



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:30.01.2020 ✓Accepted/Kabul:07.02.2020

DOI: 10.30794/pausbed.682120

Araştırma Makalesi/ Research Article

Eroğlu, S. ve Çakmak, T. (2020). "Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 39, Denizli, s. 307-325.

## POST-TRUTH DÖNEMİNİ ANLAMAK: HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN YENİ MEDYA ARAÇLARI KAPSAMINDA BİLGİ BOZUKLUKLARI VE DOĞRULAMA ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Şahika EROĞLU\*, Tolga ÇAKMAK\*\*

### Özet

Teknolojinin etkisi ile bilgi paylaşım olanaklarının artması hızlı ve kolay bilgi akışının da önünü açmıştır. İçinde bulunduğumuz dönem ifade eden post-truth dönemi ve yaygın olarak kullanılan yeni medya araçları hızlı iletişim ve bilgilenme sağlamaktadır. Bu hızlı iletişim ve bilgi akışı bazı durumlarda bilgi bozukluklarına neden olmaktadır. Bu çalışmada Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencilerinin post-truth dönemde bilgi bozuklukları algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Belirtilen bu amaç çerçevesinde çalışmada veriler 2019-2020 öğretim yılı güz yarısında 213 öğrenciye gönderilen web tabanlı bir anket ile toplanmıştır. Toplamda 85 öğrencinin (lisans programına kayıtlı öğrencilerin %40'ı) yanıt verdiği anket sonuçları öğrencilerin sosyal medya ve günlük bilgi kullanımlarındaki davranış ve yaklaşımlarını yansıtmıştır. Ayrıca bulgular öğrencilerin bilgi bozukluklarına yönelik algılarının iyi düzeyde olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte çalışma sonuçlarında öğrencilerin bilgi bozukluklarına yönelik süreçlerde bilgi okuryazarlığının yanı sıra eleştirel düşünme becerilerinin ve bilgi kaynaklarının şeffaflığına yönelik çalışmaların yapılmasının etkili olacağını düşündükleri tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda Post-truth dönemi ve bilgi bozuklukları ile başa çıkmaya yönelik bilgi okuryazarlığı becerilerinin ve bilgi doğrulama uygulamalarının öğrencilerin konuyla ilgili farkındalıklarının sürekliliğinde önemli rollerinin olacağı ifade edilmiştir.

**Keywords:** *Post-truth, Bilgi bozuklukları, Yeni medya araçları, Bilgi doğrulama.*

## UNDERSTANDING POST-TRUTH PERIOD: EVALUATION OF INFORMATION DISORDERS AND VALIDATION PERCEPTIONS OF HACETTEPE UNIVERSITY DEPARTMENT OF INFORMATION MANAGEMENT STUDENTS IN THE CONTEXT OF NEW MEDIA TOOLS

### Abstract

The increase of information sharing opportunities with the effect of technology has paved the way for a quick and easy flow of information. The era of Post-truth and the new media tools that are widely used in information sharing processes provide rapid communication and information. This rapid communication and information flow may cause information disorders in some conditions. In this study, it was aimed to determine the perceptions of the students of Hacettepe University Department of Information Management regarding the information disorders in the post-truth era. For this purpose, the data were gathered by a web-based questionnaire sent to 213 students in the fall semester of 2019-2020 academic year. A total of 85 students (40% of students enrolled in the undergraduate program) responded to the survey and the results reflect their behaviors and

\*Dr, Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, ANKARA.  
e-posta:sahikaeroglu@hacettepe.edu.tr (orcid.org/0000-0001-5724-1970)

\*\*Dr. Öğr. Üyesi, Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, ANKARA.  
ee-posta: tcakmak@hacettepe.edu.tr (orcid.org/0000-0002-7700-6609)

frameworks related to social media and daily information usage. In addition, the findings reveals that students' perceptions about information disorders were in good level. Furthermore, it was determined that students think that the studies that can be conducted on information literacy, critical thinking skills and transparency of information resources will be effective for managing information disorders. It is stated in the end of the study that information literacy skills and information validation applications will have vital roles in the continuity of the awareness of the students for coping with post-truth period and information disorders.

