerin bıraktıkları dijital ayak izlerinin kullanım biçimidir. Dijital Ayak izi “*klavyeden, fareden ya da ekrandan, tuşlayarak, tıklayarak ya da dokunarak elektronik ortama aktardığımız bizimle ilgili her türlü iz. İnternet’te bizlerin nerede olduğunu takip eden bir pasaport gibidir*” (Akkoyunlu, tarih yok). Diğeri bir deyişle internet üzerinde gerçekteştirilen her bir işlem dijital ayak izi olarak çeşitli yollarla kayıt edilmektedir. Özellikle kayıt olunan sosyal medya platformları, forum siteleri ya da diğeri hizmet sağlayıcı siteler bireyler hakkında pek çok veri toplamaktadır. Toplanan bu veriler günümüzde bir ekonomik sektöre dönüşmüştür. Büyük Veri (Big Data) olarak nitelenen bu veriler, belirli şirketler tarafından toplanmakta ve talep edenlere satılmaktadır. Bireylere ait bu veriler, ticari ya da siyasal amaçlar için analiz edilerek ticari reklam ya da politik propaganda tasarımıda kullanılmaktadır (Stephens-Davidowitz, 2017). Bireylere istedikleri ya da tercih ettikleri bilgilerin sunulması, bilgi hiyerarşilerinin dağılması ve bireylerin kendi yaşam dünyalarını seçme güçlerini yeniden elde etmeleri (Kalpokas, 2019) olarak görülebilir. Ancak bu noktada “Büyük Veri”nin, bilginin hiyerarşisini yeniden inşa ettiğini söylemek mümkün görünmektedir. Çünkü milyarlarca kişiye ait çok değerli veriler Facebook, Google ya da Microsoft gibi belli başlı bilişim şirketlerin elinde bulunmaktadır. Bu şirketler bu verileri kullanarak değişik algoritmalar ile bireylerin İnternet’te karşılaşacakları Bilgilere karar verip onların sosyal, siyasal ve ekonomik davranışlarına müdahale edebilmektedir ve bunu çoğu kez bireylerin bilgisi ya da rızası dışında yapabilmektedirler.

Stephens-Davidowitz’e (2017) göre, 2016 ABD başkanlık seçimlerinde bu veriler kullanılarak tasarlanan bir seçim kampanyası sayesinde, sadece popüler bir TV programcısı ve işadamı olan ve azınlıkları küçümseyici tavırlarıyla bilinen “beyaz milliyetçisi” Donald Trump herkesi şarşırtarak başkan olarak seçilmiştir. Kampanya, Cambridge Analytica’nın (Seçim süreçleri sırasında veri madenciliği, veri komisyonculuğu ve veri analizini stratejik

iletişim ile birleştiren İngiliz siyasi danışmanlık şirketi) Facebook'tan elde ettiği yaklaşık 87 milyon kişiye ait psikolojik profil verisini kullanarak elde yaptığı analizlerin sonuçlarına göre řekillendirilmiřti⁴. Bu verilere dayanılarak kampanyada kişilerin olası oy verme davranışlarını tahmin edecek ve bu davranışları etkileyecek araçlar geliştirilmiş, bireysel hedef gözetilerek bu amaçla çalışmalar yürütülmüştür (Grassegger ve Krogerus, 2017; Kakutani, 2018). Facebook daha sonra bu şirkete bu bilgileri bu şekilde bilgileri olmadan kullandığı için dava açmış ve şirket faaliyetlerine 2018 yılında son vermiştir.⁵

ABD seçimlerinin sürpriz sonucu ile daha fazla ön plana çıkan ve daha sonra üzerinde çalışmalar yapılan ve yeni medya kavramıyla bağlantılı bir diğer konu doğru olmayan haberlerdir. Subramanian'ın (2017) bildirdiğine göre Makedonya'da bulunan 55.000 nüfuslu Veles kasabası, ABD başkanlık seçimleri sırasında adaylardan Donald Trump'a destek veren çoğu sansasyonel ve asılsız, sahte (fake) haberlerle dolu yüz (100) kadar web sitesinin kayıt edildiği yer olarak tespit edilmiştir. Başka bir deyişle, bu kasabada yaşayan gençler, reklamlardan gelir edebilmek için trafik yaratacak sahte haberlerle dolu 100 tane web sitesi kurmuş ve bunu düzenli para kazanabilecekleri bir iş olarak yapmaya başlamışlardır.

Gerçeklerin ve kanıtların yerini kişiisel inanç ve duyguların aldığı güven sonrası (post-trust⁶) döneme girilirken, haberlerin niteliği ve insanların haber olarak kabul ettiği şeyler de inanç ve duygu temelli bir pazara doğru bir değişim göstermektedir. Artık herhangi bir hikyenin gerçek olup olmadığı çok da önemli değildir. nemli olan, hikyenin, kişilerin duymak istediği şekilde olmasıdır. Bu nedenle “*Sahte haber*” artık sadece gerçekliği olmayan veya karalayıcı haber anlamına gelmemektedir, “*Sahte haber*”, bir kişinin önceden var olan inançlarına saldırıda bulunan haber anlamına gelmektedir. Bu da doğrunun önemsizleştiği bir dönemin doğrusudur (Rochlin, 2017).

⁴ Konuyla ilgili haberlerden iki örneğe aşağıdaki linklerden ulaşılabilir:
<http://whatsthebigdataidea.com/2017/02/12/big-data-your-vote-did-trump-change-your-mind/>
<https://www.zdnet.com/article/facebook-suspends-analytics-firm-that-helped-trump-campaign/>

⁵ Konuyla ilgili haberlerden iki örneğe aşağıdaki linklerden ulaşılabilir:
<https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/08/facebook-to-contact-the-87-million-users-affected-by-data-breach>
<https://www.wired.com/story/facebook-exposed-87-million-users-to-cambridge-analytica/>

⁶ “Post” n eki burada kendisinden sonra gelen kavramın artık bir öneminin kalmadığı bir dönemi nitelemek amacıyla kullanılmıştır.

Berlo ve diğerlerine (1969) göre (akt. Westerman v.d., 2013) bir haberin güvenilirliğinin bu haberin kaynağına bağlı olmadığı uzun zamandır bilinmektedir. Güvenirlik, kullanıcı tarafından bir dizi etmene dayanılarak gerçekleştirilen bir yargıdır. Bunlar arasında inanılrlık, doğruluk, adalet, derinlik, güvenilirlik, önyargı, tamlık, (Gaziano ve McGrath, 1986; Metzger v.d., 2003) ya da web sitesinin kullanım kolaylığı ve çekiciliği gibi etmenler bulunmaktadır (Metzger, 2007). Yapılan diğer bazı çalışmalar da buna benzer şekilde alınan bilgilerin kaynağının, bilginin güvenilirliğini ve inandırıcılığını artırdığı sonucuna varmışlardır (Shahibi vd., 2013; Wathen ve Burkell, 2002).

Yazılı, sözlü ya da görüntülü medyanın olduğu her dönemde “sahte haberler” olmuştur. Kitlese düzeyde yaygınlaşan “yalan haber”in (fake news) tarihi, en az medya tarihi kadar eskidir. (Taş ve Taş, 2018). Ancak yeni medya kaynakları, özellikle de sosyal medya platformları, bu haberlerin çok hızlı bir şekilde yayılmasını sağladığı için bu haberlerin etki kapsamını ve hızını arttırmaktadır. Hızla yayılan bir haberin görünürlüğü fazla olacaktır ve bu görünürlüğün fazla olması bir süre sonra bu habere karşı duyarsızlık ve kabul duygusu geliştirebilir. Gabielkov ve diğerlerinin (2016:182) (akt. Rochlin 2017) yaptığı bir çalışmada Twitter’da paylaşılan haberlerin %59’unun paylaşılmadan önce okunmadığını göstermiştir. Başka bir şekilde ifade edilecek olursa, bireyler İnternet üzerinden okumadan, doğruluğunu ya da yanlışlığını ölçüp tartmadan bilgi paylaşabilmektedir. Kısacası günümüzde sosyal medya kaynaklarının herhangi yanlış bir bilginin doğruymuş gibi algılanmasına olanak sağlayacak pek çok olanak sunduğu görülmektedir.

Bilginin üretilmesi ve bir kaynak üzerinden son kullanıcının hizmetine sunulması, bireyleri büyük bir bombardıman altına sokmaktadır. Bu durum onları binlerce bilgi arasından en doğruyu seçmek gibi neredeyse imkânsız bir görevle baş başa bırakmaktadır. Bu durum bireyleri bu çokluk içinde kaybolmaya, yalnızlaşmaya ve savunmasızlığa iterken, bir yandan da bilgi üretim sürecinde onları gerçekten koparan, kurgusallaşan ya da Baudrillard’ın (2005) deyimi ile hipergerçeklik (aşkın gerçeklik) haline gelen ve tüketim metası haline getirilmiş bilgiyi üreten kurumların ideolojilerinin hedefi haline getirmektedir (akt. Kaplan vd., 2012:8).

2.4.2 Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Dijital Yurttaşlık

Toplumların içinde bulundukları süreçlerin adlandırılması gibi, 19. yüzyıl sonundan itibaren batı toplumların içinden geçtikleri tarihsel süreçleri yaşayan nesillere isim verilmeye başlanmıştır. Kılınç'ın (2017) belirttiğine göre ilgili literatürde nesillerin gruplandırılmasında kullanılan yaş grupları konusunda bir mutabakat bulunmamaktadır. Nesilleri grupta kullanılan ve genel olarak kabul gören yıllar daha çok ABD esas alınarak yapılmaktadır.

PEW Araştırma Merkezinin (2015) ABD için yaptığı grupta nesillerin adlandırılması 1928'den itibaren başlamaktadır. Bu grupta, 1928'den önce doğanlar için “En Yaşlıların Nesli” denilirken, 1928-1945 arasında doğanlara “Sessiz Nesil”, 1946-1964 arasında doğanlara “Bebek Patlaması Nesli”, 1965-1980 arasından doğanlara “X Nesli”, 1981-1996 arasından doğanlara ise “Milenyum Nesli / Milenyaller” ya da “Y Nesli” adı verilmektedir. Dimock (2019) bu tanımlamaya 1997 sonrası doğanlar için “Z Nesli” adını önermektedir.

Sanburn'a göre (2015) nesillere verilen adların altında yatan mantık, benzer dönemlerde doğup büyüyen, benzer ekonomik ve toplumsal süreçlerden geçen bireylerin ortak özelliklere sahip olmasıdır. Sanburn, bu ortak özelliklerden yola çıkarak nesillere isim verilmeye başlanmasına öncülük eden kişinin roman yazarı Gertrude Stein olduğunu bildirmektedir. Stein, kabaca 1880 ile 1900 yılları arasında doğan ve 1. Dünya savaşını yaşayanları “Kayıp Nesil” olarak adlandırmış, Ernest Hemingway de bu ifadeyi *Güneş de Doğar* (The Sun Also Rises) adlı romanında kullanarak popüler hale getirmiştir. Yüzyılın ilk çeyreğinde (1901-1924) doğanlara, nesiller üzerine çalışan Neil Howe ve William Strauss “GI Nesli” isimlendirmesini uygun görmüştür. Howe ve Strauss'a göre G ve I harfleri iki ayrı anlamda kullanılmıştır, General Issue (Genellik Konusu) ve Government Issue (Hükümet Konusu). Bu her iki konu da bu neslin hayatlarında doğrudan yer almıştır. Rendle ve Mann (2003) bu neslin “genel” ya da “herkes gibi” olmaya öncelik verdiğini çünkü toplumda bir yer edinmek için bunun önemli olduğunu belirtmekte ve bu içgüdünün özellikle lise ve üniversite yıllarında verildiğini belirtmektedir.

Sonraki nesil olan 1925-1942 doğumlular ilk olarak TIME Dergisinin 1951 Kasım sayısında “Sessiz Nesil” olarak anılmıştır. Bu nesil, 2. Dünya Savaşı sırasında savaşamayacak

kadar küçük olan, savaş kahramanı “GI Nesli” ile kalabalık ve etkili “Bebek Patlaması Nesli” arasında sıkışıp kalan bir grubu tanımlamaktadır. “Bebek Patlaması” isimlendirmesi, savaş sonrası askerlerin evlerine dönmesi ile 1946-1964 yılları arasında artan bebek doğumlarına bir gönderme içermektedir (Sanburn, 2015).

X Nesli olarak adlandırılan 1965-1980 arası doğumlular, kendinden önce gelenlerden daha tembel ve daha gerçekçi bir kuşak algısı oluşturmuştur. İsimlendirme, fotoğraf sanatçısı Robert Capa’nın 1950’lerde yayınlanan ve ikinci dünya savaşından sonra büyüyen bir kadın ve bir erkeğin öyküsünü anlatan fotoğraf makalesinden gelmektedir. Capa (1974) “X” harfini bilinmeyen, tanınmayan nesli tanımlamak için kullandığını belirtmiştir. Ancak bu isimlendirmenin popüler olması gazeteci Jane Deverson’ın 1965 yılında yayınlanan *Generation X* (X Nesli) ve yazar Douglas Coupland’ın 1991 yılında yayınlanan *Generation X: Tales for an Accelerated Culture* (X Nesli: Hızlandırılmış Bir Kültüre Masallar) isimli kitaplarından sonra olmuştur (Sanburn, 2015).

Yirminci yüzyılın son yirmi yılında (1980-1996 arası) doğanlar ise önce X nesli isimlendirmesini takiben Y nesli olarak isimlendirilmiştir. Ancak 1991 yılında yayınlanan *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* (Nesiller: Amerikan Geleceğinin Tarihi, 1584’den 2069’a) kitapta kronolojik bir referansla Milenyal’ler (Yeni Binyıla Doğanlar) olarak anılmış ve bu isimlendirme yaygınlık kazanmıştır (Sanburn, 2015).

Yukarıda anlatıldığı üzere her neslin bir öncekinden ayrılan belirgin özellikleri görünmektedir. Bu araştırmanın konusuyla bağlantılı olarak, teknolojik gelişmeler özellikle de bilgi ve iletişim alanındaki gelişmeler nesiller arasındaki farklılaşmanın önemli etkenlerinden biri olarak durmaktadır. Dimoc (2019), Bebek Patlaması Neslinin televizyonun yaygınlaştığı dönemde yaşam tarzlarının ve dünya ile olan bağlantının değiştiği bir dönemde büyürken, X Neslinin bilgisayar devriminin, Y Neslinin ise İnternet devriminin gerçekleştiği dönemde büyüdüklerini belirtmektedir (Sanburn, 2015). Fry’a (2018) göre, yaşları 21 ile 36 arasında olan (2017 yılında) bu nesil ABD’de en büyük iş gücünü de oluşturmaktadır.

Bu sınıflamadan yola çıkıldığında, 1997’den sonra doğan ve bugün en yaşlısı 22 yaşında olan bir nesil daha bulunmaktadır ve alfabetik nesil isimlendirmesi sırası izlenerek bu nesle “Z Nesli” denmektedir (bkz. Geck, 2007; Pál, 2013; Seemiller ve Grace, 2016). Bu

neslin farklı özelliklerini ön plana çıkaran *kurucular* (Founders), *binyıl sonrası doğanlar* (post-millennials), *İnternet Nesli* (iGen), *Çoğullar* (Plurals) ve *Ben-Nesli* (Generation-me) gibi isimlendirmelere sahip bu nesil, yukarıda sözü edilen bütün teknolojik gelişmelerin ya da devrimlerin (kablosuz, mobil, geniş bant ve sürekli bağlı (çevrimiçi) olabilme olanakları, sosyal medya platformları ve benzeri) artık yaşamın normal birer parçası olduğu bir dünyaya doğmuşlardır (Dimoc, 2019).

Son yıllarda, Y neslinin (ya da milenyum neslinin) çocukları olarak 2010 yılından sonra doğanlar için Alfa Nesli tanımlaması yapılmaktadır. Bu neslin ayırt edici özellikleri olarak genel bir ekonomik yavaşlamanın yaşandığı bir dönemde doğmuş olmaları, teknoloji ile herkesten daha fazla ilgili olmaları, eğitilmiş ve önceki nesillerden daha materyalist olmaları verilmektedir (Pál, 2013).

Yukarıda anlatılanlardan görüleceği gibi, teknolojik değişimler nesillerin tanımlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Prensky'nin aktardığına göre (2001a) Baylor Tıp Okulundan Dr. Bruce D. Perry, farklı deneyimlerin farklı beyin yapılarına neden olduğunu söylemektedir. Buradan yola çıkarak teknolojinin sağladığı olanaklarla birçok farklı ve yeni deneyimler yaşayan nesillerin beyin yapılarının değiştiğini ya da en azından düşünme kalıplarının değiştiğini söylemek mümkündür. Bu bilgilerden yola çıkan Prensky son dönemdeki nesillerin isimlendirilmesini daha genel bir ayrıma dayandırarak, dijital dünyanın içine doğan “Dijital Yerliler” (1980 ve sonrası doğanlar) ve dijital dünya ile sonra tanışan “Dijital Göçmenler” (1980 ve öncesi doğanlar) olarak iki gruba ayırmaktadır. Bu tanımları temel aldığımızda Milenyal ya da Z Nesli'ne kadar olan nesiller teknoloji ile tanışmış olsalar da bu tanışma sonradan olmuştur. Onlar bu dünyaya, daha eski bir dünyadan, analog dünyadan göçmüşlerdir. Oysa Dijital yerliler olarak tanımlanan Z ve Alfa nesilleri dijital dünyanın içine doğmuş ve dijital teknolojilerin olmadığı bir dünyanın mümkün olabileceğini hayal bile edememektedirler (Palfrey ve Gasser, 2016; Prensky, 2001a).

Bunun yanında, Yıldız (2012) tarafından Türkiye’de yapılan bir çalışmada Prensky'nin doğum tarihlerine dayalı bu keskin gruplamasına alternatif olarak 1970 öncesi doğanlar için ‘*dijital göçmen*’, 2000 ve sonrası doğanlar için ‘*dijital yerli*’ ve 1970 ile 1999 tarihleri arasında doğanlar için de ‘*dijital melez*’ tanımlaması önerilmiştir.

2.4.3. Enfobezite

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucu Bilginin insanların hayatlarında her zamankinden daha fazla yer almaya başlaması, yukarıda da belirtildiği gibi bireyleri bilgi bombardımanı altında yaşamak durumunda bırakmaktadır. Bu durum için kullanılan değişik isimlendirmeler vardır: information overload (aşırı bilgi yüklemesi), information (Bilgi) ve toxication (Zehirlenme) kelimelerinden türetilen infoxication (Bilgi zehirlenmesi), information anxiety (bilgi kaygısı), information explosion (bilgi patlaması), information (Bilgi) ve Obesity (obezite) kelimelerinden türetilen Infobesity (bilgi şişmanlığı). Bu tanımlamalardan birkaç tanesi sadece bilgi çokluğuna vurgu yaparken, bir kısmı da bu bilgi çokluğunun bireyler üzerinde zararlı bir etkiye sahip olduğuna gönderme yapmaktadır (Wikipedia, 2019).

Price'ın (1963) (akt. Batista ve Marques, 2017:2) göre Barnaby Rich 1613 yılında şöyle demiştir: *“Bu çağın hastalıklarından biri kitapların çeşitliliği ve fazlalığıdır; o kadar fazla yükleniyorlar ki, dünya her gün yumurtadan çıkarılan ve ortaya sunulan bu atıl maddenin bolluğunu sindiremiyor.”* Bu cümlelerin kurulduğu yıllar, kitapların sadece sayılı sayıda ayrıcalıklı sosyal sınıflardan insanların erişimine açık olduğu yıllara ait. Ancak burada önemli olan aşırı bilgi yüklemesi olduğunda, bu bilgilerin sindirilmesi ya da içselleştirilmesinin ne kadar zor olduğuna yapılan vurgudur. Batista ve Marques (2017) ulaşılan bilginin sindirilmesinin karar alma (decision-making) kapasitesi ile ilgili bir faktör olduğunu, bununla birlikte, karar alma sürecine olumlu katkı yaparken tam tersine stres ve zorluklara da yol açabileceğini söylemektedir. Asıl olarak günümüzdeki en büyük sorun da bu noktada yatıyor gibi durmaktadır.

Dört asır önceki aşırı bilgi çokluğundan söz ederken İngiliz yazarın söz ettiği kitap çokluğu günümüzdeki Bilgi kaynakları düşünüldüğünde çok az kalmaktadır, ancak temel nokta olan bu bilgilerin sindirilememesi, çok daha ciddi bir sorun halinde ve toplumun her kesimine yayılmış bir şekilde varlığını sürdürmektedir. Hızla dolaşan Bilgiler, bireylerin siyasete ya da günlük hayata dair olup bitenler konusunda bir karara varma sürecini çok kısa zaman dilimlerine sıkıştırmış durumdadır. Bu da bu bilgilerin çoğunun sindirilmesini ya da içselleştirilmesini neredeyse olanaksız hale getirmektedir. Stres, kaygı gibi bilişsel sorunlar ve bunun dışında pek çok problem bu noktadan kaynaklanmakta gibi durmaktadır.

Virlio (2003:38) “*Agatha Christie ‘Savaş yılları hakiki yıllar gibi değildi. Gerçekliğin ortadan kalktığı bir karabasanın parçasıydılar’ diye yazmıştı. Bugün ise dünyanın gerçekliğini öldürmek için artık savaşa gerek duyulmadığını söylüyoruz*” demektedir. Sürekli akan bilgiler yüzünden “*yüksek bir sideration soft —hafif şaşkınlık— düzeyine*” ulaştığımızı ekleyerek bunun bir sonraki aşamasının walkman (taşınabilir CD çalar) ile sağırlaşma, televizyon ile körleşme ve hızlı iletişim araçlarının yol açtığı İnternet’e Bağımlılık Hastalığı (Internet Addiction Disorder) gibi rahatsızlıklar olduğunu belirtmektedir. Virlio hafızaların “*gereksiz eşyalar toplamına, her yerden akıp gelen imgelerle dolu bir yığına; kullanılmış, dikkatsizce bir araya getirilmiş kötü durumdaki simgelerle dolu bir yığına*” dönüşmüş olduğunu da eklemektedir. Bu çağa özgü olan dolaşımdaki Bilgi fazlalığı, Virlio’nun da belirttiği gibi bireylerin gerçekliği ve yaşamı algılayışlarında köklü ve olumsuz etkilere sahip değişikliklere yol açmış görünmektedir.

2.5. Yeni Medya ve Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı

Yeni medya kavramı son 20-30 yıl içerisinde sıklıkla kullanılmaya başlanmış ve üzerinde akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Van Dijk’e (akt. Binark, 2007:5) göre

“... yeni medya kavramsallaştırımıyla, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir.”

Bir diğer deyişle, video paylaşım sitesi Youtube, resim ve video paylaşım sitesi Instagram, her türlü sayısal içeriğin paylaşılabildiği Facebook, Twitter ve forum siteleri gibi siteler yeni medya kanalları içindedir. Bunlara ek olarak televizyon, radyo, gazete, dergi ve ansiklopedilerin İnternet üzerinden yaptıkları yayınlar, film, dizi ve belgesel yayın hizmeti veren platformlar da bu kavramsallaştırma kapsamındadır. Hem mobil hem de sabit hatlar üzerinden sağlanan yüksek veri aktarım hızları sayesinde bu mecralar üzerinden bireyler istedikleri yerde ve zamanda anlık olarak tek yönlü (video izlemek, haber okumak gibi), iki yönlü (karşılıklı video görüşmesi ya da mesajlaşma) ya da çok yönlü iletişim (tele konferans,

ya da herhangi bir mecrada canlı bir video izlerken diğer izleyicilerle mesajlaşmak gibi) kurabilmektedir.

Bu nedenlerden dolayı, İnternet mecraları günümüzde siyasal içerikli bilgi de dâhil olmak üzere her türlü Bilgi edinmenin en yaygın ve en kolay ulaşılabilir mecraları olarak görülmektedir. Bunun sonucu olarak son yıllarda geleneksel medya araçlarının daha az tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Geleneksel medya olarak nitelendirilen basılı kitap, gazete dergi vb. ile televizyon ve radyo yayıncılığı hala geniş kitleler tarafından kullanılıyor olsa da Türkiye İstatistik Kurumu (2019a) verilerine göre Türkiye’de yayın yapan ulusal gazete ve dergi tirajları özellikle 2012 yılından sonra kademeli olarak düşmüştür. 2006-2014 yılları arasından ortalama iki (2) milyar adet civarı olan toplam yıllık ulusal gazete ve dergi tiraj toplamı 2018 yılında 1.1 milyar olarak gerçekleşmiştir. Diğer yandan Türkiye’de hanelerde İnternet erişimi 2004 yılında %7 iken bu oran 2019 yılında %88,3’e çıkmış ve buna paralel olarak 2004 yılında %18,8 olan İnternet kullanım oranı 2019 yılında %75,3’e, İnternet aboneilerinin sayısı ise 75 milyona ulaşmıştır (TÜİK, 2019b, TÜİK, 2019c).

Günümüzde özellikle gençlerin İnternet erişimi için kullandıkları cep telefonlarının abone sayısı ise 2019 Mart ayı itibariyle yaklaşık 81 milyondur (TÜİK, 2019c). TÜİK (2019d) verilerine göre Türkiye nüfusunun 2018 yılında 82 milyon olduğu göz önünde bulundurulduğunda İnternet aboneliği ve cep telefonu sahipliğinin bu derece yüksek olduğu bir durumda bireylerin haber ve bilgiye ulaşmak için bu olanakları daha fazla kullanabileceği sonucuna ulaşmak mümkün görünmektedir.

Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından gerçekleştirilen *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2018* araştırmasının raporu yukarıdaki bilgileri destekler veriler sağlamaktadır. Rapora göre, geleneksel medya organlarından olan televizyonun “*literatürde tanımlanan özelliklerinden biri olan haber alma/bilgi edinme işlevleri nedeniyle izleyenlerin*” oranı %29,2’dir. Aynı rapora göre yaş arttıkça televizyonun haber ve bilgi almak için kullanılması artarken akıllı cep telefonunu sahipliği ve bu kanalın bilgi almak için kullanılması azalmaktadır. Ancak yukarıda da değinildiği üzere yetişkin bireylerin cep telefonu ile olmasa da bilgisayarla İnternet’e bağlanarak haber ve bilgi edinmek için sosyal medya mecralarını ya da diğer kaynakları kullandıklarını gösteren çalışmalar vardır (bkz. Ali Muhammad, 2018; Asıgbulmuş, 2017; Bene, 2017; Fohringer, 2017; Imran vd., 2013; Kim

vd., 2011; Lampe vd., 2012; Liu vd., 2016; Sharma vd., 2017; Şener, 2015; Tarcan, 2015; Westerman vd., 2014; Zeng vd., 2010).

Diğer içeriklere benzer şekilde, siyasal içerikli bilgiler de yeni medya mecralarında hızlı bir şekilde dolaşıma girmekte ve kullanıcılar bu tür içeriklere maruz kalmaktadır. Bununla birlikte, bu çalışmanın yapıldığı dönemde Türkiye’de bireylerin isteyerek siyasal içerikli bilgi edinmek, için nasıl bir yol izlediklerine dair literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Maruz kalınan bilgiler arasından seçim yaparken bireylerin mevcut inanç ve düşüncelerinin önemli bir rol oynadığı uzun süredir düşünülmektedir. Festinger’in (1957) (akt. Knobloch-Westerwick vd., 2013) Bilişsel Çelişki Kuramına göre, bireylerin davranışları ve düşünceleri önceki değerlerine göre belirlenir. Söz konusu bu değerler kişilerin inanç, tutum ve gereksinimleri olabilir. Bireyler bu değerleri ile çelişen bir veri ile karşılaştığında rahatsızlık veren bilişsel bir çelişki (Cognitive Dissonance) yaşamaya başlarlar. Bu rahatsızlık ve çelişki, bireyleri mevcut değerlerini değiştirme potansiyeline sahip mesajlardan kaçınmalarına ve inanç, düşünce ve varsayımlarını destekleyen ya da teyit eden mesajları da dikkate alma, onları kayırma ve öne çıkarmalarına teşvik etmektedir. Doğrulanma önyargısı ya da teyit eğilimi (confirmation bias) olarak adlandırılan bu durumu destekleyen ampirik veriler ABD politik alanı için mevcut olmak ile birlikte bu ülke dışında fazla veri bulunmamaktadır. Bu nedenle bu kuramsal kavramların diğer ülkeler için de kullanılıp kullanılamayacağı henüz net değildir. Bu konu ile ilgili Almanya’da yapılan birkaç çalışma teyit eğiliminin Almanya’daki politik bilgi arayışında olan bireylerde de var olduğunu onaylar niteliktedir (Knobloch-Westerwick vd., 2013).

Choi ve Lee’ye (2013) (akt. Narin, 2018) göre, seçici maruz kalma kuramı uyarınca, bireyler kendi siyasal düşünceleriyle uyum içinde olan medya mecralarına maruz kalmayı seçmektedirler. Başka bir deyişle, bireyler siyasal bilgi edinmek istediklerinde genellikle kendi düşüncelerini onaylayan haber kaynaklarını tercih etme eğilimindedirler. Çünkü yukarıda sözü edilen Bilişsel Çelişki Kuramına göre farklı bir görüş ya da tutum bireylerde üstesinden gelinmesi gereken bir çelişki ortaya çıkartmaktadır. Fazladan emek ve uğraş isteyen bu durum genelde tercih edilmeyen ve kaçınılan bir durumdur. *Kişiselleştirilmiş İnternet*, bireylerin bu eğilimlerini kullanarak bireylere tercih ettikleri içeriklerden ya da

İnternet’te bıraktıkları izlerden yola çıkarak algoritmalar aracılığı ile belirlenmiş içerikler sunmaktadır.

Pariser’in (2011) aktardığına göre bu uygulama ilk kez tam olarak 4 Aralık 2009 yılında Google’ın kişiselleştirilmiş arama sonuçlarını sunması ile başlamıştır. Her birey İnternet’e girdiğinde, coğrafi konumu, daha önceden ziyaret ettiği siteler ve izlediği bağlantılar gibi çok temel bilgileri kar üstünde bırakılan ayak izi gibi arkasında bırakmaktadır. Pariser’e (2011) göre bu bilgiler kullanılarak algoritmalar aracılığı ile aynı şeyleri beğenen ve aynı şeyleri düşünen insanlardan oluşan gruplar oluşmaktadır. “Filtre balonları” ya da “yankı fanusları” denilen bu alanlar, bireylerin sadece kendisine hitap eden, onu onaylayan bilgilerle karşılaşmasını sağlayan alanlardır. Daha sonraları Facebook gibi sosyal medya sitelerinde de kullanılan benzer algoritmalar bireylerin sadece kendilerine benzeyenlerle iletişim kurduğu ve kendi profillerine uygun içeriklerle karşılaştığı alanlara dönüşmüştür. Bu algoritmaların bireylerin siyasal içerikli bilgiye ulaşması konusunda aynılaştırıcı ve kutuplaştırıcı etkisi yüzünden tekno iyimserlerin aksine demokrasiye olumlu katkısı tartışmaya açık durmaktadır (Binark, 2017).

Ancak Dubois ve Blank’e (2018) göre yankı fanuslarının bu tür etkisi fazla abartılmaktadır. Siyasal olarak belirli bir ilgiye sahip kişiler için böyle bir tehlike yoktur. Bu tür fanuslar, çok çeşitli medya kaynağının var olduğu bir ortamda ağırlıklı olarak sadece belirli medya ortamlarını kullanan kısıtlı bir kesim için geçerlidir. Dubois ve Blank yaptıkları çalışmada, belirli bir siyasal ilgisi olan ve çok çeşitli medya kaynaklarını kullanan bireylerin yankı fanuslarından sakındıklarını tespit etmişlerdir. Bir diğer bulguları ise politik ilgisi az ve sadece belirli medya kaynaklarını kullananların, daha fazla ya da değişik bilgi için farklı kaynaklara baklamalarının ve fikirlerini değiştirebilecek bilgilerle karşılaşmalarının düşük bir olasılık olduğu yönündedir.

2.5.1. Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya Ortamları

Özbek’e (2004:9) göre “Kamusal alan” kavramı 1990lı yılların başlamasıyla Türkiye’de akademik anlamda ele alınmaya ve kullanılmaya başlanmıştır. 2000li yılların başından itibaren de politik tartışmaların konusu olmaya başlamıştır. Özbek, ‘kamu’ kelimesinin gündelik dilde sıkça karşılaşılan “kamu binası” ya da “kamu görevlisi” gibi

ifadelerden tahmin edilebileceği gibi “devlet” ile aynı anlamda kullanılmadığını belirterek şöyle ifade etmektedir:

“Kamusal alan devlet değildir, devleti dengeleyen bir karşı ağırlık oluşturma işlevi görebilecek olan ve gayri resmi olarak harekete geçirilmiş hükümet dışı söylemsel fikirler gövdesidir. Aslına bakılırsa, burjuva kavrayışında ‘kamuoyu’na bağımsızlık, özerklik ve meşruluk havası ihsan eden hâle, içinde olduğu kamusal alanın tam da bu hükümet-ötesi niteliğidir. Bu nedenle, burjuva kamusal alan kavrayışı, (kurumlaşmış) sivil toplum ile devlet arasında keskin bir ayrım çizgisinin gerekli olduğunu savunur.” (Özbek, 2004:129).

Bu tanımlamadan yola çıkarak “kamusal alan” kavramından söz edebilmek için öncelikle sivilleşmiş bir toplumsal yapının var olması gerektiği söylenebilir. Başka bir deyişle “kamu” diye bir bütünsel yapı, ancak devlet ve birey arasındaki çizginin her iki tarafın da birbirinin sınırlarının farkında olmasını ve bu sınıra saygı duymasının gerektirir. Habermas’a göre:

“Kamusal alan’ kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur.” (Özbek, 2004:9-10).

Sennett (2013:32) kamusal alan kavramının Avrupa tarihine bakıldığında zamanla farklı anlamlarda kullanıldığını, günümüzdekine benzer bir şekilde “kamu” ve “özel” gibi karşıtlığı anlatacak bir anlama ancak 17. yüzyılın sonlarına doğru eriştiğini belirtmekte ve eklemektedir:

“Kamusal” sözcüğü herkesin denetimine açık olan anlamına gelirken, “özel” sözcüğü kişinin ailesi ve arkadaşları ile sınırlanan mahfuz bir yaşam bölgesi anlamındaydı. Steele, 1709’da, Tatler’ın bir sayısında, ‘insanların kamusal ve özel etkinlikleri üzerindeki... etkiler’den söz eder. Butler da 1726’da Sermons adlı kitabında, ‘Her insan, kamusal ve özel olmak üzere iki tür yetisine göre değerlendirilmelidir’ diye yazıyordu. ‘Kamuya çıkmak’ (Swift) deyimini, bu coğrafyaya göre anlaşılan topluma özgü bir

ifadedir. Eski tarz kullanımlar İngilizcede bugün tamamen terk edilmiş değildir, ancak modern referans terimlerinin temelinde bu 18. yüzyıl kullanımı vardır. ”

Habermas ve Sennet’in tanımlamalarından yola çıkılarak kamusal alanın hem mekânsal hem de toplumsal/siyasal yönü olduğu söylenebilir. Son yirmi-otuz yıldır, teknolojik gelişmelerle günlük hayatın bir parçası hale gelen internet’in ve özellikle sosyal paylaşım ağlarının yeni bir kamusal alan olduğu büyük kabul görmektedir (bkz. Abbasi, 2017; Camp ve Chieni 2000; Çaycı, 2016; Ford, 2011; Metin, 2016; Paktin ve Karaca, 2018; Timisi, 1999; Ünal, 2017; Yeğen vd, 2016). Bu yeni kamusal alanın önceki kamusal alandan ayrılan belirgin farkları bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi mekânsal farktır. Bu yeni alan gerçek değil sanal bir mekândır. Bir diğer önemli özellik ise bireyler bu ortamda gerçek kimlikleri ile bulunmak zorunda değildir.

Solmaz ve diğerlerine (2013) göre:

“İnternet hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazılarına göre İnternet’; birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır (Vural, 2006:190). Bir başka tanıma göre ise; İnternet’, toplumsal ve teknolojik alanda her türlü değişikliklerden etkilenerek bu değişime kendisini kısa sürede uydurabilen ve önemli olanaklar sunabilen bir iletişim aracıdır” (Karaçor, 2007,47).

Dolayısıyla, İnternet’, teknik açıdan bakıldığında birbirine bağlı bilgisayar ağlarının bütünü olsa da yerine getirdiği işlevler nedeniyle bu teknik yönün çok ötesinde bir anlama sahiptir. Geleneksel iletişim yollarının ve medya türlerinin hepsini bünyesinde taşımakla birlikte bunları bir aşama daha ileri götürerek kolay ulaşılabilir, ucuz ve daha fazla etkileşimli hale getirmektedir. Bu özelliklerden en önemlisi iletişim yollarını sosyal medya ve web 2.0 teknolojisi ile donatılmış diğer web siteleri yoluyla anlık ve çok yönlü hale getirmiş olmasıdır. İnternet’e bağlı milyarlarca insan günlük yaşamda gerçekleştirdikleri toplumsal etkileşimlerini bu yeni alanda da gerçekleştirmektedir. Ancak klasik iletişim yollarından farklı olarak bu etkileşim mekâna bağımlı olmadan her yerden ve neredeyse isteyen herkesle anlık olarak görsel, işitsel ya da metinsel olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bu özellik, kamusal alanın oluşması için gerekli olan bireyler arası etkileşimi büyük oranda kolaylaştırıcı bir işlev yerine getirmektedir.

Bu yeni kamusal alan sanal olmakla birlikte, etkileşimde bulunan taraflar çoğunlukla gerçek kişilerdir. Ancak gittikçe gelişen yapay zekâ uygulamaları ile birlikte Twitter ya da diğer sosyal medya platformlarında Bot denilen ve insan gibi davranmaya programlanmış bilgisayar programları da özellikle metin üzerinden etkileşimlerde bulunabilmektedir.

Bir kamusal alan olarak İnternet'in bireylere diğer bireylerle etkileşime girme konusunda sağladığı bir diğer olanak 'anonimlik'tir. Bireyler, somut kamusal alandan farklı olarak, sosyal medya, haber ya da forum sitelerinde gerçek kimliklerini açıklamadan diğer kişilerle etkileşim içinde olabilmektedir. Anonimlik, bu anlamda hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara yol açabilen bir olgudur. İnternet', herkese açık bir alandır ve Habermas'ın "kamuoyuna benzer bir alanın oluşabileceği" dediği bir alanı oluşturmaktadır. Bireyler, toplumsal ya da siyasal baskılardan dolayı gerçek kamusal alanda rahat bir şekilde ifade edemediklerini bu alanda paylaşarak kendilerini ifade edebilir ve benzer düşünenlere ulaşabilirler.

Ancak bir diğer yandan, kişiler bu anonimlik zırhı arkasına saklanarak yine gerçek kamusal alanda rahatlıkla yapamadıklarını bu alanda kendilerini ifşa etmeden kolaylıkla icra edebilirler: örneğin, sevmedikleri ya da sadece önemsiz nedenlerle hoşlarına gitmeyen kişilere (yakın çevresinden kişiler, ünlüler ya da siyasetçiler olabilir) hakaret etmek, onlara iftira atmak ya da onları taciz etmek ya da bunların dışında genel olarak aslı olmayan haberleri yaymak gibi. Özellikle de siyaset ve din gibi tartışmaya açık konularda bu tür eylemlerin gerçekleşmesi çok yaygın olarak gözlemlenmektedir. Söz konusu siyasal içerikli bilgi olduğunda, bireylerin bu alanda maruz kaldıkları ya da bilerek ulaştıkları Bilgilerin doğru olup olmadığı konusu önemli bir sorun alanı oluşturmaktadır.

Bu sorun geleneksel kamusal alanda da var olmakla birlikte, İnternet'in içerik üreticilerinin (ki bu neredeyse bütün İnternet kullanıcılarını kapsamaktadır) herhangi bir kontrol mekanizmasından muaf olmaları ve Bilgilerin (bu bir metin, resim ya da video biçiminde olabilir) yayılma hızının dakikalara ya da saatlere hatta bazı durumlarda saniyelere inmiş olması sorunu çok daha büyük bir hale getirmektedir. Bunlara ek olarak İnternet'te herhangi bir kanaldan dolaşıma sokulan bilgilerin büyük bir hızla dünyanın dört bir yanındaki bilgisayarlara ulaşmasından sonra bu bilgilerin bu alanların hepsinden silinmesi çok büyük

bir zorluk oluşturmaktadır. Çünkü bu Bilgiler mobil veri depolama araçlarına (USB Bellek ya da Sabit Disk) aktarıldıklarında her an yeniden İnternet dolaşımına geri sokulabilir.

Kamusal bir alan olarak İnternet'in, bireylerin Bilgi edinmek ve bu bilgiler hakkında diğerleri ile tartışmak için de yeni olanaklar sağladığından ve İnternet'te bu Bilgilerin dağıtımının yapıldığı alanlarda (Google, Facebook, haber siteleri vb.) kullanılan algoritmalarla kişilere özel, onların ilgi alanları ve düşüncelerine uygun bilgiler sunduklarından yukarıda söz edilmişti. "Filtre Balonları"nın bireylerin bilgi fazlalığı ile başa çıkmasında yardımcı olduğu düşünülse de Pariser'e (2011:11) göre bu filtreler kullanıcıların bilgisi dışında yapıldığı için ne kadar işe yaradıkları tartışmalıdır. Çünkü bir kişi kendi düşüncelerine yakın olduğunu düşündüğü ya da bildiği bir gazeteyi alıp okurken ya da bir televizyon kanalını seyrederken bunu bilinçli olarak seçerek yapmaktadır.

Haber kaynakları arasına sonradan giren İnternet'in bu karmaşık ve küresel yapısı, bazen yanıltıcı ve yönlendirici bazen de gerçek olmayan haberlerle dolu bir alan olmasına da neden olmuştur. Bu nedenle özellikle İnternet'teki haberler ile ilgili bir güven sorunu ortaya çıkmıştır. Avrupa Komisyonu (2017) (akt. RTÜK, 2018) tarafından yapılan bir araştırmaya göre son dönemde radyo (%59), televizyon (%51) ve yazılı basının (%47) kitle iletişim araçları arasında en güvenilir araçlar olarak görülmektedir. İnternet %34 ve sosyal medya %20'lik bir oranla en az güvenilen kaynaklar haline gelmiştir. Bu güvensizliğin nedeninin bireylerin filtre balonlarının yarattığı tek yönlü ve taraflı Bilgiler ile olan tecrübelerinin etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca denetimsiz ve genelde gerçeği yansıtmayan Bilgilerin yıllar içinde edinilen tecrübelerle daha fazla sorgulanmaya ve onlara tedbirli yaklaşılmaya başlandığını söylemek de mümkündür.

Geleneksel kamusal alanda dolaşımda olan Bilgilerden kaçınmak (gazete, dergi almamak ya da radyo dinlememek, televizyon izlememek gibi) bireysel bir seçim olanağı sağlamaktadır. Buna benzer bir olanak İnternet'te de zamanla sunulan bir hizmet haline gelmektedir. Türkiye'de Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren "Elektronik Haberleşme Sektöründe Tüketici Hakları Yönetmeliği"nin 10 maddesi şöyledir:

"İşletmeciler, İnternet'in güvenli kullanımına ilişkin olarak tüketicileri bilgilendirmekle, TİB tarafından belirlenen yasadışı ve zararlı içeriklere karşı

tüketicilerin korunmasına yönelik altyapı seviyesindeki hizmetleri ek ücret olmaksızın seçenekli olarak sunmakla yükümlüdür.” (Resmi Gazete, 2011)

Bu madde uyarınca İnternet hizmet sağlayıcıları bireyleri belirli içeriklerden (şiddet, pornografi vb.) korumak amacıyla filtre sistemleri hizmeti sunmaktadır⁷. Kullanılıp kullanılmaması tümüyle kullanıcının inisiyatifinde olan bu ücretsiz hizmetler özellikle çocukları ve aile bireylerini zararlı olabilecek içeriklerden korumayı hedeflemektedir.

Bunun yanında Google gibi arama motoru hizmeti yanında onlarca hizmet sunan büyük şirketler ve Facebook ve Twitter gibi popüler sosyal medya platformları da benzer şekilde filtreleme sistemleri devreye sokmuştur⁸. Facebook, trafik oluşturmak ve bunun üzerinden reklam gelirlerini arttırmak amacıyla doğruluğu kontrol edilmemiş içeriklerin hızlı bir şekilde yayılmasını engellemediği için uzun bir süredir eleştirilmektedir. Bunun üzerine Facebook içerik filtreleme ile ilgili çalışmalarına daha fazla ağırlık vermiş ve bireylerin kendi içerikleri kendilerinin filtrelemelerine olanak sağlayan özellikler eklemiştir. 2018 Kasım ayında ise yapay zekâ aracılığıyla da kişilerin kontrolü dışında da zararlı içerikleri filtreleyecek bir sistemi de geliştirmiş olduğunu ve 2019 yılında bu sistem denenmeye başlayacaklarını bildirmiş⁹ ve devreye sokmuştur¹⁰.

Bu noktada 2004 yılında kurulan ve üye sayısı 2019 yılında iki milyarı üzerinde olan en büyük sanal kamusal alan olarak nitelenebilecek Facebook’un 2019 Haziran ayında yaptığı açıklamadan yavaş yavaş kamusal platformdan daha kapalı kişisel bir alana doğru evrilmeye başladığını söylemek gereklidir¹¹.

⁷ Türkiye’de hizmet veren belli başlı İnternet’ Servis Sağlayıcılarının bu hizmetlerine ilişkin bağlantılar şunlardır:

Türk Telekom <https://www.turktelekomguvenlik.com/urunler/bireysel/guvenli-İnternet'-hizmeti/kisaca>

Vodafone <https://www.vodafone.com.tr/Servisler/dijital-koruma.php>

Turkcell <https://www.turktelekomguvenlik.com/urunler/bireysel/guvenli-İnternet'-hizmeti/kisaca>

D-Smart <https://onlineislemler.dsmart.com.tr/guvenli-İnternet'>

⁸ Google Güvenli Merkezi Aileler için <https://safety.google/families/>

⁹ Bkz. <https://www.engadget.com/2018/11/16/facebooks-borderline-content-filtering/>

¹⁰ Bkz. <https://gizmodo.com/facebook-patents-shadowbanning-1836411346>

¹¹ Facebook bu açıklamasında algoritmasında yaptığı temel değişiklik ile kişilerin haber akışlarında öncelikli olarak yakın arkadaş olarak belirledikleri kişilerden gelen ya da sizin için önemli olacağını düşünülen haberlerin gösterileceğini açıklamıştır. Böylece insanlar arasında daha anlamlı ilişkilere yoğunlaşarak onları toplumsal güveni aşındıran sahte haberler, nefret söylemleri, kutuplaşma ve diğer aşırı uç içeriklerden uzak tutmak yatmaktadır. Ayrıntı için bkz.: <https://thenextweb.com/business/2019/05/17/facebook-changes-its-news-feed-algorithm-to-favor-close-friends/>

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, saha çalışmasının bulguları araştırma problemlerinin sırası dikkate alınarak sunulmuştur. Araştırmanın ilk problemi katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşlerinin, başka bir deyişle siyasal sinizm düzeylerinin politik aidiyetliklerine, cinsiyetlerine, yaşlarına ve algıladıkları gelir düzeyine göre değişip değişmediğini saptamaya yönelik olduğu için ilk bulgular bununla ilgilidir.

Bu amaçla kullanılan ölçekten alınabilecek puanlar 14 ile 70 arasında değişmekte ve alınan yüksek puan katılımcılardaki yüksek siyasal sinik tutuma işaret etmektedir.

3.1. Siyasal Sinizm

3.1.1. Siyasal Aidiyet ve Siyasal Sinizm

Katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşlerinin siyasal aidiyetliklerine göre değişip değişmediğini anlamak amacı ile *Siyasal Sinizm Ölçeği*'nden elde ettikleri puanlara uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.1.'de sunulmuştur.

Tablo 3.1.: Katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşlerinin siyasal aidiyetliklerine göre değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplararası	1655,25	2	827,63	8.99	,000	1-2,1-3,
Gruplariçi	64474,09	700	92,11			
Toplam	66129,35	702				

1: Cumhur İttifakı; 2: Millet İttifakı; 3: Diğer

Tablo 3.1.'den de görüleceği gibi siyasal aidiyetleri farklı olan katılımcıların siyaset ve siyasetçilere ilişkin görüşleri farklılık göstermektedir ($F_{(2,700)}=8,99$, $p<,000$). Farkın hangi gruplar arasındaki farktan kaynaklandığını anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre birinci ($\bar{x}$: 40.66) ve ikinci ($\bar{x}$: 44.24); birinci ($\bar{x}$: 40.66) ve üçüncü ($\bar{x}$: 44.14) gruplar arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında 1. Grup olan Cumhur İttifakına yakın olduğunu ifade eden katılımcılardan oluşan grubun daha az siyasal sinizm düzeyine sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Literatürde siyasal sinizm hakkında yapılan çalışmalarda siyasal olarak konumlanma ve etkin olma ile sinizm arasındaki ilişkiye dikkat çekilmektedir. Örneğin, Van Assche ve diğerleri (2019) son dönemlerde sinizm ve etnik önyargıların artmasıyla popülist orta-sağ, sağ ve aşırı-sağ partilere bir yönelme olduğunu bulgulamışlardır. Bir başka deyişle, var olan siyasal sinizm bireylerin siyasal konumlanışlarına etki etmektedir.

Bu çalışmada Van Assche ve diğerlerinin bulgusundan farklı olarak sağ partilerden oluşan Cumhur İttifakına destek verenlerin daha az sinizme sahip oldukları bulunmuştur. Bunun nedeni farklı ölçme araçlarının kullanılması olabilir.

Benzer şekilde, özellikle sosyal medya kullanımının bireysel düzeydeki etkisine yoğunlaşarak Sheets ve diğerleri (2015) bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu çalışmada, Avrupa’da artan sağ parti desteğini açıklarken genellikle ekonomi, ulusal kimlik ya da kültürel yabancılaşma gibi kavramların kullanıldığını belirtmişler ancak sosyal medya paylaşımlarının, bireylerde var olan politik sinizmden de yararlanarak sağ partilere açık ya da kapalı destek sağladığını bulgulamışlardır. Hatta ilginç bir şekilde, bu sosyal medya paylaşımlarının araştırmaya katılanlar arasında daha yüksek bilgi seviyesine sahip olanlar üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olduğunu ve ideolojik spektrumun sağında ve solunda olanlar üzerinde farklı şekilde işlediğini tespit etmişlerdir.

Son yıllarda Avrupa’da kitle partileri (özellikle de sağ ve aşırı sağ) gittikçe daha fazla oy almaya başlamışlardır (bkz. Greven, 2016; Muis ve Immerzeel, 2017; Van Assche vd., 2019). Aslında bu yükseliş 1990’lı yıllara kadar geri gitmektedir. Betz (1993) bu yükselişin 80’li yıllarda Sol’un aşırı bölünmüşlüğü ile temellendiğini ifade etmektedir. Bertz’e göre bu dönemde ortaya çıkan yeni politik atmosferin normalde Sol siyasete yaraması beklenirken tam tersi olmuş, kitleler seslerini popülist sağ partiler aracılığı ile duyurmayı tercih etmeye başlamıştır. Bu tür siyasal hareketlerin yükselişi, politik alanda radikalleşmeyi de beraberinden getirmiştir. Özellikle 1980’li yılların sonuna doğru Avrupa’ya gelen göçmenlerin çoğunlukla Asya ve Afrika’dan olması onların fiziksel olarak görünürlüklerini de ön plana çıkarmış, Batı Avrupa ülkelerinde Avrupa’nın yabancı gelenek, kültür ve dinler tarafından işgal edildiği gibi bir algının oluşmasına neden olmuştur (Betz, 1993:416).

Van Assche ve diğerlerine (2019) göre politik partizanlığın açıklanmasında uzun zamandır sosyo-kültürel ve ekonomik-hiyerarşik ideolojik tutumlar kullanılmaktadır. Dalton'a (2013) (akt. Van Assche vd., 2019) göre gittikçe kutuplaşan kamuoyu ve siyasal tartışmalar pek çok bireyin politika ve politikacılar konusunda sinik bir duruma gelmesine yol açmıştır. Bunun yanında göçmen karşıtı duyguların artmış olduğu da gözlemlenmiştir (Pettigrew ve Meertens, 1995; Semyonov, Raijman, ve Gorodzeisky, 2006'den akt. Van Assche vd., 2019). Bu eğilimler, günümüzdeki parti tercihlerini özellikle de sağ parti tercihlerinin artmakta olmasını anlayabilmek için klasik sağ/sol konumlandırmalarının bu yeni temalarla genişletilmesi gerektiğini göstermektedir (Kriesi vd., 2006) (akt. Van Assche vd., 2019).

Van Assche ve diğerleri (2019) bu tutumlara ek olarak günümüzdeki politik konumlanışların açıklanmasına yardımcı olabilecek iki tane daha tutum önermektedirler: siyasal sinizm ve etnik önyargı. Belçika ve Hollanda'da farklı örneklerle yaptıkları çalışmada parti desteğinin dört ana grupta toplandığını belirlemişlerdir: sol, liberal, gelenekçi ve aşırı sağ partiler. Her iki çalışma da sosyal-kültürel ve ekonomik hiyerarşik sağcı tutumların sol parti desteğiyle negatif; özgürlükçü, gelenekçi ve aşırı sağ desteğiyle olumlu yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca ek değişkenler de tutarlı bir şekilde politik sinizm (daha düşük özgürlükçü ve gelenekçi destek), etnik önyargı (daha düşük sol destek) veya her ikisi (daha fazla sağ destek) ile açıklanmıştır.

Yukarıda bahsedilen çalışmalara destek olacak Rooduijn ve diğerleri (2017) tarafından yapılan bir çalışmada, sosyal medyada popülist mesajlara maruz bırakılanların tarafsız mesajlara maruz bırakılanlara göre daha sinik hale geldikleri saptanmıştır. Ancak bu etkinin sadece popülist parti taraftarlarıyla kısıtlı olduğu da eklenmektedir. Başka bir deyişle iktidarda olan ya da köklü bir tarihi olan bir partiyi destekleyen bireylerde bu tür mesajlar sinizm açısından etki etmemektedir. Bununla birlikte, bu tür mesajlara maruz kalmanın genel olarak tüm bireylerde sinizmi destekleyici bir etkisi olduğunu söylemek de akla yatkın görünmektedir.

Popülist partiler, politikacılar ya da medya gibi popülist politika aktörlerine göre, yerleşik partiler ve onların politikacıları sıradan insanların neye önem verdiğine bakmamakta ve sadece kendi çıkarlarına odaklanmaktadırlar (Rooduijn vd., 2017). İleride tartışılacağı

üzere bu araştırmanın bulguları da katılımcıların politika ve politikacılar konusundaki algılarının bu yönde olduğu görülmektedir.

Cumhur İttifakını oluşturan partiler Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)'dir. AKP siyasal kimliğini “*Adalet ve Kalkınma Partisi kendisini siyasetin merkezinde konumlandırıan muhafazakâr-demokrat bir kitle partisidir.*” Şeklinde ifade etmektedir (AK Parti, 2019). Milliyetçi Hareket Partisi Tüzüğünde “Kuruluş, Amaç, ve İlkeler” bölümünde yer alan şu ifadeler yola çıkarak MHP'nin muhafazakar ve milliyetçi demokrat bir kitle partisi olduğunu söylemek mümkündür:

“Yüce Türk Milletinin milli ve manevi değerleri ile tarihi ve kültürel zenginliklerine sahip çıkmak. [...] İnançlı, yüksek ahlaklı ve çağın gerektirdiği niteliklere sahip nesiller yetiştirmek, [...] Milliyetçi Hareket Partisi gücünü mukaddesattan, inançlarından, ilkelerinden ve Türk milletinden alır. [...] Milliyetçi Hareket Partisi, hukukun üstünlüğünü esas alan, çok partili, demokratik ve hür parlâmenter rejim içinde siyasal faaliyetlerin yürütülmesi gereğine [...] inanır” (Milliyetçi Hareket Partisi Tüzüğü, 2009:15-20).

AK Parti, Türkiye siyasal tarihinde Milli Nizam Partisi (MNP), Milli Selamet Partisi (MSP), Refah Partisi (RP) ve son olarak Saadet Partisi (SP) ile temsil olunan ve dini söylemi kendine rehber edinen, “iman ikrarı”na dayalı bir politika takip eden Milli Görüş Hareketi'nin içinden “yenilikçiler” olarak adlandırılan kesim tarafından kurulmuştur (Tekin, 2004:53) (akt. Özdemir, 2012). MHP'nin tarihi ise 1958 yılında Cumhuriyetçi Millet Partisi ile Türkiye Köylü Partisi'nin birleşmesinden doğan Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP) ile başlar. Bu parti 1969 yılında adını Milliyetçi Hareket Partisi olarak değiştirir (Sanlı, 2017). Askeri darbe ile kapatıldıktan sonra 1987 yılında Milliyetçi Çalışma Partisi olarak tekrar faaliyete başlamış ve 1992 yılında adını yeniden Milliyetçi Hareket Partisi olarak değiştirir (Milliyetçi Hareket Partisi, 2019). Bu bilgilerden yola çıkarak Cumhur İttifakı'nı oluşturan ve ortak noktaları muhafazakâr ve dindar olan bu iki partinin Türkiye'deki yerleşik partilerden olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada elde edilen veriler, literatürdeki bazı çalışmaların bulgularından farklı bir şekilde, kendini yerleşik partilerin ittifakı olan Cumhur İttifakı'na yakın hissedenlerin sinizm düzeylerinin diğer iki gruba göre daha düşük olduğu ortaya konulmuştur. Bunun nedeni,

Cumhur İttifakı'nı oluşturan partilerden birinin mevcut durumda iktidarda olması diğerinin de bu partiyi siyasal alanda sürekli destekliyor olması dolayısıyla kendini bu İttifakı oluşturan partilere yakın hisseden bireylerin özellikle duygusal kutuplaşma (Druckman ve Levendusky, 2019) nedeniyle daha fazla sahiplenme ve savunma durumuna geçmeleri olabilir.

Nitel görüşmelerin yapıldığı katılımcılardan siyasal aidiyetini açık ya da dolaylı bir şekilde ortaya koyanlardan Cumhuriyet İttifakı'na yakın olanların siyaset ve siyasetçilere daha olumlu ve onaylayıcı baktıkları görülmektedir. Örneğin siyaseti nasıl değerlendirildiği sorulan katılımcılardan birisi aşağıdaki şekilde cevap vermiştir:

"İyi veya kötü diyemeyiz kişiye göre, beklentilere göre değişiyor. Siyasal anlamda bir yere üye iseniz ve oraya gönüllülük esasıyla hizmet ediyorsanız mutlaka ki bir beklenti vardır vatandaşlarda. Onlar karşılandığı sürece sizin de söylediğiniz gibi işte iyi ya da kötü olarak nitelendirilebilir. Ama net o kötüdür ya da iyidir diye bir kavram oluşturulamaz." (G1-K-35)

Nitel görüşmelerde siyasal aidiyetini açık ya da dolaylı bir şekilde ortaya koyanlardan Millet İttifakı'na yakın olanların ya da herhangi bir siyasal aidiyet hissetmeyenlerin siyaset ve siyasetçilere daha olumsuz baktıkları görülmektedir. Örneğin siyaseti nasıl değerlendirildiği sorulan katılımcılar aşağıdaki şekilde cevap vermiştir:

"Tamamen kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden, siyasal partiler kurumlar, kişiler hepsi için söylüyorum bunu, hepsinde kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettiğini, kitlelerin ya da halkın genel ihtiyaçlarını, amaçlarını umursadıklarını hiç düşünmüyorum. [...] Toplum için halk için bir şeyler yapılması gerekiyorsa, bu siyasetçilerin elinden geçmemeli, siyasetin de içinden geçmemeli. Bir şey yapılmak isteniyorsa yapılır. Bunun için siyasete gerek yok." (G4-E-47)

"Yani siyaset, yani siyaset yapma anlamındaysa, yapılan siyaset hakkında ise hepsi düzmece geliyor bana. Yani hiç kimsenin samimi ve dürüst olduğuna inanmıyorum. Politikacı, yani politikacıya yakınlar, politikacılar, politika yapanlar, politikacıyı destekleyenler." (G9-E-44)

"... yani bilmiyorum ama, bence artık siyaset boş iş gibi, ne işe yarıyor belli değil. Valla ben okul okurken on kere sistem değiştirdiler, benim için mi? Yok, valla beni ve birçok kişiyi tripten tripe soktu bu değişiklikler. Bir sürü sıkıntı yaşadım onlar yüzünden. Benim iyiliği düşünse böyle yapmazlardı. Ama napyolar... valla ben de bilmiyorum!" (G18-K-19)

Nitel görüşmecilerin ifadelerinde siyaset ve siyasetçilere olan güvensizlik çok belirgin olarak görülmektedir. Var oluş nedeni toplumun diğer üyelerinin iyiliği ve refahı için çalışmak olan siyasetçilerin bu işi layıkıyla yapmadıkları düşüncesi görüşmecilerin özellikle

ifade ettikleri bir durum olarak görülmektedir. Politikacıların, katılımcıların hayatlarını kolaylaştırmadığı, hatta onlara faydadan çok zararları olduğu da ifadelerden anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle nitel görüşmelerin yapıldığı katılımcılarda siyasal sinizm düzeyi yüksek çıkmıştır.

3.1.2. Cinsiyet ve Siyasal Sinizm

Katılımcıların cinsiyetlerine göre siyasal sinizmlerinin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan t-Testi sonuçları Tablo 3.2.'de sunulmuştur.

Tablo 3.2.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan t-Testi sonuçları

Cinsiyet	N	X	SS	Sd	t	p
Kadın	316	43.88	8.73	701	-1.37	.17
Erkek	387	42.89	10.43			

Tablodan da izleneceği gibi kadın ve erkek katılımcıların siyasal sinizm puanları arasında anlamlı fark bulunmamaktadır (t:-1.37; p>.17). Dolayısıyla siyasal sinizm açısından kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Literatürde doğrudan sinizm ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya bu araştırmanın yapıldığı sürede rastlanmamıştır. Ancak cinsiyet ve politika arasındaki ilişkiye dair pek çok çalışma bulunmuştur. Bu çalışmalara, elde edilen bulguları yorumlama ve onlardan çıkarımda bulunmada yardımcı olabilecekleri için kısaca değinilecektir.

Politika konusunda kadın ve erkekler arasında farklar olduğuna dair çalışmalar bulunmaktadır (bkz.: (Ferrín, vd., 2019; Inglehart ve Norris, 2000; Iversen ve Rosenbluth, 2006; Kaufmann, 2016; Lizotte ve Sidman, 2009). Örneğin cinsiyetler arasında politika konusunda görülen bu önemli fark Lizotte ve Sidman'e (2009) göre riskten kaçınma (risk aversion) kuramı ile açıklanabilir. Buna göre kadınların emin olmadıkları bir konuda tahmin yürütme olasılıkları erkeklere göre daha düşüktür. Dolayısıyla, erkeklerin emin olmadıkları konularda “bilmediklerini” söylemek yerine konu üzerine “tahmin” etme yolu ile yorumda bulunma eğilimleri pek çok çalışmada erkeklerin politika konusunda daha bilgi oldukları gibi

bir sonuca yol açmaktadır. Oysa geçmişte yapılan çalışmalarda herhangi bir konudaki soruya verilen “bilmiyorum” cevaplarının elenmesi, kadın ve erkek arasındaki siyasal bilgi farkının olduğundan fazla çıkmasına dolayısıyla da kadınların siyaset ile ilgili bilgilerinin tam olarak değerlendirilememesine yol açmıştır (Lizotte ve Sidman, 2009). Dolayısıyla, Lizotte ve Sidman’a (2009) göre kadın ve erkeklerin politik davranışları arasında önemli değişiklikler vardır. ABD örneğinde, kadınlar daha çok siyasetin solunda konumlandırabilecek olan Demokrat Partiye oy verme ve muhafazakar konulara daha az taraftar olma eğilimindedirler (Kaufmann, 2006). Iversen ve Rosenbluth (2006) bunun nedenlerinden birinin gittikçe daha fazla kadının iş gücüne katılmaya başlaması olduğunu düşünmektedirler. Ferrin ve diğerleri’ne (2019) göre ise kadınlar ve erkekler farklı konuları ‘siyasal’ olarak değerlendirdikleri için, genelde erkek bakış açısının baskın olduğu bir siyasal atmosferde kadın ve erkeklerin siyasetle ilgileri farklılık göstermektedir.

Inglehart ve Norris’in (2000) aktardığına göre 1980’lerin başında ve 1990’ların ortasında World Values Surveys (Dünya Değerler Araştırmaları) tarafından yaklaşık 60 ülkede yapılan bir araştırmada, seçimlerdeki kadın ve erkek davranışlarında değişim olduğu ortaya konulmuştur. Buna göre gelişmiş sanayi ülkelerinde kadınlar erkeklerden daha fazla sola kaymaktadır. Ancak bu durum eski komünist toplumlar ve gelişmekte olan ülkeler için geçerli değildir, buralarda kadınlar daha çok sağ eğilimli görülmektedirler. Ülkeler arasında görülen bu farkın nedeni olarak, gelişmiş sanayi ülkelerindeki yapısal ve kültürel değişimlerin kadın ve erkeklerin, özellikle de daha genç nesillere ait olanların, değer yapılarında neden olduğu değişim gösterilmektedir. Buradan yola çıkarak kadın ve erkekler arasındaki politik davranış farkının toplumların ulusal düzeyde ekonomik ve politik modernleşmesi ile paralel giden bir süreç olduğu söylenebilir.

Bir başka çalışmada, Hanson ve diğerleri (2010) sosyal medya kullanımı ve siyasal sinizm arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. ABD’de 2008 yılında yapılan başkanlık seçimi sırasında gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına göre bireylerin siyasal sinizmin düzeylerini tespit etmek için onların sosyal medya kullanımlarından çok bireysel arkaplanlarına ve medya kullanma farklılıklarına bakmak daha etkili sonuçlar vermektedir. Aynı çalışma, sinizm ile eğitim, yaş ve cinsiyet arasındaki ilişki de incelenmiş ve sadece cinsiyetin politik sinizm konusunda bir belirleyici olduğunu saptamışlardır. Diğer faktörlerle

birlikte değerlendirildiğinde, araştırma sonuçları öz yeterliliği (self-efficacy) düşük olan, yani bireysel olarak yaptıklarının genel olarak politikaya etki etmeyeceğini/edemeyeceğini düşünen (Campbell, Gurin, and Miller, 1954; akt. Hanson vd., 2010) ve kendi gibi düşünenleri bulmak amacıyla siyasal bilgi aramayan erkeklerin daha sinik olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Ya da başka bir deyişle sonuçlar, öz yeterliliği yüksek olan ve kendi gibi düşünenleri bulmanın yararlı olacağını düşünerek siyasal bilgi arayan ve bu bilgi için sosyal paylaşım sitelerine yönelen erkeklerin daha az sinik olduğunu göstermektedir.

Bu araştırma elde edilen bulgular da kadın ve erkekler arasında siyasal bir konumlanış olarak değerlendirilebilecek olan siyasal sinizm açısından bir farka rastlanamamıştır. Kadın ve erkeklerin sağ ve sol olarak konumlanmalarına dair bilginin ise toplanan verilerden çıkartılması mümkün değildir. Çünkü Türkiye'nin mevcut siyasal profilindeki konumlanmalar geleneksel sağ ve sol ideolojik temellerden farklı dinamiklere dayalı olarak oluşmuştur. Cumhur ittifakı net bir şekilde sağ kanatta konumlanan partilerden oluşurken, Millet ittifakı bu konuda net bir sınıflamaya izin vermemekte, daha çeşitli bir yapı sergilemektedir.

Yapılan nitel görüşmelerde de kadınlar ve erkekler arasında siyasal sinizm açısından belirgin bir farka rastlanmamış ancak yukarıda anlatıldığı üzere siyasal aidiyete bağlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

3.1.3. Yaş ve Siyasal Sinizm

Katılımcıların yaş gruplarına göre siyasal sinik tutumlarının değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.3.'de sunulmuştur.

Tablo 3.3.: Katılımcıların yaş gruplarına göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler		Kareler		
	Toplamı	sd	Ortalaması	F	p
Gruplararası	275,61	3	91,89	.97	,40
Gruplarıçi	65853,74	699	94,21		
Toplam	66129,35	702			

Tablo 3.3.'den de izleneceği gibi yaş gruplarına göre katılımcıların siyasal sinik tutumlarına dair anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F_{(3,699)}=0,97$, $p>,40$). Dolayısıyla hangi yaş grubuna ait olursa olsun katılımcıların siyasal sinik tutumları farklılık göstermemektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization, WHO) (1998) ve Birleşmiş Milletler (United Nations, UN) (1982) sağlık ve suç alanlarında kullanılmak üzere oluşturdukları yaş sınıflamasında biyolojik, fiziksel ve sosyal olarak gösterdikleri özelliklere göre 15 ve altı (bebeklik ve çocukluk), 15-24 (gençlik), 25-44 (genç yetişkinlik), 45-64 (orta yaşlılık) ve 65+ yıllar (yaşlılık) olarak ayırmaktadır. Bu araştırmadaki katılımcılar Tablo 1.2.'de görülebileceği gibi en az oy verme yaşına gelmiş (18 yaş) gençlerden başlayarak tüm yaş gruplarından oluşmaktadır. Bu bağlamda araştırmada hem dijital yerlilerden hem de dijital göçmenlerden katılımcılar bulunmaktadır.

Yamamoto ve Kushin (2014) ABD'de 2008 başkanlık seçimlerinde üniversite gençleri arasında yaptıkları bir araştırmada sosyal medyada yürütülen kampanyalarla sinizm arasında olumlu bir ilişki bulduklarını bildirmişlerdir. Bu seçim, adaylardan Barack Obama'nın kampanya döneminde sosyal medyayı çok etkin bir şekilde kullanması nedeniyle gençlerin rekor bir düzeyde katılımının görüldüğü bir seçim olmuştur. Bu sonucun etkisiyle, 2012 yılındaki seçimde de adayların kampanyalarının hepsi sosyal medyaya her zamankinden fazla ağırlık vermişler (Cohen vd., 2012) ve bunun üzerinden bir önceki seçimdeki gibi özellikle genç seçmenleri sandığa çekmeyi hedeflemişlerdir .

Üniversiteli gençler sosyal medyayı en yoğun kullananlar olsalar da (Smith, Rainie, ve Zickuhr, 2011, akt. Yamamoto ve Kushin 2015), üniversite öğrencisi olmayan gençlere göre sosyal medyayı siyasal amaçları için farklı bir şekilde kullanabilmektedirler. Bazıları sosyal medyada siyasal içerikli haberlere sadece tesadüfi olarak maruz kaldıkları için bu haberler onlarda hoşnutsuzluk yaratabilmektedir. Ancak çalışma sonucuna göre, sosyal medyada (bilinçli olarak) siyasal içerikli bilgi tüketimi de sinizmi ve siyasete karşı ilgisizliği artırmaktadır. Sosyal medyanın politika için doğası gereği iyi olduğuna dair popüler görüşün aksine bu çalışma bunun tam da aksi yönde artmakta olan kanıtlara bir yenisini eklemektedir (Yamamoto ve Kushin, 2014).

Bachmann ve diğeri (2010) tarafından çevrimiçi ya da çevrimdışı haber tüketme tercihlerinin politik katılım üzerindeki etkilerini karşılaştırmak için yapılan bir başka çalışma, gençlerin internet'i daha yoğun bir şekilde kullanıyor olmalarından yola çıkarak, bu etkilerin genç ve daha yaşlı yetişkinler üzerindeki etkilerin ne kadar çeşitlilik gösterdiğini incelemiştir. Çalışmanın sonunda, İnternet kullanımının bireylerin siyasal katılımları üzerinde yaşlarına göre değişen etkileri olabileceği ortaya konulmuştur. Çevrimiçi medya tercihinin etkilerinin gençler üzerinde yaşlılara göre daha kuvvetli olduğu belirlenmiştir.

Edinilen bu bulgulara göre çevrimiçi Bilgi edinmek, gençler için daha önemli görünmektedir ve bu durum İnternet'in yaş grupları arasındaki siyasal katılım farkının azalmasına yardımcı olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Çünkü gençlerin genel olarak Bilgi edinmek için çevrimiçi kaynaklara başvurma olasılığı daha yüksektir ve yine bu genç grubun yarısının siyasal içerikli Bilgi için de çevrimiçi kaynaklara başvurması kuvvetle muhtemeldir (Bachmann vd., 2010). Moeller vd., (2013) bunu destekler şekilde, gazete ve televizyon gibi geleneksel haber kaynaklarından gittikçe uzaklaşan dijital yerliler için aktif bir iletişim süreci içinde olmaları koşulu ile (çevrimiçi tartışmaya katılma ya da bir mesajı bilerek başkalarına iletme gibi) en iyi bilgilendirilme yolunun İnternet olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Başka bir deyişle, geleneksel pasif bilgi edinme kaynaklarından farklı olarak, gençler siyasal bilgi üretme ve yayma konusunda aktif bir rol aldığıında siyasal etkililikleri önemli derecede artmaktadır.

Xenos ve diğeri (2014) ABD, Avustralya ve Birleşik Krallık özelinde yaptıkları bir araştırmada sosyal medya kullanımı ve siyasal katılım arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bununla birlikte son on yıl içinde sosyal medyanın haber edinmenin dışında bireylerin özellikle de gençlerin politik katılımlarını doğrudan etkilediğini somut olarak gösteren pek çok olay gerçekleşmiştir. “Arap Baharı” olarak adlandırılan ve Ortadoğu ve Kuzey Afrika'daki baskıcı rejimlere karşı başlayan hakeret bunlardan birisidir. Bir diğeri ise Amerika'da başladıktan sonra dünyanın farklı yerlerinde etkisini gösteren “Wall Street'i işgal et” hareketidir. İspanya'da başlayıp Avrupa ülkelerinin çoğunda kitleleri mobilize eden “İndignados” hareketleri de sosyal medya üzerinden organize edilmiştir ve kısa bir süre içinde küresel etkiler göstermiştir (Shirky, 2011, akt. Köseoğlu ve Al, 2013). Türkiye'de İstanbul'da “Taksim Gezi Parkı Eylemleri” de aynı şekilde sosyal medya

üzerinden pek çok genci mobilize etmiş ve politik eylemlere katılmalarına yok açmıştır (Delibaş, 2017; Köseoğlu ve Al, 2013). “İran Yeşil Devrimi”, “Londra isyanları” ve “Moldova’daki Twitter devrimi” gibi diğer sosyal hareketler de, benzer siyasal hareketlerde sosyal medya kullanımının gelecekte daha etkili bir hal alacağını siyallerini vermektedir (Çıldan vd., 2012).

Şener ve diğerlerinin (2015) yaptığı bir çalışmaya göre, Türkiye’de yaş yükseldikçe sosyal medyada siyasal görüşünü beyan etme oranı artmaktadır ve en yaygın gerekçe olarak “Siyasal düşüncelerimi başkalarının bilmesi hoşuma gitmiyor, benim özel alanım” ifadesi kullanılmaktadır. Bu sonuç, genç bireylerin içinde bulundukları durumdan kaynaklı güvensizlik duymalarıyla açıklanabilir. İlerleyen yaş ile elde edilen tecrübe, siyasal görüşlerin daha rahat beyan edilmesini sağlıyor ya da böyle bir şeyin sonuçlarına karşı duyabilecek sosyal, ekonomik ve psikolojik sermaye toparlanmış oluyor demek de mümkündür. Putnam (1995) (akt. Bachmann v.d., 2010), bireylerin yaşları ilerledikçe oy kullanma ve politik katılımında bulunma eğiliminde bir artış olduğunu söylemektedir. Yukarıda sözü geçen çalışmalar gençlerin İnternet ve özellikle de sosyal medya kullanmaları nedeniyle siyasete olan ilgilerinin (olumlu ya da olumsuz) ve katılımlarının artmış olduğuna dair bulgular sunmuştur.

Buradan yola çıkarak gençler ve üst yaş grubuna ait bireyler arasında bu konudaki farkın bir miktar kapanmış olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Bu çalışmada siyasal sinizm konusunda yaş grupları arasında herhangi bir farkın olmaması da bu farkın azalmış olmasıyla açıklanabilir. Araştırmanın bu konudaki nitel verileri de nicel bulguları destekler niteliktedir:

“...yıllardır hiçbirşey de değişmedi. Kesesini dolduran dolduruyor. Bizi düşünen yok. Ha o, ha bu, hiç farketmiyor. Hepsi sağ siyaset yapıyor bence, bolca laf ebeliği. Halk da kaniyor bunlara. Bize siyasetten fayda yok anlayacağınız.” (G17-E-55)

“Ben gencim ama siyasetçiler hep yaşlı. Bizi anlamayan, dinlemeyen, eski kafalı siyasetçiler bana ne fayda sağlar ki. Beni anlasa, beni düşünse eğitimi iyi yapardı. Arkadaşlarımdan çoğu yurtdışına gitmek istiyor, burdan kurtulmak için. Çevremde de kimse sevmiyor siyasileri, güvenmiyorlar da...” (G18-K-19)

Yapılan nitel görüşmelerde de yaş grupları arasında siyasal sinizm açısından belirgin bir farka rastlanmamıştır. Yukarıdaki biri 19, diğeri 55 yaşında olan katılımcılara ait

ifadelerden de anlaşılacağı gibi, yaş gruplarının siyasal sinizm konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Yaşı büyük olan katılımcının siyasetçilerin çıkarıcılığına ve sadece kendi çıkarlarını düşündüklerine dair bir vurgu yaparken, genç katılımcı siyasetçilerin kendilerini (gençleri) düşünmedikleri, değer vermediklerine vurgu yapmaktadır. Ancak her iki grup temsilcisi de öz olarak siyasetçilere güvensizlik duyduklarını ifade etmişlerdir.

3.1.4. Gelir Düzeyi ve Siyasal Sinizm

Katılımcıların gelir düzeyine göre siyasal sinik tutumlarının değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.4.'de sunulmuştur.

Tablo 3.4.: Katılımcıların algılanan gelir düzeyine göre siyasal sinizm puanlarına uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler		Kareler		
	Toplamı	sd	Ortalaması	F	p
Gruplararası	355,05	2	177,52	1.88	,15
Gruplariçi	657747,30	700	93,96		
Toplam	66129,35	702			

Tablo 3.4.'den de izleneceği gibi algılanan gelir düzeyine göre katılımcıların siyasal sinizmleri farklılık göstermemektedir ($F_{(2,700)}=1,88$, $p>,15$). Bir başka deyişle, farklı gelir düzeyine sahip bireylerin siyasal sinik tutumları benzerlik göstermektedir.

İlgili literatürde bireylerin gelir düzeyleri ile siyasal davranışları ve sinik tutumlar arasında ilişki olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Hariri ve Leesen'in (2015) araştırmasında bireylerin beyanlarına dayalı olarak toplanan verilere göre yapılan analizlerde gelir ve oy verme arasında bir ilişki görünmezken, analizler için resmi kayıtlara dayalı gelir bilgileri kullanıldığında gelir ve parti seçimi arasında anlamlı ve kuvvetli ilişki olduğu görülmüştür.

Ekonomik konular, partilerin siyasal kimliklerinde hala merkezi bir konumdadır. ABD özelinde, Demokratlar ekonomik olarak daha az şanslı olanları temsil ederken, Cumhuriyetçilerin zenginleri temsil ettiğine dair çok fazla kanıt bulunmaktadır

(Ansolabehere, Rodden ve Snyder, 2006; Bartels, 2006, akt. Rigby ve Wright, 2013). Ekonomik konuların seçmenlerin oy verme davranışlarında da önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu söylemek mümkündür.

Aristo, büyük bir ekonomik eşitsizliğin olduğu yerde, zenginlerin ellerinde bulundurdıkları kaynaklarla paralel bir güç arayışına girdiklerini ve demokratik yönetimi yıkmaya yönlendiklerini gözlemlemiştir. Aristo'nun bu tespitinden bu yana siyaset bilimciler demokrasinin düzgün bir şekilde işlemesi için ekonomik kaynakların nispeten eşit bir şekilde dağıtılmasının büyük bir önem arz ettiğini kuramsal olarak açıklamaktadırlar. Yine de ekonomik eşitsizlik, 1980'lerin ortasından beri dünyanın zengin ve üst-orta gelirli demokrasilerinde artmaktadır ve bu eğilim 1970'lerin başında başlamıştır. Yirmi dört ülkede farklı zamanlarda bireylerin davranışları incelendiğinde, ekonomik eşitsizlikteki artışların demokrasinin işleyişini olumsuz yönde etkilediği, bireylerin siyasete olan ilgisinin azaldığı ve oy verme oranlarının azaldığı tespit edilmiştir (Solt, 2008).

Diğer yandan, Branton (2003), tarafından yürütülen bir çalışmada ise, bireysel düzeyde incelendiğinde gelir ve cinsiyet ile oy verme davranışı arasında tutarlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Bunun yerine, bireysel düzeyde parti aidiyeti ile oy verme davranışı arasında daha tutarlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Kenski (2006), internet kullanımı, siyasal etkililik ve bilgi arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada, bireylerin siyasetle olan ilişkileri ile eğitim, gelir ve yaş gibi demografik özellikleri arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. ABD özelinde İnternet kullanımı olanlar daha genç, daha eğitilmiş ve daha yüksek gelirli olanlardan oluşmaktadır ve bu grupta yer alanların Cumhuriyetçi olma olasılıkları, internet erişimi olmayanlara göre daha yüksektir. Aynı çalışmada internet erişimi olmayanların Demokrat olma olasılıkları daha yüksek bulunmuştur. Bu kişiler siyasal içerikli bilgileri daha geleneksel kaynaklardan elde etmektedirler. Bu nedenle aynı çalışmada, İnternet'in sinizmi azaltmadığı (Kaid, 2003, akt. Kenski, 2006), sonucuna varılmıştır. Çünkü daha önce de değinildiği üzere sinizm bireylerin politikacı ya da hükümetin onların taleplerine karşılık verip vermediğine dair algılarıyla bağlantılıdır (Niemi vd., 1991, akt. Kenski, 2006) ve Kenski'nin çalışmasında bu algı ile İnternet arasında olumlu bir ilişki görülmemiştir.

Yukarıda sözü edilen çalışmalar ağırlıklı olarak bireylerin gelir düzeyleri ve siyasal katılımları üzerine yoğunlaşmakla birlikte, gelir düzeyi ve siyasete yaklaşım arasında tespit edilen olumlu ilişki belirli bir noktaya kadar siyasal sinizm ile gelir arasında da bir fark olabileceğini göstermektedir. Ancak bu çalışmanın bulgularına göre, bireylerin algıladıkları gelir düzeyleri onların sinizm düzeylerinde herhangi bir farklılık yaratmamaktadır. Bunun nedeni Hariri ve Leesen'in (2015) çalışmalarında bildirdikleri gibi bireylerin beyan ettikleri gelir ile gerçek gelir düzeyleri arasındaki farklılık olabilir.

3.1.5. Siyasetçilerin Söylemlerine Dair Düşünceler

Katılımcıların siyasetçilerin siyaset yaparken kullandıkları söylemler hakkındaki düşünceleriyle ilgili elde edilen frekans ve yüzde değerleri Tablo 3.5.'de verilmiştir.

Tablo 3.5.: Katılımcıların siyasetçilerin siyaset yaparken kullandıkları söylemler hakkındaki düşünceleriyle ilgili elde edilen frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	Son derece düzeysiz buluyorum		Biraz düzeysiz buluyorum		Emin değilim		Düzenli buluyorum		Son derece düzenli buluyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Genel olarak siyasetçilerin demeçleri, konuşmaları ve birbirleri ile tartışma biçimleri hakkında düşünceniz nedir?	401	57,0	207	29,4	69	9,8	22	3,1	4	0,6
2. Bildiğiniz, özellikle takip ettiğiniz siyasetçilerin konuşmaları ve tartışmaları hakkında düşünceniz nedir?	118	16,8	152	21,6	202	28,7	186	26,5	45	6,4

Tablo 3.5.'deki ilk soruya verilen cevaplardan görülebileceği gibi, katılımcıların %86,5'ü genel olarak siyasetçilerin demeçleri, konuşmaları ve birbirleri ile tartışma biçimlerini ya son derece düzeysiz bulmakta (%57,0) ya da biraz düzeysiz bulmaktadır (%29,4). Dolayısıyla katılımcılar siyasetçilerin söylemlerini düzeysiz olarak değerlendirmektedirler. Aynı tablodaki ikinci soruya verilen cevaplara bakıldığında ise katılımcıların %38,4'ü bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilerin söylemlerini ya son derece düzeysiz bulmakta (%16,8) ya da biraz düzeysiz bulmaktadır (%21,6).