**Keywords:** *Post-truth, Information disorders, New media tools, Information validation.*

## 1. GİRİŞ

İyi bilgilendirilmiş bir toplum demokratik yapının temel gerekliliklerden biridir (Kuklinski, Quirk, Jerit, Schwieder ve Rich, 2000). Tam tersi düşünüldüğünde yanlış bilgilendirilmiş bireylerin ise sosyal kararların verilmesinde yetersiz kalacağı, bu durumun da hem bireyin kendisi hem de toplum adına olumsuz sonuçlar doğurabileceği savunulabilir. Günümüzde bilgi akışının, paylaşım olanaklarının artması ve yeni medya araçlarının getirdiği imkânların olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Uzun yıllar “bilgi bozuklukları” kavramı ekseninde çalışılan yanlış bilgilendirme (misinformation) ve dezenformasyon gibi kavramlar yeni medya ortamları ve yeni siyasal eğilimler çerçevesinde yalan haber, post-truth kavramları kapsamında da ele alınmaya başlanmıştır. Bu bağlamda eksik, bağlamından koparılmış, yanlış bilgilendirme gibi adlandırmalarla birlikte farklı perspektiflerde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle post-truth kavramının 2016 yılından itibaren yaygınlık kazanması ile birlikte, bilgi bozuklukları ve yalan haberlere yönelik akademik ve sektörel çalışmalar doğruluk, düzeltme ve doğrulama mekanizmaları çerçevesinde şekillenmeye başlamıştır (Cook, Ecker ve Lewandowsky, 2015; Ecker, Lewandowsky ve Tang, 2010; Lewandowsky, Seifert, Schwarz ve Cook, 2012; Schwarz, Newman ve Leach, 2016)2016.

Bireylerin görüş ve inançlarını oluşturma süreçlerinde doğru sunulmuş bilgiler önemlidir. Nitekim büyük inanç akımlarının mevcut gerçeklerle çelişmesi durumu düşünüldüğünde doğru bilgilere erişiminin önemi anlaşılmaktadır. Bireyler yanlış bilgilendirilirse, kendileri ve aileleri için kendi çıkarları için uygun olmayan ve ciddi sonuçları olabilecek kararlar verebilirler. Yanlış bilgilendirme, bir toplumun çıkarlarına aykırı çalışan siyasi ve toplumsal kararların temelini oluşturabilmektedir. Örnek olarak, literatürde yapılan bir çalışmaya göre otizm ve aşı ilişkisine yönelik yapılan yanlış bilgilendirmeler sonucunda birçok ailenin çocuklarını aşılammaya karar verdiği ve bunun sonucunda aşı ile önlenbilir hastalıklarda belirgin artışların gözlemlendiği ve ölümler de dâhil olmak üzere birçok olumsuz sonucun yaşandığı vurgulanmıştır. Buna ek olarak bu yanlış bilgilendirmenin düzeltilmesi üzerine kamu bilgilendirme kampanyaları ve takip sistemlerine gereksiz kamu harcamalarının yapılmak zorunda kalındığı belirtilmiştir (Larson, Cooper, Eskola, Katz ve Ratzan, 2011). Yanlış bilgilendirme ve bilgi bozukluklarının temelinde farklı kaynaklar bulunabilmektedir. Söylentiler, hükümet kurumları, politik görüşler, kitle medyası, sivil toplum kuruluşları gibi kaynaklar yanlış bilgilendirme yapabilmektedir.

İnternet kullanımı aracılığı ile kullanıcı odaklı içeriğin yükselişi, bilgilerin doğru olmayan, hızlı ve geniş bir şekilde yayılması için bir ortam sağlamıştır. Sosyal ağlarla birlikte iletişim sürecindeki her bir bireyin haber kaynağı haline dönüşmesi, karşılaşılan her bilginin ve haberin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu durum da yanlış bilgilendirme ve yalan haberlerin önünü açmaktadır. Dahası sosyal medya çevresinde oluşan ve kullanıcıların kendi görüşlerine yakın insanlarla iletişimde oldukları sosyal medya alanları olarak tanımlanan, politik kırılma ve sosyal kutuplaşmalara neden olduğu savunulan yankı fanusları (echo chamber) (Moe ve Schweidel, 2014:82; Sunstein, 2001) ise yanlış bilgilendirmelerin ve buna yönelik oluşan düşünce ve inançların güçlenmesini kolaylaştırmaktadır. Yeni medya ortamları doğru ve güvenilir bilgilerin olduğu gibi yanlış bilginin de oluşmasını ve yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu çerçevede doğrulama mekanizmaları, güvenilir bilgi gibi kavramlar oldukça önem kazanmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin bilgi bozuklukları ve yanlış haberlere yönelik farkındalıklarının artması ve konuya yönelik çalışmaların yapılması önem kazanmaktadır.