Katılımcıların %32.9'u ise bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilerin söylemlerini düzeyli (%26,5) ya da son derece düzeyli (%6,4) bulmaktadır.

Araştırma verilerine göre katılımcıların çok büyük bir kısmı genel olarak siyasetçilerin demeç, konuşma ve tartışma biçimlerini düzeysiz bulurken, konu bildikleri ya da takip ettikleri siyasetçiler olduğunda bu oran önemli oranda düşmekte ve cevapların “emin değilim” seçeneğine kaydığı görülmektedir. Bu durum, katılımcıların siyasetçileri değerlendirirken nesnel olmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Ciddi bir kutuplaşmanın olduğu bir atmosferde, katılımcıların kendilerine yakın olan siyasetçileri değerlendirirken bu kutuplaşmanın etkisinde kaldıkları söylenebilir. Çünkü kendilerine yakın hissettikleri ve takip ettikleri siyasetçiler, katılımcıların duygu ve düşüncelerine paralel bir şekilde demeç verdikleri, konuştukları ya da tartıştıkları için katılımcıların da bunların düzeyi konusunda tarafsız karar vermeleri zorlaşmaktadır denilebilir.

Tablodaki yüzdelik oranlara bakıldığında, genel olarak politikacılarla ilgili algıları olumsuz olanların oranı %86,5 iken, yakın hissedilen ve takip edilen siyasetçilerle ilgili algı, emin olmayanlar bir kenara alındığında, oranları birbirine yakın iki büyük gruba ayrılmaktadır. Bu grubun %38.4'lük kısmı yakın hissettiği ve tanıdığı politikacıların politika yapma tarzını düzeysiz bulurken, %32.9'u düzeyli bulmaktadır. Buradan, genel olarak politikacıların tarzını düzeysiz bulduğunu söyleyen katılımcıların aslında kendileri gibi düşünmeyen politikacıları kastetmiş olduğu sonucuna varılabilir.

Bireylerin partiler ya da politikacılarla olan duygusal bağları (olumlu ya da olumsuz) onların bu parti ve politikacıların ideolojik konumlanmalarını daha uç bir konumda algılama eğiliminde olmalarına neden olmaktadır. Özellikle kutuplaşmış politik ortamlarda bireylerin parti ya da politikacılarla olan duygusal bağları onların politika ile ilgili konulardaki algılarını etkilemektedir. Dikkat çekici bir şekilde, duygusal kutuplaşmanın (Affective Polarization) yoğun olduğu ortamlarda, yani birbirine muhalif parti taraftarlarının ya da destekleyicilerinin birbirinden hoşlanmaması ve birbirine güvenmemesi (Druckman ve Levendusky, 2019), ideolojik bir kutuplaşma olmasa da bireyler böyle bir durum olduğuna inanmaktadır (Warda ve Tavits, 2019). Bu bulgular, Türkiye’de ve pek çok ülkede politikacıların ideolojik olmayan konular üzerinden, örneğin din, mezhep, etnik köken gibi bireylerin inanç ve duygularının baskın olduğu konular, vatandaşları kutuplaştırarak bunun üzerinden oy toplama pratiklerini

açıklayabilir. Buna ek olarak Tablo 3.5.’deki veriler de duygusal kutuplaşma üzerinden açıklanabilir görünmektedir.

Druckman ve Levendusky (2019) bireylerin diğer partilere oy verenlerden hoşlanmayabileceğini ancak diğer partinin elitlerini kesinlikle sevmediklerini tespit etmişlerdir. Bu sonuç, bireylerin genel olarak politikacılar hakkında olumsuz fikir beyan ederken bildiği, özellikle takip ettiği siyasetçiler hakkında daha olumlu fikir beyan etmesini açıklayıcı görünmektedir.

Siyasal kutuplaşma politika alanında genel olarak olumsuz bir algıya sahiptir. Bazı siyasal uzmanlar, siyasal kutuplaşmanın seçmen davranışı üzerinde zararlı bir etkiye sahip olduğu yönündeki endişelerini dile getirmiş olsalar da, bazı uzmanlar da bu kutuplaşmanın iki ana parti arasında net seçimler sunarak aslında seçmenlere fayda sağlayabileceğini savunmuşlardır (Pierce ve Lau, 2019).

Bununla birlikte, demokrasi teorilerinin ortaklaştığı nokta “oy verme” eyleminin halkın egemenliği düşüncesi açısından vazgeçilmez olmasıdır. Demokrasi içinde bu kadar merkezi bir işlevi olan bu eylemin “iyi bir şekilde” yapılması da normatif olarak istenen bir şeydir (Brennan, 2012, akt. Pierce ve Lau, 2019). Pierce ve Lau’a (2019) göre, kitlesel kutuplaşma olgusunun yarattığı korkulardan biri, büyüyen siyasal bölünmelerin demokrasinin kalitesine zarar vereceği yönündeki düşüncedir. Fakat merkezi önemi olan ‘*oy kullanma*’ eyleminin “*iyi bir şekilde*” yapılması, seçmenlerin politik yönelimleri ve değerlerine en yakın adayları tespit etmesine ve onları desteklemesini gerektiriyorsa, kutuplaşma konusunda duyulan endişenin yeniden düşünülmesi gerekmektedir. Çünkü yaptıkları çalışmada elde edilen veriler, elit kutuplaşmasının daha fazla vatandaşın doğru oy kullanmasına yardım ettiğini, bunun yanında, kitlesel düzeyde kutuplaşmanın da (ideolojik veya duygusal) doğru oy vermede ABD özelinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın nitel görüşmelerinde ise katılımcıların neredeyse tümü (kendi destekledikleri de dahil olmak üzere) politikacıların siyaset yapma tarzını farklı şekillerde ifade etseler de özde seviyesiz ve hoş olmayan olarak nitelendirmişlerdir. Katılımcıların bazıları bu durumu siyasetçilerin eğitime, bazıları liyakata, bazıları ise kutuplaşmaya ve

karşılıklı olarak tahammülsüzlüğün olmamasına ya da daha önceden vardıysa da azalmış olmasına bağlamaktadır.

“Yani çünkü bi lisans eğitimi almış olması gerekir siyasetçilerin ki almışlardır diye düşünüyorum ya da öyle olduğunu zaten kendileri iddia ediyorlar. Ama söylemlere baktığınız zaman yani bir lisans eğitimi alan bir kişinin söylemleriyle kesinlikle bağdaşmıyor.” (G7-E-35)

“[...]Çoğunlukla Evet muhalefeti de o tarafı da, bu tarafı da, iktidarı da fark etmiyor çoğunlukla saldırı ve işte saldırıyı def etme şeklinde oluşuyor. [...] Şu an son dönemde muhalefet de olsa baktığınızda çok seviyeli bulmuyorum Çünkü tahammül sınırları sanırım aşmış durumda birbirlerini hemen kavgaya, işte karşılıklı hakaretleşmeye dönüşen tavırda bir oturum oluyor. Biz de sıkılıyorz kapatıyoruz mesela” (G1-K-35)

“Gelişigüzel konuşmaması gerekiyor. ama maalesef çoğu siyasal o şekilde. Bunun da sebebi bu en başta söylediğim gibi liyakata dayalı bir siyasal seçim olmaması. [...]Yani evet mesela onu kanallar da söylüyor, biz de görüyoruz bazen konuşmalar öyle bir seviyeye geliyor ki hani normal işte bir kahvede birisinin konuşma tarzına dönüşebiliyor. Yani hani siyasallerin konuşması aslında bu şekilde olmaması lazım. Ne kadar da hani bazen iş böyle alevlense de, sonuçta o kişiler halkı temsil eden kişiler ve bir şekilde örnek olmaları gerekiyor aslında insanlara.” (G13-E-32)

“Güvenilirliği yok diyorum. bana bir güvenilirlik vermiyor. Artık böyle magazine döndü diye düşünüyorum, magazinsel olduğunu düşünüyorum. Siyasetçilerin özellikle konuşma şekilleri, üslupları her şeyi ile siyaset yapılmadığını düşünüyorum.” (G12-K-37)

Yukarıdaki ilk alıntıdan anlaşılaçağı üzere katılımcı politikacıların eğitim düzeyleri ile söylemlerinin birbirini tutmadığını, eğitimli kişilere yakışmayan tarzları olduğunu ifade etmektedir. Sonraki katılımcı ise hem iktidar partisinin hem de muhalefet partisinin politikacılarının tarzlarını tahammülsüz bulduğunu bu nedenle kavgacı bir tarzda siyaset yaptıklarını ifade etmektedir. Bunun sonucu olarak politikacıları televizyonda izlemekten vazgeçebildiğini ifade etmektedir.

Sonraki katılımcı ise politikacıların siyaset yapma seviyelerinin düşüklüğünü, insanların herhangi bir kontrol mekanizması gözetmeden olabildiğince serbest ve seviyesiz konuşabildikleri kahvehanelerdeki tarza benzeterek anlatmaktadır. Bu nedenle politikacıların normalde korumaları gereken seviyeli tarzı korumadıklarını ifade etmektedir. Son katılımcı ise özellikle siyasetçilerin konuşma tarzına vurgu yaparak, siyaset yapma tarzlarının güven vermediğini belirtmektedir.

3.1.6. Siyasal İlgî Düzeyi

Katılımcıların oy kullanma geçmişine dair yüzde ve frekans değerleri Tablo 3.6.'da verilmiştir.

Tablo 3.6.: Katılımcıların oy kullanma geçmişine dair yüzde ve frekans değerleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet, HEP kullandım	509	72,4	72,4	72,4
Evet, BAZILARINDA kullandım	121	17,2	17,2	89,6
Mazeretim nedeniyle (yaş, hastalık, yolculuk) HİÇ kullanamadım	60	8,5	8,5	98,2
Hayır, kullanmak istemedim	13	1,8	1,8	100,0
Toplam	703	100,0	100,0	

Araştırmaya katılanların yarısından fazlasının yukarıda görüldüğü gibi siyasal içerikli bilgileri takip ettiklerini beyan etmeleri, onların siyasetle ilgili oldukları göstermektedir. Tablo 3.6.'da görüldüğü üzere katılımcıların %89,6 gibi yüksek bir kısmı da geçmiş seçimlerde oy kullandığını belirtmiştir. Oy kullanma davranışı, literatürde siyasal katılımın göstergelerinden biri olarak genel bir kabul görmektedir (bkz. Akıncı, 2014; Aydın, 2018; Gökçe vd., 2017; Heywood, 2013; Kalaycıoğlu, 2013).

Katılımcıların yakın hissettikleri partilere dair yüzde ve frekans değerleri Tablo 3.6.a.'da siyasetle ilişkilerine dair yüzde ve frekans değerleri de Tablo 3.6.b.'de verilmiştir.

Tablo 3.6.a.: Katılımcıların yakın hissettikleri partilere dair yüzde ve frekans değerleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cumhur İttifakı	175	24,9	24,9	24,9
Millet İttifakı	315	44,8	44,8	69,7
Diğer	213	30,3	30,3	100,0
Toplam	703	100,0	100,0	

Tablo 3.6.b.: Katılımcıların siyasetle ilişkisine dair yüzde ve frekans değerleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çok yakından ilgiliyim	93	13,2	13,2	13,2
İlgiliyim	183	26,0	26,0	39,3
Biraz ilgiliyim	262	37,3	37,3	76,5
İlgi duymam	111	15,8	15,8	92,3
Hiç ilgi duymam	54	7,7	7,7	100,0
Toplam	703	100,0	100,0	

Tablo 3.6.a.’da görüldüğü üzere yakın hissettikleri parti sorulduğunda katılımcıların yaklaşık 30,3 bu soruya “diğer” olarak cevap vermiş ve siyasal aidiyetini açıkça ifade etmekten kaçınmıştır. Hâlbuki Tablo 3.6.b.’de görülebileceği gibi katılımcıların %76,5’i gibi büyük bir kısmı siyasete çok yakından, yakından ya da biraz ilgi duymaktadır. Araştırma sürecinde pek çok kişi de ankette bulunan bu soru nedeniyle anketi cevaplamayı reddetmiştir. Bunun nedeni sorulduğunda, özellikle kamu sektöründen çalışanlar siyasal aidiyetleri nedeniyle “başlarına bir şeyler gelebileceğini” düşündüklerini ifade etmişlerdir. Bu durum bazı bireylerin siyasete ilgi göstermelerine rağmen ülkedeki politik atmosferin verdiği tedirginlik nedeniyle siyasal aidiyetlerini açık açık ifade edemediklerini göstermektedir. Türkiye dâhil 37 ülkede yapılan bir araştırmanın sonucu da bunu desteklemektedir; Türkiye’de yaşayanların %65’i politik fikirlerini açıklamanın otorite ile başlarını derde sokabileceğini düşünmektedir (Yanatma, 2018). Bu durum 195 ülkeyi kapsayan uluslararası bir raporda Türkiye’nin siyasal, sivil ve medya özgürlükleri konusunda “özgür değil” olarak gösterilmesiyle uyushmaktadır (Freedom House, 2019).

3.2. Siyasal İçerikli Bilgi Edinmeye Yönelik Arayışlar

Araştırmanın ikinci problemi katılımcıların siyasal içerikli bilgi edinme yollarının ve o kaynaklardan elde edilen bilgiler hakkındaki görüşlerinin neler olduğuna dairdir. Bu probleme ve onun alt problemlerine dair bulgular başlıklar halinde aşağıda verilmiştir.

3.2.1. Siyasal İçerikli Bilgi Edinme Kaynakları

Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklarla ilişkili olarak elde edilen bulgular Tablo 3.7.'de sunulmuştur.

Tablo 3.7.: Katılımcıların siyasal bilgi edinme kaynaklarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri

KAYNAKLAR	Kullanırım		Kullanmam	
	f	%	f	%
1. Televizyon	565	80,4	138	19,6
2. Radyo	188	26,7	515	73,3
3. Basılı Gazete	330	46,9	373	53,1
4. Gazetelerin web siteleri	538	76,5	165	23,5
5. Online haber siteleri	565	89,6	108	15,4
6. Sosyal Medya Platformları (Facebook, Twitter vb.)	580	82,5	123	17,5
7. Arkadaşlar, tanıdıklar	479	68,1	224	31,9

Tablodan görülebileceği gibi katılımcıların siyasal bilgi edinme kaynaklarının başında online haber siteleri (%89,6) gelmektedir. Onu Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları (%82,5), televizyon (%80,4) ve gazetelerin web siteleri (%76,5) izlemektedir. Bu kaynakları arkadaşlar ve tanıdıklar (%68,1), basılı gazete (%46,9) ve radyo (%26,7) takip etmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların haber kaynağı olarak ilk iki sırada İnternet ortamındaki kaynakları seçtiği görülmektedir.

Bu bulgular, küresel bağlamda yapılan bir araştırmanın bulgularıyla benzerlikler göstermektedir. Söz konusu çalışmanın bulgularına göre Türkiye’de ve pek çok ülkede haber kaynağı olarak çevrimiçi kaynaklar (sosyal medya dâhil) (%48,5), televizyondan (%40,5) daha fazla tercih edilmektedir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019).

Nitel görüşmelerin yapıldığı katılımcılar da benzer şekilde haber kaynağı olarak İnternet kaynaklarını birincil olarak tercih ettiklerini bildirmişlerdir:

“Daha çok sosyal medya uygulamalarını, uygulamalarına, işte Twitter’dır Facebook’dur, onlardan bakıyorum. İkisinden takip ediyorum yani.” (G13-E-32)

“Ama hafta içi buna fırsatım yok, hafta içi işte daha çok Twitter'dan şey yapıyorum, takip ediyorum olanı biteni. Ya da işte uygulamalar var telefonumda işte Mynet falan, oradan gelen haberlere bakıyorum. Onların güvenilirliği de tartışılır tabii de Mynet özellikle, ama Sözcü'nün de şeyini takip ediyorum Twitter'da.” (G6-K-45)

“Şimdi normalde sosyal paylaşım sitelerinde yani sosyal şeyde, prof...şeyim var, Facebook gibi, Twitter'ı çok az kullanıyorum. Facebook'ta haber olarak haber kaynağında gördüğüm zaman haberin aslına gitmeyi seviyorum. Mesela A Haber'de mi Sözcü gazetesi mi, yoksa Hürriyet'te mi, Cumhuriyet'te mi, nerede yayınlanmış bu haber, aslı var mı, orijinalini görmek için dijital gazete okumaya geçiyorum o zaman.” (G14-K-50)

İlk katılımcının ifadesinden anlaşılacağı üzere haber kaynağı olarak sosyal medya uygulamalarını tercih etmektedir. Sonraki katılımcılar da benzer şekilde haber kaynağı olarak internet kaynaklarını kullandıklarını ifade etmektedirler. Facebook ve Twitter bu kaynaklar arasında en çok adı geçen sosyal paylaşım ağları olarak görülmektedir.

Elde edilen veriler, literatürdeki çalışmalarla paralellik göstermektedir. Giriş kısmında da sözü edildiği gibi bireyler günümüzde gittikçe daha artan bir oranda Bilgi edinmek için İnternet kaynaklarını kullanmaktadır (Fohringer, 2017; Imran vd., 2013; Liu vd., 2016; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019; Sharma vd., 2017; Zeng vd., 2010). Bilgi kaynakları arasında sosyal medya kaynaklarının geleneksel medya kaynaklarından olan televizyondan bile önce gelmesi, basılı gazetelerin ise son sıralarda yer alması son çeyrek asırdır bilgi edinme yönteminin kökten bir değişim geçirdiğini göstermektedir. Haber kaynağı olarak (basılı) gazetelerin internet sitelerinin dahi bağımsız haber siteleri ve sosyal medya kaynaklarından daha az tercih edilir hale gelmesi bireylerin geleneksel medya kaynaklarına gösterdikleri bir tepki ya da güvensizlikten kaynaklandığı söylenebilir. Nitel görüşmelerde bu güvensizlik şöyle ifadelerle belirtilmiştir:

“Tabi tabi, yani, açıkçası şöyle, şu an ülkemizde, tarafsız, sağlıklı doğru bilgi şu kaynaktan alınabilir diyeceğim şu an gelmiyor, hani tek kaynak olarak. Haliyle burada iş, takip edenlere düşüyor diye düşünüyorum.” (G10-E-41)

“İkincisi medya'nın özellikle, işte bizim haberleri izlediğimiz kanalların hemen hemen hepsinin yanlı yayın yaptığını düşünüyorum. Bu da doğal olarak doğru haber almamızı engelliyor.” (G2-E-36)

“A açıkçası iktidarın ya da gücün yanında olan kaynaklara artık çok fazla ne yazık ki itimat etmiyorum. Karar verirken biraz da diğer muhalif olan hesaba bakmaya tercih

ediyorum. Ha tabii ki belki doğru olanı şey de yazıyor olabilir Yani iktidarı destekleyen kaynak da yazıyor olabilir ama özellikle siyaset anlamında bu destekleme artık çok sulandırıldığı için ne yazık ki sulandırıldığı için, bizim ülkede, çok fazla artık takip etmeme durumuna geçiyorum yani.” (G7-E-35)

“Yani o haberle ilgili, yapılan haberle ilgili, farklı şeylere bakıyorum, sitelere bakıyorum ya da kanalların şeylerine bakıyorum Twitter hesaplarına bakıyorum. Ya da gazetelerin Twitter hesaplarına bakıyorum, aynı haberle ilgili. Mesela bir uçak kazasını bir haber kanalı çok farklı yorumluyorken, diğer başka bir haber kanalı ya da Twitter hesabı çok farklı yorumlayabiliyor ya da mesela ölen kişi sayısına, aynı şekilde hani yasaklanabiliyor, öyle yani. Bir şekilde takip etmeye çalışıyoruz neden olduğunu anlamaya çalışıyorum.” (G17-E-55)

İlk görüşmecinin ifadesi net bir şekilde siyasal içerikli bilgi edinmek için güvenilir ve tarafsız bir kaynak olmadığına dair fikrini ortaya koymaktadır. Bu ifade aynı zamanda, güvenilir kaynakların olmaması nedeniyle haberlerin doğruluğu konusunda işin bireylere düşmekte olduğunu söyleyerek bilgi bolluğu karşısında bireyin üzerindeki ağır sorumluluğa da dikkat çekmektedir.

Yukarıda alıntılanan görüşmelerden ikinci, üçüncü ve dördüncü ifade de medyanın yanlı olduğuna vurgu yaparak güven eksikliğini ifade etmektedir. Medyanın büyük bir kısmının iktidar yanlısı ya da taraflı olduğunu ifade eden katılımcılar bu nedenle haber almak için sosyal medyadaki alternatif ya da muhalif kanallara başvurdıklarını, böylece pek çok haber kanalından elde edemedikleri haberleri sosyal medya kaynaklarından elde edebildiklerini söylemektedirler.

3.2.2. Siyasal Bilgi Edinme Amaçlı Sosyal Medya Kaynaklarını Kullanma Sıklıkları

Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için sosyal medya kaynaklarını hangi sıklıkla kullandıklarına ilişkin bulgular Tablo 3.8.’de sunulmuştur.

Tablo 3.8.: Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri

Sosyal Medya Platformları	Gün içinde bir ya da birkaç kere		Bazı günler		Nadiren, Asla	
	f	%	f	%	f	%
1. Facebook	198	28,1	89	12,7	416	59,2
2. Youtube	184	36,2	203	28,9	317	44,9
3. Instagram	292	41,5	109	15,5	302	43
4. WhatsApp	231	32,8	120	17,1	352	50
5. Facebook Messenger	89	12,6	75	10,7	539	76,7
6. Twitter	277	39,2	111	15,8	316	44,9
7. Pinterest	35	5	58	8,3	610	86,7

Tablodan da görüldüğü gibi katılımcıların siyasal bilgi edinme amacıyla sosyal medya platformlarından ilk sırada Instagram'ı (%41,5), ikinci sırada Twitter'ı (%39,2) üçüncü ve dördüncü sırada ise Youtube (%36,2) ve WhatsApp'ı (%32,8) her gün kullanmayı tercih etmektedirler. Bunları ise Facebook (%28,1), Facebook Messenger (%12,6) ve Pinterest (%5) izlemektedir.

Katılımcıların bilgi edinmek amacıyla ilk iki sırada Instagram ve Twitter'ı tercih etmeleri, bu iki uygulamanın gençler arasında daha popüler olmasıyla açıklanabilir. Araştırmaya katılanların büyük oranda gençlerden oluşması da bu sonuçlara neden olmuş olabilir. Aşağıda verilen Tablo 3.8.a.'da gösterildiği üzere, yaş ile siyasal konularda bilgi almak için kullanılan medya türleri arasında yapılan çapraz tablolamada Facebook'u hiç kullanmadığını bildirenlerin oranı 18-24 yaş grubu içinde 53,1 iken 45 yaş ve üstü grupta bu oran %20,3'tür. Instagram gün içinde birden fazla kez kullandığını ifade edenlerin oranı 18-24 yaş grubu içinde %54,5 iken 45 ve üstü yaş grubunda bu oran sadece 16,3'tür. Instagram genelde fotoğraf paylaşım platformu olarak bilinse de politik bilgi sunan pek çok kullanıcı profili bulunmaktadır.

Katılımcıların siyasal içerikli bilgi edinmek için yaş gruplarının Facebook, Instagram ve Twitter kullanım sıklığı ile ilgili bilgiler Tablo 3.8.a.'da verilmiştir.

Facebook'un Instagram ve Twitter'a göre daha az tercih ediliyor olması ise nitel görüşme yapılan genç katılımcılar tarafından şöyle ifade edilmiştir:

"Facebook'u artık kullanmıyorum çünkü hep amcalar ve teyzelerle dolu. Garip garip paylaşımlarda bulunuyorlar. Ben Instagram'ı ya da diğer programları tercih ediyorum" (G19-K-19)

"Facebook? Kullanmıyorum. Hesabım var ama kullanmıyorum. Bir ara almıştım bir hesap. Ama sanki Türkiye'de bütün akrabalarım orda gibi. Bu benim hoşuma gitmiyor. Instagramı tercih ediyorum. Orda çok güzel paylaşımlar yapan, haberler veren hesaplar... Onlar... Yani tercihim o hesaplar." (G16-E-21)

"Haber falan merak edersem girerim Youtube'a, herşey var orda ya da Instagram da güzel. Facebook artık demode oldu. Teyzeler gün yapıp fotoğraf paylaşıyorlar. Hiç sevmem. Sildim hesabımı da." (G18-K-19)

İfadelerden anlaşılacağı gibi, genç katılımcılar Facebook'u kendilerinden daha büyük aile üyeleri ya da tanıdıkları ile karşılaşmamak ya da onların paylaşımlarından sakınmak için kullanmadıklarını ifade etmektedirler. Bu ifadelerden, katılımcılar içindeki gençler arasında Instagram, Twitter ve Youtube'un haber kaynağı olarak daha popüler olduğu görülmektedir.

Ancak, literatürde Facebook'un hala bilgi kaynağı olarak en çok tercih edilen sosyal medya platformu olduğunu gösteren çalışmalar vardır (bkz. Fohringer, 2017; Imran vd., 2013; Liu vd., 2016; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019; Sharma vd., 2017; Zeng vd., 2010). Sadece Türkiye, Japonya ve Kuzey Kore'de Youtube, Facebook'u geçerek haber kaynağı olarak en fazla tercih edilen sosyal medya olarak görülmektedir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Tablo 3.8.'de görülebileceği gibi bu araştırmanın bulgularına göre de Youtube, Facebook'dan daha çok tercih edilmektedir.

Tablo 3.8.a.: Siyasal içerikli bilgi edinmek için “Facebook, Instagram ve Twitter Kullanımı” ve “Yaş” çapraz tablolama

		Facebook					Toplam	
		Gün içinde birkaç kere	Gün içinde bir kere	Bazı günler	Nadiren, nerdeyse hiç	Asla		
Yaş	18-24	Sayı	35	16	36	82	191	360
		Yaş içinde %	%9,7	%4,4	%10,0	%22,8	%53,1	%100,0
	25-34	Sayı	45	15	19	19	29	127
		Yaş içinde %	%35,4	%11,8	%15,0	%15,0	%22,8	%100,0
	35-44	Sayı	31	6	11	15	20	83
		Yaş içinde %	%37,3	%7,2	%13,3	%18,1	%24,1	%100,0
	45 ve Üstü	Sayı	34	16	23	33	27	133
		Yaş içinde %	%25,6	%12,0	%17,3	%24,8	%20,3	%100,0
	Toplam	Sayı	145	53	89	149	267	703
		Yaş içinde %	%20,6	%7,5	%12,7	%21,2	%38,0	%100,0
		Instagram					Toplam	
		Gün içinde birkaç kere	Gün içinde bir kere	Bazı günler	Nadiren, nerdeyse hiç	Asla		
Yaş	18-24	Sayı	164	32	58	47	59	360
		Yaş içinde %	%45,6	%8,9	%16,1	%13,1	%16,4	%100,0
	25-34	Sayı	43	8	20	23	33	127
		Yaş içinde %	%33,9	%6,3	%15,7	%18,1	%26,0	%100,0
	35-44	Sayı	18	4	15	19	27	83
		Yaş içinde %	%21,7	%4,8	%18,1	%22,9	%32,5	%100,0
	45 ve Üstü	Sayı	15	8	16	36	58	133
		Yaş içinde %	%11,3	%6,0	%12,0	%27,1	%43,6	%100,0
	Toplam	Sayı	240	52	109	125	177	703
		Yaş içinde	%34,1	%7,4	%15,5	%17,8	%25,2	%100,0
		Twitter					Toplam	
		Gün içinde birkaç kere	Gün içinde bir kere	Bazı günler	Nadiren, nerdeyse hiç	Asla		
Yaş	18-24	Sayı	127	33	51	34	115	360
		Yaş içinde %	%35,3	%9,2	%14,2	%9,4	31,9	%100,0
	25-34	Sayı	49	8	19	22	29	127
		Yaş içinde %	%38,6	%6,3	%15,0	%17,3	22,8	%100,0
	35-44	Sayı	25	7	16	9	26	83
		Yaş içinde %	%30,1	%8,4	%19,3	%10,8	31,3	%100,0
	45 ve Üstü	Sayı	20	7	25	26	55	133
		Yaş içinde %	%15,0	%5,3	%18,8	%19,5	41,4	%100,0
	Toplam	Sayı	221	55	111	91	225	703
		Yaş içinde %	%31,4	%7,8	%15,8	%12,9	32,0	%100,0

Bunlarla bağlantılı olarak gençler arasında da sosyal paylaşım ağlarının birincil haber kaynağı haline geldiğine dair literatürde araştırmalar bulunmaktadır bkz. Ali Muhammad, 2018; Asıgbulmuş, 2017; Bene, 2017; Fohringer, 2017; Kim vd., 2011; Lampe vd., 2012; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019; Şener, 2015; Tarcan, 2015; Westerman vd., 2014; Zeng vd, 2010). Özellikle Facebook dünya genelinde gençler tarafından da birincil haber kaynağı olarak görülmektedir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019).

Nitel görüşme yapılan katılımcılar da benzer şekilde haber alma kaynağı olarak İnternet ve sosyal medya mecralarını kullandıklarını bildirmişlerdir:

“Mesela benim izlediğim (.....) hesabı var. Adamlar çok güzel haber veriyorlar. Gündeme düşmeden ilk olarak bu hesaptan duyduğum haberler de olmuştur. Tarafsızlığı.... yani taraflı ya da tarafsız diyemem, ne bileyim.. yani bana verdiği haber doğru geliyor. Buna benzer, ayrıca takip ettiğim birkaç kişi daha var. Bence iyi böyle hesapların olması.” (G16-E-21)

“İnternet ortamında gazeteler, sosyal medya, Twitter, Facebook. Onun dışında da haber kanalları televizyonda.” (G10-E-41)

“Evet ilk olarak en fazla İnternet’. İşte telefonlar özellikle o küçük tabletlerden, gazeteler, elektronik gazeteler ve çoğunlukla onlar. Sosyal medya içerisinde çıkan ama bilindik haber niteliği taşıyan sitelerin haberleri.” (G1-K-35)

“Onun dışında kişilerden düşünecek olursak mesela işte Facebook'ta ya da Twitter'da Banu Avar'ı takip ediyorum, onu gündemindeki şeylere bakıyorum, nelerden bahsettiğine. Herhangi bir şeyle ilgili bir şey duyduğumda ve de bundan emin olmak istiyorsam, o ne demiş ya da o herhangi bir şey söylemiş mi ona bakıyorum. Siyasal anlamda daha çok onlar oluyor yani.” (G13-E-32)

Yukarıdaki ilk alıntıdan görüleceği gibi, görüşmeci haber kaynağı olarak Instagram'daki bazı hesapları tercih ettiğini ifade etmektedir. Diğer katılımcıların alıntılanan ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medya kaynakları haber elde etmek için yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformları nitel görüşme yapılan katılımcılar arasında popüler haber kaynakları olarak görülmektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse haber elde etmek için katılımcılar çoğunlukla İnternet mecralarına başvurumaktadırlar.

Tablo 3.8.'de görüldüğü gibi katılımcıların yaklaşık %60'ı Facebook'u siyasal içerikli bilgi edinmek için neredeyse hiç kullanmadığını ifade etmiştir. Bunun nedeni aşağıda verilen Tablo 3.8.a.'da görüldüğü gibi özellikle 18-24 yaş arasındaki gençlerin büyük bir çoğunluğu

Facebook’u bu amaçla kullanmıyor olması olabilir. Bunun yanında, bu araştırmanın sonuçlardan farklı olarak siyasal ve genel içerikli bilgi almak için kullanımı önceki yıllara göre düşüş göstermiş olmakla birlikte Facebook’un hala birinci kaynak olarak kullanıldığı görülmektedir. Batı ülkelerinin aksine, örneğin Kanada (7%) ya da Avustralya (7%), Türkiye’de (29%) Facebook’taki açık ve kapalı gruplarda haberlerin ve siyasetin tartışılması da popüler bir uygulama haline gelmiştir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Bir yıl önceki benzer bir araştırmanın raporu siyasal içerikli bilgi almak ve paylaşmak için üçünü şahıslar tarafından gözetlenmeye kapalı mesajlaşma platformu WhatsApp’ın kullanımının da artmakta olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni olarak Facebook, Twitter ve benzeri sosyal medya platformlarının otoriteler tarafından gözetlendiğinin düşünülmesi gösterilebilir (Yanatma, 2018).

3.2.3. Siyasal İçerikli Bilgi Edinme Kaynakları ve Sahip Olunan Görüşe Yakınlık

Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kaynakların kendi görüşlerine yakın olup olması konusunda ne düşündüklerine dair bulgular Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3.9.: Katılımcıların, bilgi kaynaklarının kendi görüşlerine yakınlığına dair görüşleri ile ilgili frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	f	%
Benimle aynı değer yapısında olmalı	183	26,1
Benimle aynı değer yapısında olmasa da olur	325	46,2
Önemli Değil	195	27,7
Toplam	703	100

Tablodan görülebileceği üzere, katılımcıların yaklaşık yarısı (%46,2) siyasal bilgi edindikleri kaynakları hem kendi görüşlerine yakın hem de yakın olmayandan seçtiklerini ifade etmektedirler. Katılımcıların %26,1’i sadece kendi görüşlerine yakın kaynakları seçtiklerini belirtirken %27,7 oranındaki bir grup ise kaynak seçerken herhangi bir değer yapısını temel almadıklarını bildirmiştir.

Katılımcıların bu ifadelere verdikleri cevaplar, anketteki 18. Soruda bulunan ifadelere¹² verdikleri cevaplarla paralellik göstermemektedir. Burada, seçtikleri haber kaynaklarının kendi görüşlerine yakın olmasının gerekmediğini söyleyenlerin %46,2 gibi yüksek bir oranda çıkması, bireylerin “tarafsız ve her kesime saygılı görünme” kaygısından kaynaklandığı söylenebilir. Ancak kontrol amaçlı kullanılan aşağıdaki ifadelere verilen cevaplara bakıldığında bireylerin genellikle kendi görüşlerine yakın haber kaynaklarını tercih ettiklerini görmek mümkündür.

Örneğin, “Siyasal konularla ilgili bilgileri, genellikle okuduğum ve güvendiğim gazete(ler)in web sitelerinden elde etmek bana daha sağlıklı geliyor” ifadesine katılanların oranı %55,9’dır (Kesinlikle Katılıyorum %12,7 ve Katılıyorum %43,2). “Siyasal konular hakkındaki bilgileri sosyal medya platformlarında genellikle izlediğim ve güvendiğim kişiler ya da sık sık ziyaret ettiğim forum, video kanalları vb. aracılığıyla edinmeye çalışırım” ifadesine katılanların oranı ise %58,5’dır (Kesinlikle Katılıyorum %14,4 ve Katılıyorum %44,1). Başka bir bölümde bulunan “Bilip güvendiğim haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında çok yere bakmaya gerek duymam” ifadesine katılanların oranı ise %40,0’dır (Kesinlikle Katılıyorum %9,1 ve Katılıyorum %30,9).

Yapılan nitel görüşmelerde de katılımcılar bu yönde ifadelerde bulunmuşlardır.

“Evet çoğunlukla kendi görüşme yakın olanları tercih ediyorum çünkü bu beni, nasıl diyeyim, güvende tutuyor. Benim gibi düşünüyorlarsa onların yaptıkları haberleri çok sorgulamam gerekmiyor. Yoksa işim zor olurdu.” (G20-E-26)

“Şimdi tarafsız olması, tabii hani daha önemli benim için, aslında. Ama, kendimi iyi hissettiren kısmı da şey, yani hani benim gibi düşünen ya da hani... onları okurken daha mutlu oluyorum yani. Mutlu derken, hani daha bir rahatlıyorum yani. Evet benim gibi düşünen insanlar da var, yalnız değilim falan gibi. Ama tabii tarafsızlık anlamında düşünürsek, yani nasıl diyeyim, oradan aldığım haberler daha doğru tabii ki, daha doğru olduğunu düşünüyorum yani.” (G6-K-45)

“Aynen. Benimle birlikte benim görüşlerine uygun olduğu için zaten orayı izliyorum Evet öyle öyle. Onun için o kanalı izliyorum zaten. [...] Ama ben de güvendiğim bir kaynaktan sürekli dinliyorum, izliyorum, takip ediyorum. Kendimce ben diğer kaynakları doğru bulmuyorum.” (G3-K-45)

¹² 18- Siyasal içerikli bilgi edinme ile ilgili aşağıda yer alan ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz (her bir madde için size uygun olan seçeneği (X) şeklinde işaretleme yaparak cevaplayınız.

"Ben... evet... galiba bana doğru gelen haberler yapan yerleri tercih ediyorum. Neden bilmem ama. Yani ... işte doğru haber yapıyorlar, biliyorum ondan yani. Diğerleri saçmıyor bence." (G18-K-19)

Yukarıdaki söylemlere bakıldığında haber kaynağı seçerken katılımcılar çoğunlukla kendi görüşlerine yakın olan kaynakları tercih etmektedirler. Bunun temel nedeni olarak bu kaynakların güven vermesi görülmektedir. Bildik kaynaklar, katılımcılara daha az sorumluluk ya da iş bıraktığı için tercih ediliyor gibi durmaktadır. İfadelerden çıkan sonuca göre bu kaynaklardan elde edilen haberlerin katılımcıların görüşleriyle paralellik göstermesi, onlara yalnız olmadıkları, kendileri gibi düşünen başka insanlar olduğunu hissettirdiği için iyi gelmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların haber kaynağı seçerken duygusal bir duruş sergilediklerini, mevcut siyasal duruşlarına uygun kaynaklar seçerek herhangi olası bir bilişsel çelişkidenden sakınmayı tercih ettiklerini söylemek mümkün durmaktadır.

3.2.4. Siyasal İçerikli Haberlere Gösterilen İlgi

Katılımcıların televizyon, radyo, gazete ya da sosyal medya platformlarındaki siyasete ilişkin haberlere gösterdikleri ilginin düzeyine dair bulgular Tablo 3.10.'da sunulmuştur.

Tablo 3.10.: Katılımcıların, siyasal içerikli bilgilere gösterdikleri ilgi düzeylerine dair frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	f	%
Çok yakından takip ederim	114	16,2
Takip etmeye çalışırım	272	38,7
Denk gelirse izlerim/dinlerim	207	29,4
Pek takip etmem	75	10,7
Hiç takip etmem	35	5,0
Toplam	703	100

Tablodan görülebileceği üzere, katılımcıların %16,2'si televizyon, radyo, gazete ya da sosyal medyadaki siyasete ilişkin haberleri çok yakından takip ettiğini, %38,7'si takip etmeye çalıştığını, %29,4'u ise denk gelirse izlediğini ifade etmektedir. Geri kalan grup ise haberleri ya çok takip etmediğini (%10,7) ya da hiç takip etmediğini (%5,0) belirtmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların yarısından fazlasının (%54,9) siyasal içerik haberleri takip ettiği

görülmektedir. Dünyanın farklı yerlerindeki 38 ülkede yapılan bir araştırmada katılımcıların %62'si medyadaki haberlerin kendilerini neler olup bittiği hakkında güncel tuttuğunu, %51'i ise medyada yer alan haberlerin günlük haberleri anlamalarına yardımcı olduğunu ifade etmektedir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Görüldüğü gibi gündemdeki haberlerin takip edilmesi dünyanın pek yok ülkesinde yaygın bir durum olarak görülmektedir.

Nitel görüşmelerde konuşulan katılımcıların çoğu benzer şekilde ülkedeki siyasal gelişmeleri takip ettiklerini belirtmişlerdir:

"Ya her gün, güne gün takip etmiyorum, ama iki günde bir İnternet'e girdiğim zaman ya da çevrede bir olay olduğunda neyi kaçırdım diye meraktan giriyorum." (G14-K-50)

"Genelde umudumu kestiğim için çok fazla takip etmiyorum. Ama yine de bir şekilde günlük siyaseti takip etmemiz gerekiyor ülkede yaşadığımız için. Ama çok fazla inanmadığım için yapılanların halk için yapılan şeyler olduğunu düşünmediğim için, yapılanların neredeyse hepsinin göz boyama olduğunu düşündüğüm için, çok da fazla ilgilenmiyorum." (G4-E-47)

"Yakalamaya çalışıyorum. Yani bazen öğrenciler bir şey bahsediyor hemen kulak kapatıyorum, bazen işte iş arkadaşlarım. İşte gittiğimiz ortamlarda şey konuşuluyor falan. Hani ben de onu hafızaya kaydedip sonradan bakıyorum falan yani." (G6-K-45)

"Valla ne bileyim, istesem de istemesem de haber kucağıma düşüyor, gündemi izlemek zorunda kalıyorum. En basitinden Twitter'a girip şöyle beş dakika takılsam bile bi şeyler görüp duyuyorum. Gerçi iyi de oluyor bence, ülkede ne olup bitiyor bir genç olarak bilsek iyi olur diye düşünüyorum." (G18-K-19)

Katılımcıların söylemlerine bakıldığında genelde gündemi takip etmek konusunda bir eğilim olduğu görülmektedir. Gündemi, haberleri takip etmek katılımcılar tarafından ülkede olup bitenlerden haberdar olmak için önemli görülmektedir. Günlük olarak haberleri takip etmek için özel bir çaba harcamadığını ifade edenler bile mutlaka bir şekilde haberlere maruz kalmakta ya da bilerek haberlere ulaşmaktadır.

3.2.5. Siyasal İçerikli Bilgi Kaynaklarına Yönelik Görüşler

Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklar hakkındaki görüşlerine dair bulgular Tablo 3.11.'de sunulmuştur.

Tablo 3.11.: Katılımcıların, siyasal içerikli bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklar hakkındaki görüşlerine dair frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Sürekli izlediğim ve güvendiğim TV kanal(lar)ı siyasetle ilgili bilgi edinmem için bana yetiyor	101	14,4	215	30,6	130	18,5	200	28,4	57	8,1
2. Siyasetle ilgili konularda sürekli dinlediğim ve güvendiğim radyo kanal(lar)ı bana yeterince bilgi veriyor	144	20,5	201	28,6	166	23,6	142	20,2	50	7,1
3. Siyasal konularla ilgili bilgileri, genellikle okuduğum ve güvendiğim gazete(ler)in web sitelerinden elde etmek bana daha sağlıklı geliyor	66	9,4	95	13,5	149	21,2	304	43,2	89	12,7
4. Siyasal konular hakkındaki bilgileri sosyal medya platformlarında genellikle izlediğim ve güvendiğim kişiler ya da sık sık ziyaret ettiğim forum, video kanalları vb. aracılığıyla edinmeye çalışırım	66	9,4	107	15,2	135	19,2	320	45,5	75	10,7
5. Siyasal konular hakkındaki bilgileri görüşlerine güven duyduğum kişilerden almayı daha sağlıklı buluyorum	48	6,8	88	12,5	156	22,2	310	44,1	101	14,4
6. Siyasal konular hakkında bilgi almak için bildiğim ve güvendiğim kaynaklardan başka yerlere bakmanın çok faydalı olacağını sanmıyorum	135	19,2	212	30,2	165	23,5	127	18,1	64	9,1
7. Görüşleri bana zıt olan kişilerle çok gerekmedikçe müzakereye girmem	93	13,2	176	25,0	110	15,6	206	29,3	118	16,8
8. Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarında, arkadaş ya da takip listeme birlerini eklerken (aile üyeleri ve akrabalarım hariç) kendi dünya görüşüme yakın insanlar olmasına özen gösteririm	142	20,2	178	25,3	139	19,8	153	21,8	91	12,9

Tablodan görülebileceği üzere, “Sürekli izlediğim ve güvendiğim TV kanal(lar)ı siyasetle ilgili bilgi edinmem için bana yetiyor” olan ilk ifadeye katılımcıların %45’i

katılmadığını ifade etmektedir (%14,4 Kesinlikle Katılmıyorum, %30,6 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %36,5 (%8,1 Kesinlikle Katılıyorum, %28,4 Katılıyorum).

“Siyasetle ilgili konularda sürekli dinlediğim ve güvendiğim radyo kanal(lar)ı bana yeterince bilgi veriyor” şeklindeki ikinci ifadeye ise katılımcıların %49,1’i katılmadığını ifade etmektedir (%20,5 Kesinlikle Katılmıyorum, %28,6 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %27,3 (%7,1 Kesinlikle Katılıyorum, %20,2 Katılıyorum).

Tablodaki üçüncü ifade ise “Siyasal konularla ilgili bilgileri, genellikle okuduğum ve güvendiğim gazete(ler)in web sitelerinden elde etmek bana daha sağlıklı geliyor” şeklindedir. Bu ifadeye katılımcıların %22,9’u katılmadığını ifade etmektedir (%9,4 Kesinlikle Katılmıyorum, %13,5 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %55,9 (%12,7 Kesinlikle Katılıyorum, %43,2 Katılıyorum).

Tabloda sunulan “Siyasal konular hakkındaki bilgileri sosyal medya platformlarında genellikle izlediğim ve güvendiğim kişiler ya da sık sık ziyaret ettiğim forum, video kanalları vb. aracılığıyla edinmeye çalışırım” şeklindeki dördüncü ifadeye katılımcıların %24,4’u katılmadığını ifade etmektedir (%9,4 Kesinlikle Katılmıyorum, %15,2 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %56,2 (%10,7 Kesinlikle Katılıyorum, %45,5 Katılıyorum).

Aynı tablodaki beşinci ifade “Siyasal konular hakkındaki bilgileri görüşlerine güven duyduğum kişilerden almayı daha sağlıklı buluyorum” şeklindedir. Bu ifadeye katılımcıların %18,3’ü katılmadığını ifade etmektedir (%6,8 Kesinlikle Katılmıyorum, %12,5 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %58,5 (%14,4 Kesinlikle Katılıyorum, %44,1 Katılıyorum).

Bu ilk beş ifadeye verilen cevaplardan hareketle katılımcıların özellikle televizyon, radyo ve gazeteleri siyasetle ilgili bilgi almak için yeterli bulmadıklarını söylemek mümkün görünmektedir. Bu bulgu, Demir (2015) tarafından Türkiye’de yapılan çalışmanın bulguları ile de benzerlik göstermektedir. Nitel görüşmelerde bunun nedeninin altında bu medya kaynaklarının tarafsız olmadığı hatta gereğinden fazla taraflı olduğuna dair düşüncenin yattığı görülmektedir:

“... Yok, taraflı olduklarını düşünüyorum, tam aksine, medyanın. Evet tarafsız değiller hatta taraflar, hem de çok. Ben nasıl güveneyim onlara. Her dediklerinin bir amacı var,

siyasal bir amaç. Yaptıkları bizi bilgilendirmek değil, bildiğiniz sahibinin sesi yani. Medyanın tam tarafsızlığını bulmak mümkün değil şu anda.”(G19-K-19)

“...ikincisi medya'nın özellikle, işte bizim haberleri izlediğimiz kanalların hemen hemen hepsinin yanlı yayın yaptığını düşünüyorum. Bu da doğal olarak doğru haber almamızı engelliyor.” (G2-E-36)

“Açıkçası iktidarın ya da gücün yanında olan kaynaklarına artık çok fazla ne yazık ki itimat etmiyorum. Karar verirken biraz da diğer muhalif olan hesaba bakmaya tercih ediyorum. Ha tabii ki belki doğru olanı şey de yazıyor olabilir. Yani iktidarı destekleyen kaynak da yazıyor olabilir ama özellikle siyaset anlamında bu destekleme artık çok sulandırıldığı için ne yazık ki sulandırıldığı için, bizim ülkede, çok fazla artık takip etmeme durumuna geçiyorum yani.” (G7-E-35)

“Yok yok, birçoğu tarafsız değil. Yani kendi düşüncem. Yapılan haberlerin yüzde doksani taraflı. Ve bunu da şu kanal bu kanal diye ayırmıyorum. Hemen hemen hepsi aynı. O izlenim geliyor.” (G9-E-44)

Katılımcıların söylemlerine bakıldığında haber kaynağı olarak kullanılan medya mecralarının tarafsız olmadığı hatta açıktan taraf olduğuna dair bir düşüncesinin bariz olduğu görülmektedir. Katılımcıların bu kaynaklara güvenmedikleri ve bu kaynaklardan gelen haberlerin amaçlı olarak manipüle edilmiş olduğunu düşündükleri de net olarak görülmektedir. Söylemlerden, katılımcıların taraflı haber kaynakları olarak gördükleri medya mecralarının çoğunun ana akım medya kanalları olduğu ama diğer kanallarında da benzer şekilde taraflı olarak algılandığı anlaşılmaktadır. Kısacası, katılımcılar haber edindikleri kaynakların taraflı olduğu konusunda hemfikir görünmektedir.

Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü 2018 Dijital Haberler Raporu’nun Türkiye ekine göre, bu araştırmanın bulgularından farklı olarak Türkiye’de en önemli haber kaynağının televizyon olduğu belirtilmektedir. Aynı raporda, akıllı telefon kullanımının haberlere erişimde bilgisayarı geçtiği ve çok sayıda kullanıcının yalan haber paylaştığı bildirilmektedir. Türkiye’de son bir haftada üretilmiş yalan haberle karşılaştıklarını söyleyen katılımcıların oranı da %49’dur ki bu oran araştırmanın yürütüldüğü 37 ülke arasındaki en yüksek orandır (Yanatma, 2018). Bu veriler göz önüne alındığında, dördüncü ve beşinci ifadeye katılanların oranının yüksek olması anlam kazanmaktadır, yani bireyler kendilerini güvende hissetmek için, daha tanıdık olan kaynaklardan bilgi edinmeyi tercih etmektedir.

Tablodaki “Siyasal konular hakkında bilgi almak için bildiğim ve güvendiğim kaynaklardan başka yerlere bakmanın çok faydalı olacağını sanmıyorum” şeklindeki altıncı

ifadeye katılımcıların %49,4'ü katılmadığını ifade etmektedir (%19,2 Kesinlikle Katılmıyorum, %30,2 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %27,2'dir (%9,1 Kesinlikle Katılıyorum, %18,1 Katılıyorum).

Bu bulgu, yukarıda sözü edilen Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün gerçekleştirmiş olduğu çalışmadaki başka bir veri ile paraleldir. Buna göre, genel olarak katılımcıların %40'ı haberlere güvenmemektedir. Katılımcıların %33'ü ise kendi kullandıkları bilgilere güvenmemektedir, başka bir deyişle, bu kişiler kendi istekleri ile tercih ederek elde ettikleri bilgilere bile güvensizlik duymaktadırlar (Yanatma, 2018). Bu sonuç Türkiye'de habercilik alanında çok ciddi bir güven sorunu olduğunu göstermektedir. Bireylerin nerdeyse yarısı genel olarak, takip edip beğendikleri haber kaynakları da dâhil olmak üzere, haber kaynaklarının yeterince güvenilir olmadığını düşünmektedir. Bu güvensizliğin sadece Türkiye'ye özgü olmadığını söylemek mümkündür. Örneğin Head ve diğerlerinin (2018) ABD'de üniversite öğrenciler ile yaptıkları çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası özellikle sosyal medyadaki bilgilere güvenmediklerini belirtmiş, %48'i günlük olarak, %93'ü ise haftalık olarak Bilgi edinmek için yaşlılarıyla yüz yüze ya da çevrimiçi iletişime geçtiklerini bildirmişlerdir.

“Görüşleri bana zıt olan kişilerle çok gerekmedikçe müzakereye girmem” şeklindeki yedinci ifadeye katılımcıların %38,2'i katılmadığını ifade etmektedir (%13,2 Kesinlikle Katılmıyorum, %25,0 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %46,1 (%16,8 Kesinlikle Katılıyorum, %29,3 Katılıyorum).

Tablodaki sekizinci ve son ifade ise “Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarında, arkadaş ya da takip listeme birlerini eklerken (aile üyeleri ve akrabalarım hariç) kendi dünya görüşüme yakın insanlar olmasına özen gösteririm” şeklindedir. Bu ifadeye katılımcıların %45,5'i katılmadığını ifade etmektedir (%20,2 Kesinlikle Katılmıyorum, %25,3 Katılmıyorum). Bu ifadeye katılanların oranı ise %34,7 (%12,9 Kesinlikle Katılıyorum, %21,8 Katılıyorum).

Yedinci ve sekizinci ifadeler bireyler arasındaki kutuplaşmaya dair çıkarımda bulunmaya olanak vermektedir. Özellikle yedinci ifadeye katılanların oranının %46,1 gibi yüksek bir oranda olması, bireylerin farklılıklar karşısında fazla hoşgörülü olmadığı ya da bu

tür bir etkileşimi gereksiz buldukları şeklinde yorumlanabilir. Yanatma'ya (2018) göre, Türkiye hem politika hem de haber medyası açısından, araştırma yapılan 37 ülke arasında kutuplaşmanın en fazla olduğu ülkeler arasında yer almaktadır. Yanatma bu sonucu Türkiye'den katılımcıların genel olarak medyadaki haberlere güven konusunda %38 güvenenler ve %40 güvenmeyenler olarak ikiye ayrılmış olmasına bağlamaktadır. Genel olarak haberlere güvenenlerin sayısı 2019 yılında %8 artışla %46'a çıkmakla birlikte bu yüksek artışın nedenini açıklayacak veri bulunmamaktadır (Yanatma, 2019).

3.3. Tercih Edilen Siyasal İçerikli Bilgi Kaynakları ve Güven

3.3.1. Siyasal Aidiyete Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven

Katılımcıların siyasal aidiyetlerine göre tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili verilere uygulanan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.12.'de sunulmuştur.

Tablo 3.12.: Katılımcıların siyasal aidiyetlerine tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplararası	149,45	2	74,72	5.62	,004	2-3
Gruplariçi	9306,67	700	13,26			
Toplam	9456,12	702				

Tablo 3.12.'den de izleneceği gibi siyasal aidiyetleri farklı olan katılımcıların siyasal bilgi kaynaklarına ilişkin görüşleri farklılık göstermektedir ($F_{(2,700)}=5,62$, $p<,004$). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre ikinci ($\bar{x}$: 17.59) ve üçüncü ($\bar{x}$: 16.53) gruplar arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında üçüncü grup olan *Diğer* grubunun ortalamasının ikinci grup olan Millet İttifakı'na göre daha düşük olduğu, dolayısıyla bilgi kaynaklarına daha az güvendikleri görülmektedir.

İlgili literatürde, siyasal aidiyet ile medyaya güven arasındaki anlamlı bir ilişki olduğuna dair çalışmalar bulunmaktadır. American Press Institute (2016) tarafından ABD’de yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, Demokratların Cumhuriyetçiler ve Bağımsızlara göre medyadaki haberlere daha fazla güven duyduğu görülmektedir. Araştırmanın Demokrat Partili başkan Obama’nın hala iktidarda olduğu dönemde yapılmış olması bu güveni açıklayabilir.

Araştırmada siyasal aidiyetlerini açıklamak istemeyenlerin ya da Cumhur ve Millet İttifakı’nın dışında bulunan siyasal parti, grup ya da oluşumlara yakın hissedenlerin oluşturduğu “Diğer” grubunun bilgi kaynaklarına daha az güvendikleri görülmektedir. Cumhur ve Millet İttifakı’nı oluşturan partilere bakıldığında siyaset yelpazesinin sağında yer alan görüşlerin büyük bir kısmını bünyelerinde bulundurdıkları görülmektedir. Bu bilgiden yola çıkarak, siyasal aidiyetleri hakkında “diğer” cevabı veren katılımcıların büyük oranda siyasetin CHP dışında kalan sol parti ya da oluşumlarından oluştuğunu söylemek mümkündür. Yanatma’ya (2018) göre Türkiye’de sağ eğilimli olduğunu bildiren bireylerin %51’i genel olarak haberlere güven duyarken bu oran sol eğilimli olanlarda %29’dur. Bu oranlar bireylerin “kendi istekleri ile ulaştıkları” haberler söz konusu olunda daha da yükselmektedir. Sağ eğilimlilerin %59’u tükettikleri haberlere güvenirken, sol eğilimlilerde bu oran %35 olarak görülmektedir.

Genel olarak medyadaki haberlere ve özel olarak kendi istekleri ile ulaştıkları haberlere güvenin sağ eğilimlilerde yüksek, sol eğilimlilerde ise düşük olması, Türkiye’de iktidarda bulunan partinin sağ eğilimli olması ve ana akım medya organlarının büyük bir kısmının iktidar partisi yanlısı olduğuna dair genel inanış olabilir. İlgili literatürde bu görüşü destekleyici bir şekilde Türkiye’de medyanın büyük oranda *hükümet yanlıları* ve *muhalipler* olarak kutuplaşmış olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (bkz. İşeri, vd., 2019; Özçetin ve Baybars-Hawks, 2018; Panayırıcı, vd., 2016).

Nitel görüşmelerin yapıldığı katılımcılardan bazıları da bu yorumu destekleyici ifadelerde bulunmuşlardır:

“... çünkü diğerlerinin yanlı olduğunu düşünüyorum yani hükümet yanlısı hepsi ve ona göre, hani çok haberlerin böyle filtrelenip geldiğini düşünüyorum, yani hani böyle çıplaklığıyla değil olduğu gibi değil. Fakat yanlı haber veriyorlar. Bu yüzden.” (G6-K-45)

"...çok bu işlerden anlamam ama televizyonların çoğu iktidarın, bariz belli yani. Mesela iktidar partisinden biri toplantı yaparken hepsi ortak yayına geçiveriyor. Ama atıyorum CHP başkanı için böyle olmuyor. Çocuk bile anlar bunu."(G20-E-26)

"...Eskiden bi tek TRT vardı, iktidarlar kendilerine göre kullanırlardı, devletin ya. Ama şimdi özeli tüzeli hepsi bir. Muhalif olan yok nerdeyse. Nesine güveneyim ben bunların." (G17-E-55)

"Ama çoğunlukla daha böyle işte kendimizi mutlu hissetmekten mi artık bilmiyorum da daha çok oturursun ATV'yi açarsın sabahdan akşama kadar ATV'nin haberlerini izlersin. İşte ya da diyelim Habertürk'ü açarsın. Sana onun söyledikleri çok daha doğru ve mantıklı gelir, sürekli izlediğim. İşte NTV'yi haberlerinden ya da haberi yansıtış şeklini seviyorumdur. O bakımdan anlattıkları, söyledikleri ya da oraya çıkan siyasetçilerin kim olduğu benim için önemlidir. Oradan onların söylediklerini anlamaya çalışırım, algılamaya çalışırım." (G1-K-35)

Görüşmecilerin söylemleri değerlendirildiğinde, Cumhuriyet İttifakına yakın katılımcıların medya haber kaynaklarına daha fazla güvendikleri ama Millet İttifakı ve Diğer grubuna ait olanların ise büyük bir güvensizlik duyduğu anlaşılmaktadır. Özellikle Diğer grubuna giren katılımcıların ana akım medya kuruluşlarının büyük bir kısmının iktidar yanlısı olduğunu düşündükleri için bu kaynaklardan gelen haberlere güvenmedikleri anlaşılmaktadır. Millet İttifakına yakın hisseden katılımcıların da taraflı oldukları için medya kaynaklarından memnun olmadıkları görülmektedir.

3.3.2. Cinsiyete Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven

Katılımcıların cinsiyetlerine göre tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan t-Testi sonuçları Tablo 3.13.'de sunulmuştur.

Tablo 3.13.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre tercih ettikleri kaynaklara karşı duydukları güvene ilişkin puana uygulanan t-Testi sonuçları

Cinsiyet	N	X	SS	Sd	t	p
Kadın	316	17.79	3.28	701	4.51	.000
Erkek	387	16.55	3.87			

Tablodan da izleneceği gibi kadın ve erkek katılımcılar arasında tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güven puanları arasında anlamlı fark

bulunmaktadır ($t:4.51$; $p<.000$). Ortalamalara bakıldığında kadınların bilgi kaynaklarına daha fazla güvendikleri anlaşılmaktadır.

Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2019 Dijital Haberler Raporu'na göre Türkiye'de kadınların % 53'ü genel olarak haberlere güvenmektedir, bu oran erkeklerde %39'dur. Söz konusu kendi istekleriyle elde ettikleri haberler olunca bu oran %58'e çıkmaktadır, erkeklerde ise bu oran %45'dir. Başka bir çalışmaya göre kadınların %49'u sosyal medyadaki haberlere güvenirken erkeklerde bu oran %30'dur (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Bu rakamlardan görülebileceği üzere Türkiye'de kadınlar haberlere daha fazla güven duymaktadırlar ki bu sonuç bu araştırmanın sonuçlarıyla aynı yöndedir.

Ancak dünya genelinde bakıldığında genel olarak haberlere güvenme konusunda kadınlarda %42 ve erkeklerde %41 olmak üzere cinsiyetler arasında sadece %1'lik bir fark görülmektedir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Benzer sonuç ABD'de American Press Institute (2016) tarafından yapılan bir araştırmada da ortaya konmuştur. Türkiye'de kadınların dünya genelinden farklı olarak haberlere erkeklerden önemli oranda bir farkla daha fazla güvenmesinin nedenlerini bu araştırmada elde edilen verilerle tam olarak açıklamak zor görünmekte ve daha detaylı farklı bir çalışma gerektirmektedir.

3.3.3. Yaşa Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven

Katılımcıların yaş gruplarına göre tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili verilerle yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.13.'de sunulmuştur.

Tablo 3.14.: Katılımcıların yaş gruplarına göre tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duydukları güvenle ilgili yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplararası	112,34	3	37,45	2.80	,04	1-2, 1-3
Gruplarıçi	9343,78	699	13,37			
Toplam	9456,12	702				

Tablo 3.14.'den de izleneceği gibi yaş grupları farklı olan katılımcıların siyasal bilgi kaynaklarına ilişkin görüşleri farklılık göstermektedir ($F_{(3,699)}=2,80$, $p<,04$). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre birinci ($\bar{x}$: 16.74) ile ikinci ($\bar{x}$: 17.55) ve birinci ($\bar{x}$: 16.74) ile üçüncü ($\bar{x}$: 17.73) gruplar arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında birinci grup olan 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların ikinci (25-34 arası) ve üçüncü yaş grubundaki (35-44 arası) katılımcılara göre bilgi kaynaklarına daha az güven duydukları anlaşılmaktadır.

Bu sonuçlara göre genç bireylerin bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklara en az güvenen grup olduğu görülmektedir. Benzer bir sonuçlar Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü tarafından dünyanın farklı ülkelerinde her yıl yürütülen bir çalışmada da görülmektedir. Bu çalışmaya göre Türkiye'de 18-24 yaş grubunda genel olarak haberlere güvenen katılımcı oranı %35 iken, bu oran 25-34 yaş grubunda %43, 35-44 yaş grubunda %41, 45-54 yaş grubunda %53 ve 55 yaş üzeri grubunda %55'dir. Aynı sonuçlar araştırmanın yapıldığı diğer ülkeler toplu olarak analiz edildiğinde de tekrar etmektedir. Dünya genelinde ise 18-24 yaş grubunda genel olarak haberlere güvenen katılımcı oranı %34 iken bu oran 25-34 yaş grubunda %35, 35-44 yaş grubunda %40, 45-54 yaş grubunda %44 ve 55 yaş üzeri grubunda %57'dir (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019).

Head ve diğerleri (2018), ABD'de üniversite öğrencileri arasında yaptıkları çalışmada da bu bulguları destekler yönde bir sonuca ulaşmışlardır. Bu çalışmaya katılanların yarısından fazlası (%51) sosyal medyadaki doğru haberleri yalan/sahte haberlerden ayırt etmede zorlandığını ifade etmiştir. Katılımcıların %36'sı ise bu platformlardaki yalan/sahte haberler yüzünden genel olarak tüm haberlere karşı bir güvensizlik duyduklarını belirtmiştir. Demir (2015) tarafından yapılan araştırma da benzer şekilde gençlerin İnternet üzerindeki haberleri kısmen güvenilir bulduğu saptanmıştır.

Haberlere en az güvenen grup olan 18-24 yaş grubunun İnternet'i en çok kullanan ve özellikle de sosyal medya platformlarını haber kaynağı olarak gören grup olduğu (Smith, Rainie ve Zickuhr, 2011, akt. Yamamoto ve Kushin, 2015) göz önünde bulundurulsa bu güvensizliğin nedeninin bu kaynaklardaki yoğun Bilgi akışı olduğu söylenebilir. Head ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırma da bunu destekler sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmaya göre, katılımcı üniversite öğrencilerinin %68'i mevcut haber miktarının başa

çıkamayacakları kadar fazla, ‘ezici’ bir miktarda olduğunu ifade etmiştir. Bu yoğun akış içindeki Bilgilerin doğruluğu ve yanlışlığı konusunda bir analiz yapmak zor olacağı için bu Bilgilere tedbirli yaklaşmak ve güvenmemek bir korunma mekanizması olarak iş görüyor olabilir.

Nitel görüşmelerde bu yaş grubuna giren katılımcıların da yukarıdaki bulguları destekleyici ifadelerine rastlanmaktadır:

“... valla şimdi her yerden istesen de istemesen de haber çıkıyor karşına, mesela açıyorum Twitter’ı biri bi şey yazmış, diğeri aynı şeyi başka yazmış, yani kafa karışıyor. Yazarlar da bazen bilmediğim kişiler oluyor, yalan yok bazen inansam mı inanmasam mı diye düşündüğüm oluyor. Aslında buralar yalan dünya olmuş gibi. Kime inanacağın sana kalmış.” (G16-E-21)

“... o yüzden çok takmıyorum bu tür haberleri. Siyasetle ilgili olanlar hele bazen bariz belli, adam oturmuş yazmış, afili de bi nickname yazmış, sözde güvenilir olacak... ama kötü tabi, bu tür adamları görünce bu kez televizyondakiler de, gazetelerdekiler de bunun gibidir diyosun yani...” (G18-K-19)

“...zaten dedim, medyaların hepsi böyle tiplerle dolu, saçma yani, ben güvenmem. Arkadaşıma sorarım daha iyi. En azından güvenilir...” (G19-K-19)

Görüşmecilerin söylemlerinden elde edilen sonuca göre, gençlerin bilgi edindikleri kaynaklar hakkında güvensiz bir tavır içinde oldukları anlaşılmaktadır. Özellikle sosyal medya kaynaklarından gelen haberlere son derece kuşkulu ve güvensiz yaklaşıtları görülmektedir. Bu güvensizliğin nedeni ise bu mecraların anonim kimlikler ardına saklanarak her türlü haberi yaymak için uygun olması gibi görülmektedir.

3.3.4. Gelir Düzeyine Göre Tercih Edilen Bilgi Kaynaklarına Yönelik Güven

Katılımcıların algılanan gelir düzeyine göre siyasal içerikli bilgi edinmek için tercih ettikleri kaynaklara karşı güvenin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.15.’de sunulmuştur.

Tablo 3.15.: Katılımcıların algıladıkları gelir düzeyine göre tercih ettikleri kaynaklara karşı güvenin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	11,42	2	5,71	.42	,65
Gruplariçi	9444,70	700	13,49		
Toplam	9456,12	702			

Tablo 3.15.’den de izleneceği gibi algılanan gelir düzeyine göre katılımcıların tercih ettikleri kaynaklara karşı duydukları güven farklılık göstermemektedir ($F_{(2,700)}=5,71$, $p>,42$). Bir başka değişle, bireylerin algıladıkları gelir düzeyleri onların tercih ettikleri kaynaklara karşı duydukları güven derecesinde farklılık yaratmamaktadır.

Hariri ve Lassen (2017), bireylerin gelir düzeylerinin araştırmalarda en çok kullanılan ortak bir değişken olduğunu aktarmaktadır. Diğer sosyal bilimler araştırmalarında olduğu gibi siyasal biliminde de bireyleri siyasal tutum ve davranışlarını belirlemede önemli bir değişken olan “gelir”e dair veriler çoğunlukla bireylerin kendi beyanlarına dayanılarak toplamaktadır. Hariri ve Lassen (2017) tarafından bireylerin resmi gelir kayıtları ve kendi gelir beyanları karşılaştırılarak gerçekleştirilen araştırmada, bireylerin ekonomik durumlarını daha iyi göstererek toplumsal olarak kabul görme isteği ve benzeri sosyo-psikolojik nedenlerle gelirlerini olduğundan farklı şekilde beyan ettikleri ortaya konulmuştur. Bu belirleyici değişkene ait yanlış bilgiler bireylerin siyasal tutum ve davranışları ile gelirleri arasındaki ilişkiyi analiz etmede yanlış sonuçlara yol açmaktadır.

Bu araştırmada da analizler bireylerin kendilerini ait hissettikleri gelir grubu verileri göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Katılımcıların beyanlarına göre toplanan “gelir” verileri yukarıda da belirtildiği üzere örneklem içinde bulunan farklı gelir grubundaki bireylerin benzer güven seviyelerine sahip olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki analizlere bakılarak özetlenecek olursa, katılımcılar arasında tercih edilen haber kaynaklarına karşı duyulan güven derecesi yaş, cinsiyet ve siyasal aidiyete göre farklılık gösterirken algılanan gelir düzeyine göre anlamlı bir fark görülmemektedir.

Araştırmanın üçüncü problemi katılımcıların sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgiler ile siyasetçilerin siyasal söylemleri hakkındaki düşüncelerinin ne olduğuna dairdir. Bu problem ile ilgili alt problemlere dair bulgular başlıklar halinde aşağıda verilmiştir.

3.4. Sosyal Medyada Yer Alan Siyasal İçerikli Bilgilere Dair Düşünceler

Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımların düzeyine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri Tablo 3.16.'da bu tür bilgi ve paylaşımların niteliklerine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri de Tablo 3.17.'de sunulmuştur.

Tablo 3.16.: Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımların düzeyine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	f	%
Son derece düzeysiz buluyorum	142	20,2
Biraz düzeysiz buluyorum	245	34,9
Emin değilim	240	34,1
Düzeyle buluyorum	64	9,1
Son derece düzeyle buluyorum	12	1,7

Tablo 3.16.'da görüldüğü üzere katılımcıların yarısından fazlası (%55,1) sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımları ya son derece düzeysiz (%20,2) ya da düzeysiz (%34,9) bulmaktadır. Katılımcıların sadece %10,8'i bu tür bilgi ve paylaşımları düzeyle (%9,1) ya da son derece düzeyle (%1,7) bulmaktadır. Bu konuda emin olmadığını ifade edenlerin oranı ise %34,1'dir.

Dünyanın pek çok ülkesinde televizyon haber almak için hala birincil kaynak olarak kullanılmaya devam etse de İnternet kaynakları ve sosyal medya platformları da dâhil olmak üzere son yirmi yıl içerisinde önemli bir haber alma kaynağına, ya da istense de istenmese de pek çok habere maruz kalınan bir alana, dönüşmüştür. Özel olarak sosyal medya ise Türkiye'de %59 oranında haber kaynağı olarak kullanılmaktadır. (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Demir (2015) tarafından yapılan araştırmada da katılımcıların haber edinmek için öncelikle Facebook ya da Twitter gibi sosyal medya platformlarını kullandıkları televizyon ve basılı gazeteleri ise çok fazla tercih etmedikleri saptanmıştır.

İnternet''in küresel olarak popülerlik kazanmaya başladığı 1990 yıllar ve onu izleyen 2000'li yılların ilk dönemleri, bu mecranın aynı zamanda bireylerin özgür bir şekilde bilgilere ulaşabileceği ve bilgileri paylaşabileceği bir alan oluşturduğu, dolayısıyla da demokrasiye olumlu anlamda katkıda bulunacağına dair iyimser görüşlerin çokça dile getirildiği yıllar olmuştur. Ancak bu iyimserlik daha sonraları azalmaya başlamış ve daha karamsar görüşler ortaya çıkmaya başlamıştır (bkz.: Bayraktutan vd., 2012; Çaycı, 2016; Çildan vd., 2012; Hanson vd, 2010; Kenski, 2006; Lee vd., 2014; Meriç, 2017; Özcan 2011; Timisi, 1999; Ünal, 2017). Bu karamsarlığın temelinde, internetin büyük bir bilgi kaynağı olmasının yanında büyük bir bilgi çöplüğüne de dönüşmeye başlamış olması yatmaktadır demek mümkün gözükmemektedir. Çünkü Internet Live Stats (2019) sitesindeki verilere göre dünyada dört buçuk milyardan fazla (30 Aralık 2019 itibari ile 4,431,800,075) kullanıcı vardır ve bu sayı her saniye artmaktadır.

Aşağıdaki tablo 1 saniye içinde internet'te gerçekleşen veri akışını göstermektedir.

Her 1 saniyede...	
atılan Tweet	8,763
Instagram'a yüklenen fotoğraf sayısı	957
gönderilen e-posta sayısı	2,862,531
Facebook'taki aktif kullanıcı sayısı	2,391,052,195
aktarılan veri miktarı	83,426 GB
Kaynak: www.Internet'livestats.com	

Youtube'a göre (Youtube, 2019) sitede her gün 1 milyar saat video izlenmektedir ve Statista'a göre (Statista, 2019), Mayıs 2019 tarihi itibariyle her saat Youtube'a ortalama 30.000 saatlik içerik yüklenmiştir.

Bu rakamlar göz önüne alındığında Bilgi edinmek için en çok kullanılan platformlar olan Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube'un bu denli yoğun bir veri akışına sahip olmaları bireylerin bu mecralarda sağlıklı bir şekilde takip edebilecekleri Bilgi miktarları aşmaktadır. Bu büyük miktardaki Bilginin hepsinin nitelikli olması da mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle İnternet'' her gün gittikçe daha fazla Bilgi ile yüklenmekte ama bu bilgilerin büyük bir kısmı da niteliksiz, işe yaramaz bir şekilde birikmektedir denilebilir.

Daha önce sözü edilen ve hepsinde Bilginin, özellikle de aşırı Bilginin, negatif etkilerine/sonuçlarına vurgu yapan şu kavramlar bu karamsarlığın sonuçları olarak değerlendirilebilir: information bomb (bilgi bombardımanı), information overload (aşırı bilgi yüklemesi), information (bilgi) ve toxication (zehirlenme) kelimelerinden türetilen infoxication (bilgi zehirlenmesi), information anxiety (bilgi kaygısı), information explosion (bilgi patlaması), information (bilgi) ve obesity (obezite) kelimelerinden türetilen Infobesity (bilgi şişmanlığı). Bu kavramların, bilişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda İnternet'in Bilgi üretme, üretilen bilgileri iletme ve paylaşma, bu Bilgileri depolama konusunda sağlamış olduğu “kolaylaştırıcı” etkilerin sonuçları olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Elinde internet bağlantısı olan herkes artık bir bilgi üreticisi ve yayıcısıdır.

İnternet'te teorik olarak herkesin bilgi üreticisi ve yayıcısı olması, bu mecradaki bilgilerin niteliği konusunda tedbirli bir yaklaşım gerektirmektedir. Yukarıda Tablo 3.16.'da görüldüğü üzere katılımcıların yarısından çoğunun özellikle sosyal medyada karşılarına çıkan haber ve Bilgilerin niteliği konusunda bu yaklaşımı destekler ifadelerde bulunmaktadır. Katılımcıların %55,1'i bu mecrada karşılarına çıkan siyasal içerikli bilgileri düzeysiz bulmaktadır. Bilgi edinmek için çoğunlukla sosyal medya mecralarını kullandıklarını ifade eden katılımcıların oranı %59 iken, bu haberlere güvenenlerin oranının %40 (dolayısıyla güvenmeyenlerin oranının kabaca %60) olması (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019) bu araştırmada elde edilen verilerle birlikte değerlendirildiğinde açıklayıcı durmaktadır. Bu araştırmanın verilerine göre de katılımcıların %82,5'i sosyal medyayı siyasal içerikli Bilgi edinmek için kullanmakta olduğunu ifade etmektedir. Bu mecradaki haber ve Bilgilerin düzeyi konusunda “emin olmayan” %34,1 oranında bir grup olduğu düşünülürse sosyal medyadan siyasal bilgi edinen ya da bu mecrada bu tür bilgilere maruz kalan katılımcıların bunlara güvenmemeleri tutarlı görünmektedir.

Nitel görüşmelerin yapıldığı katılımcılardan elde edilen veriler de nicel verilerden elde edilen sonuçları destekler niteliktedir.

“Onlar hep dedikodu fazla oluyor. Yani elimde net kaynağının ne olduğu referans gösterilen bir takım şeyler olmuyor. Bir takım şeyler yok o yüzden eğer bir bilgi hakkında şeyiniz yoksa referansınız yoksa bilginin kaynağını göstermiyorsunuz dedikodu yapıyorsunuz demektir. Yani kirazın çekirdeği çok faydalıymış denildiği zaman bununla ilgili yapılmış olan bana bilimsel makaleyi referans olarak veremiyorsanız, dedikodu yapıyorsunuz demektir. Bu haber sitelerinde de hiçbir kaynağın hiçbir verinin referansı

yok, o yüzden bu bilgiler ne ölçüde güvenilir bellidir değil. Yani referans verilmeyen her şey dedikodudur, dedikoduya da zamanım yok.” (G3-E-47)

“Yani çok da doğru bulmuyorum burada çıkan yazıları. Ben bunlara haber de diyemiyorum. Kişisel yorumunu ekliyor bir fotoğraf koyuyor, altına kişisel yorumunu ekliyor. Ya da işte sizin bir fotoğrafınızı koyuyor, altına işte siz bu kişinin şurada olmasını ister misiniz, istemez misiniz bir anket başlatıyor mesela hiç alakası yok. Bu sefer ne diyor. Emeğe haksızlık oluyor bu aslında. Yani bu tarz şeyleri çok ciddi bulmuyorum.” (G1-K-35)”

“...bence bazıları çok komik ve sanki ne bileyim çocuklar için yazılmış gibi, adamın gözüne sokar gibi. İnanan var mı bunlara dediğim çok oluyor. Trollüyorlar besbelli. Çok basit yani...” (G19-K-19)

Görüşmecilerin söylemlerinden elde edilen sonuca göre sosyal medyadaki haberler kaynak gösterilmeden yayımlandıkları, kişisel görüş ve yorum içerdikleri ve üstünkörü hazırlanmış hissi verdikleri konusunda eleştirilmektedir. Bir başka deyişle bu mecralardaki haberler katılımcılar tarafından genel olarak düzeysiz ve güvenilirmez görülmektedir.

Tablo 3.17.: Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımların niteliklerine dair düşünceleriyle ilgili frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Medyadaki siyasetle ilgili tüm haberlerin itinalı, ciddi ve tarafsız bir şekilde hazırlandığını düşünüyorum	371	52,8	194	27,6	91	12,9	26	3,7	21	3,0
2. Facebook, Twitter vb. platformlar insanların sosyal-siyasal fikirlerini özgürce tartışabileceği siyaset alanları değildir	122	17,4	161	22,9	156	22,2	146	20,8	118	16,8
3. Bu tür ortamlardaki siyasal içerikli paylaşımlar çoğunlukla yanlış, tek taraflı veya propaganda niteliğindedir	43	6,1	77	11,0	146	20,6	249	35,4	189	6,9

Tablo 3.17.’deki ilk ifadeye verilen yanıtlardan görüleceği gibi katılımcıların %80,4’ü medyadaki siyasetle ilgili haberlerin itinalı, ciddi ve tarafsız bir şekilde hazırlandığına kesinlikle katılmamakta (%52,8) ya da katılmamaktadır (%27,6). Tablodaki ikinci ifadeye

verilen yanıtlardan görüleceği gibi katılımcıların %40,3'ü Facebook, Twitter gibi platformların insanların sosyal-siyasal fikirlerini özgürce tartışabileceği siyaset alanları olmadığına kesinlikle katılmamakta (%17,4) ya da katılmaktadır (%22,9). Bir diğer deyişle bu grup bu platformların sosyal ve siyasal fikirlerin tartışılabilmesi alanları olarak görmektedir. Katılımcıların %37,6'sı ise tam aksi yönde fikir beyan etmektedir. Aynı tablodaki üçüncü ifadeye verilen cevaplardan görüleceği üzere katılımcıların %62,3'ü bu tür ortamlardaki siyasal içerikli paylaşımların çoğunlukla yanlış, tek taraflı veya propaganda niteliğinde olduğuna ya kesinlikle katılmakta (%26,9) ya da katılmaktadır (%35,4).

Katılımcıların %80,4'ünün medyadaki siyasetle ilgili haberlerin itinalı, ciddi ve tarafsız bir şekilde hazırlanmadığını düşünüyor olması, yukarıda tartışılan bu mecralardaki haberlere olan büyük orandaki güvensizliği de açıklamaktadır. Facebook ve Twitter gibi mecraların siyasal fikirlerin tartışılabilmesi alanları olduğunu düşünen katılımcıların oranının %40,3, tam aksini düşünenlerin oranının ise %37,6 olması bu konuda katılımcılar arasında bir kutuplaşma olduğu göstermektedir. Bu kutuplaşmaya rağmen katılımcıların %62,3'ünün bu tür ortamlardaki siyasal içerikli paylaşımların çoğunlukla yanlış, tek taraflı veya propaganda niteliğinde olduğuna ya kesinlikle katılmakta olması, bu mecralara olan güvenle ilgili bulguları destekler görünmektedir.

Nitel görüşme yapılan katılımcılar da bu verileri destekler ifadelerde bulunmuşlardır:

"...Çok umursamıyorum. Çok dikkate de almıyorum. Kimilerinin artık bunu bir alışkanlık bir meslek haline getirdiğini düşünüyorum. Aşırı paylaşım yapanların taraflı olduğunu düşünüyorum. İnsanları etkilemek için yapıldığını düşünüyorum. Yani bunları çok şey bulmuyorum, güvenilir bulmuyorum..." (G11-E-54)

"...burdaki haberler... Ya şey, reklam şey, gibi. Böyle nasıl söyleyeyim. Reklam afişi gibi. Sansasyonel olsun, güzel bir başlık bulalım, bu şöyle olsun patlama yapsın, işte herkesin ilgisini çeksin. Herkes birbirine göndersin, bir an önce yayılsın bu haber şeklinde düşünülüp tasarlanmış şeyler gibi geldi bana. Yani o yüzden çok şey gelmedi... doğru düzgün değil gibi yani..." (G4-E-47)

"...geçen biri bir haber paylaşmış, haberin grameri bile hatalı, içi nasıl doğru olsun. Cümle kurmasını bilmeyen ya da kurduğu cümleyi kontrol etmeden haber yazana ben ne diyebilirim ki?..." (G18-K-19)

"...valla işin doğrusu ben benim gibi düşünmeyen, yani böyle, hissetmeyen hiçbir yere güvenmem doğrusu. Ortalık kaynak dolu, trol dolu. Pis işler yapıyorlar, en iyisi bildik, bizden olan yerler diye düşünüyor insan..." (G19-K-19)

Katılımcıların görüşmelerdeki söylemlerinden anlaşılabacağı gibi, sosyal medya mecralarındaki siyasal içerikli bilgi ya da haberlerin özensiz hazırlandığı ve taraflı olduğuna dair bir düşünce bulunmaktadır. Bu tür haberlerin amaçlı bir şekilde hazırlandığını düşünen katılımcılar sonuç olarak bu haberlere güven duymamaktadır. Bunun sonucu olarak katılımcılar bilgi elde etmek için bildikleri, tanıdıkları haber kaynaklarına yönelmektedir.

3.5. Siyasal İçerikli Bilgilerin İçeriği Konusundaki Tavrıları

Katılımcıların sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriği konusundaki tavrılarına dair frekans ve yüzde değerleri Tablo 3.18.'de gösterilmiştir.

Tablo 3.18.: Katılımcıların sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriği konusunda ne yaptıklarına dair frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	f	%
Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım	275	39,1
Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım	255	36,3
Çok fazla dikkat etmem	101	14,4
Vakit kaybı olarak düşünüyorum	72	10,2

Tablodan da görüleceği gibi katılımcıların %39,1 sosyal medya kaynaklarından elde ettiği bilgileri mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyduğunu ifade ederken, %36,3'ü ise az da olsa bir sorgulama gereği duyduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla katılımcıların büyük bir kısmı (%75,4) bilgi teyidine gerek duyduğunu ifade etmektedir.

Bu bulgular, yukarıda söz edilen sosyal medyadan elde edilen ya da bu mecrada maruz kalınan bilgilerin düzeyi ve bu haberlere olan genel güvensizlikle ilgili bulgularla paralellik göstermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%80,4) sosyal medya alanlarında paylaşılan siyasal içerikli haberlerin özensiz olduğunu bildirirken, katılımcıların yarısından fazlası da (%55,1) bu mecradaki haberlere güven duymadıklarını ifade etmektedir. Dolayısıyla katılımcıların %75,4'ünün bu haberleri farklı kaynaklardan teyit etme gereği duymasının ya da bu haberlere tedbirli yaklaşmasının nedeni olarak bu haberlere güvensizlik ve onların özensiz bir şekilde hazırlandığına dair düşünce olduğunu söylemek mümkündür.