Bu doğrultuda çalışma post-truth döneminde en önemli sorunlardan biri olarak görülen bilgi bozukluklarına karşı önemli bir konumda yer alabilecekleri düşünülen Bilgi ve Belge yönetimi öğrencilerinin yeni medya araçlarını

kullanımlarından hareketle bilgi bozukluklarına yönelik davranış ve yaklaşımlarının değerlendirilmesi motivasyonu ile kurgulanmıştır. Bu çerçevede çalışmada öncelikle kuramsal çerçevede bilgi bozuklukları, yeni medya araçları, bilgi doğrulama araçları ve post-truth gibi kavramlar açıklanarak konunun kavramsal ilişkileri ele alınmıştır. Ardından çalışmada kullanılan metodolojinin değerlendirildiği yöntem bölümü aktarılmış sonrasında da uygulanan değerlendirme aracı çerçevesinde elde edilen bulgular sunulmuştur. Çalışmanın son bölümünde elde edilen bulgular literatür çerçevesinde tartışılarak genel sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: YENİ MEDYA ARAÇLARI, YALAN HABER VE BİLGİ BOZUKLUKLARI**

İnternet ile birlikte hızlı bir değişim sürecine giren iletişim teknolojileri geleneksel iletişim araçlarının da yakınsamasına neden olmuştur. Yoğun bir şekilde internet teknolojisinden beslenen yeni medya araçları ise günümüz iletişim süreçlerinin vazgeçilmez haline dönüşmüştür. Dijital yenilikler kullanıcıların birbirleriyle iletişim ve etkileşim kurmalarını kolay bir hale getirmiştir. Nitekim bu platformlarda kullanıcıların kendi fikirlerinin ön plana çıkmasına olanak tanıyan ve daha çok kullanıcının aktif katılıma yönelik cesaretlendirildiği bir ortamın oluşturulduğu görülmektedir. Kullanıcılar e-ticaret siteleriyle birer satıcı, video paylaşım siteleri yardımıyla birer yapımcı ve yönetmen, Wikipedia veya çevrimiçi sözlük siteleri aracılığıyla birer yazar, birçok araçta sağlanan yorum yapabilme ve değerlendirme imkânları ile de birer eleştirmen olabilmekte; bunları yapabilmek için de taşınabilir bilgisayarlar ve mobil araçlara sahip olmaları yeterli olabilmektedir (Hennig-Thurau ve diğerleri, 2010). Sahip olunan donanımın yanı sıra kullanıcıların bu değişimde yeni medya olarak da adlandırılan kavramın da etkili olduğunu söylemek mümkündür. Yeni medyanın tanımı yapılırken yeni medyanın ne olmadığına ortaya konulması önemlidir. Yeni medya kavramı televizyon, radyo, kitap, video, gazete gibi geleneksel medya tanımlarına girmemektedir. Bunun yerine çoğunlukla yeni iletişim araçlarını odağına alan bir kavram olarak algılanmaktadır. Yapılan bir tanımda yeni medya; mevcut medyayı sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayarlar aracılığı ile üretim dağıtım ve paylaşım sağlayan ortamlar olarak ifade edilmiştir (Manovich, 2001). Aynı çalışmada yeni medya kavramı altı karakteristik çerçevesinde ele alınmıştır. Bu karakteristikler şunlardır (Manovich, 2001: 41):

- Dijitallik: Yeni medyanın dijital karakteri, dijital ürünlerin ekstra kopyalarını üretmek için neredeyse hiçbir maliyetin bulunmadığını ve bireylerin, yayıncı gibi herhangi bir geleneksel sürece bağlı olmadan geliştirdikleri içerikleri kolayca küresel bir izleyici kitlesine dağıtabileceklerini ifade etmektedir. Bu kapsamda internet bağlantısı olan herkesin blog yazabilmesi, yorum yapılabilmesi, irili ufaklı haber bültenleri hakkında rapor yazabilmesi veya bir şarkı, video ya da romanı dünyayla paylaşabilmesi örnek olarak gösterilmektedir.

- Proaktiflik: Tüketicilerin değer zincirinin tüm aşamalarına (perakende satışlarda veya fan sitelerinde yapılan incelemelerden, açık kaynak kodlu yazılım geliştirmek için kapsamlı ortak çalışmalara kadar) katkıda bulunmak için yeni medya kullanmalarını temsil etmektedir.