Hem dünyada hem de Türkiye’de doğrulama (fact checking) sitelerin son yirmi yıl için hızla artmasının bununla bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. Lowrey (2017), ilk doğrulama sitelerinin doksanlı yılların başında ortaya çıktığını ancak bu sitelerin özellikle 2010 yılından sonra hızla arttığı, 2017’de sayılarının 100’e ulaştığını bildirmektedir. Stencel ve Luther (2019) ise Kasım 2019 itibari ile 50 tanesi ABD’de olmak üzere 73 ülkede toplam 226 tane aktif olarak çalışan 83 tane de aktif olmayan doğrulama sitesi olduğunu aktarmaktadır. Türkiye’de, *teyit* (teyit.org) 2016, *Doğruluk Payı* (dogrulukpayi.com) ise 2017 yılından beri aktif olarak iş görmektedir. Bu tür sitelerde büyük artış görülen bu on yıllık sürecin, İnternet’in Bilgi paylaşımını kolaylaştıracağı, insanların düşüncelerini rahatça açıklayabileceği yeni bir kamusal alan oluşturacağı ve herkesin bilgilere rahat bir şekilde ulaşmasını sağlayacağına dair iyimserliğin de gittikçe azaldığı süreçle paralel gitmesi de anlamlı durmaktadır.

İlgili literatürde de sosyal medyadaki yer alan haberlere olan güvenin gittikçe azaldığına dair çalışmalar bulunmaktadır. Digital News Report 2019’a göre dünya genelinde sosyal medyadaki haberlere olan güven %23 iken bu oran Türkiye’de %40’tır (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019). Aynı rapora göre katılımcıların %42’si (Türkiye %49) medyadaki haberlerin çoğunlukla güçlü insanlar ve işletmeler hakkında bilgiler içerdiğini ve %25’i de (%38) habelerin kendilere çok uygun gelmediğini ifade etmektedir.

Hosseini ve diğerleri (2018) 2017 yılında Amerikalıların %67’inden fazlasının haberleri sosyal medyadan aldığını ve 2016 başkanlık seçimi sürecinde %75’inin sahte haberleri doğru haberlermiş gibi ele aldıklarını, başka bir deyişle içerik teyidi yapmadıklarını bildirmektedirler. Bu nedenle, sosyal medyadaki haberleri kontrol edecek yapay zeka ile çalışan bir teyit sistemi önermektedirler. Amerika’da yapılan bir başka çalışmada giderek daha fazla bireyin (%43) medyadaki haberler konusunda olumsuz düşündüğünü göstermektedir. Aynı çalışmaya göre katılımcıların %66’sı medyanın doğru haber ve yanlış haber ayrımı yapmak konusunda iyi bir iş çıkarmadığını düşünmektedir (Knight foundation/Gallup, 2017).

Katılımcıların %24,6’nın sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriğini araştırma konusuna dikkat etmediğini ya da bu durumun umurunda olmadığını belirtmesi de dikkat çekici durmaktadır. Bununla birlikte bu bulgu katılımcıların siyasetle ilişkisine dair yüzde ve

frekans değerlerini veren Tablo 3.18.a.'daki bulgularla paralel görünmektedir. Bu tabloya göre katılımcıların %23,5'i siyasete ilgi duymadığını (ilgi duymam %15,8, hiç ilgi duymam %7,7) bildirmektedir. Bu durumda, katılımcılar içinde siyasete ilgi duymayanların, siyasetle ilgili haberlerin içeriğine dair herhangi bir şey yapmayanlarla aynı grup olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Tablo 3.18.a.'da görüleceği üzere, katılımcıların siyasete olan ilgilerine dair veriler ile sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriğini araştırma konusunda ne yaptıklarına dair veriler karşılıklı olarak analiz edildiğinde bu yorum doğrulanmaktadır.

Tablo 3.18.a.: Katılımcıların siyasete olan ilgileri ile sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgilerin içeriğini araştırma konusundaki tavırlarına dair çapraz tablo

Sosyal Medyadaki Siyasal İçerikli Bilgilerin İçeriğini Araştırma						
Siyasetle ilişkisi		Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım	Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım	Çok fazla dikkat etmem	Vakit kaybı olarak düşünüyorum	Toplam
Çok yakından ilgiliyim	Sayı	64	22	4	3	93
Toplam içindeki yüzdesi		%9,1	%3,1	%0,6	%0,4	%13,2
İlgiliyim	Sayı	93	72	14	4	183
Toplam içindeki yüzdesi		%13,2	%10,2	%2,0	%0,6	%26,0
Biraz ilgiliyim	Sayı	94	106	40	22	262
Toplam içindeki yüzdesi		%13,4	%15,1	%5,7	%3,1	%37,3
İlgi duymam	Sayı	15	41	32	23	111
Toplam içindeki yüzdesi		%2,1	%5,8	%4,6	%3,3	%15,8
Hiç ilgi duymam	Sayı	9	14	11	20	54
Toplam içindeki yüzdesi		%1,3	%2,0	%1,6	%2,8	%7,7
Toplam	Sayı	275	255	101	72	703
Toplam içindeki yüzdesi		%39,1	%36,3	%14,4	%10,2	%100,0

Tablodan görülebileceği gibi, siyasetle “çok yakından ilgili” olduğunu belirten katılımcıların oranı toplam içinde %13,2’dir. Bu grup içinde “Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım” (%9,1) ve “Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım” (%3,1) cevabını verenlerin oranı toplam %12’dir. Bu grup içinde “Çok fazla dikkat etmem” diyenlerin oranı sadece %0,6, “Vakit kaybı olarak düşünüyorum” diyenlerin oranı da %0,4’dür.

Siyasetle “ilgili” olduğunu belirten katılımcıların oranı ise aynı tabloda görülebileceği gibi siyasetle “çok yakından ilgili” olduğunu belirtenlerin neredeyse iki katı olup

toplam %26,0'dır. Bu grup içinde "Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım" (%13,2) ve "Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım" (%10,2) cevabını verenlerin oranı toplam %23,4'dür. Bu grup içinde "Çok fazla dikkat etmem" diyenlerin oranı %2,0, iken "Vakit kaybı olarak düşünüyorum" diyenlerin oranı da %0,6'dır.

Tabloda görülebileceği gibi genel toplam içinde en kalabalık grubu %37,3 ile siyasetle "biraz ilgili" olduğunu belirten katılımcılar oluşturmaktadır. Bu grup içinde "Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım" (%13,4) ve "Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım" (%15,1) cevabını verenlerin oranı toplam %28,5'dir. Bu grup içinde "Çok fazla dikkat etmem" diyenlerin oranı %5,7, iken "Vakit kaybı olarak düşünüyorum" diyenlerin oranı da %3,1'dir.

Tablo incelendiğinde, siyasete "ilgi duymam" diyenlerin genel katılımcılar arasındaki oranının %15,8 olduğu, siyasete "hiç ilgi duymam" diyenlerin oranının ise %7,7 olduğu görülmektedir. Genel katılımcılar arasında toplam olarak %23,5 oranında yer tutan bu grubun cevaplarına birlikte bakıldığında "Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım" (%3,4) ve "Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım" (%7,8) cevabını verenlerin oranı toplam %11,2'dir. Bu grup içinde "Çok fazla dikkat etmem" diyenlerin oranı artarak toplam %6,2'ye "Vakit kaybı olarak düşünüyorum" diyenlerin oranı da %6,1'e çıkmaktadır.

Bulgulardan anlaşılabileceği üzere katılımcılar eğer siyaset ile (az da olsa) ilgileniyorlarsa edindikleri siyasal içerikli bilgileri teyit etme ya da üzerine düşünme gereği duymaktadır. Siyasete ilgi duymayan katılımcılarda ise edindikleri siyasal içerikli bilgileri teyit etme ya da üzerine düşünme gereği azalmakta, bunlara çok fazla dikkat etmeme ve vakit kaybı olarak görme oranı artmaktadır.

Nitel görüşmelerde katılımcıların sosyal medya üzerinden edindikleri siyasal içerikli bilgiler konusunda ne yaptıklarına dair ifadeleri, nicel verilerin analizi ile ulaşılan bulguları destekler niteliktedir. Genel olarak bilgi kaynaklarına karşı olan güvensizlik, bu kaynaklardaki bilgilere de ihtiyatlı bir yaklaşım oluşmasına neden olmuş gibi durmaktadır.

"...Artık nasıl... doğrulama, teyit yolu dersiniz, açıkçası biraz zamanla, yani artık zaman da o kadar uzun süre olmuyor dediğim gibi, bir saatlik olarak değişebiliyor haberlerin doğrulukları. Yani bu saat ya da birkaç gün içerisinde çeşitli mecralardan aldığımız haberleri, daha doğrusu kendim adına konuşayım, aldığım haberleri sonuçta bir

süzgeçten geçirerek, kendi kafamda bir kıyaslama yaparak, doğru olanı bulmaya çalışırım, yani bu şekilde...” (G10-E-41)

“Yine İnternet’e giriyorum. Bu haberle ilgili karşıma yazdığım zaman çıkıyor bu haberle ilgili şeyler. Doğruluğu, yanlışlığı. Bazen de güvendiğim insanlarla.... Bu, bu şekilde olmuş. Soruyorum, onların fikirlerini alıyorum. Mesela oğluma sorarım, eşime sorarım, güvendiğim kişilere sorarım. Mesela oğlum ve eşimle ben aynı görüşte değiliz, fakat hiçbir çatışma yaşamayız. Farklı görüşlerimiz olsa da birbirimiz ile uyum içerisinde aynı ortamda bulunabiliriz.” (G5-K-50)

“... Doğruluğu teyide muhtaçtır. Tabii ki böyle her gördüğüme inanmam. Mutlaka bir ajanstan teyit ederim yani. Anadolu Ajansı, Doğan Haber Ajansı ya da siteler, gazeteler vesaire...” (G8-E-34)

“...valla ben çok aslında çok ilgili değilim ama burası Türkiye illa ki haber gelip buluyor sizi. O zaman, hani bir şey takılırsa aklıma önce ailemdekilere sorarım. Ya da İnternet’e girerim, bakarım sitelere. Benim gibi düşünenlere bakarım. Değişik yerlere, sitelere falan bakarım... Ama öyle tek yer yok. Bazen de hiç umursamam. Yani öyle zamanlar da oluyor. Konu o kadar saçma geliyor ki göz ardı edip geçiyorum...” (G15-K-28)

Görüşülen katılımcıların söylemlerinden anlaşılabacağı üzere, siyasal içerikli bilgilerin doğrulanması için farklı kaynaklara başvurmak yaygın bir yol olarak görülmekte ve sosyal medyadaki haberlere olan güvensizlik de bunu destekler görünmektedir. Katılımcılardan bazıları, siyasal içerikli bilgilerin doğruluğunu teyit etmek istediklerinde bildikleri ve güvendikleri kişilere doğrudan ya da sosyal medya kaynakları üzerinden başvurmayı tercih ederken, bazıları başka internet kaynaklarını kullanmaktadır.

3.6. Edilen Siyasal İçerikli Bilgilerin Çelişmesi Durumunda Takınılan Tavrılar

Katılımcıların elde ettikleri siyasal içerikli bilgilerin çelişmesi durumunda nasıl bir tavır takındıkları dört farklı soru ile sınanmıştır. Bu sorulara ait bulgular aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

“Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin söylediği bir şey, sizin farklı olarak bildiğiniz bir bilgi ile çelişirse tavrınız ne olur” şeklinde olan ilk soruya verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri Tablo 3.19.’da verilmiştir.

Tablo 3.19.: “Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin söylediği bir şey, sizin farklı olarak bildiğiniz bir bilgi ile çelişirse tavrınız ne olur?” sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri

İfadeler	f	%
Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım	450	64,0
Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım	165	23,5
Siyasetçiler daha çok bilgiye ulaşabilir. Yanlış bildiğimi düşünür, o siyasetçiye inanırım	2	0,3
Çok fazla önemsemem	86	12,2

Tablo 3.19.’da görülebileceği gibi katılımcıların çoğunun genelde takip edip bildikleri ve güvendikleri bir siyasetçinin söylediği bir şeyin kendi bildikleri ile çelişmesi durumunda bu bilgiyi mutlaka teyit etme gereği duyduğu (%64,0) ya da az da olsa sorgulama gereği duyduğu (%23,5) görülmektedir.

Bu bulgular katılımcıların büyük bir kısmının bildikleriyle çelişen bir haber söz konusu olduğunda, işin içinde yakın hissettikleri politikacılar bile olsa teyit etme ve sorgulama gereği duymaktadırlar. Bu bulgu, daha önce tartışılan siyasal sinizm bulguları ile örtüşmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunda politikacılara karşı bir güvensizlik olduğu görülmektedir. Bu güvensizlik nitel görüşmecilerin ifadelerinde de açık bir şekilde görülmektedir.

“...Çok güvenilir bulmuyorum, kendime yakınlar da dâhil olmak üzere. Ona göre siyaset yapıyorlar: Carpe diem...” (G8-E-34)

“...Tamamen kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden, siyasal partiler kurumlar, kişiler hepsi için söylüyorum bunu, hepsinde kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettiğini, kitlelerin ya da halkın genel ihtiyaçlarını, amaçlarını umursadıklarını hiç düşünmüyorum...”(G4-E-47)

“...Yani hep politikacı diyoruz da sağlam politikacı, acaba diyorum sağlam politikacı kaldı mı? Yani güvenebileceğimiz politikacı kaldı mı? Yani çünkü yapılan pazarlıklar, yani siz de görüyorsunuz. Bir hafta önce söylenen, birbirlerine küfür eden iki politikacı bir hafta sonra işte ittifak yapabiliyor mesela memlekette. Ya da yapmak zorunda olduğu için yapıyor birbirlerini belki sevmedikleri için de yapıyorlar...” (G7-E-35)

“...Yani siyaset, yani siyaset yapma anlamındaysa, yapılan siyaset hakkında ise hepsi düzmece geliyor bana. Yani hiç kimsenin samimi ve dürüst olduğuna inanmıyorum. Politikacı, yani politikacıya yakınlar, politikacılar, politika yapanlar, politikacıyı destekleyenler...”(G9-E-44)

Görüşmecilerin söylemlerinde politikacılara karşı duyulan güvensizlik net bir şekilde görülmektedir. Bazı katılımcılarda politikacılara duyulan güvensizliğin kendilerine yakın hissettikleri politikacıları da kapsadığı görülmektedir. Politikacılarla ilgili genel algının politikacıların kendi çıkarlarına öncelik verdiği ve samimi olmadıkları yönünde olduğu görülmektedir. Bu nedenle politikacıların söylediklerinde çelişkili bir durum söz konusu olduğunda katılımcılar mutlaka bu bilgileri teyit etme gereği duymaktadır.

“Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün medya tarafından fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütülürse tavrınız ne olur?” şeklindeki ikinci soruya verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri Tablo 3.20.’de verilmiştir.

Tablo 3.20.: “Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün medya tarafından fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütülürse tavrınız ne olur?” sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri

İfadeler	f	%
Öncelikle yayınlandığı medya organına bakar, ona göre tavır alırım	447	63,6
Kanıtlara inanırım, o siyasetçiye olan güvenim azalır	131	18,6
Kanıtlara inanırım, ama o siyasetçinin önemli bir nedenden dolayı böyle davrandığını düşünürüm	86	12,2
Kanıtların karalama amaçlı hazırlandığını düşünürüm ve inanmam	39	5,5

Tablo 3.20.’de görülebileceği gibi genelde takip edip bildikleri ve güvendikleri bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün medya tarafından fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütülmesi durumunda katılımcılarının çoğunun (%63,6) öncelikle haberin yayınlandığı medya organına baktığı ve ona göre tavır aldığı görülmektedir. Dolayısıyla haber kaynağı, alınacak tavrda rol oynamaktadır. Katılımcıların %18,6’sı ise siyasetçiye olan güvenin azalacağını ifade etmektedir.

Literatürde haber kaynağının haberin güvenilirliğini doğrudan etkilediğine dair pek çok çalışma vardır (bkz. Heuer ve Breiter, 2018; Shahibi vd., 2013; Wathen ve Burkell, 2002). Diğer yandan Bilgi kaynağı olarak internet kaynakları ve özellikle sosyal medya platformları göz önüne alındığında güvenilirlik kriterleri değişmektedir. Berlo ve diğerlerinin (1969)

bildirdiğine göre (akt. Westerman vd., 2013) güvenilirlik, kullanıcı tarafından bir dizi etmene dayanılarak gerçekleştirilen bir yargıdır. Bir diğer deyişle ‘güvenirlik’ yargısı bireysel bir tarafa sahiptir. Bu etmenler arasında inanılrlık, doğruluk, adalet, derinlik, güvenilirlik, önyargı, tamlık, güvenilirlik (Gaziano ve McGrath, 1986; Metzger vd., 2003) ya da söz konusu web sitesinin kullanım kolaylığı ve çekiciliği bulunmaktadır (Metzger, 2007).

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi katılımcıların %63,6’sı bir habere inanmadan ya da onun doğruluğu konusunda bir yargıya varmadan önce haberin kaynağına baktığını ifade etmektedir. Bu sonuç aslında daha önce tartışılan haber kaynaklarına olan güven konusunda ele alınan “kutuplaşma” ile bağlantılı olabilir. Bireyler, haber “güvenilir” gördükleri kaynaktan geliyorsa o habere inanmaya daha yatkındır denilebilir. Bu konuda nitel görüşme yapılan katılımcıların bazılarının çok net ifadeleri bulunmaktadır.

“...Ama ben de güvendiğim bir kaynaktan sürekli dinliyorum, izliyorum, takip ediyorum. Kendimce ben diğer kaynakları doğru bulmuyorum [...] Beni mesela başka kaynaklar rahatsız ediyor onların görüşlerini izlerken. Saçma sapan haberler oluyor, şeyler oluyor, duyurular oluyor, konuşmalar oluyor. Yani tahammül edemiyorum o tür kaynaklara zaten. İzlesem bile yani izlemek istesem bile sinirim bozuluyor yani, saçma sapan şeyler oluyor...” (G3-K-45)”

“...Tabi yani ben bir bilgiye nerden ulaştım önemli. Hele söz konusu haber olunca, mesela malum haber kanalları var ya da gazeteler. Onlar yazıp çiziyorsa bence kesin yalan dolan ya da taraflıdır. Bu, iki kere iki dört. Bizim ailede de kimse inanmaz...” (G19-K-19)

Söylemlere bakıldığında katılımcılar haberlerin doğruluğunu ya da güvenilirliğini haberin kaynağına bakarak değerlendirmektedirler. Katılımcılar güvindikleri ya da kendi görüşlerine yakın olan kaynaklardan elde edilen bilgilere güvenirken, diğer kaynaklardaki haberlere tahammül edemeyecek kadar tepkili olabildikleri görülmektedir. Bu ifadelerden katılımcıların haber kaynakları konusunda net bir kutuplaşma içinde olduklarını söylemek mümkündür.

Katılımcıların maruz kaldıkları çelişki bilgiler arasında seçim yaparken mevcut inanç fikirleri üzerinden hareket ettikleri görülmektedir. Bu durumu Festinger’in (1957) (akt. Knobloch-Westerwick vd., 2013) *Bilişsel Çelişki Kuramıyla* açıklamak mümkün görünmektedir. Katılımcıların, çelişki bir durum söz konusu olduğunda öncelikle bilgi kaynağına bakarak, mevcut inanç ve fikirlerini onaylayacak ve onları çelişkiden kurtaracak

harici bir aktör ya da makam arayışına girdikleri söylenebilir. Böylece, o kaynağa olan güven ve inançlarına göre kolay bir şekilde çelişkili duruma dair bir karara varabilecek ve rahata erebileceklerdir.

Choi ve Lee (2013) (akt. Narin, 2018), bunu destekleyici bir şekilde bireylerin seçici maruz kalma kuramı uyarınca kendi siyasal düşünceleriyle uyum içinde olan medya mecralarına maruz kalmayı seçtiklerini bildirmektedir. Aşağıdaki bulgular bunları destekler sonuçlar vermektedir. Bununla ilgili olarak “Siyasal bir konuda farklı mecralarda verilen haberler birbirini tutmazsa ne yaparsınız?” şeklindeki üçüncü soruya verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri Tablo 3.21.’de verilmiştir.

Tablo 3.21.: “Siyasal bir konuda farklı mecralarda verilen haberler birbirini tutmazsa ne yaparsınız?” şeklindeki üçüncü soruya verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri

İfadeler	f	%
Hep izlediğim ve güvendiğim bir TV kanalına başvururum	126	17,9
Alıp okumaktan keyif aldığım basılı bir gazeteye ya da onun İnternet sitesine başvururum	95	13,5
Takip edip güvendiğim sosyal medya hesaplarına, forum vb. kanallara başvururum	188	26,7
Bildiğim güvendiğim arkadaşlarımla/kişilerle konuşurum	82	11,7
Bu tür şeyler çok oluyor, çok üzerinde durmam	200	28,4
Yanıt yok	12	1,7

Tablo 3.21.’de görülebileceği gibi katılımcıların %28,4’ü siyasal bir konuda farklı mecralarda verilen haberler birbirini tutmazsa çok üzerinde durmadığını çünkü bu tür olaylara sık rastlandığını belirtmiştir. Katılımcılardan %26,7’lik bir grup ise böyle bir durumda, takip edip güvendikleri sosyal medya hesaplarına, forum ve benzeri kanallara başvurduğunu ifade etmektedir. Hep izlenen ve güvenilen TV kanallarına, başvurmak, alıp okumaktan keyif alınan basılı bir gazeteye ya da onun İnternet sitesine başvurmak ya da bilinen güvenilen arkadaşlarla/kişilerle konuşmak daha az başvurulacak yollar olarak görülmektedir.

Bu bulgular da daha önceki bölümlerde söz edilen genel medya güvensizliğinin ve kutuplaşmanın en önemli kanıtlarından biri olarak görülebilir. Neredeyse her üç katılımcıdan biri karşısına çıkan ya da bilerek ulaştığı haberin farklı kaynaklarda birbiriyle çelişecek kadar farklı olmasını normal karşılamaktadır. Bu ilgi çekici bulgu başka bir araştırmanın verileriyle

uyumlu görünmektedir. Küresel bir araştırmanın Türkiye ayağına katılanlarının %53'ü sadece belirli bir gündemin öne çıkartılması amacıyla doğru bilginin çarpıtıldığı hikâyelerle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Aynı araştırmada katılımcıların %49'u karşılarına çıkan sahte ya da yalan haberlerin 'politik veya ticari amaçlı üretilmiş haberler' olduğunu ifade etmişlerdir. Yanıltıcı başlıklar, yanlış ve çarpıtma bilgiler içeren kötü haberlerle karşı karşıya kaldıklarını ifade edenlerin oranı da oldukça yüksektir (Yanatma, 2018). Kısacası, bu tür çelişkiler Türkiye'de belirli bir oranda normal karşılanır hale gelmiş görünmektedir.

Bu konuda bir şey yapmayı seçen katılımcıların (%26,7) başvurduğu yol ise güven duydukları sosyal medya ya da İnternet kaynaklarına başvurma olarak görülmektedir. Bu noktada bu tür çelişkili bir durumda geleneksel medya kanallarının ve özellikle televizyon ve gazetenin başvurulacak bir kaynak olarak az miktarda katılımcı tarafından tercih edilmesi bu mecralara olan güvenin azlığını göstermesi açısından önemlidir. Nitel görüşmelerde de katılımcılar çelişkili bir durum olduğunda güvendikleri kişilerin sosyal medya hesaplarına bakarak ya da doğrudan bu kişilerle görüşerek içerik teyidi yapmayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

"...Doğrulama kaynağı olarak şunu yapıyorum, Bir o haberin altına yorum atmış arkadaşlarım var mı, yani benden daha güncel gözü kulağı açık, onların yorumlarını okuyorum. Bu haberin güncel olup olmadığı ya da ya da başka bir kaynaktan referans bir isim arıyorum orada, kendimce, şeylerden. Eğer referans isimler yoksa hızlıca geçiyorum, dikkatimi şey yapmıyor çekmiyor yani. Çünkü o kadar çok kirlilik var ki haber kaynağında o yüzden referans bir arkadaşım "yok canım bu öyle değil aslında, haberin suyu budur" diye bir yorumları okuyorum, ona göre karar veriyorum..." (G14-K-50)

"...Yani o haberle ilgili, yapılan haberle ilgili, farklı şeylere bakıyorum, sitelere bakıyorum ya da kanalların şeylerine bakıyorum Twitter hesaplarına bakıyorum. Ya da gazetelerin Twitter hesaplarına bakıyorum, aynı haberle ilgili. Mesela bir uçak kazasını bir haber kanalı çok farklı yorumluyorken, diğer başka bir haber kanalı ya da Twitter hesabı çok farklı yorumlayabiliyor ya da mesela ölen kişi sayısına, aynı şekilde hani yasaklanabiliyor, öyle yani. Bir şekilde takip etmeye çalışıyoruz neden olduğunu anlamaya çalışıyorum..." (G7-E-35)

Söylemlere bakıldığında, katılımcılar çelişkili bir haber ile karşılaştıklarında bildikleri tanıdıkları kişilere başvurmaktadır. Güvenilir bulunan Twitter hesapları da başvuru bir diğer doğrulama kaynağı olarak görülmektedir.

“...Dediğim gibi benim gene burada referans kaynağım, bu kadar bilginin içerisinde nasıl ayıklayabilirim, kendi araştırmama güveniyorum kendi sağduyuma, çok şey kalırsam, acaba ben de bulurum diye...” (G14-K-50)

“...Ya Twitter... Daha çok tabii ki Google'dan search diyerek farklı haber ajansları olayı nasıl vermiş oradan bir kıyaslama yaparak kendimce bir mantığa ulaşmaya çalışıyorum...” (G8-E-34)

“...Artı nasıl doğrulama, teyit yolu dersiniz de, açıkçası biraz zamanla, yani artık zaman da o kadar uzun süre olmuyor dediğim gibi, bir saatlik olarak değişebiliyor haberlerin doğrulukları. yani bu saat ya da birkaç gün içerisinde çeşitli mecralardan aldığımız haberleri, daha doğrusu kendim adına konuşayım, aldığım haberleri sonuçta bir süzgeçten geçirerek, kendi kafamda bir kıyaslama yaparak, doğru olanı bulmaya çalışırım. Bu şekilde...” (G10-E-41)

Nitel görüşmelerdeki söylemlerin analizi sonucu elde edilen dikkat çekici bir diğer nokta, katılımcıların her türlü kaynaktan elde ettikleri çelişkili Bilgiler konusunda nihai karar verme noktasında kendi sağduyularına ve mantıklarına güvendiklerini ifade etmeleridir. Bu sonuca göre, katılımcıların medya kaynaklarında elde ettikleri bilgiler her ne olursa olsun bu haberlerin doğruluğu konusunda varacakları nihai sonuç, var olan duygu ve düşünceleriyle uyumlu olacaktır denebilir ki bu da post-truth kavramının tanımında¹³ belirtilen durumla uygunluk göstermektedir.

Anketin 32. Sorusunda bulunan ve bilgi çokluğu ile başa çıkma, haber kaynakları ve politikacılar ile ilgili dört ifadeye verilen yanıtların frekans ve yüzdeleri Tablo 3.22.'de verilmiştir.

Tablo 3.22.: Anketin 32. sorusunda bulunan ve bilgi çokluğu ile başa çıkma, haber kaynakları ve politikacılar ile ilgili dört ifadeye verilen yanıtların frekans ve yüzde değerleri

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Siyasetle ilgili farklı kaynaklardaki bir bilgi/haber aklıma yatmaz ise ya da	25	3,6	32	4,6	103	14,7	348	49,5	195	27,7

¹³ Post-truth: Nesnel hakikatlerin belirli bir konu üzerinde kamuoyunu belirlemede duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması durumu. (Oxford Sözlükleri, 2019)

doğru gelmez ise kendi aklımı (eleştirel düşünme yollarını) kullanarak karar veririm					
2. Bilip güvendiğim haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında çok yere bakmaya gerek duymam	70 10,0	215 30,6	137 19,5	217 30,9	64 9,1
3. Bazı politikacıların benim için iyi olanı istediğini düşünür ve onların söylediklerine her zaman itimat ederim	197 28,0	224 31,9	160 22,8	86 12,2	36 5,1
4. Haklarıma ve düşüncelerime sahip çıktıklarını düşündüğüm medya kanallarına daha çok inanırım	63 9,0	104 14,8	179 25,5	261 37,1	96 13,7

Tablo 3.22.’deki ilk ifadeye verilen cevaplardan görülebileceği gibi katılımcıların %49,5’i siyasetle ilgili farklı kaynaklardaki bir bilgi/haber aklıma yatmaz ise ya da doğru gelmez ise kendi aklını (eleştirel düşünme yollarını) kullanarak karar verdiğine dair ifadeye katıldığını %27,7’i ise kesinlikle katıldığını ifade etmektedir. Dolayısıyla katılımcıların %76,2’si siyaset ile ilgili nihai karara varmak için kendi aklını kullandığını ifade etmektedir. Tablodaki “Bilip güvendiğim haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında çok yere bakmaya gerek duymam” şeklindeki ikinci ifadeye katılımcıların %10’u kesinlikle katıldığını, %30’u katıldığını ifade ederken, %30,9’u katıldığını %9,1’i ise kesinlikle katılmadığını ifade etmiştir. Tabloda yer alan “Bazı politikacıların benim için iyi olanı istediğini düşünür ve onların söylediklerine her zaman itimat ederim” biçimindeki üçüncü ifadeye katılımcıların %28,0’ı kesinlikle katılmadığını, %31,9’u katıldığını belirtirken, %12,2’si katıldığını %5,1’i ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğu (%59,9) siyasetçilerin söylediklerine güven duymamaktadır. Tablodaki “Haklarıma ve düşüncelerime sahip çıktıklarını düşündüğüm medya kanallarına daha çok inanırım” şeklindeki son ifadeye katılımcıların %50,8’i katıldığını (%37,1 katılıyorum, %13,7 kesinlikle katılıyorum) ifade etmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların yarısı kendilerine yakın medya kanallarına daha fazla inanmaktadır.

Bir önceki tablonun bulgularıyla paralel olarak bu bölümdeki ilk soruya katılımcıların %76,2'si elde ettikleri Bilgilerin doğruluğu konusunda nihai kararı kendi eleştirel düşünme süreçlerine dayanarak verdiklerini ifade etmektedir. Bu durum, daha önceki bulgularda elde edilen siyaset, siyasetçi ve medyaya olan genel bir güvensizliğin sonucu olarak değerlendirilebilir.

"...Valla kime güveneceğimizi şaşırdık. Sonuç itibariyle herkes çelişkili bilgi veriyorsa son olarak güveneceğim kendi aklım, mantığım, di mi? Başka napılır? Öyle her şeye aklım yeter ben bilirim havasında değilim tabikisi de. Öncelikle eğer ilgimi çekerse olabildiğince kişiden görüş alırım. Benim de tabi her şeyi bilmem zor. Ama herkes farklı farklı şeyler söylerse bana oturur düşünürüm nasıldır, nedir diye. Aklıma yatana inanırım..." (G17-E-55)

"...Ortalık haber dolu, hepsini doğru mu değil mi diye araştırmıyorum doğrusu. Yani illa önemli bir konuda, beni de ilgilendiriyorsa önce bir bildiğim kişilerin Twitter'larına bakarım. Çevremdeki büyüklerime sorarım. Ama tabi bunların kafama yatması lazım. Duyduklarımı elerim, mantıklıysa tamamdır..." (G20-E-26)

Nitel görüşme yapılan katılımcıların söylemlerinden anlaşılabileceği üzere aşırı bilgi yükünün altında bireyler elde ettikleri bilgiler hakkında bir yargıya varmak amacıyla daha önce de söz edildiği üzere önce bilip güvendiği kaynaklara başvurmakta, son olarak da var olan duygu ve düşüncelerine başvurumaktadırlar.

Bu bölümdeki ikinci ifadeye verilen cevaplar da bireylerin %40'ı bilgi ya da haber edinmek için hâlihazırda bilip güvendiği, başka bir deyişle kendine yakın hissettiği, kaynakları tercih ettiklerini, başka kaynaklara bakma gereği duymadıklarını göstermektedir. Katılımcıların %40,6'sı ise bu ifadeye katılmadıklarını, başka bir deyişle farklı kaynaklara bakmaya gerek duyduklarını ifade etmektedir. Birbirine yakın olan bu oranlar, katılımcılar arasından bu konuda büyük bir kutuplaşma olduğu görülmektedir.

Bu soruya verilen cevaplar katılımcıların siyasal aidiyetlerine göre değerlendirildiğinde bu kutuplaşma daha belirgin bir şekilde görülmektedir. Bu cevaplara dair bulgular Tablo 3.22.a.'da verilmiştir.

Tablo 3.22.a.: Bireylerin siyasal aidiyetleri ve bilip güvendikleri haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında bir kaynağa bakma gereği duyup duymadıklarına dair çapraz tablo

Bilip güvendiğim haber kaynakları TV gazete haber sitesi vb. dışında çok yere bakmaya gerek duymam								
			Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Yakın Hissettiği Parti	Cumhur İttifakı	Sayı	17	52	25	58	23	175
		Yakın Hissettiği Parti içinde %	%9,7	%29,7	%14,3	%33,1	%13,1	%100,0
	Millet İttifakı	Sayı	28	98	53	106	30	315
		Yakın Hissettiği Parti içinde %	%8,9	%31,1	%16,8	%33,7	%9,5	%100,0
	Diğer	Sayı	25	65	59	53	11	213
		Yakın Hissettiği Parti içinde %	%11,7	%30,5	%27,7	%24,9	%5,2	%100,0
Toplam	Sayı	70	215	137	217	64	703	
	Yakın Hissettiği Parti içinde %	%10,0	%30,6	%19,5	%30,9	%9,1	%100,0	

Tablo 3.22.a.'da görüldüğü üzere, kendini Cumhur İttifakı'na yakın hisseden katılımcılar arasında bu ifadeye katıldığını bildirenlerin oranı %46,2'dir (Katılıyorum %33,1, kesinlikle katılıyorum %13,1). Bu oran Millet İttifakı'nda %43,2'dir (Katılıyorum %33,7, kesinlikle katılıyorum %9,5). Diğer grubundan ise bu oran toplam %30,1'dir. Görüldüğü gibi iktidar partisinin dâhil olduğu İttifak ile ana muhalefet partisinin de içinde bulunduğu İttifak destekçilerinin (ya da bu ittifak içindeki partilere yakın hissedenlerin) cevap oranları birbirine çok yakındır. Bunun yanında diğer grubundan katılımcılar arasında da önemli oranda bu ifadeye katıldığını belirtenler olduğu görülmektedir. Bu durum, hangi siyasal gruba ait ya da yakın hissederse hissetsin bireylerin bilgi kaynağı olarak bildik tanıdık, başka bir deyişle kendi görüşlerine yakın, haber kaynakları dışında başka bir kaynağa başvurma gereği duymadığı görülmektedir.

Aynı bölümde üçüncü soruya verilen yanıtlar politikacılara olan genel güvensizliğe dair ek veriler sağlamaktadır. Bazı politikacıların (ki bunların kendilerine yakın hissettikleri politikacılar olması beklenebilir) kendileri için iyi olanı istediğini düşünen bu yüzden de

onların söylediklerine güven duyanların oranı sadece %17,3'tür. Bunun yanında %59,9 gibi büyük bir oran bu ifadeye katılmadıklarını ifade etmiştir. Bu güvensizliğin nedeni ise nitel görüşme yapılan bazı katılımcıların ifadelerinde yer almaktadır:

"...O yüzden maalesef bizi temsil eden insanlar da genelde aslında baktığınızda ilkokul mezun olduğu için birçoğu, şey bekliyorsunuz, biraz daha düşük gelirli insanların haklarını savunsunlar, eğitim düzeyi iyi olmayan, kaba tabirle kademe olarak alt kademedeki vatandaşlarımızın haklarını savunsunlar diye bekliyorsunuz. Fakat çok fazla genelde milletvekillerin de işte fabrika sahipleri, işte patronlar vesaire olduğunu düşününce, bunlar gene maalesef işçi ve gelir düzeyi düşük vatandaşın hakkını savunmak yerine sanki biraz daha üst kademedeki, gene insanların gelir düzeyi yüksek insanların haklarını savunuyorlar, gene de amacına hizmet etmiyor bu kriterler diye düşünüyorum..." (G2-E-36)

"...Türkiye'deki politikacılar... samimi bulmuyorum. Halkımızı, halkı yönlendirdiklerini düşünüyorum. Çıkmayan bir kanunu, iki ay önceden üç ay önceden halka enjekte edip, bunların üzerinde daha çok prim yaptıklarını düşünüyorum. Yani politikacılar ülkemizde samimi ve dürüst değiller..." (G11-E-54)

"...Her koyun kendi bacağından asılır diye öğrendik lisede. Politikacılar kendi cebini düşünüyor. Ben hiç fakir politikacı görmedim. Hepsi maşallah iyi durumda. Onlar kendilerini düşünüyor insanları da kullanıyorlar...yani bence öyle. Öyle olmasa bence bu kadar fakir fukara olmazdı..." (G18-K-19)

Söylemlere bakıldığında katılımcıların politikacılara karşı ciddi bir güvensizlik beslediği görülmektedir. İfadelere bakıldığında politikacılar genel olarak sadece kendilerinin ya da kendileri gibi ekonomik olarak avantajlı olanların çıkarları peşinde koşan, bencil ve samimiyetsiz olarak değerlendirilmektedir.

Yukarıda Tablo 3.22.'de sunulan bölümdeki son ifadeye verilen cevaplara göre, katılımcıların önemli bir kısmı (%40,8) haklarına ve düşüncelerine sahip çıktığını düşündüğü medya kanallarına politikacılardan daha fazla inanmaktadır. Bu oran politikacılar söz konusu olduğunda düşmektedir. Yanatma'ya (2017) göre Türkiye'de internet genel olarak hükümete muhalif olanların haber kaynağı olarak da işlev görmektedir. Bu bağlamda katılımcıların siyasal aidiyetleri ile bu medya kanallarına olan görece güven arasında bir ilişki olup olmadığına bakmak amacıyla yapılan analizde aşağıdaki tabloda gösterilen bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 3.22.b.: Bireylerin siyasal aidiyetleri ile hak ve düşüncelerine sahip çıktığını düşündükleri medya kanallarına olan inanma düzeylerine dair çapraz tablo

			Haklarıma ve Düşüncelerime Sahip Çıktıklarını Düşündüğüm Medya Kanallarına Daha Çok İnanırım					Toplam
			Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Yakın Hissettiği Parti	Cumhur İttifakı	Sayı	17	32	46	63	17	175
		Yakın Hissettiği Parti içindeki %	%9,7	%18,3	%26,3	%36,0	%9,7	%100,0
	Millet İttifakı	Sayı	21	42	64	130	58	315
		Yakın Hissettiği Parti içindeki %	%6,7	%13,3	%20,3	%41,3	%18,4	%100,0
	Diğer	Sayı	25	30	69	68	21	213
		Yakın Hissettiği Parti içindeki %	%11,7	%14,1	%32,4	%31,9	%9,9	%100,0
Toplam	Sayı	63	104	179	261	96	703	
	Yakın Hissettiği Parti içindeki %	%9,0	%14,8	%25,5	%37,1	%13,7	%100,0	

Tablo 3.22.b.'de görülebileceği gibi, kendisini Millet İttifakı'na yakın hissettiğini beyan eden katılımcıların %59,7'si (Katılıyorum %41,3 Kesinlikle katılıyorum %18,4) haklarına ve düşüncelerine sahip çıktığını düşündükleri medya kanallarına olan güvenlerini ifade etmişlerdir. Bu oran ise Cumhur İttifakı'nda %45,7'dir (Katılıyorum %36,0 Kesinlikle katılıyorum %9,7). Başka bir deyişle, iktidar partisini destekleyenler, kendilerine yakın hissettikleri medya kanallarına muhalif olanlara göre daha çok güven duymaktadırlar. Bunun nedeni Türkiye'deki medyanın büyük oranda iktidar yanlısı ve muhalif olarak kutuplaşmış olması (bkz. İşeri, vd., 2019; Özçetin ve Baybars-Hawks, 2018; Panayırıcı, vd., 2016) ve nicel olarak iktidar yanlısı medya kuruluşlarının daha çok olması (Yanatma, 2017) olabilir. İktidarı destekleyenlerin kullandıkları farklı medya mecralarında benzer Bilgi ve haberlerle karşılaşmaları kendi düşüncelerinin de onaylanması ve güven duygusunun artması ile sonuçlanıyor olabilir.

3.7. Bilgi Fazlalığı Karşısındaki Tepkiler

Daha önce söz edildiği üzere, teknolojik gelişmelerle günümüzde herkesin kullanımına sunulmuş olan cihazlar, İnternet ve onun sağladığı olanaklar bireylerin maruz kaldıkları bilgi miktarı çok fazla artmıştır. Bu miktar, insanların kolay bir şekilde sindirebileceği ya da içselleştirebileceğinden çok daha fazladır. Elde edilen bilgilerin sindirilmesi ya da

içselleştirilmesi Batista ve Marques'e (2017) göre karar alma süreçlerinde önemli bir noktadır. Sonuca olumlu etkisi olabileceği gibi strese ya da başka zorluklara yol açabilir. Ancak mevcut olan Bilgilerden hangilerinin seçilip sindirilmesi bireyin karar alma süreçlerine olumlu etki eder, hangileri duyuşsal bazı sorunlara yol açabilir konusu ciddi bir sorun olarak durmaktadır. Bunun yanında, sosyal medya üzerinden gerçekleşen bilgi trafiği insanların başa çıkamayacakları miktarda bilgi ve iletişim mesajlarından oluşmaktadır. Bu durumun yarattığı benzer sorun bazı araştırmacıları tarafından aşırı iletişim yüklenmesi (communication overload) olarak nitelendirilmektedir (Cecchinato, Bird ve Cox, 2014; Thomée, Dellve, Härenstam ve Hagberg, 2010; Yin, Davison, Bian, Wu ve Liang, 2014) (akt. Batista ve Marques'e, 2017).

Bu noktadan hareketle, bireylerin Bilgi fazlalığı karşısında deneyimledikleri duyuşsal tepkilerine dair veriler incelenmiş ve analizler katılımcıların siyasal aidiyet, cinsiyet, yaş ve algılanan gelir gruplarına göre ayrılmıştır.

3.7.1. Siyasal Aidiyete Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler

Katılımcıların siyasal aidiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilere ilişkin elde edilen verilerin tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.23.'de sunulmuştur.

Tablo 3.23.: Katılımcıların siyasal aidiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplararası	135,92	2	67,96	4.06	,01	1-3
Gruplarıçi	11715,11	700	16,74			
Toplam	11851,04	702				

Tablo 3.23.'den de görülebileceği gibi siyasal aidiyetleri farklı olan katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkiler farklılık göstermektedir ($F_{(2,700)}=4,06$, $p<,01$). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre birinci ($\bar{x}$: 19.45) ve üçüncü ($\bar{x}$: 18.38) gruplar arasında anlamlı

fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında birinci grup olan Cumhuriyet İttifakı grubunun ortalamasının üçüncü grup olan Diğer grubuna göre daha yüksek olduğu, dolayısıyla bu grubun bilgi fazlalığına karşı daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyma gibi duyuşsal tepkiler gösterdikleri anlaşılmaktadır.

Yukarıda söz edildiği üzere “Cumhuriyet ittifakı”, iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Milliyetçi Hareket Partisi’nden (MHP) oluşmaktadır. Diğer grubuna dâhil katılımcıların ise siyasal aidiyetlerini açıklamak istemeyen, politika ile ilgilenmeyen ve/veya kendini Türkiye’deki diğer politik oluşumlara yakın hissedenlerden oluştuğu söylenebilir. Millet İttifakını oluşturan ana partileri (CHP ve İYİ PARTİ) ve “diğer” grubunu işaretleyenlerden bazılarının desteklediği ya da kendilerini yakın hissettikleri partileri bir bütün olarak siyaset yelpazesinde bir yere yerleştirmek zor olsa da Cumhuriyet İttifakı içindeki partilerin net olarak siyasetin “sağında” konumlanan partiler olduğunu söylemek mümkündür.

Yanatma’nın (2018) aktardığına göre, Türkiye’de yapılan bir çalışmada elde edilen sonuçlara göre çevrimiçi kaynaklar daha çok sol eğilimli katılımcılar tarafından birincil haber kaynağı olarak görülürken (%45), televizyon daha çok sağ eğilimli olanlar tarafından birincil haber kaynağı olarak görülmektedir (%59). Bunun yanında, İnternet genel olarak hükümete muhalif olanların haber kaynağı olarak da işlev görmektedir (Yanatma, 2017). Yanatma’ya göre bunun nedeni Türkiye’de faaliyette bulunan büyük medya kuruluşlarının (gazete, dergi ve televizyonların) büyük bir kısmının hükümeti destekleyen iş adamları tarafından satın alınmış olması ve muhalif grupların bu mecralarda fazla yer bulamamasıdır. Başka bir deyişle, geleneksel medya kendini Cumhuriyet İttifakı’na yakın hisseden bireyler tarafından daha çok kullanılmaktadır denilebilir.

3.7.2. Cinsiyete Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler

Katılımcıların cinsiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilerin değişip değişmediğini anlamak amacı ile yapılan t-Testi sonuçları Tablo 3.24.’de sunulmuştur.

Tablo 3.24.: Katılımcıların cinsiyetlerine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepki puanlarına uygulanan t-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	$\bar{x}$	SS	Sd	t	p
Kadın	316	19.95	3.83	701	5.41	.000
Erkek	387	18.29	4.18			

Tablodan da izleneceği gibi kadın ve erkek katılımcılar arasında Bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepki puanları arasında anlamlı fark bulunmaktadır ($t:5.41$; $p<.000$). Ortalamalara bakıldığında kadınların bilgi fazlalığı karşında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duydukları anlaşılmaktadır.

Literatüre bakıldığında kadınlar ve erkekler arasında kaygı yaşama konusunda farklılıkların olduğunu gösteren araştırmalar bulunmaktadır. Bazı araştırmalar erkeklerin daha yüksek kaygı düzeyine sahip olduğunu gösterse de (Durmuşoğlu-Irmak, 2017) araştırmaların çoğu kadınların daha kaygılı olduklarına ilişkin bulgular sunmaktadır (Meyer, Miller, Metzger ve Borkovec, 1990; Yılmaz ve Sakarya-Maden, 2016). Günlük yaşamın her alanında, televizyon, radyo, bilgisayar ya da akıllı telefon gibi medya araçları aracılığıyla bireylerin istekleri dışında karşlarına çıkan Bilgi yığını bütün bireyleri rahatsız ediyor durmaktadır. Çünkü bu Bilgi yığını, onları değerlendirip bir karara varmayı da gerektirmektedir. Yapılan çalışmalarda kadınların karar vermede içtepisel (impulsive) oldukları (Tiryaki, 1997), aşırı uyarılmışlık karar stilini kullandıkları (Güçray,1998) ve daha çok stres yaşadıkları ortaya çıkmıştır (Güçray, 2003).

"...Kesinlikle, kesinlikle....kesinlikle. İnsanlar, yani kendim de öyle, çevremdeki insanların da öyle sürekli stresli olduğunu düşünüyorum. Yalan yanlış haberler, insanlar çok çabuk galeyana geliyor. Biz de öyle. İnsanların tahammül sınırı artık dayanmıyor, bazen tepki verebiliyoruz. Doğru, yanlış ama böyle düşünüyorum ben yani. Teşekkür ederim..." (G3-K-45)

"...Kesinlikle. Evet kesinlikle. Yani gereksiz bir kaygı düzeyi arttıkça, tabii ki stres de orantılı bir şekilde artıyor. Ne bileyim mesela modum düşebiliyor. Yani bence sıkıntı yaratıyor çoğu zaman. Ve benim gibi hani duyarlı olan bir sürü insan var etrafımda. Bunların da işte modunun düştüğünü, mutsuz olduğunu görüyorum yani bu mutsuzluğu herkesin yüzünde görebiliyorum az çok, çevremdekilerin..." (G6-K-45)

Yapılan nitel görüşmelerde kadın katılımcılara bilgi çokluğunun kaygı, stres ve benzeri sorunlara yol açıp açmadığı sorulduğunda erkek katılımcılara göre daha bireysel ve net ifadeler kullanmışlardır. Kadın katılımcıların söylemlerinden çıkan sonuca göre bilgi fazlalığı, özellikle de yanlış haberlerin fazlalığı kadınlar üzerinde strese, aşırı tepkiselliğe, ruh halinde değişikliğe ve mutsuzluğa yol açmaktadır.

"...Tabii ki de psikolojik olarak yol açıyordur. İllaki psikolojik yaralar bırakıyordur. Bende de tabii sinir katsayılarımı artırıyor. Tabii ki bu da muhtemelen sağlığınıza zarar veriyordur..." (G8-E-34)

"...Tabii olabilir, hassas insanlar var, her şeyden nem kapan. Yani hani kötü anlamda değil, hassas oluyorlar bazıları yani onları diyorum. Etkiyordur tabii. Olabilir..." (G16-E-21)

Erkek katılımcıların ifadeleri ise daha kısa ve genel görünmektedir. Erkek katılımcıların söylemlerinden çıkan sonuca göre erkekler bilgi fazlalığından kadınlara göre daha az duyuşsal tepkiler vermektedir.

Günlük hayatta karşılaşılan çok fazla bilginin var olması bir anlamda beraberinde belirsizliği de getirmektedir. Yapılan çalışmalar, kadınların erkeklere göre belirsizliğe daha az tahammüllü oldukları tespit edilmiştir (Karataş ve Uzun, 2018; Terzi, 2004). Bu bulgular da Tablo 3.19’da sunulan sonuçlarla paralellik göstermektedir. Bu durum daha çok toplumsal cinsiyet rol beklentileri ile ilgili olsa da kadınların duygusal olma eğiliminde (bkz. Kılınç ve Cemaloğlu, 2018) olduğunu belirten makaleler bulunmaktadır.

Diğer yandan son dönemde yapılan sinirbilimsel çalışmalar, kadın ve erkeklerin bazı durumlar karşısında deneyimledikleri duygu, düşünce ve ortaya koydukları davranışların toplumsal cinsiyet rolleri dışında yapısal (biyolojik) olabileceğini ortaya koymaktadır. Kadın ve erkeklerin farklı beyin işleyişlerine sahip olması onların farklı tepkilerde bulunmasına yol açabilmektedir. Örneğin kadın beyini ayrıntıları daha fazla hatırlama eğilimindeyken erkek beyini daha çok ana hatları hatırlamaktadır. Erkek beyini konuşmaları mantık çerçevesinde algılamak kadın beyini bunu sezgi ve duyguları ile yapmaktadır (Karaismailoğlu, 2017). Ancak ilgili literatürde beyinle ilgili cinsiyete bağlı bu tür yapısal bir farkın sabit olmadığı, duruma göre değiştiğini savunan araştırmalar da vardır. Ancak bu değişken fark da stres ile ilgilidir. Stres altında iken erkek beyninin bazı bölgeleri kadın beyini gibi değişim geçirmektedir (bkz. Joel, 2011; Joel vd., 2018; Joel vd., 2019; Ertuğrul, 2005).

Sonuç olarak her iki durumda da kadın beyninin strese daha farklı bir şekilde tepki veriyor olması, Bilgi fazlalığına karşı kadınların gösterdikleri duyuşsal tepkilerin erkeklere göre daha fazla olmasını açıklayıcı durmaktadır.

3.7.3. Yaş Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler

Katılımcıların yaş gruplarına göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilerle ilgili olarak elde edilen verilerle yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.25.'de sunulmuştur.

Tablo 3.25.: Katılımcıların yaş gruplarına göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamli fark
Gruplararası	273,12	3	91,04	5.49	,001	1-4, 2-4, 3-4
Gruplariçi	11577,92	699	16,56			
Toplam	11851,04	702				

Tablo 3.25.'den de görülebileceği gibi yaş grupları farklı olan katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkiler farklılık göstermektedir ($F_{(3,699)}=5,49$, $p<,001$). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre birinci ($\bar{x}$: 18.61) ve dördüncü ($\bar{x}$: 20,29), İkinci ($\bar{x}$: 18,94) ve dördüncü ($\bar{x}$: 20,29), üçüncü ($\bar{x}$: 19,02) ve dördüncü ($\bar{x}$: 20,29) gruplar arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında dördüncü grup olan 44 ve üstü yaş grubundaki katılımcılar ile geri kalan yaş grupları arasında anlamlı fark olduğu ve dördüncü grubun bilgi bolluğu karşısında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyduğu anlaşılmaktadır.

Günümüzde günlük hayat, çeşitli kaynaklarda gelen bilgiler ve haberlerle doludur. Bireyler istese de istemese de bir şekilde bu haberlere “maruz” kalabilmektedir. Radyo dinleyenler ve televizyon izleyenler İnternet’in olmadığı zamanlarda da bu mecralar aracılığıyla Bilgi ve haberlere ulaşmakta ya da maruz kalmakta idi. Gazete, dergi ve kitaplar da bireylerin istekleriyle ulaştıkları ve bilgi, haber kaynağı olarak kullandıkları mecralardı. Ancak 1990’lı yıllardan itibaren İnternet’in günlük hayatta yaptığı en büyük değişikliklerden

birisi bilgi edinme ya da bilgiye maruz kalma biçimlerinde meydana getirdiği büyük değişiklikler olmuştur. Bu değişiklikler sonucunda, bireyler tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar fazla ve hızla dolaşan bilgi ile isteseler de istemeseler de karşı karşıya kalmaya başlamışlardır.

Daha önce sadece istediği zaman ve istediği ya da ihtiyaç duyduğu kadar bilgiye ulaşabilen bireyler artık günlük hayatın her alanında kullanılan akıllı telefonlar ve bilgisayarlar tarafından büyük bir hızla ve durmaksızın akan bir bilgi otobanına sokulmaktadır. ‘Hız’ Virilio’nun ifadesiyle insanoğlunun hep arttırmak istediği ama mekâna olan hâkimiyetini artırmasına yardımcı olmayan bir olgu olagelmiştir. Ama günümüzde bu hız “ışık hızı” sınırına dayanmış ve zamanı küreselleştirmiştir. Küresel zaman, yerel zamana hâkim olmaya başlamış ve bu da zincirleme kaza riskini beraberinden getirmiştir (Güney, 2004). Virilio, hızlanan hakikatten söz ederek “*Yeni yeni önem kazanan bir dünyasal zamanın anındalığı mesafelerin gerçekliğini ortadan kaldırmaktadır*” diye eklemektedir. Virilio’ya göre ‘kaza’ riskini artıran şey, insan etkinliklerinin artık sürekli bir geri beslemeye tabi olması ve bunun genelleşmiş bir etkileşimli ortamda gerçekleşiyor olmasıdır (Virilio, 2003). Mecazi bir anlatımla, bilginin daha az olduğu ve yavaş yayıldığı dönemde geleneksel yollarda yolculuk etmeye alışmış belli bir yaş üstü bireylerin günümüz “Bilgi Otobanlarındaki” baş döndürücü hızlar karşısında rahatsızlık duymaları beklenebilir bir sonuçtur.

Bununla birlikte, günümüzde son dönemde yapılan çalışmalar bilgi çokluğu karşısından tüm yaş gruplarının güven sorunu yaşadığından daha önce söz edilmiştir. Ancak buradaki ayırt edici nokta bu durum karşısındaki diğer duyuşsal tepkilerdir. Dijital dünyanın içine doğmuş olan dijital yerliler bu tür bir atmosfer içinde yetiştikleri için bu hızlı dünya onlara daha normal geliyor olabilir:

"...ben aynı anda hem müzik dinleyip hem ders çalışıp hem de Insta'da (Instagram) ya da Twitterda takılabiliyim. Annem babam kızıyor bana sadece birine bak diye. Okulda da öyle, hocalar sadece bir şeyle ilgilenmemizi istiyorlar, öylesi sıkıcı geliyor bana..."
(G18-K-19)

Genç katılımcının söylemine bakıldığında, gençlerin aynı anda birden fazla kaynaktan gelen uyarıcılarla ya da bilgilerle rahat bir şekilde başa çıkabildiği sonucu çıkarılabilir. Bu nedenle aşırı bilgi fazlalığı bu yaş grubunda daha az duyuşsal tepkiye neden oluyor denebilir.

“...Çok umursamıyorum. Çok dikkate de almıyorum. Kimilerinin artık bunu bir alışkanlık bir meslek haline getirdiğini düşünüyorum. Aşırı paylaşım yapanların taraflı olduğunu düşünüyorum. İnsanları etkilemek için yapıldığını düşünüyorum. Yani bunları çok şey bulmuyorum, güvenilir bulmuyorum...” (G11-E-54)

“...Valla çok şey var, televizyon kanalı, önceden bir iki tane vardı. Gazeteler de öyle. Aslına bakarsanız onlar da şimdikiler gibiydi, ama en azından bu kadar gürültü patırtı yoktu. Kafa yoruyor bunlar. Bilgisayarı aç haberler, telefonu aç haberler. Cidden sinir bozucu oluyor bazen...En iyisi çok da sallamamak galiba...” (G17-E-55)

Dijital göçmenlerin söylemlerinden çıkan sonuca göre, daha yavaş bir zamanda yetiştikten sonra bu tür bir ortama uyum sağlamaya çalıştıkları için, bu uyum süreci onlarda kaygı, stres ve diğer duyuşsal sorunlar yaratıyor olabilir. Bu tepkilerden birisi de umursamazlık olarak kendini gösterebilmektedir denebilir.

3.7.4. Gelir Düzeyine Göre Bilgi Fazlalığı Karşısında Açığa Çıkan Duyuşsal Tepkiler

Katılımcıların kendilerini ait olarak algıladıkları gelir düzeyine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.26.’da sunulmuştur.

Tablo 3.26.: Katılımcıların algıladıkları gelir düzeyine göre bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilere ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplararası	109,84	2	54,92	3.27	,03	2-3
Gruplariçi	11741,19	700	16,77			
Toplam	11851,04	702				

Tablo 3.26.’dan da görülebileceği gibi algıladıkları gelir düzeyine katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkiler farklılık göstermektedir ($F_{(2,700)}=3,27$, $p<,03$). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla kullanılan post hoc LSD testine göre ikinci ($\bar{x}$: 19,35) ve üçüncü ($\bar{x}$: 18,25) gruplar arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu ortalamalara bakıldığında ikinci grup olan kendini orta gelir grubuna ait olarak algılayan katılımcıların kendilerini ortanın üstü gelir grubuna ait olarak algılayan gruba göre bilgi bolluğu karşısında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyduğu anlaşılmaktadır.

Tsagkias ve diğerleri (2011) sosyal medyada yer alan etkinliklerin ve tartışmaların büyük bir kısmının gündemdeki haberlerden kaynaklandığını, örneğin Twitter'daki durum bildirimlerinin %85'nin haberlerle ilgili olduğunu bildirmektedir. Bu haberlerin bir kısmının siyasal içerikli olması nedeniyle bunların toplumun değişik kesimlerinden pek çok kişiyi ilgilendirdiğini söylemek mümkündür. Toplumsal sınıflar sosyal bilimler alanında çok tartışmalı bir konu olsa da (Mcnaill v.d., 2018) bu çalışmada orta gelir grubunun orta sınıf olarak nitelendirilebileceği düşünülmüştür. Remes (2019) bu sınıfın politikacılar ve ekonomistler için önemli olduğunu, çünkü büyük ve refah bir orta sınıfın ekonomi için büyük önem taşıdığını aktarmaktadır. Bu sınıf, ülke için siyasal stabilite, nitelikli iş gücü, vergi geliri ve tüketici olarak insan kaynağı sağlar. Ancak Remes bu sınıfın dünyanın pek çok ülkesinde küçülmekte ve rahat konumunu yitirmekte olduğunu aktarmaktadır.

Bu nedenle, bu araştırmada kendini orta gelir grubuna ait hissedenlerin büyük bir çoğunluğunun ülkedeki siyasal gelişmeler doğrudan etkilenen grup olduğu söylenebilir. Bundan dolayı, medyadaki siyasal içerikli haberlerin çokluğu ve bu haberlerin her an mevcut durumları üzerinde olumsuz bir etkisinin olabilme ihtimali, bu grubun üyelerinde daha fazla kaygı ve stres gibi duygulara yol açıyor olabilir.

3.8. Sosyal Medyada Yapılan Siyasal İçerikli Paylaşımlara Karşı Takınılan Tavrılar

Katılımcıların arkadaşlarının sosyal medyada yaptıkları siyasal içerikli paylaşımlara karşı takındıkları tavra dair frekans ve yüzdeler Tablo 3.27.'de sunulmuştur.

Tablo 3.27.: Katılımcıların arkadaş listelerinde olan kişiler tarafından sosyal medyada yapılan siyasal içerikli paylaşımlara karşı takındıkları tavra dair frekans ve yüzdeler

İfadeler	f	%
Arkadaş listemden çıkartırım	43	6,1
Uyarırım	28	4,0
Herhangi bir şey yapmam, umursamam	395	56,2
Listemden çıkartırım ve mümkünse bir daha görüşmem	9	1,3
Listemden çıkartmam ama onun hakkındaki düşüncelerim olumsuz manada değişir	87	12,4
O kişiyle olan ilişkimi tekrar gözden geçiririm	37	5,3
Bence, herkes benimsediği partinin, görüşün, liderin reklamını yapmalı	104	14,8

Tablo 3.27.'de görüleceği gibi katılımcıların yarısından fazlası (%56,2) sosyal medyada arkadaş listelerinde olan kişiler tarafından yapılan siyasal içerikli paylaşımlar karşısından herhangi bir şey yapmadığını ve umursamadığını belirtmektedir. Katılımcılardan %14,8'lik bir grup ise herkesin benimsediği partinin, görüşün ya da liderin reklamını yapması gerektiğini ifade etmektedir. Katılımcıların %12,4'lük bir kısmı ise arkadaş gruplarında bulunan kişileri sosyal medyada yaptıkları siyasal içerikli paylaşımlar nedeniyle arkadaş listesinden çıkartmayacaklarını ama onlar hakkındaki düşüncelerinin olumsuz anlamda değişeceğini belirtmektedir.

Katılımcıların %56,2'sinin bu durumda hiçbir şey yapmadığını ifade etmesi sosyal medyadaki haberlere karşı duyulan güvensizlik ve bundan dolayı da bu haberlere önem verilmemesinden kaynaklanıyor olabilir. Kutuplaşmanın çok fazla olduğu bir ortamda bu ifadenin hoşgörü sonucu olduğunu söylemek zor görünmektedir.

“Listemden çıkartmam ama onun hakkındaki düşüncelerim olumsuz manada değişir” (%12,4), *“Uyarırım”* (%4), *“Listemden çıkartırım ve mümkünse bir daha görüşmem”* (%1,3), *“O kişiyle olan ilişkiyi tekrar gözden geçiririm”* (%5,3) gibi böyle bir durumda “ne yapılacağını” daha net orta koyan ve tahammülsüzlük içeren ifadelerin toplamının %29 olması da dikkat çekicidir. Bu miktar katılımcıların önemli bir kısmının farklı düşüncülere karşı hoşgörülü olmadığını gösterdiğini söylemek mümkündür. Böyle bir yorum önceki bölümlerde sunulan verilerle de desteklenmektedir.

3.9. Filtreleme Sistemleri Konusundaki Farkındalıklar

Katılımcıların filtreleme sistemleri konusunda farkındalıklarına dair frekans ve yüzdeler Tablo 3.28.'de sunulmuştur.

Tablo 3.28.: Katılımcıların filtreleme sistemleri konusunda farkındalıklarına dair frekans ve yüzdeler

İfadeler	Kullanıyorum		Kullanmıyorum		Böyle bir sistemin olduğundan haberim yoktu		Bilgim var ama kullanmıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1. İnternet servis sağlayıcılarının (TTNet, Superonline, Turkcell, Vodafone vb) sunduğu içerik filtreleme sistemi hakkında aşağıdaki ifadelerden size uyanı seçiniz.	95	13,5	241	34,3	220	31,3	147	20,9
2. Facebook, Twitter vb. sosyal medya platformlarının içerik filtreleme sistemleri hakkındaki aşağıdaki ifadelerden size uyanı seçiniz.	92	13,1	256	36,4	198	28,2	157	22,3

Tablo ilk bölümünde de görülebileceği gibi, katılımcıların %13,5'i İnternet servis sağlayıcıların sunduğu içerik filtreleme sistemlerinin kullandıklarını, %34,3'ü ise kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Böyle bir filtreleme sisteminden haberdar olmadığı bildirenlerin oranı ise %31,3'tür. Bu sistemin varlığından haberdar olup da kullanmadığını bildirenler ise %20,9'dur. Başka bir ifade ile İnternet servis sağlayıcılarının sunduğu filtreleme sistemleri katılımcıların az bir kısmı tarafından kullanılmaktadır.

Türkiye'de 2011 yılında Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren “Elektronik Haberleşme Sektöründe Tüketici Hakları Yönetmeliği”nin 10. maddesine göre İnternet servis sağlayıcıları yasadışı ve zararlı içerikleri filtreleme sistemlerini kullanıcılara ücretsiz olarak sağlamakla yükümlüdürler (Resmi Gazete, 2011). Her üç katılımcıdan birinin (%31,3) böyle bir hizmetin varlığından bile haberdar olmaması bu hizmetin çok iyi tanıtılmadığı ya da hem yetkililer hem de kullanıcılar tarafından çok önemsenmediği şeklinde yorumlanabilir.

“...Yani bence olmamalı. Yani İnternet'ten denen bir, ne derler, kaynak varsa, bence filtrelenmemeli. Her şeye erişilebiliyor olmalı. Her şey görülebiliyor olmalı. Ha, bunun içinde rahatsız edici şeyler mutlaka oluyordur, onları da hani gülü seven dikenine katlanır misali düşünüyorum. Çünkü filtreleri olduktan sonra otomatikman şey at gözlüğüne dönüyor, bazı kısıtlamalar olduğu zaman hani pencere daralıyor. O yüzden karşıyım açıkçası...” (G9-E-44)

“...Yok öyle bir şey kullanmıyorum şu an için. İleride kullanır mıyım bilmiyorum ama öyle çok bir sınırlamaya gitme şeyinde değilim tabii ki şu an için. Gelecek ne gösterir bakacağız...” (G13-E-32)

“...Baktığım konu bu ama siyasal konular hakkında soruyu değiştirir, siyaset haberleri hakkında dersiniz o zaman şöyle olur, iktidar kimse istediği yayını yapar, devlette. O zaman ben sadece iktidarın istediği haberleri okumaya başlarım filtrelenirse. Bu da yanlış bir tutum olur, demokrasiden bahsedemeyiz...” (G14-K-50)

Nitel görüşme yapılan katılımcıların söylemlerinden çıkan sonuca göre, filtreleme sistemlerinin farklı algılanmaktadır. Bazı katılımcılar filtreleme sistemlerini kısıtlayıcı, sansür uygulayıcı bir sistem olarak değerlendirmekte, bu nedenle de İnternet için herhangi bir filtreleme sistemini doğru bulmamaktadır.

“...Bunu duydum biliyorum ama şey çocuğum şimdiye kadar çok fazla böyle İnternet’te şey yapmıyordu, girmiyordu, o yüzden çok ihtiyaç duymadım. Benim için de böyle bir şeye filtreleme sistemine gerek yoktu. O yüzden kullanmadım, ama şimdi çocuğum için aslında bir filtreleme sistemi bazı şeyler için getirmeyi düşünürüm...” (G4-E-47)

“...Şimdi ben bir yetişkin olduğum için ya da eşim de öyle, çok ihtiyacımız yok ama evinde hani evdeki yaşayanlara bağlı biraz da aslında. Yani çocuklar var diyelim yani yaş durumuna bağlı. İşte çocuklara birtakım şeyler getirilebilir, bilemiyorum hani o, çocukların tutumuna bağlı. Yani İnternet’in ne kadar kullanıldığı ya da vesaire işte yani çocuklarda bir takım psikolojik sıkıntılar yaratabiliyor bazı oyunlar ya da bazı siteler vesaire: Ama yetişkinler için böyle bir şeye ihtiyaç duyulacağını sanmıyorum. Olması gerektiğini düşünüyorum...” (G6-K-45)

“...Onların gelişimini olumsuz etkileyebilecek farklı mecralara İnternet üzerinde yönelmemelerini sağlamak için. Çocuklar odaklı, yetişkinler için çok bir şey ifade edeceğimi düşünüyorum ama...” (G8-E-34)

Katılımcılardan bazılarının söylemlerinden çıkan sonuca göre, filtreleme sistemleri genel olarak gerekli görülmemekte ancak özellikle çocukları zararlı içeriklerden korumak için kullanılması gerektiği düşünülmektedir.

Tablonun ikinci bölümüne bakıldığında, katılımcıların %13,1’inin sosyal medya platformlarının sundukları filtreleme sistemlerini kullandıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bu sistemleri kullanmayanların oranı ise %36,4’dür. Katılımcıların %28,2’si böyle bir sistemden haberi olmadığını ifade ederken, %22,3’lük bir grup ise bu sistemden haberi olduğu halde kullanmadığı bildirmiştir. Dolayısıyla, sosyal medya platformlarının sundukları filtreleme sistemleri de katılımcıların küçük bir bölümü tarafından kullanılmaktadır.

Sosyal medya platformlarındaki filtreleme sistemlerini bazı katılımcılar istedikleri kişileri ya da onlardan gelen mesaj, gönderi vb. engellemeleri olarak görmekteyken sadece bir katılımcı sosyal medya platformu tarafından sunulan bu tür bir filtreleme sistemini kullandığını ifade etmiştir.

"...Filtrelemeden kastınız benim engel koymamsa, evet bazen kullanıyorum. Sevmediğim tipler mesaj atıyor onları engelliyorum. WhatsApp'da da engellediklerim var. Onun dışında kullanmıyorum. Ama güzel bir şey, faydalı yani..." (G19-K-19)

"...Evet Örneğin Twitter'da kullanıyorum özellikle mesela şeyi, "Bu içerik sizin için uygun değildir" şeklinde çıkıyor ve bunu doğru da buluyorum..." (G1-K-35)

Söylemlerden anlaşılacağı gibi bazı katılımcılar sosyal medya platformlarındaki filtreleme sistemlerini etkin bir şekilde kullanmakta ve bunu kendileri açısından yararlı bulmaktadır.

Kısaca söylemek gerekirse, bilginin büyük miktarlarda ve bireysel olarak kontrolü çok zor bir şekilde günlük hayatın içinde olduğu bir dönemde, katılımcıların pek çoğunun kendilerine yardımcı olabilecek bazı filtreleme sistemlerinden haberdar olmadığı, haberi olanların ise bu sistemleri çok fazla kullanmadıkları görülmektedir. Bunun nedeni ise, bu tür bir sistemde filtre uygulanacak içeriklere kimin karar vereceğine dair genel bir güvensizlikten dolayı bu sistemlerin daha çok bir sansürleme ya da kısıtlama aracı olarak algılanıyor olması gibi durmaktadır.

4. SONUÇ

Bu çalışmada, son yarım asırdır devam eden teknolojik gelişmeler sonucunda günlük hayatın önemli bir parçası haline gelen ve yeni bir kamusal alan kabul edilen internetin, özellikle sosyal medyanın bireylerin siyasal bilgi edinme pratikleri ve edinilen bu bilgilerin içerikleri konusunda sergiledikleri davranışlar üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu bağlamda, dijital çağın yurttaşlarının siyaset alanını ve bu alanın aktörlerini nasıl değerlendirdikleri, siyasal içerikli bilgiye ulaşmak için kullandıkları mecraların neler olduğu ve bu mecralarda karşılaştıkları bilgiler konusunda ne düşündükleri ve bu bilgilerin içerikleri konusunda nasıl bir davranış sergiledikleri incelenmiştir. Bu bağlamda tasarlanan araştırmada dört ana soru ve onların alt sorularına cevap aranmıştır. Bu amaçla hem nicel hem de nitel veriler toplanmıştır ve elde edilen veriler uygun analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

Bu sorulardan ilki katılımcıların siyaset alanı ve siyasetçilere dair düşüncelerinin (siyasal sinizm düzeylerinin) ne yönde olduğu ve bu düşüncelerin politik aidiyet, cinsiyet, yaş ve algılanan gelir düzeyine göre değişip değişmediğine dairdir. Araştırma sonunda toplanan verilerin analiz edilmesi sonucunda katılımcıların siyasal sinizm düzeylerinin cinsiyet, yaş ve gelir düzeyine göre farklılık göstermediği ancak siyasal aidiyete göre bir farklılık olduğu bulunmuştur.

Araştırma sonunda elde edilen bulgulara bakıldığında, kendini iktidar partisinin de içinde olduğu Cumhur İttifakı'na (AKP ve MHP) yakın hisseden katılımcıların siyasal sinizm düzeylerinin, kendisini muhalif partilerin oluşturduğu Millet İttifakı'na (CHP, İYİ Parti) yakın hissettiğini beyan edenler ve siyasal aidiyetlerini Diğer grubu olarak bildirenlerden daha az olduğu bulunmuştur. Farklı bir şekilde ifade edilecek olursa, iktidarı destekleyen grup diğer iki gruba oranla politika ve politikacılara daha fazla güven duymaktadır. Bunun nedeni olarak, kendilerini AKP ve MHP'ye yakın hisseden katılımcıların özellikle duygusal kutuplaşma nedeniyle bu partilere ve onların siyasetçilerine daha fazla güvenmeleri gösterilebilir.

Araştırmada cevap aranan ikinci soru ise katılımcıların siyasal içerikli bilgi edinme yollarının neler olduğu ve o kaynaklardan elde edilen bilgiler hakkındaki görüşlerine dairdir.

Bu ana sorunun alt başlıkları olarak ilk önce katılımcıların siyasal içerikli haberlere ne kadar ilgi gösterdikleri araştırılmıştır. Reuters Institute for the Study of Journalism (2019) tarafından yapılan bir çalışmada katılımcıların genel olarak ülkelerinde neler olup bittiğinden haberdar olmak ve bunları anlamak konusunda medyanın kendilerine yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Bu çalışmanın bulgularında da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlası siyasal içerikli haberleri ya çok yakından takip ediyor ya da takip etmeye çalışıyor olarak görünmektedir. Bu oran, katılımcıların önemli bir kısmının siyasal içerikli bilgileri takip ettiğini göstermektedir. Her yirmi katılımcıdan bir tanesinin ise siyasal içerikli bilgileri hiç takip etmediği tespit edilen bir diğer noktadır.

Bununla bağlantılı olarak, katılımcıların siyasal içerikli bilgi edinmek için hangi kaynakları kullandıkları ve bu amaçla sosyal medya kaynaklarını hangi sıklıkla kullandıkları incelenmiştir. Bu konuda elde edilen bulgular, ilgili literatürdeki araştırma bulguları ile benzerlik gösterecek şekilde katılımcıların siyasal bilgi almak için çoğunlukla internet kaynaklarını kullandıklarını göstermektedir. Literatürdeki çalışmalara göre ilk sırada Facebook yer alırken, bu çalışmanın bulgularına göre ilk sırayı online haber sitelerinin aldığı görülmektedir. İkinci sırada Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarının yer aldığı, bunu ise televizyon ve gazetelerin web sitelerinin takip ettiği belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcılar arasında en az kullanılan mecraların basılı gazete ve radyo olduğunu göstermektedir. Son 10 yıl içerisinde Türkiye'deki gazete tirajlarındaki önemli derecedeki düşüş de (bkz. TÜİK, 2019a) bu bulguyu desteklemektedir.

Katılımcıların siyasal bilgi edinmek için bu kaynakları seçerken kendi görüşlerine yakın olup olmamasına önem verip vermedikleri ise araştırılan bir diğer konu olmuştur. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda bununla ilgili farklı şekilde kurgulanmış ama aynı konu hakkında veri toplamayı hedefleyen sorular kullanılmıştır. Bu konuda doğrudan soru sorulduğunda katılımcıların yarıya yakını siyasal içerikli bilgi edinmek için hem kendi görüşlerine yakın hem de yakın olmayan haber kaynaklarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ancak aynı içerikli dolaylı sorulara verilen cevaplardan, katılımcıların çoğunlukla kendi görüşlerine yakın hissettikleri haber kaynaklarını tercih ettikleri ve başka kaynaklara bakmanın da hiç gerekli olmadığını düşündükleri tespit edilmiştir. Aşırı bir bilgi akışının olduğu ve özellikle çok sayıda sahte ve yalan haberle karşılaştığını düşünen bireylerin olduğu

bir atmosferde katılımcılar için en kolay ve güvenli yolun bildik ve tanıdık kaynaklara sığınmak olması açıklanabilir durmaktadır.

Bu konuda daha ayrıntılı bilgi edinmek amacıyla, katılımcıların tercih ettikleri kaynaklara karşı güvenlerinin siyasal aidiyet, cinsiyet, yaş ve algılanan gelir düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, siyasal aidiyetleri farklı olan katılımcıların siyasal içerikli bilgi kaynaklarına ilişkin görüşlerinde farklılık olduğu bulunmuştur. Buna göre, özellikle kendisini Millet İttifakı'na ve Diğer grubuna ait olarak beyan edenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Siyasal aidiyet anlamında kendisini Diğer grubuna ait hissedenler, kendini Millet İttifakı'na yakın hissedenlere göre siyasi içerikli bilgi edindikleri kaynaklara daha az güven duymaktadırlar. Millet İttifakı'nın sağ ve sol eğilimli partilerden oluştuğu düşünüldüğünde, diğer grubuna ait katılımcıların çoğunlukla CHP dışında kalan sol eğilimli bireyler oluştuğu sonucu çıkartılmıştır. Yanatma (2018) Türkiye'de sağ eğilimli olduğunu beyan eden bireylerin sol eğilimli olanlara göre genel olarak haberlere daha fazla güven duyduğunu bildirmektedir. Bu da bu araştırmada elde edilen bulgularla paralellik göstermektedir.

Yapılan analizlerde, kadın ve erkek katılımcılar arasında tercih ettikleri siyasal içerikli bilgi kaynaklarına karşı duyulan güven açısından da anlamlı fark bulunmuştur. Buna göre kadınların siyasal bilgi edindikleri kaynaklara daha fazla güvendikleri anlaşılmaktadır. Bu bulgu ilgili literatürdeki bulgulardan farklılık göstermektedir. Farklı ülkelerden yapılan çalışmalar sonucunda bu konuda cinsiyetler arasında fark bulunmazken bu durumun Türkiye'de farklı olması ayrı bir çalışma yapılmasını gerektiren bir alan olarak durmaktadır.

Yapılan bir diğer analiz, birinci grup olan 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların ikinci (25-34 arası) ve üçüncü yaş grubundaki (35-44 arası) katılımcılara göre bilgi kaynaklarına daha az güven duydukları sonucunu ortaya koymuştur. Farklı bir şekilde ifade edilecek olursa, genç bireyler bilgi kaynaklarına en az güvenen yaş grubu olarak görülmektedir. ABD'de üniversite öğrencileri ve küresel düzeyde tüm yaş grupları ile yapılan araştırmalarda da bu bulgulara benzer şekilde özellikle 18-24 yaş grubunda genel olarak medyadaki özel olarak da sosyal medyadaki haberlere karşı bir güvensizlik olduğu görülmektedir. Bu yaş grubunun dijital yerliler olarak adlandırılan ve internet'te en çok zaman geçiren yaş grubu olduğu göz önünde bulundurulursa, İnternet'te dolaşımda olan aşırı bilgi yoğunluğundan en çok

muzdarip olan ve gerçek olmayan bilgilere en fazla maruz kalan yaş grubu olduğunu da söylemek mümkündür. Bu durumun bu bilgilere karşı bir güvensizlik duygusuna yol açabileceği kolayca söylenebilir.

Siyasal içerikli haber alınan kaynaklarla ilgili olarak yapılan son analize göre algılanan gelir düzeyi, tercih edilen kaynaklara karşı duyulan güven derecesinde anlamlı bir farklılık yaratmamaktadır.

Araştırmanın cevap aradığı üçüncü sorusu katılımcıların medyadaki siyasal içerikli bilgilerle, siyasetçilerin siyasal söylemleri hakkındaki ne düşündükleri ve bu bilgilere ne kadar güvendikleri ile ilgilidir. Bu amaçla ilk önce katılımcıların sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımlarla ilgili düşüncelerinin neler olduğu araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların yarısından fazlasının sosyal medyadan edindikleri ya da sosyal medyada maruz kaldıkları siyasal içerikli bilgi ve paylaşımları ya son derece düzeysiz ya da düzeysiz buldukları görülmüştür. Analizler sonucunda bu tür bilgi ve paylaşımları, düzeyli ya da son derece düzeyli bulan katılımcıların oranının çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların üçte birinin ise bu konuda emin olmadığı bulunmuştur. Dolayısıyla, katılımcıların haberlere karşı olan güvensizliklerinin yüksek olduğuna dair bulgu ile bu bulgu uyumlu görünmektedir. Katılımcılar, elde ettikleri ya da maruz kaldıkları haberlerin düzeylerini düşük buldukları için de onlara güven duymuyor olabilirler.

Katılımcıların siyasetçilerin siyaset yaparken kullandıkları söylemler hakkındaki düşünceleri bu araştırmada incelenen bir diğer konudur. Elde edilen bulgular, katılımcıların çok büyük bir kısmının genel olarak siyasetçilerin demeç, konuşma ve birbirleri ile tartışma biçimlerini ya son derece düzeysiz ya da biraz düzeysiz bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, katılımcıların genel olarak siyasetçilerin söylemlerinin düzeysiz olduğu konusunda ortak bir düşünceye sahip olduğu görülmektedir. Ancak konu bildik ve özellikle takip edilen siyasetçilere gelince katılımcıların bildikleri ve özellikle takip ettikleri politikacıları görece daha az düzeysiz buldukları tespit edilmiştir. Bulgulara göre, yaklaşık olarak her on katılımcıdan dört tanesi bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilerin siyaset yapma şeklini düzeysiz bulmaktadır. Katılımcıların üçte biri ise bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilerin söylemlerini düzeyli ya da son derece düzeyli bulmaktadır. Bu

bulgulara göre katılımcıların bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilerin siyaset yapma düzeyi konusunda daha olumlu bir algıya sahip oldukları görülmektedir. Bu bulgular, Druckman ve Levendusky'nin (2019) tespiti ile uyusmaktadır. Buna göre, bireyler diğer partilere oy verenlerden hoşlanmayabilirler, ancak diğer partinin elitlerini kesinlikle sevmemektedirler. Dolayısıyla, bireyler genel olarak politikacılar hakkında olumsuz düşünceler de bildikleri ve özellikle takip ettikleri siyasetçilere daha ılımlı yaklaşmaktadırlar.

Araştırmada cevap aranan son soru katılımcıların karşı karşıya kaldıkları bilgi bombardımanı ile başa çıkmak için kullandıkları stratejilerin/yolların neler olduğuna ilişkindir. Bu amaçla ilk önce katılımcıların sosyal medyadaki siyasi içerikli bilgilerin içeriğini araştırma konusunda nasıl bir tavır izledikleri incelenmiştir. Bulgular, katılımcılardan her on tanesinden dördünün sosyal medya kaynaklarından elde ettiği bilgileri mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyduğunu gösterirken, yaklaşık olarak aynı oranda katılımcının ise az da olsa bir sorgulama gereği duyduğunu göstermektedir. Buna göre katılımcıların büyük bir kısmının bilgi teyidine gerek duymakta olduğu görülmektedir. Bu bulgu da medyadan elde edilen haberlere, özellikle de sosyal medyadan elde edilenlere ve haber kaynaklarına olan güvensizlikle bağlantılı görünmektedir. Güvenin az olması, haberlerin en az birkaç farklı kaynaktan teyit edilmesi ihtiyacını ortaya çıkartmış durmaktadır. Hem dünyada hem de Türkiye’de doğrulama (fact checking) sitelerindeki hızlı artış bu durumun sonuçlarından biri olarak görülebilir.

Ardından, katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilerin siyasal aidiyet, cinsiyet, yaş ve algılanan gelir düzeyine göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Bulgular, siyasal aidiyetleri farklı olan katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilerde farklılık olduğunu göstermektedir. Buna göre özellikle siyasal aidiyetini “Diğer” olarak beyan eden katılımcılar ile Cumhur İttifakı’na yakın hissettiğini beyan edenler arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Buna göre, Cumhur İttifakı grubuna ait katılımcıların, “Diğer” grubuna ait olan katılımcılara göre bilgi fazlalığı karşısında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyma gibi duyuşsal tepkiler gösterdikleri tespit edilmiştir. Yanatma (2018), Türkiye’de çevrimiçi kaynakların daha çok sol eğilimli katılımcılar tarafından birincil haber kaynağı olarak görüldüğünü bildirmektedir. Bu durum, İnternet’te ve özellikle sosyal medyada muhalif kesimlerin destekleyeceği türden

haberlerin daha fazla dolaşımında olduğu şeklinde yorumlanabilir. Dolayısıyla İktidarı destekleyenlerin bu tür mecralarda bu tür haberlerle karşılaştıklarında bunlardan rahatsızlık duymaları ve duyuşsal tepki göstermeleri daha mümkün görünmektedir.

Bulgular, kadın ve erkek katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkilerde de farklılık olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında, kadınların bilgi fazlalığı karşısında erkeklere göre daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duydukları tespit edilmiştir. Bu bulgunun da ilgili literatürde kadınların daha kaygılı olduklarına, buna ek olarak erkeklerle karşılaştırıldığında belirsizliğe karşı daha az tahammül gösterdiklerine ilişkin bulgularla paralellik görülmektedir.

Elde edilen bulgulara bakıldığında bilgi fazlalığına karşı gösterilen kaygı ve stres gibi duyuşsal tepkilerde yaş grupları arasında da farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre dördüncü grup olan 44 ve üstü yaş grubundaki katılımcılar ile geri kalan yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu gruba ait katılımcıların bilgi bolluğu karşısında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyduğu tespit edilmiştir. Bu yaş grubu literatürde dijital göçmenler olarak adlandırılan bireylerden oluşan yaş grubuna denk gelmektedir. Dijital teknolojilerin henüz yaşamın her alanında hâkim olmadığı bir zamanda istediği Bilgiye istediği zaman ve seçebildiği zaman dilimi içinde ulaşma pratiği içinde yetişmiş olan bu bireyler, dijital çağın hızına uyum sağlamakta ve aşırı Bilgi yüküyle baş etmekte zorlanıyor olabilir. Bu zorluklar, bu yaş grubuna ait bireylerde görülen bilişsel tepkilerin nedenlerini açıklayabilir.

Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların bilgi fazlalığına karşı gösterdikleri duyuşsal tepkiler algılanan gelir düzeyine göre de farklılık göstermektedir. Buna göre, ikinci grup olan ve kendini orta gelir grubuna ait olarak algılayan katılımcıların kendilerini ortanın üstü gelir grubuna ait olarak algılayan katılımcılara göre bilgi bolluğu karşısında daha fazla rahatsızlık, stres ya da kaygı duyduğu tespit edilmiştir. Tsagkias ve diğerlerine (2011) göre sosyal medyada yer alan etkinliklerin ve tartışmaların büyük bir kısmı gündemdeki haberlere dayanmaktadır. Remes (2019) orta sınıfın dünyanın pek çok ülkesinde küçülmekte ve konumunun avantajlarını yitirmekte olduğunu aktarmaktadır. Bu çalışmada da orta gelir grubunun orta sınıf olarak nitelendirilebileceği düşünülmüş ve bu nedenle bu sınıfın gündemdeki siyasal içerikli haberlere, mevcut ekonomik ve/veya sosyal durumlarını olumlu

ya da olumsuz yönde doğrudan etkileme potansiyelinden dolayı daha duyarlı olabileceği sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların karşı karşıya kaldıkları bilgilerin/haberlerin çelişmesi durumunda nasıl bir tavır takındıkları ise araştırılan bir başka nokta olmuştur. Elde edilen bulgular incelendiğinde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun genelde takip edip bildikleri ve güvendikleri bir siyasetçinin söylediği bir şeyin kendi bildikleri ile çelişmesi durumunda bu bilgiyi mutlaka teyit etme gereği duyduğu ya da az da olsa sorgulama gereği duyduğu saptanmıştır. Her on katılımcıdan birinin ise böyle bir durumu hiç önemsemediği bir diğer bulgudur. İlgili literatüre göre, Türkiye’de yanıltıcı başlıklar, yanlış ve çarpıtma bilgiler içeren haberlerle karşı karşıya kaldıklarını ifade edenlerin oranı da oldukça yüksektir ve pek çok kişi bu tür haberlerin ‘politik veya ticari amaçlı üretilmiş haberler’ olduğunu düşünmektedir. Haberlere karşı artmış olduğu tespit edilen güvensizlik dünyada ve Türkiye özellikle son on yıl içinde içerik doğrulama (fact checking) sitelerinin sayısındaki büyük artışı da beraberinde getirmiştir.

Bununla bağlantılı olarak açıklanabilecek bir diğer bulgu, katılımcıların arkadaş listelerinde olan kişiler tarafından sosyal medyada yapılan siyasal içerikli paylaşımlara karşı tavırları ile ilgilidir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlasının böyle bir durumda herhangi bir şey yapmadığı ve bu durumu umursamadığı görülmüştür. Bu bulgu, katılımcıların büyük bir kısmının sosyal medyada dolaşımda olan siyasal içerikli haberleri nitelsiz bulması ve bu nedenle de bu tür haberlere güvenmeyip, önemsememesi ile açıklanabilir.

Araştırmada son olarak katılımcıların internet servis sağlayıcılarının ve özellikle yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformlarının sunduğu filtreleme sistemleri konusundaki farkındalıkları incelenmiştir. Yapılan analizler sonunda, her on katılımcıdan sadece birinin internet servis sağlayıcılarının sunduğu içerik filtreleme sistemlerini kullandığı tespit edilmiştir. Böyle bir filtreleme sisteminden haberdar olmayanların ve sistemin varlığından haberdar olup da kullanmadığını bildirenlerin de katılımcıların neredeyse yarısını oluşturduğu görülmüştür. Diğer bir ifade ile internet servis sağlayıcılarının sunduğu filtreleme sistemleri katılımcılar tarafından çok fazla kullanılmamaktadır.

Benzer şekilde, analizler sosyal medya platformlarının sundukları filtreleme sistemlerinin de katılımcıların küçük bir bölümü, her on katılımcıdan sadece biri, tarafından kullanıldığını göstermektedir. Bu sistemleri kullanmayanların oranının da katılımcıların yarısından fazlasını olduğu bir diğer bulgudur.

Son olarak, araştırmada elde edilen bulguların, sosyal medyanın bireylerin bilgi ile olan ilişkisine ve bu ilişkinin sonuçları üzerindeki etkilerine dair yapılacak olan araştırmalara kaynaklık etmesi umulmaktadır.



KAYNAKÇA

- American Press Institute. (2016). *A new understanding: What makes people trust and rely on news*. American Press Institute: <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2016/04/What-Makes-People-Trust-and-Rely-on-News-Media-Insight-Project.pdf> adresinden alındı
- Abbasi, S. (2017). *Internet as a Public Space for Freedom of Expression: Myth or Reality?* Nisan 8, 2019 tarihinde <https://ssrn.com/abstract=3064175> adresinden alındı
- Agger, R. E., Goldstein, M. N., ve Pearl, S. A. (1961). Political cynicism: Measurement and meaning. *The Journal of Politics*, 477-506.
- AK Parti. (2019). Ekim 30, 2019 tarihinde 2023 Siyasi Vizyon: <https://www.akparti.org.tr/parti/2023-siyasi-vizyon/> adresinden alındı
- Akıncı, S. (tarih yok). Siyasal Katılım Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Kasım 16, 2019 tarihinde http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/sbedergisi_c67ff.pdf adresinden alındı
- Akkoyunlu, B. (tarih yok). *Dijital Ayak İzim!* Kasım 20, 2019 tarihinde Bilim İletişimi: <https://www.DijitalAyakIzim!bilimiletisimi.com/show.php?id=2832> adresinden alındı
- Aksu, H., Çandar, U., ve Çankaya, M. (2011). *Herşey Çıplak Bildiğiniz İnternet'in Sonu: Web 3.0*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Aktaş, C. (2007). Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye. *Selçuk İletişim*, 4(4), 181-193.
- Aldrich, J. H., Gibson, R. K., Cantijoch, M., ve Konitzer, T. (2016). Getting out the vote in the social media era: Are digital tools changing the extent, nature and impact of party contacting in elections? *Party Politics*, 22(2), 165-178.

- Ali Muhammad, D. (2018). The Role of Social Media on Youths' Political Participation in Iraqi Kurdistan Region: The Halabja University Case. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alpay, Y. (2017). *Yalanın Siyaseti* (3. b.). İstanbul: Destek Yayınları.
- Ansiklopedisi, İ. (1997). <https://islamansiklopedisi.org.tr/hakikat>. Haziran 20, 2019 tarihinde İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/hakikat> adresinden alındı
- Asıgbulmuş, H. (2017). Medya-Siyaset İlişkisi Bağlamında X ve Y Kuşaklarının Siyasal Davranışında Sosyal Medyanın Etkisi: Gaziosmanpaşa İlçesinde Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın Sevim, B. (2015). Postkapitalist Dönemde Küresel Markaların Yeni Pazarlama Stratejisi: Kitlelerin Yeni Yaşam Koçu Olarak Coca Cola. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 8(15), 135-156.
- Aydın, A. (2018). Siyasal katılım kademelerinin incelenmesi ve Lerner'in siyasal katılım kademelerinin dönüşümü. *Çukurova Araştırmaları*, 4(2), 156-164. doi:dx.doi.org/10.18560/cukurova.1115
- Bachmann, I., Kaufhold, K., Lewis, S., ve de Zúñiga, H. (2010). News Platform Preference: Advancing the Effects of Age and Media Consumption on Political Participation. *International Journal of Internet Science*, 5(1), 34-47.
- Ball, J. (2017). *Post-truth: How Bullshit Conquered the World*. Biteback Publishing. <https://books.google.com.tr/books?id=0A6mQAACAACAJ> adresinden alındı
- Batista, J., ve Marques, R. (2017). Chapter 1; An Overview on Information and Communication Overload. *Information and Communication Overload in the Digital Age*. içinde Hershey PA: IGI Global.
- Baykent, U. (2017). Bilginin Kaynağı Üzerine. *Journal of Current Researches on Social Sciences (JoCReSS)*, 7(1), 173-189.

- Bayraktutan, G., Binark, M., Çornu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., ve Aydemir, A. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel -Nitel Arayüzey İncelemesi. *Selçuk İletişim*, 7(3), 5-29.
- Beck, U. (2011). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*. (K. Özdoğan, ve B. Doğan, Çev.) İstanbul: İthaki.
- Bene, M. (2017). Influenced by Peers: Facebook as an Information Source for Young People. *Social Media + Society*, 3(2). doi:doi.org/10.1177/2056305117716273
- Bennett, W. L. (2008). Changing citizenship in the digital age. (W. L. Bennett, Ed.) *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*(1), 1-24. doi:10.1162/dmal.9780262524827.001
- Bennett, W. L., Wells, C., ve Rank, A. (2009). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age. *Citizenship studies*, 13(2), 105-120.
- Benton, T. (2016). *Sosyolojinin Felsefi Kökenleri* (2. b.). (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Küre.
- Betz, H.-G. (1993). The New Politics of Resentment: Radical Right-Wing Populist Parties in Western Europe. *Comparative Politics*, 25(4), 413-427. <https://www.jstor.org/stable/422034> adresinden alındı
- Bıçk1, D. (2004). Modernizm ve Postmodernizm. *İş-Güç: Endüstri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 3(1). Haziran 20, 2018 tarihinde <http://www.isguc.org/index.php?p=article&id=113&cilt=3&sayi=1&yil=2001> adresinden alındı
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2017). Algoritmaların Yarattığı Yankı Odalarında Siyasal Katılımın Olanak/Sızlı/ğı. *Varlık Dergisi*(1317), 19-23.
- Bora, T. (2011). *Sol, Sinizin, Pragmatizm*. Ankara: Birikim.
- Bottomore, T. (2013). *Frankfurt Okulu ve Eleştirisi* (1. b.). İstanbul: Say Yayınları.

- Boyd, D., ve Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Boyer, D. (2018). Our Post-Post-Truth Condition. *Berliner Blätter | Heft*, 80(1), 83–90.
- Bozkurt, A. (2014). Ağ Toplumu ve Bilgi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(4), 510-525.
- Branton, R. (2003). Examining Individual-Level Voting Behavior on State Ballot Propositions. *Political Research Quarterly*, 56(3), 367-377.
- Branton, R. (2003). Examining Individual-Level Voting Behavior on State Ballot Propositions. *Political Research Quarterly*, 56(3), 367-377. doi:10.2307/3219796
- Cambridge Dictionary. (2018). *Philistine*. Ekim 30, 2018 tarihinde Cambridge Academic Content Dictionary İngilizce–Türkçe: <https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce/philistine> adresinden alındı
- Camp, J., ve Chien, Y. T. (2000, September). The Internet as public space: concepts, issues, and implications in public policy. *SIGCAS Comput. Soc.*, 13-19. doi:http://dx.doi.org/10.1145/572241.572244
- Capa, R. (1974). *Robert Capa, 1913-1954 ICP library of photographers* (Cilt 1). California: Grossman Publishers.
- Ceron, A. (2015). Internet, News, and Political Trust The Difference Between Social Media and Online Media Outlets. *Journal of Computer-Mediated Communication*(20), 487–503.
- Chiao, J., Bowman, N., ve Gill, H. (2008, Ekim 31). The Political Gender Gap: Gender Bias in Facial Inferences that Predict Voting Behavior. *PLOS ONE*, 3(10). doi:doi.org/10.1371/journal.pone.0003666
- Cohen, C., Kahne, J., Bowyer, B., Middaugh, E., ve Rogowski, J. (2012). *New media and youth political action [YPPSP research report]*. Youth & Participatory Politics Research Network. <https://ypp.dmlcentral.net/index.html> adresinden alındı

- Collins English Dictionary. (2018). *Philistine*. Ekim 30, 2018 tarihinde Collins English Dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/philistine> adresinden alındı
- Creswell, J., ve Plano Clark, V. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crighton, L. (2011). CEO Icon to GOP Hopeful: A Quantitative Analysis Exploring Politically Motivated Celebrity CEOs. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Blacksburg, VA: The faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Cuhacı, A. (2007). Ulrich Beck'in Risk Toplumu Kuramı. *Sosyoloji Dergisi*, 3(14), 129-158.
- Çaycı, B. (2016). Medyada Gerçekliğin İnşası ve Toplumsal Denetim. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(25), 84-96.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, H., ve Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. *Uşak Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı*. Uşak. 05 05, 2017 tarihinde [ab. org.tr/ab12/bildiri/205.doc](http://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.doc) adresinden alındı
- Çubukcu, A., ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu Algıyı İnternet’in Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı ile Artırma Yöntemleri. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 5, 148-174.
- d'Ancona, M. (2017). *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. London: Random House.
- De Cleen, B. (2017). Populism, exclusion, post-truth. Some conceptual caveats: Comment on “The rise of The Rise of Post-truth Populism in Pluralist Liberal Democracies: Challenges for Health Policy”. *International Journal of Health Policy Management*, 6, 1-4. doi:10.15171/ijhpm.2017.80

- de Saint-Laurent, C., Brescó de Luna, I., Awad, S. H., ve Wagoner, B. (2017). Collective memory and social sciences in the post-truth era. *Culture & Psychology*, 23(2), 147–155. doi:doi.org/10.1177/1354067X17695769
- Değirmenci, N., ve Kaya, B. (2015). 2014 Başkanlık Seçim Sürecinde Gençlerde Siyasal Güven Ve Sinizm: Genç Diyojenlerden Genç Vatandaşa. *Toplum ve Demokrasi*, 9(19-20), 109-125.
- Dekker, H., ve Meijerink, E. (2012). Political cynicism: Conceptualization, operationalization, and explanation. *Politics, Culture and Society*, 3(1-2), 33-48.
- Delaune, C., Garcia, N., ve Papon-Vidal, L. (2017). Infobesity and quality of life: Survey in French public transportation. Haziran 29, 2019 tarihinde <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01495509/document> adresinden alındı
- Delibaş, K., ve Görkey, S. (2009). ‘Bu Bilgiyi Mutlaka Tüm Sevdiklerinizle Paylaşın’: Risk, Korku ve Belirsizliklerin İnternette Dışa Vurumu. 6. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı (s. 354-376). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- Delibaş, K. (2017). Risk Toplumu: Belirsizlikler ve Söylentiler Sosyolojisi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dellaloğlu, B. (2013). Kriz&Kritik Konuşmaları 1- Frankfurt Okulu'nun Post-Marksizmi. Nisan 20, 2019 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=WLiCtfhfVog> adresinden alındı
- Dellaloğlu, F. B. (2003). Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında. *Cogito Dergisi*(36), 13-37.
- Demir, S. (2015). İnternet’in Politik Katılıma Etkisi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 147-178. doi:10.1501/sbeder_0000000107 147
- Dijk, J. (2006). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Kafka.
- Dilmen, N. Ö. (2010). Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları. *Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı* (s. 237-242). İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. Haziran 21, 2019 tarihinde <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> adresinden alındı
- Doğan, İ. (2015). Propaganda Aracı Olarak İnternet': Kayseri İli Merkez Seçmeni Üzerine Bir Alan Araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 296-319.
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna 21. yüzyılda gözetim, toplumsal denetim ve iktidar ilişkileri*. Ankara: Ekin.
- Doob, L. W. (1968). Goebbels'in Propaganda İlkeleri (Oskay, Ü. Çev.). *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 337-366. Mayıs 10, 2019 tarihinde <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/418/4641.pdf> adresinden alındı
- Druckman, J., ve Levendusky , M. (2019). What Do We Measure When We Measure Affective Polarization? *Public Opinion Quarterly*, 83(1), 114–122.
- Dubois, E., ve Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *INFORMATION, COMMUNICATION & SOCIETY*, 21(5), 729–745. doi:10.1080/1369118X.2018.1428656
- Durmuşoğlu-Irmak, B. (2017). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Yüksek kaygı ve depresyon düzeyinin evlilik yaşamı ile ilişkisinin değerlendirilmesi*. İstanbul: Işık Üniversitesi.
- Editorial. (2016). Post Truth, Information, and Emotion. *Business Information Review*, 33(4), 204-206.
- Erdem, T. (2017). *Joseph Goebbels: Büyük Yalan Tekniği Ustası*. İstanbul: Arya Yayıncılık.
- Erdoğan Demir, S. (2015). İnternet'in Politik Katılıma Etkisi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 147-178 . doi:10.1501/sbeder_0000000107 147
- Ertuğrul, E. (2005). Differences between male and female brains. *Klinik Psikofarmakoloji Bulteni*, 15(3), 138-152.

- Esgin, A. (2013). İmal Edilmiş Belirsizlikler Çağının Sosyolojik Yönelimi: Ulrich Beck ve Anthony Giddens Kaynaklı "Risk Toplumu" Tartışmaları. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences [JSS]*, 12, 683-696.
- Evre, B. (2017, Mayıs 28). Post-Hakikat Döneminde Siyaset Tarzı. *Gaile*(420). Haziran 20, 2017 tarihinde <https://bulentevre.wordpress.com/author/bulentevre/> adresinden alındı
- Facebook. (2019). *Facebook Newsroom Company Info*. <https://newsroom.fb.com/company-info/> adresinden alındı
- Ferrín, M., Fraile, M., García-Albacete, G. M., ve Gómez, R. (2019). The gender gap in political interest revisited. *International Political Science Review*. doi:doi.org/10.1177/0192512119860260
- Fohringer, J., Dransch, D., Kreibich, H., ve Schröter, K. (2015). Social media as an information source for rapid flood inundation mapping. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 15(12), 2725-2738.
- Ford, S. M. (2011). Reconceptualizing The Public/Private Distinction In The Age Of Information Technology, Information. *Communication & Society*, 14(4), 550-567. doi:10.1080/1369118X.2011.562220.
- Freedom House. (2019, Şubat). *Freedom in The World 2019 - Democracy in Retreat*. Freedom House: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_For_Web-compressed.pdf adresinden alındı
- Fry, R. (2018, Nisan 11). *Millennials are the largest generation in the U.S. labor force*. Ocak 25, 2019 tarihinde PEW Search Center / Fact Tank: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/04/11/millennials-largest-generation-us-labor-force/> adresinden alındı
- Fuller, S. (2018a). *The Post-Truth Condition*. Nisan 20, 2019 tarihinde <https://blog.apaonline.org/2018/11/12/the-post-truth-condition/> adresinden alındı

- Fuller, S. (2018b). *Post-Truth: Knowledge As A Power Game*. London, New York: Anthem Press.
- Furedi, F. (2014). *Nereye Gitti Bu Entellektüeller? (Çev. Erkan Koca)*. Ankara: Atıf.
- Gay, L., Mills, G., ve Airasian, P. (2010). *Educational research: Competencies for analysis and applications* (10. b.). Upper Saddle River, NJ: Merrill – Pearson.
- Geck, C. (2007). *The generation Z connection: Teaching information literacy to the newest net generation*.
https://www.redorbit.com/news/technology/397034/the_generation_z_connection_teaching_information_literacy_to_the_newest/ adresinden alındı
- Geers, S., Bos, L., ve De Vreese, C. H. (2017). Informed switchers? How the impact of election news exposure on vote change depends on political information efficacy. *International Journal of Communication*(11), 1857–1878.
- Gökberk, M. (1993). *Felsefe Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gökçe, A. F., Özdemirci, İ., ve Ceylan, İ. H. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Seviyesi: Kilis 7 Aralık Üniversitesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(27), 289-319.
- Grassegger, H., ve Krogerus, M. (2017, Ocak 28). *The Data That Turned the World Upside Down*. Ocak 23, 2019 tarihinde [vice.com: https://www.vice.com/en_us/article/mg9vvn/how-our-likes-helped-trump-win](https://www.vice.com/en_us/article/mg9vvn/how-our-likes-helped-trump-win) adresinden alındı
- Greven, T. (2016). *The rise of right-wing populism in Europe and the United States. A Comparative Perspective [La emergencia del populismo de derechas en Europa y Estados Unidos. Una perspectiva comparada]*. Washington DC Office.: Friedrich Ebert Foundation. Ekim 30, 2019 tarihinde <https://library.fes.de/pdf-files/id/12892.pdf> adresinden alındı

- Gücüyener, M. (2011). Panoptikonik Gözetimden Synoptisizme Gözetim Toplumu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güçray, S. S. (1998). Bazı kişisel değişkenler, algılanan sosyal destek ve atılganlığın karar verme stilleri ile ilişkisi. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(9), 7-16.
- Güçray, S. S. (2003). The analysis of decision making behaviors and perceived problem solving skills in adolescents. *The Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 2(2), Article 5. <http://www.tojet.net/articles/222.htm> adresinden alındı
- Güney, K. (2004, Ekim 23). *Paul Virlio ile Söyleşi: "Hız Kirliliği, Yeni Teknolojiler ve Savaşın Geleceği"*. Davetsiz Misafir: <https://davetsizmisafir.org/2004/10/23/paul-virlio-ile-soylesi-hiz-kirliligi-yeni-teknolojiler-ve-savasin-gelecegi/> adresinden alındı
- Güngör, S. (2017). Siyasetin @ Hali: Dijital Çağda Siyasal Katılım. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Kayfor15 Özel Sayısı*, 22, 2259-2273.
- Habermas, J. (2003). Mitle Aydınlanmanın Kördüğümü: Max Horkheimer ve Theodor Adorno. *Cogito Dergisi*(36), 85-109.
- Hampton, E. (2015). Public Space \ The Internet: Public Embodiment of Digital Cultures. *Unpublished Thesis for the degree of Masters of Architecture*. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland.
- Han, D. (2018). *From Postmodernity to a Post-Truth Society*. Ekim 10, 2018 tarihinde https://www.academia.edu/35927070/FROM_POSTMODERNITY_TO_A_POST-TRUTH_SOCIETY adresinden alındı
- Hançerlioğlu, O. (1976a). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 1 (A-D)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1976b). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 2 (E-I)). İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Hançerlioğlu, O. (1976c). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 3 (İ-K)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1976d). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 4 (L-O)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1976e). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 5 (Ö-R)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1976f). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 6 (S-T)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1976g). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 7 (U-Z)). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hançerlioğlu, O. (1995). *Düşünce Tarihi, Dört Bin Yıllık Düşünce, Sanat ve Bilim Tarihinin Klasik Yapıtları Üzerine Eleştirel İnceleme* (6. b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hanson, G., Haridakis, P., Cunningham, A., Sharma, R., ve Ponder, J. (2010). The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube. *Mass Communication and Society*, 13(5), 584-607. doi:10.1080/15205436.2010.513470
- Hariri, J. G., ve Lassen, D. D. (2017). Income and Outcomes: Social Desirability Bias Distorts Measurements of the Relationship between Income and Political Behavior. *Public Opinion Quarterly*, 81(2), 564–576. doi:10.1093/poq/nfw044
- Head, A., Wihbey, J., Metaxas, P., MacMillan, M., ve Cohen, D. (2018, Ekim 16). *How Students Engage with News: Five Takeaways for Educators, Journalists*. Project Information Literacy Research Institute: <https://www.projectinfoil.org/uploads/2/7/5/4/27541717/newsreport.pdf> adresinden alındı

- Heuer, H., ve Breiter, A. (2018). Trust in news on social media. *NordiCHI '18 - Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction*, 137-147. doi:10.1145/3240167.3240172
- Heywood, A. (2013). *Siyaset* (17. b.). (B.B.Özipek, ve B.Seçilmişoğlu, Çev.) Ankara: Adres.
- Hopkin, J., ve Rosamond, B. (2018). Post-truth politics, bullshit and bad ideas: ‘Deficit Fetishism’ in the UK. . *New Political Economy*, 23(6), 641-655. doi:10.1080/13563467.2017.1373757
- Hosseini, P., Diab, M., ve Broniatowski, D. A. (2018, Ağustos). *False News on Social Media*. doi:DOI: 10.13140/RG.2.2.35434.57285
- Imran, M., Elbassuoni, S., Castillo, C., Diaz, F., ve Meier, P. (2013). Extracting information nuggets from disaster-related messages in social media. *In Iscram Conference*. Ağustos 15, 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/237052117_Extracting_Information_Nuggets_from_Disaster-Related_Messages_in_Social_Media adresinden alındı
- Inglehart, R., ve Norris, P. (2000). The Developmental Theory of the Gender Gap: Women’s and Men’s Voting Behavior in Global Perspective. *International Political Science Review*, 21(4), 441-463. doi:10.1177/0192512100214007
- İsi, H. (2015). “Gerçek” ve “Hakikat” Sözcükleri Üzerine Felsefi ve Dilbilimsel İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 181-196.
- İşeri, E., Şekercioğlu, E., ve Panayırıcı, U. C. (2019). The Sphere of Consensus in a Polarized Media System:The Case of Turkey During the Catastrophic Coup Attempt. *International Journal of Communication*, 13, 1462–1486.
- Iversen, T., ve Rosenbluth, F. (2006). The Political Economy of Gender: Explaining Cross-National Variation in the Gender Division of Labor and the Gender Voting Gap. *American Journal of Political Science*, 50(1), 1–19.
- Jegan, V. (2017). Truexit Before Brexit. *Research And Science Today / Spring*, 1(13).

- Joel, D. (2011). Male or Female? Brains are Intersex. *Frontiers in Integrative Neuroscience*, 5, Article 57. doi:10.3389/fnint.2011.00057
- Joel, D., Ariel, P., Moshe, S., Zohar, B., Sabine, O., Isaac, M., ve Amir, A. (2018). Analysis of Human Brain Structure Reveals that the Brain “Types” Typical of Males Are Also Typical of Females, and Vice Versa. *Frontiers in Human Neuroscience*, 12, 399. doi:10.3389/fnhum.2018.00399
- Joel, D., Garcia-Falgueras, A., ve Swaab, D. (2019). The Complex Relationships between Sex and the Brain. *The Neuroscientist*. doi:10.1177/1073858419867298
- Johnson, T., ve Kaye, B. (2014). Credibility of Social Network Sites for Political Information Among Politically Interested Internet Users. *Journal of Computer-Mediated Communication*(19), 957–974.
- Kahneman, D. (2015). *Hızlı ve Yavaş Düşünme* (2. b.). (O.Ç.Deniztekin, ve F. Deniztekin, Çev.) İstanbul: Varlık.
- Kaid, L. (2008). Political information efficacy. L. Kaid, ve C. Holtz-Bacha (Dü) içinde, *Encyclopedia of political communication* (Cilt 1, s. 584-584). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. doi:10.4135/9781412953993.n511
- Kakutani, M. (2018). *The Death of Truth*. Ney York: Tim Duggan Books. <https://play.google.com/store/search?q=9780525574842&c=books> adresinden alındı
- Kalağan, G., ve Güzeller, C. (2010). Öğretmenlerin örgütsel sinizm düzeylerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(20), 83-97.
- Kalaycıoğlu, E. (2013, Ağustos 1). *Siyasal Katılmanın Anatomisi*. Kasım 17, 2019 tarihinde Bilim Akademisi: <https://bilimakademisi.org/siyasal-katilmanin-anatomisi-ersin-kalaycioglu> adresinden alındı
- Kalpokas, I. (2019). *A Political Theory of Post-Truth*. Cham, Palgrave Pivot. doi:10.1007/978-3-319-97713-3_1
- Kant, I. (2005). Aydınlanma Nedir? *Liberal Düşünce*, 10(38-39 Bahar-Yaz), 225-230.

- Kaplan, K., ve Ertürk, E. (2012). Dijital Çağ ve Bireyin İdeolojik Aygıtları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 2(4), 7-12.
- Karaismailoğlu, S. (2017). *Kadın Beyni Erkek Beyni* (6 b.). Ankara: Elma Yayınevi.
- Karataş, Z., ve Uzun, K. (2018). Belirsizliğe tahammülsüzlüğün yordayıcısı olarak endişe ile ilgili olumlu ve olumsuz inançlar. *Kastamonu Education Journal*, 26(4), 1267-1276. doi:doi:10.24106/kefdergi.434169
- Kasım, M. (2011). Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. *Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(4), 64-75.
- Kaufmann , K. (2006). The Gender Gap. *PS: Political Science & Politics*, 39(3), 447-453.
- Kenski, K., ve Stroud, N. (2006). Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173-192. doi:10.1207/s15506878jobem5002_1
- Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era, Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: Martisn Press.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ - Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*. (D. Özçetin, Çev.) İzmir: Tudem Yayın Grubu.
- Kılıç, S. (2015). Lyotard: Fark ve Çokluğun Anlatısı Postmodernite. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*(3), 106-137. Nisan 20, 2019 tarihinde <http://dergipark.org.tr/temasa/issue/23816/253731> adresinden alındı
- Kılınç, H. (2017). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrenenlerinin Anadolun eKampus öğrenme yönetim sistemine ilişkin görüşlerinin kuşaklar bağlamında incelenmesi. *AUAd*, 3(3), 104-124.
- Kılınç, H., ve Cemaloğlu, N. (2018). Kadın okul yöneticilerinin liderlik davranışlarının ortaya çıkmasında etkili olduğunu düşündükleri faktörler hakkındaki görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 104-121.

- Kim, K., Yoo Lee, E., ve Joanna Sin, S. (2011). Social media as information source: Undergraduates' use and evaluation behavior. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48(1), 1-3.
- Kızılçelik, S. (1994). "Postmodernizm: 'Modernlik Projesine' Bir Başkaldırı". *Türkiye Günlüğü*(30), 86-96.
- Knight foundation/Gallup. (2017). *American views: Trust, media and democracy*. Knight foundation/Gallup. <https://knightfoundation.org/reports/american-views-trust-media-and-democracy/> adresinden alındı
- Knobloch-Westerwick, S., Mothes, C., Johnson, B. K., Westerwick, A., ve Donsbach, W. (2013). Political Online Information Searching in Germany and the United States: Confirmation Bias, Source Credibility, and Attitude Impacts. *Journal of Communication*(65), 489–511. doi:10.1111/jcom.12154
- Köseoğlu, Y., ve Al, H. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*, 8(3), 103-125.
- Kushin, M., ve Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication and Society*, 13, 608–630. doi:10.1080/15205436.2010.516863
- Lampe, C., Vitak, J., Gray, R., ve Ellison, N. (5-10 Mayıs 2012). Perceptions of facebook's value as an information source. *In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (s. 3195-3204). Austin, Texas, USA: ACM, Inc.
- Lariscy, R., Tinkham, S., ve Sweetser, K. (2011). Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political Information Efficacy, and Cynicism on the Basis of Age. *American Behavioral Scientist*, 55(6), 749–764. doi:10.1177/0002764211398091
- Lee Kaid, L., ve Sweetser, K. D. (2008). Stealth soapboxes: political information efficacy, cynicism and uses of celebrity weblogs among readers. *new media & society*, 10(1), 67–91. doi:10.1177/1461444807085322

- Lee, J., Choi, J. K., ve Kim, Y. (2014). Social Media, Network Heterogeneity, and Opinion Polarization. *Journal of Communication*, 702–722.
- Leonhardt, D., ve Thompson, S. (2017, Aralık 14). *Trump's Lies*. Ocak 6, 2018 tarihinde New York Times: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumps-lies.html> adresinden alındı
- Levitin, D. J. (2017). *Weaponized lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era*. New York: Penguin Random House LLC.
- Li, Y., Wang, X., Lin, X., ve Hajli, M. (2018). Seeking and sharing health information on social media: A net valence model and cross-cultural comparison. *Technological Forecasting ve Social Change*(126), 28–40.
- Lin, J. (2016). Differential gains in SNSs: effects of active vs. passive Facebook political participation on offline political participation and voting behavior among first-time and experienced voters. *Asian Journal of Communication*, 1-20. doi:10.1080/01292986.2016.1148184
- Liu, B., Fraustino, J., ve Jin, Y. (2016). Social Media Use During Disasters: How Information Form and Source Influence Intended Behavioral Responses. *Communication Research*, 43(5), 626–646. doi:doi.org/10.1177/0093650214565917
- Lizotte, M., ve Sidman, A. (2009). Explaining the gender gap in political knowledge. *Politics & Gender*, 5(2), 127-151.
- Lizotte, M.-K., ve Sidman, A. (2009). Explaining the Gender Gap in Political Knowledge. *Politics & Gender*(5), 127–151.
- Llorente, J., ve Zarzalejos, J. A. (2017). The Post-Truth Era: reality vs. perception. *UNO d+i Developing Ideas LLORENTE & CUENCA*(27), 11-13.
- Lowrey, W. (2017). The Emergence and Development of News Fact- checking Sites. *Journalism Studies*, 18(3), 376-394. doi:10.1080/1461670X.2015.1052537

- Lynch, K. (2016, Mart 21). *10 years of Twitter: Five key tweets that made record-breaking history*. Mart 20, 2019 tarihinde Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2016/3/10-years-of-twitter-five-key-tweets-that-made-record-breaking-history-421461> adresinden alındı
- Lyotard, J. (2013). *Postmodern Durum*. (İ. Birkan, Çev.) Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Mair, J. (2017). Post-truth Anthropology. *Anthropology Today*, 33(3), 3-4.
- Marcus, G. E. (2000). Emotions in Politics. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 221-250.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McNall, S. G., Levine, R. F., ve Fantasia, R. (2018). Introduction. S. G. McNall, R. F. Levine, R. Fantasia, S. G. McNall, R. F. Levine, & R. Fantasia (Dü) içinde, *Bringing Class Back In Contemporary and Historical Perspectives* (s. 1-14). New York: Routledge.
- Medyascope.tv. (2016, Aralık 5). Özel Yayın: Post-truth (Hakikat sonrası) çağı, konuk: Selçuk R. Şirin. Mayıs 12, 2019 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=cFccCxMuU1g> adresinden alındı
- Mercier, A. (2009). The Media and Searching for Political Information. P. Perrineau, ve L. Rouban (Dü) içinde, *Politics in France and Europe. Europe in Transition: The Nyu European Studies Series*. New York: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9780230101890_10
- Meriç, Ö. (2017). Çevrimiçi Siyasal İletişim Üzerine Bir Literatür Değerlendirmesi. *Selçuk İletişim*, 9(4), 25-39.
- Metin, O. (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267. doi:10.5578/JSS.39360
- Meyer, T., Miller, M., Metzger, R., ve Borkovec, T. (1990). Development and validation of the Penn state worry questionnaire. *Behaviour Research and Therapy*, 8(6), 487-495.

- Milliyetçi Hareket Partisi. (2009). *Milliyetçi Hareket Partisi Tüzüğü*. Ekim 30, 2019 tarihinde Milliyetçi Hareket Partisi: https://www.mhp.org.tr/usr_img/_mhp2007/kitaplar/mhp_parti_tuzugu_2009_opt.pdf adresinden alındı
- Milliyetçi Hareket Partisi. (2019). *Başbuğ'un Hayatı*. Kasım 1, 2019 tarihinde Milliyetçi Hareket Partisi: https://www.mhp.org.tr/htmldocs/basbug/hayati/mhp/basbugumuzun_hayati.html adresinden alındı
- Mitchell, A., Kiley, J., Gottfried, J., ve Guskin, E. (2013, Ekim 24). *The Role of News on Facebook, Common yet Incidental*. Ekim 20, 2018 tarihinde <https://www.journalism.org/2013/10/24/the-role-of-news-on-facebook/> adresinden alındı
- Moeller, J., de Vreese, C., Esser, F., ve Kunz, R. (2013). Pathway to Political Participation: The Influence of Online and Offline News Media on Internal Efficacy and Turnout of First-Time Voters. *American Behavioral Scientist*, published online 17 December.
- Mohammed, Z., ve Aliyu, A. (2014). Infobesity Among Academic Staff And Postgraduate Students Of Ahmadu Bello University, Zaria. Haziran 29, 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Aliyu_Abdulkadir3/publication/264200307_IN_FOBESITY_AMONG_ACADEMIC_STAFF_AND_POSTGRADUATE_STUDENTS_OF_AHMADU_BELLO_UNIVERSITY_ZARIA/links/53d20c460cf220632f3c5d4a.pdf adresinden alındı
- Monod, J. (2017). *Between post-truth and epistemocracy: Positioning a democratic politics*. Nisan 20, 2018 tarihinde eurozine.com: <http://www.eurozine.com/between-post-truth-and-epistemocracy-positioning-ademocratic-politics/> adresinden alındı
- Moorhead, J. (2006). The Word "modernus". *Latomus*, 65(2), 425-433. Ekim 25, 2018 tarihinde <http://www.jstor.org/stable/41544104> adresinden alındı
- Muis, J., ve Immerzeel, T. (2017). Causes and consequences of the rise of populist radical right parties and movements in Europe. *Current Sociology*, 65(6), 909-930.

- Nair, G. (2008). *Sosyolojik Açıdan; Bilgi Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu Ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Neuman, W. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (7. b., Cilt 1). (S. Özge, Çev.) Ankara: Yayınodası.
- newsroom.fb.com. (2019). <https://newsroom.fb.com/> adresinden alındı
- Opdycke, K., Segura, P., ve Vasquez, A. (2013). The effects of political cynicism, political information efficacy and media consumption on intended voter participation. *Colloquy*(9), 75-97.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Aralık 23, 2017 tarihinde <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> adresinden alındı
- Orsi, R. (2017). *The Politics of Post-Truth*. Temmuz 10, 2017 tarihinde London School of Economics Blogs: <http://blogs.lse.ac.uk/eurocrisispress/2017/05/05/the-politics-of-post-truth/> adresinden alındı
- Osatuyi, B. (2013). Information sharing on social media site. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2622-2631.
- Oxford Sözlükleri. (2019). *Word of the Year*. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/hub> adresinden alındı
- Örs, H. (2009). Postmodern Dünyada İdeolojinin Dönüşümü. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(40), 1-12.
- Özbek, M. (2004). Kamusal Alanın Sınırları. M. Özbek (Ed.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 19-90). İstanbul: Hil Yayın.

- Özcan, M. (2018). *Öznenin Ölümü:Post-Truth Çağında Güvenlik ve Türkiye*. Şubat 15, 2018 tarihinde İNSAMER: https://insamer.com/tr/oznenin-olumu-post-truth-caginda-guvenlik-ve-turkiye_1191.html adresinden alındı
- Özcan, U. (2011). Ağ Toplumu” ve “Bilişim Çağı” Sarmalında İnternet Bilgisinin Kaosu. *SOSYOLOGCA*(2), 179-190.
- Özçetin, B., ve Baybars-Hawks, B. (2018). Framing the Russian Aircraft Crisis: News Discourse in Turkey’s Polarized Media Environment. *Uluslararası İlişkiler*, 15(57), 33-47. doi:10.33458/uidergisi.518041
- Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, H. (2012). Demokrat Parti (DP) ile Adalet Ve Kalkınma Partisi (AKP)’nin Karşılaştırmalı Tarihsel Analizi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 188-209.
- Paktin, S., ve Karaca, H. (2018). *Post-Truth, Medya ve İktidar*. Ekim 15, 2018 tarihinde http://www.academia.edu/36350893/Post-truth_Medya_ve_Iktidar adresinden alındı
- Pál, E. (2013). *The generation “Z”*. Haziran 21, 2019 tarihinde <http://www.zgeneracio.hu/getDocument/271> adresinden alındı
- Palfrey, J., ve Gasser, U. (2016). *Doğuştan Dijital Dijital Yerlilerin İlk Kuşağını Anlamak*. (N. Aydın, Çev.) İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- Panayırıcı, U., İşeri, E., ve Şekercioğlu, E. (2016). Political agency of news outlets in a polarized media system: Framing the corruption probe in Turkey. *European Journal of Communication*, 31(5), 551–567.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.
- Pasha-Robinson, L. (2016, Ekim 13). *Brexit: UK faces £350m-a-week 'divorce bill' as result of leaving the EU*. Ocak 25, 2018 tarihinde Independent: Brexit: UK faces £350m-a-week 'divorce bill' as result of leaving the EU adresinden alındı

- Payzın, Ş. (2013, Nisan 13). Ne Oluyor? *Türkiye’de Muhafazakarlaşma Paçozlaşma Hödükleşme 2.Bölüm.* <https://www.youtube.com/watch?v=88BCB85RvZg> adresinden alındı
- Pennycook, G., ve Rand, D. (2018). Cognitive Reflection and the 2016 US Presidential Election. *Forthcoming in Personality and Social Psychology Bulletin.* doi:dx.doi.org/10.2139/ssrn.3110929
- Pepitone, J. (2010, Mart 10). *Twitter users not so social after all.* Ağustos 10, 2018 tarihinde CNNMoney.com: http://money.cnn.com/2010/03/10/technology/twitter_users_active/index.htm?hpt=Mid adresinden alındı
- Pierce, D. R., ve Lau, R. R. (2019). Polarization and correct voting in U.S. presidential elections. *Electoral Studies.* doi:<https://doi.org/10.1016/j.electstud.2019.102048>
- Politifact. (2018). *Politifact People.* Politifact: <https://www.politifact.com/personalities/> adresinden alındı
- Politifact. (2019). *Donald Trump's file.* Politifact: <https://www.politifact.com/personalities/donald-trump/> adresinden alındı
- Prensky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1–6. doi:10.1108/10748120110424843
- Prensky, M. (2004). *The emerging online life of the digital natives.* Ocak 20, 2019 tarihinde <http://www.marcprensky.com/writing> adresinden alındı
- Prensky, M. (2010). Why YouTube matters. Why it is so important, why we should all be using it, and why blocking it blocks our kids' education. *On the Horizon*, 18(2), 124-131.

- Remes, S. (2019). Middle class decline in Finland 1995-2012: Decomposition and directional mobility. *Tampere University, School of Management and Business, Economics*, (No. 1925).
- Rendle, G., ve Mann, A. (2003). *Holy Conversations: Strategic Planning as a Spiritual Practice for Congregations*. Herndon, VA: The Alban Institute.
- Resmi Gazete. (2011). *Elektronik Haberleşme Sektöründe Tüketici Hakları Yönetmeliği*. Ekim 13, 2019 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/07/20100728-9.htm> adresinden alındı
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2019). *Digital News Report 2019 interactive*. Reuters Institute Digital News Report: <http://www.digitalnewsreport.org/interactive/> adresinden alındı
- Rigby, E., ve Wright , G. (2013). Political Parties and Representation of the Poor in the American States. *American Journal of Political Science*, 57(3), 552-565. <https://www.jstor.org/stable/23496638> adresinden alındı
- Rochlin, N. (2017). Fake news: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35(3), 386-392. doi:doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062
- Rogers, P., Puryear, R., ve Root, J. (2013). *Infobesity: The enemy of good decisions*. Ekim 9, 2018 tarihinde <https://www.bain.com/insights/infobesity-the-enemy-of-good-decisions> adresinden alındı
- Rooduijn, M., van der Brug, W., de Lange, S., ve Parlevliet, J. (2017). Persuasive Populism? Estimating the Effect of Populist Messages on Political Cynicism. *Politics and Governance*, 5(4), 136–145.
- RTÜK. (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*. Ekim 6, 2019 tarihinde <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> adresinden alındı

- Sanburn, J. (2015). *How Every Generation of The Last Century Got Its Nickname*. Haziran 21, 2019 tarihinde <https://time.com/4131982/generations-names-millennials-founders/> adresinden alındı
- Sanlı, F. S. (2017). Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisinden Milliyetçi Hareket Partisine Tarihsel Süreç, İdeoloji Ve Politika (1960 – 1969). *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Anabilim Dalı.
- Seemiller, C., ve Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (4. b.). (S. Durak, ve A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sesli Sözlük. (2018). *Philistinler nedir ne demek*. Ekim 30, 2018 tarihinde Sesli Sözlük: <https://www.seslisozluk.net/Philistinler-nedir-ne-demek/> adresinden alındı
- Shahibi, M., Mazlan, M., Noor, H., ve Malay, M. (2013). Perception Towards The Credibility Of Information In Internet Among Young Malay Generation. *International Journal of Education and Research*, 1(7), 1-8.
- Sharma, M., Yadav, K., N., Y., ve K.C., F. (2017). Brief Report: Zika virus pandemic—analysis of Facebook as a social media health information platform. *American Journal of Infection Control*, 45(3), 301-302.
- Sharpe, M. (2017). *Not post-truth, but an uneven mirror*. Nisan 20, 2019 tarihinde https://www.academia.edu/35735369/Not_post-truth_but_an_uneven_mirror adresinden alındı
- Sheets, P., Bos, L., ve Boomgaarden, H. G. (2015). Media cues and citizen support for right-wing populist parties. *International Journal of Public Opinion Research*, 28(3), 307-330.

- Shore, M. (2017). *A pre-history of post-truth, East and West*. Mart 3, 2018 tarihinde <http://www.eurozine.com/a-pre-history-of-post-truth-east-and-west/> adresinden alındı
- Siegler, M. (2010). *Eric Schmidt: Every 2 Days We Create As Much Information As We Did Up To 2003*. Ekim 10, 2018 tarihinde <https://techcrunch.com/2010/08/04/schmidt-data/> adresinden alındı
- Sismondo, S. (2017). Post-truth? *Social Studies of Science*, 47(1), 3-6. doi:10.1177/0306312717692076
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.
- Solt, F. (2008). Economic Inequality and Democratic Political Engagement. *American Journal of Political Science*, 51(1), 48-60.
- Soydemir, S. (2011). Modernizmin Karanlık Yüzü: Risk Toplumu. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(2), 169-178.
- Statista. (2019). *hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/*. Aralık 11, 2019 tarihinde Statista: <https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/> adresinden alındı
- Statista. (2019). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2019 (in millions)*. Ekim 15, 2019 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> adresinden alındı
- Stencel, M., ve Luther, J. (2019, Kasım 25). *U.S. fact-checkers gear up for 2020 campaign*. Duke Reporters' Lab: <https://reporterslab.org/fact-checking/> adresinden alındı

- Stephen Palmquist, S. (2011). Immanuel Kant: A Christian Philosopher? Faith and Philosophy (Çev. Tan, N.). *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi Ocak-Haziran*, 205–217.
- Stephens-Davidowitz, S. (2017). *Everybody Lies: Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us About Who We Really Are*. New York, : HarperCollins Publishers Inc. https://play.google.com/store/books/details/Everybody_Lies_Big_Data_New_Data_and_What_the_Inte?id=hy5bCwAAQBAJ&hl=en_US adresinden alındı
- Subramanian, S. (2017). *Inside The Macedonian Fake-News Complex*. Ekim 23, 2018 tarihinde wired.com. adresinden alındı
- Suiter, J. (2016). Post-truth Politics. *Political Insight*, 7, 25-27. doi:10.1177/2041905816680417
- Sutter, J. D. (2010, Ekim 29). *Texts, maps battle Haiti cholera outbreak*. Ağustos 10, 2018 tarihinde <http://www.cnn.com/2010/TECH/innovation/10/29/haiti.cholera.tech/index.html?hpt=Sbin> adresinden alındı
- Şahin, H. (2006). Terimlerin Genel Dile Yansımasına Dair Bazı Gözlemler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 123-129.
- Şanlı, G. (2017). *Alternatif Gerçekler*. Ekim 20, 2018 tarihinde <http://www.epyas.com/Content/Files/Reports/76856c9f-e934-447d-b9fe-9ea52f05f615.pdf> adresinden alındı
- Şener, G., Emre, P., ve Akyıldız, F. (2015). Türkiye’de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri. *Cyprus International University Folklor/Edebiyat*, 21(83), 75-98.
- Şimşek, M. (2014). Moderniteden Postmoderniteye Uzanan Bir Köprü: Zygmunt Bauman. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şimşek, V. (2018). *Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme*. Global Media Journal TR Edition: http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/ogrenci_calismasi_volkan_simsek.pdf adresinden alındı
- Tallis, B. (2016). Living in Post-truth: Power/Knowledge/Responsibility. *New Perspectives. Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations*, 24(1), 7-18.
- Tan, N. (2010). Kant'ın Din Anlayışı. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 51(2), 315-330.
- Tarcan, M. (2015). Gençlerin Facebook Kullanımları: Almanya Ve Türkiye Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taş, O., ve Taş, T. (2018). Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(29), 183-208. doi:10.16878/gsuilet.500943
- Tekin, Ç. S., ve Kara, F. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Yaşlılık. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 219-229.
- Terzi, A. R. (2004). Üniversite öğrencilerinin güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma algıları üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 65–76.
- Tesich, S. (1992). A Government of Lies. *The Nation*, 6(13), 12-14. Ekim 20, 2018 tarihinde <https://www.thenation.com/archive/> adresinden alındı
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2019). *Printing Press*. Ekim 20, 2019 tarihinde Encyclopaedia Britannica: <https://www.britannica.com/technology/printing-press> adresinden alındı

- Timisi, N. (1999). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi: İnternet ortamında Kamusal Katılım. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tiryaki, M. G. (1997). Üniversite öğrencilerinin karar verme davranışlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Topdemir, H. G. (2009). Felsefe Nedir? Bilgi Nedir? *Türk Kütüphaneciliği*, 23(1), 119-133.
- Tosun, C. (2005). Dil Zenginliği, Yozlaşma ve Türkçe. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 1(2), 136-154.
- Tsagkias, M., Rijke, M., ve Weerkamp, W. (2011). Linking online news and social media. *Proceedings of the Forth International Conference on Web Search and Web Data Mining* (s. 565-574). Hong Kong, China: ACM. doi:10.1145/1935826.1935906.
- TÜİK. (2016). *Kütüphane İstatistikleri*. Ekim 12, 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24675> adresinden alındı
- TÜİK. (2019a). *Gazetelerin ve Dergilerin Yayın Bölgesine Göre Yıllık Yurtiçi Tiraj Sayısı*. Eylül 12, 2019 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=189 adresinden alındı
- TÜİK. (2019b). *Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2004-2019*. Eylül 12, 2019 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1615 adresinden alındı
- TÜİK. (2019c). *Sabit Telefon, Cep Telefonu ve İnternet Abone Sayısı*. Ekim 6, 2019 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1580 adresinden alındı
- TÜİK. (2019d). *Yıllara Göre İl Nüfusları*. Ekim 6, 2019 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1590 adresinden alındı
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R., ve Pingree, R. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*(20), 520–535.

- Total, N. (2017). *Post-gerçek: Şeytanla İmzalanan Yeni Sözleşme*. Mart 3, 2017 tarihinde Eurozine.com: <http://www.eurozine.com/post-gercek-seytanla-imzalanan-yeni-sozlesme/> adresinden alındı
- Uçak, N. (2010). Bilgi: Çok Yüzlü Bir Kavram. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 705-722.
- Uçarol, R. (1995). *Siyasi Tarih 1798-1994* (4. b.). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- United Nations. (1982). *Provisional Guidelines On Standard International Age Classifications*. UNITED NATIONS. New York: United Nations Publications. https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_74e.pdf adresinden alındı
- Urhan, V. (2007). M. Foucault ve bilgi/iktidar ilişkisinin soykütüğü. *Kaygı Uludağ Üniversitesi Felsefe Dergisi*(9), 99-118.
- Ülken, H. (1958). İdealizmin Çıkmazları. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(1), 17-64. Mayıs 11, 2019 tarihinde <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/37/732/9328.pdf> adresinden alındı
- Ünal, S. (2017). Ağ Toplumunun Genç Yurttaşları: Dijital Sosyal Ortamların Siyasal Temelde Kullanımına Yönelik Karşıt Yaklaşımlar. *International Journal of Human Sciences (JHS)*, 14(3), 2510-2540. doi:dx.doi.org/10.14687/jhs.v14i3.4672
- Ünal, S. (2017). Kişilerarası Gönüllü Dijital Gözetim ve Gençlik: Gündelik İlişkilere Yansımaları Bağlamında Siyasal ve Dinsel Kimliklerin İfşası. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi (İTOBİAD)*, 6(5), 2546-2573.
- Ünal, S. (2018). Düşük Maliyetli Alternatif Siyasal Katılım Biçimi: ‘90 Sonrası Genç Kuşağın Siyasal Kayıtsızlığı Mit Mi Gerçek Mi? *TESAM Akademi Dergisi - Turkish Journal of TESAM Academy*, 5(2), 249 – 296.
- Van Assche, J., Van Hiel, A., Dhont, K., ve Roets, A. (2019). Broadening the individual differences lens on party support and voting behavior: Cynicism and prejudice as relevant attitudes referring to modern-day political alignments. *European Journal of Social Psychology*(49), 190–199. doi:10.1002/ejsp.2377

- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. (K. Şahin, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Warda, D., ve Tavits, M. (2019). How partisan affect shapes citizens' perception of the political World. *Electoral Studies*, 56, 90-101.
- Wathen, C., ve Burkell, J. (2002). Believe It or Not: Factors Influencing Credibility on the Web. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 53(2), 134–144,.
- Welbers, K., ve Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728–4747. doi:10.1177/1461444818784302
- Westerman, D., Spence, P., ve Heide, B. (2013). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*(19), 171–183.
- Wikipedia. (2019). *Information overload*. Ocak 15, 2019 tarihinde Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Information_overload adresinden alındı
- Wikipedia Contributors. (2018, Eylül 14). *Philistinism*. Ekim 3, 2018 tarihinde Wikipedia, The Free Encyclopedia: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Philistinism&oldid=859545137> adresinden alındı
- Wikipedia Katılımcıları. (2012). *Kütlenin korunumu yasası*. Ekim 5, 2019 tarihinde Vikipedi, özgür ansiklopedi: <http://www.wikizero.biz/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvS8O8dGxlbmluX2tvcnVudW11X3lhc2FzxLE> adresinden alındı
- Wikipedia Katılımcıları. (2018a). *Çağ*. Ekim 8, 2018 tarihinde Vikipedi, Özgür Ansiklopedi: <http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=%C3%87a%C4%9F&oldid=19792808>. adresinden alındı

- Wilber, K. (2017). *Trump and a Post-Truth World*. Boulder: Shambhala Publications.
https://play.google.com/store/books/details/Ken_Wilber_Trump_and_a_Post_Truth_World?id=z1zODgAAQBAJ&hl=en_US adresinden alındı
- Winter, E. (2015). *Emotions always win*. Eylül 15, 2018 tarihinde <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/07/votingirrational-emotions-politics-ideology> adresinden alındı
- www.bilgisayarkurtu.com. (2014). *1 byte, kilobyte, megabyte, gigabyte vb Ne Kadardır?* Ekim 12, 2018 tarihinde <http://www.bilgisayarkurtu.com/1-byte-kilobyte-megabyte-gigabyte-vb-ne-kadardir-78305/> adresinden alındı
- www.İnternet’livestats.com. (2019, Aralık 25). Internet Live Stats: <https://www.İnternet’livestats.com/> adresinden alındı
- Xenos, M., Vromen, A., ve Loader , B. (2014). he great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*, 17(2), 151-167. doi:10.1080/1369118X.2013.871318
- Yağan, U. (2013). Teknoloji, Kamusal Alan ve Sosyal Medya: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Politik Katılım Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *iletişim : araştırmaları*, 11(1-2), 123-153.
- Yamamoto, M., ve Kushin, M. J. (2014). More Harm Than Good? Online Media Use and Political Disaffection Among College Students in the 2008 Election. *Journal of Computer-Mediated Communication*(19), 430–445.
- Yamamoto, M., Kushin, M. J., ve Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 17(6), 880-898. doi:10.1177/1461444813518390

- Yanatma, S. (2017). *Digital News Report 2017 - Turkey Supplementary Report*. Aralık 3, 2019 tarihinde Reuters Institute for the Study of Journalism: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Turkey%20Digital%20News%20Report.pdf> adresinden alındı
- Yanatma, S. (2018). *Digital News Report 2018 - Turkey Supplementary Report*. Kasım 22, 2019 tarihinde Reuters Institute for the Study of Journalism: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2018-turkey-supplementary-report> adresinden alındı
- Yanatma, S. (2019). *Digital News Report 2019 (İçinde) Turkey*. Kasım 23, 2019 tarihinde Reuters Institute for the Study of Journalism: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf adresinden alındı
- Yanık, H. (2016). Yapısöküm üzerine birkaç not. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*(2), 91-98.
- Yaşat, D. (2017). Adorno ve Aydınlanmacılık Eleştirisi. Ekim 20, 2018 tarihinde <https://pandoraprojesi.com/2017/06/03/adorno-ve-aydinlanmacilik-elestirisi/> adresinden alındı
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.
- Yeğen, U., Tol, U., ve Alkurt, S. (2016). İnternet’te Karşılaşmalar: Twitter Örneğinde Kimlik ve Kamusalılık. *Yayınlanmamış TÜBİTAK Proje Raporu. Proje No: 113K628*.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, A. K. (2012). Dijital Yerliler Gerçekten Yerli mi Yoksa Dijital Melez mi? *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science*, 5(7), 819-833.

- Yıldız, H. (2005). Postmodernizm Nedir? *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(13), 153-166.
- Yıldız, Ş. (2011). *Alev Alatl ile Söyleşi*. Mayıs 11, 2019 tarihinde <http://www.alevalatli.com.tr/soylesi.asp?s=detay&ID=1> adresinden alındı
- Yılmaz, D., ve Sakarya-Maden, S. (2016). Dil öğrenim sürecinde Almanca öğretmen adaylarının kaygı tutumlarına ilişkin bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 201-211.
- Youtube. (2019). *Rakamlarla YouTube*. Aralık 12, 2019 tarihinde Youtube Basın: <https://www.youtube.com/intl/tr/about/press/> adresinden alındı
- Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., ve Li, S. (2010). Social Media Analytics and Intelligence. *IEEE Intelligent Systems*, 25(6), 13-16. doi:10.1109/MIS.2010.151

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Bu çalışmada, günümüzde çoğalmış olan farklı bilgi kaynaklarından elde edilen bilgilere, özellikle de siyasal içerikli bilgilere bireylerin nasıl yaklaştıkları ve bu bilgilerin doğruluğu konusunda nasıl bir tavır içinde oldukları araştırılmaktadır.

Bu araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır ve kişisel hiçbir bilgi istenmemektedir. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Önemli olan, soruları gerçek düşüncenize göre samimi, içinizden geldiği gibi yanıtlamanızdır. Sorulara verdiğiniz yanıtlar tamamen gizli tutulacak olup, sadece bilimsel bir çalışma için veri olarak kullanılacak ve başka kişi ya da kurumlarla kesinlikle paylaşılmayacaktır.

Bu çalışmaya isteyerek katılmanız, bu alanda yapılan bilimsel çalışmaların geliştirilmesi için önemlidir. Bu araştırma ile ilgili sormak istediğiniz tüm sorularınızı ridvan.korkut@adu.edu.tr adresine yönleltebilirsiniz.

Anketi tamamlamak yaklaşık 15-20 dakikanızı alacaktır. Katkınız için şimdiden teşekkür ederim.

Rıdvan Korkut

Lütfen (X) şeklinde işaretleme yapınız.

I. BÖLÜM

1- Cinsiyetiniz : () Erkek () Kadın

2- Yaşınız : () 18-24 Arası () 25-34 Arası () 35-44 () 45 ve Üstü

3- Medeni durumunuz:

() Bekâr () Evli () Dul veya boşanmış

4- Aşağıda yer alan bilgilerden size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

() İlköğretim mezunu () Lise ve dengi okul mezunu () Üniversite Öğrencisi

() Üniversite mezunu () Yüksek Lisans/Doktora öğrencisi () Yüksek Lisans/Doktora mezunu

5- Mesleğiniz:

() Öğrenci () İşçi () Memur () Küçük esnaf () Sanayici-tüccar

() Profesyonel (akademisyen/doktor/mimar/mühendis vb.) () Emekli () Çalışmıyor

() Başka

6. Yaşamınızın çoğunluğunu geçirdiğiniz yerleşim yerinin niteliği nedir?

() Kent Merkezi () İlçe Merkezi () Belde/Kasaba () Köy

7. Ailenizin/sizin, varsa ek gelire birlikte, aylık toplam ortalama geliri nedir?

() 2000 TL ve altı () 2001-4000TL () 4001-6000TL

() 6001-8000TL () 8001 TL- üzeri

8-Sizce aileniz maddi durum bakımından aşağıdaki gelir gruplarından hangisine dâhildir?

() Dar-Orta Altı () Orta () Orta üstü-Yüksek

2. BÖLÜM

9- Siyasetle olan ilişkinizi nasıl tarif edersiniz?

- () Çok yakından ilgiliyim () İlgiliyim () Biraz ilgiliyim
() İlgi duymam () Hiç ilgi duymam

10- Bugüne kadar yerel veya genel seçimlerde ya da referandumlarda oy kullandınız mı?

- () Evet, HEP kullandım () Evet, BAZILARINDA kullandım
() Mazeretim nedeniyle (yaş, hastalık, yolculuk) HİÇ kullanamadım () Hayır, kullanmak istemedim

11. Kendinizi siyasal olarak hangi partiye daha yakın hissediyorsunuz?

- () Cumhur İttifakı () Millet İttifakı () Diğer

3. BÖLÜM

12- Siyaset kurumuyla ilgili aşağıda yer alan ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz. (Her bir madde için size uygun olan seçeneği (X) şeklinde işaretleme yaparak cevaplayınız.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Siyasal partiler ya da siyaset kurumu hiçbir sorunu çözemez	()	()	()	()	()
2	Siyaset işi kirli bir iştir, hiç bulaşmak istemem	()	()	()	()	()
3	Siyasetçiler dürüst insanlar değildirlerdir	()	()	()	()	()
4	Bir gün siyasetçi olmak isterdim	()	()	()	()	()
5	Siyasetin her türlü kötüdür	()	()	()	()	()
6	Siyasetçiler eğitilmiş ve seçkin insanlardır	()	()	()	()	()
7	Siyaset doğru ve dürüst insanların yapabileceği bir iş değildir	()	()	()	()	()
8	Siyaset yapmak onurlu bir meslektir	()	()	()	()	()
9	Siyasetçi olmak için zengin olmanız şarttır	()	()	()	()	()
10	Çıkarı olmayan bir kimse kolay kolay siyasete girmez	()	()	()	()	()
11	Siyasetçiler güvenilir insanlardır	()	()	()	()	()
12	Siyaseti bundan sonra değiştirmek çok zor	()	()	()	()	()
13	Ne olursa olsun siyaset kurumu sorunların çözülebileceği tek adrestir	()	()	()	()	()
14	Siyaset çok anlamlı bir şey değildir	()	()	()	()	()

4. BÖLÜM

13- Siyasal içerikli bilgileri edinmek için EN ÇOK hangi kaynakları kullanıyorsunuz?

	Kullanırım	Kullanmam
1. Televizyon	()	()
2. Radyo	()	()
3. Basılı Gazete	()	()
4. Gazetelerin web siteleri	()	()
5. Online haber siteleri	()	()
6. Sosyal Medya Platformları (Facebook, Twitter vb.)	()	()
7. Arkadaşlar, tanıdıklar	()	()

14- SİYASAL KONULARDA BİLGİ ALMAK İÇİN aşağıdaki medya türlerini ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

	Gün içinde birkaç kere	Gün içinde bir kere	Bazı günler	Nadiren, nerdeyse hiç	Asla
1. Facebook	()	()	()	()	()
2. Youtube	()	()	()	()	()
3. Instagram	()	()	()	()	()
4. WhatsApp	()	()	()	()	()
5. Facebook Messenger	()	()	()	()	()
6. Twitter	()	()	()	()	()
7. Pinterest	()	()	()	()	()
8. TV, Radyo,	()	()	()	()	()
9. Gazete, Dergi	()	()	()	()	()

15- Bu kaynak/kaynakları tercih etme/etmeme nedenleriniz hakkındaki ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Sosyal medya platformlarında gezinen haberler, kaynağı belli olmadığı ve her an değişebilir olduğu için güvenilir gelmiyor	()	()	()	()	()
2	Facebook Twitter vb. sosyal medya sitelerinde haberlerin doğruluğunu kontrol eden kimse olmadığı için güvenemiyorum	()	()	()	()	()
3	TV, radyo, gazete ve dergi gibi yayınlarda haberler kontrol ediliyor, kaynağı belli o yüzden daha güvenilir buluyorum	()	()	()	()	()
4	Bazı TV, radyo, gazete ve dergilerin haberleri kafama yattığı için onlara güveniyorum.	()	()	()	()	()
5	Arkadaşlarıma/tanıdıklarıma, benim gibi düşündükleri için güveniyorum	()	()	()	()	()
6	Takip ettiğim haber kaynakları mantığıma uygun haberler sağlıyor, bu nedenle güvenilir buluyorum	()	()	()	()	()

16- Siyasetle ilgili bilgileri elde ettiğiniz kaynaklar hakkındaki görüşleriniz nedir?

() Benimle aynı değer yapısında olmalı () Benimle aynı değer yapısında olmasa da olur () Önemli Değil

17- Televizyon, radyo, gazete ya da sosyal medyadaki siyasete ilişkin haberlere ne kadar ilgi gösterirsiniz?

() Çok yakından takip ederim () Takip etmeye çalışırım () Denk gelirse izlerim/dinlerim
() Pek takip etmem () Hiç takip etmem

18- Siyasal içerikli bilgi edinme ile ilgili aşağıda yer alan ifadelerle ne derece katıldığınızı belirtiniz (her bir madde için size uygun olan seçeneği (X) şeklinde işaretleme yaparak cevaplayınız.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Sürekli izlediğim ve güvendiğim TV kanal(lar)ı siyasetle ilgili bilgi edinmem için bana yetiyor	()	()	()	()	()
2	Siyasetle ilgili konularda sürekli dinlediğim ve güvendiğim radyo kanal(lar)ı bana yeterince bilgi veriyor	()	()	()	()	()
3	Siyasal konularla ilgili bilgileri, genellikle okuduğum ve güvendiğim gazete(ler)in web sitelerinden elde etmek bana daha sağlıklı geliyor	()	()	()	()	()
4	Siyasal konular hakkındaki bilgileri sosyal medya platformlarında genellikle izlediğim ve güvendiğim kişiler ya da sık sık ziyaret ettiğim forum, video kanalları vb. aracılığıyla edinmeye çalışırım	()	()	()	()	()
5	Siyasal konular hakkındaki bilgileri görüşlerine güven duyduğum kişilerden almayı daha sağlıklı buluyorum	()	()	()	()	()
6	Siyasal konular hakkında bilgi almak için bildiğim ve güvendiğim kaynaklardan başka yerlere bakmanın çok faydalı olacağını sanmıyorum	()	()	()	()	()
7	Görüşleri bana zıt olan kişilerle çok gerekmedikçe müzakereye girmem	()	()	()	()	()
8	Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarında, arkadaş ya da takip listeme birlerini eklerken (aile üyeleri ve akrabalarım hariç) kendi dünya görüşüme yakın insanlar olmasına özen gösteririm	()	()	()	()	()

5. BÖLÜM

19- Facebook, twitter vb. ortamlardaki paylaşılan siyasetle ilgili video, yazı ya da yorumlara ne derece güvenirsiniz?

() Oldukça güvenirim () Genelde güvenirim () Kısmen güvenirim
() Genelde güvenmem () Hiç güvenmem

20- Facebook, Twitter vb. ortamlarda karşılaştığınız siyasetle ilgili haberlerin seviyesi hakkında düşünceniz nedir?

() Son derece düzensiz buluyorum () Biraz düzensiz buluyorum () Emin değilim
() Düzenli buluyorum () Son derece düzenli buluyorum

21- Genel olarak siyasetçilerin demeçleri, konuşmaları ve birbirleri ile tartışma biçimleri hakkında düşünceniz nedir?

- () Son derece düzeysiz buluyorum () Biraz düzeysiz buluyorum () Emin değilim
() Düzeyli buluyorum () Son derece düzeyli buluyorum

22- Siyasi konularla ilgili tanıdığınız kişilerden gelen haberlere ve onlarla yaptığınız tartışmalara ne derece güvenirsiniz?

- () Oldukça güvenirim () Genelde güvenirim () Kısmen güvenirim
() Genelde güvenmem () Hiç güvenmem

23- Bildiğiniz, özellikle takip ettiğiniz siyasetçilerin konuşmaları ve tartışmaları hakkında düşünceniz nedir?

- () Son derece düzeysiz buluyorum () Biraz düzeysiz buluyorum () Emin değilim
() Düzeyli buluyorum () Son derece düzeyli buluyorum

24- Siyasi konularla ilgili televizyon ve radyodaki haberlere ve tartışmalara ne derece güvenirsiniz?

- () Oldukça güvenirim () Genelde güvenirim () Kısmen güvenirim
() Genelde güvenmem () Hiç güvenmem () Yayınlandığı kanala bağlı

25- Sosyal medyadaki siyasal içerikli bilgi ve siyasal söylem ile ilgili aşağıda yer alan ifadelerle ne derece katıldığınızı belirtiniz. (Her bir madde için size uygun olan seçeneği (X) şeklinde işaretleme yaparak cevaplayınız.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Siyasetle ve siyasal konularla ilgilenmekten zevk alıyorum	()	()	()	()	()
2	TV, radyo, sosyal medya vb. ortamlarda gereğinden fazla siyasal içerikli bilgi var, bu ortamlar eğlence içindir	()	()	()	()	()
3	Medyadaki siyasetle ilgili tüm haberlerin itinalı, ciddi ve tarafsız bir şekilde hazırlandığını düşünüyorum	()	()	()	()	()
4	Facebook, twitter vb. platformlar insanların sosyal-siyasal fikirlerini özgürce tartışabileceği siyaset alanları değildir	()	()	()	()	()
5	Bu tür ortamlardaki siyasi içerikli paylaşımlar çoğunlukla yanlış, tek taraflı veya propaganda niteliğindedir	()	()	()	()	()
6	Facebook ya da Twitter gibi platformlar benzer düşünenlerin buluştuğu ortamlardır	()	()	()	()	()

6. BÖLÜM

26- Facebook, Twitter vb. sosyal medya platformlarında arkadaş olduğunuz kişilerden bazıları ideolojik fikirler beyan eder ya da ideolojik paylaşımlarda bulunursa tavrınız ne olur?

- () Arkadaş listemden çıkartırım
() Uyarırım
() Herhangi bir şey yapmam, umursamam
() Listemden çıkartırım ve mümkünse bir daha görüşmem
() Listemden çıkartmam ama onun hakkındaki düşüncelerim olumsuz manada değişir
() O kişiyle olan ilişkiyi tekrar gözden geçiririm
() Bence, herkes benimsediği partinin, görüşün, liderin reklamını yapmalı

27- Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin söylediği bir şey, sizin farklı olarak bildiğiniz bir bilgi ile çelişirse tavrınız ne olur?

- ☐ Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım
☐ Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım
☐ Siyasetçiler daha çok bilgiye ulaşabilir. Yanlış bildiğimi düşünür, o siyasetçiye inanırım
☐ Çok fazla önemsemem

28- Sosyal medya ortamlarında ortaya çıkan siyasi haberlere, yazılara, videolara vb. şeyleri gördüğünüzde bunları detaylı olarak araştırma gereği duyar mısınız?

- ☐ Mutlaka farklı kaynaklardan teyit etme gereği duyarım ☐ Az da olsa bir sorgulama gereği duyarım
☐ Çok fazla dikkat etmem ☐ Vakit kaybı olarak düşünüyorum

29- Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün medya tarafından fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütülürse tavrınız ne olur?

- ☐ Öncelikle yayımlandığı medya organına bakar, ona göre tavır alırım
☐ Kanıtlara inanırım, o siyasetçiye olan güvenim azalır
☐ Kanıtlara inanırım, ama o siyasetçinin önemli bir nedenden dolayı böyle davrandığını düşünürüm
☐ Kanıtların karalama amaçlı hazırlandığını düşünürüm ve inanmam

30- Aşağıda yer alan ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz. Her bir madde için size verilen seçeneklerden bir tanesini (X) şeklinde işaretleyiniz.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Çok fazla bilgi kaynağının olması siyasal içerikli haberlerin doğruluğu konusunda karar vermeme zorlaştırıyor	☐	☐	☐	☐	☐
2	İstesem de dolaşımda olan bilgilerin hepsini takip etmem mümkün değil	☐	☐	☐	☐	☐
3	Kendimi hep bazı güncel haberleri kaçırmışım gibi hissediyorum	☐	☐	☐	☐	☐
4	O kadar çok bilgi var ki yetişmek zor, takip etmeye çalışmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐
5	Siyasetle ilgili bilgileri sadece bildiğim, güvendiğim sitelerden / kaynaklardan alırım, çok yere bakmaya gerek yok	☐	☐	☐	☐	☐
6	Sosyal medyada, TV ya da gazetelerde kafama yatmayan siyasi haberleri ya da yorumları gördükçe var olan düşüncelerime daha çok bağlıyorum	☐	☐	☐	☐	☐
7	Bilgi çokluğu bende stres ve kaygı yaratıyor	☐	☐	☐	☐	☐

31. Siyasal bir konuda farklı mecralarda verilen haberler birbirini tutmazsa ne yaparsınız?

- ☐ Hep izlediğim ve güvendiğim bir TV kanalına başvururum
☐ Alıp okumaktan keyif aldığım basılı bir gazete ya da onun İnternet sitesine başvururum
☐ Takip edip güvendiğim sosyal medya hesaplarına, forum vb. kanallara başvururum
☐ Bildiğim güvendiğim arkadaşlarımla/kişilerle konuşurum
☐ Bu tür şeyler çok oluyor, çok üzerinde durmam

32- Aşağıda yer alan ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz. Her bir madde için size verilen seçeneklerden bir tanesini (X) şeklinde işaretleyiniz.

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Siyasetle ilgili farklı kaynaklardaki bir bilgi/haber aklıma yatmaz ise ya da doğru gelmez ise kendi aklımı (eleştirel düşünme yollarını) kullanarak karar veririm	()	()	()	()	()
2	Bilip güvendiğim haber kaynakları (TV kanalı, gazete, haber sitesi vb.) dışında çok yere bakmaya gerek duymam	()	()	()	()	()
3	Bazı politikacıların benim için iyi olanı istediğini düşünür ve onların söylediklerine her zaman itimat ederim	()	()	()	()	()
4	Haklarıma ve düşüncelerime sahip çıktıklarını düşündüğüm medya kanallarına daha çok inanırım	()	()	()	()	()

33. İnternet servis sağlayıcılarının (TTNet, Superonline, Turkcell, Vodafone vb.) sunduğu içerik filtreleme sistemi hakkında aşağıdaki ifadelerden size uyanı seçiniz.

- () Kullanıyorum () Kullanmıyorum
() Böyle bir sistemin olduğundan haberim yoktu () Bilgim var ama kullanmıyorum

34. Facebook, Twitter vb. sosyal medya platformlarının içerik filtreleme sistemleri hakkındaki aşağıdaki ifadelerden size uyanı seçiniz.

- () Kullanıyorum () Kullanmıyorum
() Böyle bir sistemin olduğundan haberim yoktu () Bilgim var ama kullanmıyorum

Ankete katılımınız için teşekkürler...

EK 2: GÖRÜŞMECİ LİSTESİ

GÖRÜŞMECİ KOD	CİNSİYET	YAŞ	GELİR ALGISI	SİYASİ AİDİYET *
G1-K-35	K	35	Orta üstü-Yüksek	Cİ
G2-E-36	E	36	Orta üstü-Yüksek	Mİ
G3-K-45	K	45	Orta	D
G4-E-47	E	47	Orta	D
G5-K-50	K	50	Orta üstü-Yüksek	D
G6-K-45	K	45	Orta üstü-Yüksek	Mİ
G7-E-35	E	35	Orta üstü-Yüksek	Mİ
G8-E-34	E	34	Orta üstü-Yüksek	D
G9-E-44	E	44	Orta	D
G10-E-41	E	41	Orta	Mİ
G11-E-54	E	54	Orta	Mİ
G12-K-37	K	37	Dar-Orta Altı	Mİ
G13-E-32	E	32	Orta	Mİ
G14-K-50	K	50	Orta	Mİ
G15-K-28	K	28	Orta üstü-Yüksek	D
G16-E-21	E	21	Orta	Mİ
G17-E-55	E	55	Orta üstü-Yüksek	D
G18-K-19	K	19	Orta	D
G19-K-19	K	19	Orta üstü-Yüksek	D
G20-E-26	E	26	Orta	D

* **Cİ:** Cumhur İttifakı **Mİ:** Millet İttifakı **D:**Diğer

EK 3: YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Sayın katılımcı,

Bu çalışmada, günümüzde çoğalmış olan farklı bilgi kaynaklarından elde edilen bilgilere, özellikle de siyasal içerikli bilgilere bireylerin nasıl yaklaştıkları ve bu bilgilerin doğruluğu konusunda nasıl bir tavır içinde oldukları araştırılmaktadır.

Bu araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır ve kişisel hiçbir bilgi istenmemektedir. Bu görüşmede sorulan soruların hiç birinin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Önemli olan, soruları gerçek düşüncenize göre samimi, içinizden geldiği gibi yanıtlamanızdır. Sorulara verdiğiniz yanıtlar tamamen gizli tutulacak olup, sadece bilimsel bir çalışma için veri olarak kullanılacak ve başka kişi ya da kurumlarla kesinlikle paylaşılmayacaktır.

Görüşmeyi kabul ettiğiniz için şimdiden teşekkür ederim.

Rıdvan Korkut

I. BÖLÜM

1- Cinsiyetiniz : () Erkek () Kadın

2- Yaşınız : () 18-24 Arası () 25-34 Arası () 35-44 () 45 ve Üstü

3- Medeni durumunuz:

() Bekâr () Evli () Dul veya boşanmış

4- Aşağıda yer alan bilgilerden size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

() İlköğretim mezunu () Lise ve dengi okul mezunu () Üniversite Öğrencisi

() Üniversite mezunu () Yüksek Lisans/Doktora öğrencisi () Yüksek Lisans/Doktora mezunu

5- Mesleğiniz:

() Öğrenci () İşçi () Memur () Küçük esnaf () Sanayici-tüccar

() Profesyonel (akademisyen/doktor/mimar/mühendis vb.) () Emekli

() Çalışmıyor () Başka

6. Yaşamınızın çoğunluğunu geçirdiğiniz yerleşim yerinin niteliği nedir?

() Kent Merkezi () İlçe Merkezi () Belde/Kasaba () Köy

7. Ailenizin/sizin, varsa ek gelirle birlikte, aylık toplam ortalama geliri nedir?

() 2000 TL ve altı () 2001-4000TL () 4001-6000TL

() 6001-8000TL () 8001 TL- üzeri

8-Sizce aileniz maddi durum bakımından aşağıdaki gelir gruplarından hangisine dâhildir?

() Dar-Orta Altı () Orta () Orta üstü-Yüksek

2. BÖLÜM

2.1- Siyasetle olan ilişkinizi tarif eder misiniz? (Oy kullanma geçmişi, ilgi düzeyi vb.)

Dünya görüşünü nasıl tanımlarsınız?

3. BÖLÜM

3.1 Siyaset ve siyasetçilerle ilgili olarak genel olarak düşünceleriniz nelerdir?

4. BÖLÜM

4.A. Geleneksel medya

- 4.1. Gündemdeki konularla ne kadar ilgilisiniz?
- 4.2. Gündemdeki haberleri takip eder misiniz? Bunun için neler yapıyorsunuz?
- 4.3. Gündemle ilgili en çok nerelerden bilgi ediniyorsunuz?
(TV, Radyo, eş-dost, arkadaş, İnternet')
- 4.4 Neden bu kaynakları tercih ediyorsunuz?
- 4.5 Televizyonda haberleri izler misiniz? Ne sıklıkta?
- 4.6 Tartışma programlarını izler misiniz? Ne sıklıkta? Ne olunca bu programları izlersiniz? (Programda kimler olursa örneğin izlemeye karar verirsiniz? Hangi konular tartışılıyorsa izlemeye karar verirsiniz?)
- 4.7 Gazete alır mısınız? Hangileri? Ne sıklıkta?
- 4.8 Kendi dünya görüşünüze uzak gazeteleri takip ediyor musunuz? Hangileri? Ne sıklıkta?

4.B. İnternet

- 4.9 Ne sıklıkta İnternet kullanıyorsunuz?
- 4.10 Genellikle gün içinde İnternet'e ne zaman giriyorsunuz ve ne yapıyorsunuz?
- 4.11 Sosyal medya İnternet kullanımınızda ne kadar yer kaplıyor?
- 4.12 Gündemi takip etmek için İnternet'te hangi kaynakları, hangi nedenlerle tercih edersiniz?
 - Basılı gazetelerin web siteleri
 - Forum, Video kanalları vb.
 - Güven duyduğum kişiler
 - Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları
- 4.13 Bu tür sitelerde paylaşımda bulunur musunuz?

5. BÖLÜM

- 5.1 Radyo, TV, gazete ve İnternet’te karşılaştığınız gündeme ait ya da genel olarak siyaset ile ilgili haber, video, resim ya da yorumlar hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 5.2 Bu tür paylaşımlarla ilgili olarak sosyal medya platformlarında yorum yazar mısınız?
- 5.3. Siyasetçilerin gündem hakkında, siyasi konularla ilgili televizyon, radyo ve sosyal medyadaki haberler ve tartışmalar hakkında ne düşünüyorsunuz?

6. BÖLÜM

- 6.1 Facebook, twitter vb. sosyal medya platformlarında arkadaş olduğunuz kişiler ideolojik fikirler beyan eder ya da ideolojik paylaşımlarda bulunursa tavrınız ne oluyor?
- 6.2 Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin söylediği bir şey, sizin farklı olarak bildiğiniz bir bilgi ile çelişirse tavrınız ne olur?
- 6.3 Genelde takip edip bildiğiniz ve güvendiğiniz bir siyasetçinin ülkemizde gerçekleşen herhangi bir olayla ilgili olarak söylediği bir sözün ya da değerlendirmenin fotoğraf, video ve tanıkların ifadesi ile çürütüldüğünü düşünün. Tavrınız ne olur?
- 6.4 Çok fazla bilgi kaynağının olması (çelişki haberler vb) siyasal içerikli haberler hakkında düşüncelerinizi ya da tavrınızı nasıl etkiliyor?
- 6.5 Bilgi çokluğu ve bireylerin sağlığı arasındaki ilişki konusundan ne söylersiniz?
- 6.6 İnternet servis sağlayıcılarının (TTNet, Superonline, Turkcell, Vodafone vb) ve Facebook, Twitter vb Sosyal medya platformlarının sunduğu içerik filtreleme sistemleri hakkında ne söyleyebilirsiniz?

Bunların dışında eklemek istediğiniz bir nokta var mı?

Görüşmeye katılımınız için teşekkürler...

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı Rıdvan KORKUT
Doğum Yeri ve Tarihi 03/10/1970 KÜTAHYA

EĞİTİM DURUMU

Yüksek Lisans Öğrenimi Adnan Menderes Üniversitesi Sosyoloji
Anabilim Dalı Tezli YL (2016-halen)
Yüksek Lisans Öğrenimi Adnan Menderes Üniversitesi Sosyoloji
Anabilim Dalı Tezsiz YL (2015-2016)
Lisans Öğrenimi ODTÜ Yabancı Diller Eğitimi Bölümü
İngilizce Öğretmenliği (1993-1998)
Bildiği Yabancı Diller İngilizce (YDS 2015 GÜZ: 92,5)

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar ve Yıl

Öğretim Görevlisi (2005-Halen) **ADÜ Yabancı Diller Yüksekokulu (Aydın)**
İngilizce Öğretmeni (2003-2005) **MEB (Yalıköy İÖO Didim / Aydın)**
İngilizce Öğretmeni (2001-2003) **KEGEV Naci Akdoğan Okulları (Kuşadası / Aydın)**
İngilizce Okutmanı (2000-2001) **TÖMER (Ankara)**
Çevirmen (1995-2000) **EĞİTİM-SEN Genel Merkezi (Ankara)**

İLETİŞİM

E-posta Adresi rkorkut@gmail.com / ridvan.korkut@adu.edu.tr
Telefon (0505) 518 99 12
Tarih 09/01/2020