- Görünürlük: Tüketicilerin yeni medyadaki her türlü etkinliklerinin başkaları tarafından görülebilirliğini ifade etmektedir.

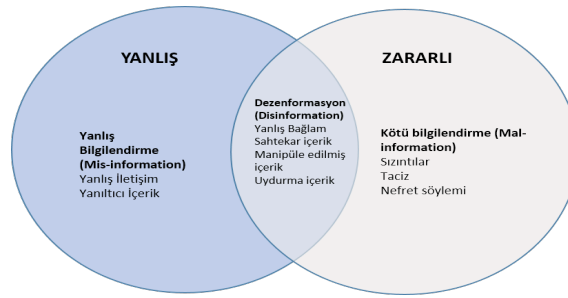
- Gerçek zaman ve hafıza: Tüketicilerin ürettikleri içerikler gerçek zamanlı erişilebildiği gibi söz konusu ortamlarda kalıcılığını sürdürmektedir. Bu durum da olumlu ya da olumsuz olarak belirtilen kullanıcı deneyiminin aktarıldığı formda saklanması anlamına gelmektedir. Yeni medyanın karakteristiklerinden biri olan bu durum gerçek zamanda olduğu kadar gelecekteki etkileşimler için de önem taşımaktadır.

- Her zaman her yerde bulunabilirlik (Ubiquitous): Yeni medya, kullanıcıların mobil cihazları üzerinden hemen hemen her yerde diğer kullanıcılara ve kurumsal yapılara ulaşmalarını sağlamaktadır. Kullanıcılar bir perakende mağazasında alışveriş yaparken bir ürünün incelemelerini okuyabilirler veya sinema salonunda gösterim sırasında deneyimlerini paylaşabilir veya diğer kullanıcıların görüşlerine erişebilirler.

Genel olarak yeni medyanın, tüketicilere hizmetler ve ürünler hakkında bilgi vermek için geniş seçenekler sunduğunu söylemek mümkündür. Yeni medya araçlarının ve teknolojilerin kolay kullanımları ve ulaşılabilirliğinin rahat olması medya ortamlarına katılımı artırmıştır. Bununla birlikte yeni medya araçlarının sunduğu olanaklarla bilginin kolay bir şekilde yayınlanması ve dağıtımı kullanıcıların doğru ve değerli bilgiler kadar yanlış ve değersiz bilgilerle de karşılaşmasına neden olmuştur. Yeni medya ortamlarından biri olarak nitelendirebileceğimiz sosyal medya araçlarında da kullanıcı

tarafından sağlanan içeriğin çokluğu, insanların ortak çıkarlar, dünya görüşleri ve anlatılar etrafında toplanmasını kolaylaştırmaktadır. Özellikle Web 2.0 tabanlı medya yapıları düşünüldüğünde her bir kullanıcının aynı zamanda içerik üreticisi ve sağlayıcısı oldukları açıktır. Bu durum iletişim ve etkileşim adına faydalar sağlarken diğer yandan da kontrolsüz bir üretim sürecine girilmesi, söylentilerin ve komplo teorilerinin hızlı bir şekilde yayılması gibi sorunları da ortaya çıkarmaktadır. Binark ve Bayraktutan Sütçü (2013) söz konusu durumu “üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu” olarak görmektedir. Tarih boyunca yanlış bilgilendirme ya da yanlış olan bilgiler, insanların görüş ve inançlarını manipüle etmek için kasıtlı olarak kullanılmıştır (Karduni, 2019). Bu bağlamda yanlış bilgilendirme, dezenformasyon gibi bilgi bozuklukları üzerinde uzun yıllardır çalışılan kavramlar olmasına rağmen yeni medya araçları ile birlikte daha da önem kazarak farklı açılımlarla ele alınmaya başlanmıştır. Toplumlar da yanlış bilginin yaygınlığı, demokrasileri kontrol edilemez bir hale dönüştürme potansiyeline sahiptir (Benkler, Faris ve Roberts, 2018). Yanlış bilgilendirme (misinformation), dezenformasyon (disinformation), yalan haberler, bilgi bozuklukları, bilgi kirliliği, problematik bilgiler gibi birçok kavramla eşleştirilen yanlış bilgilendirme kavramının adına ortak ve kesin bir terminoloji belirlenmesi üzerine literatürde önerilerin ve çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Jack, 2017).

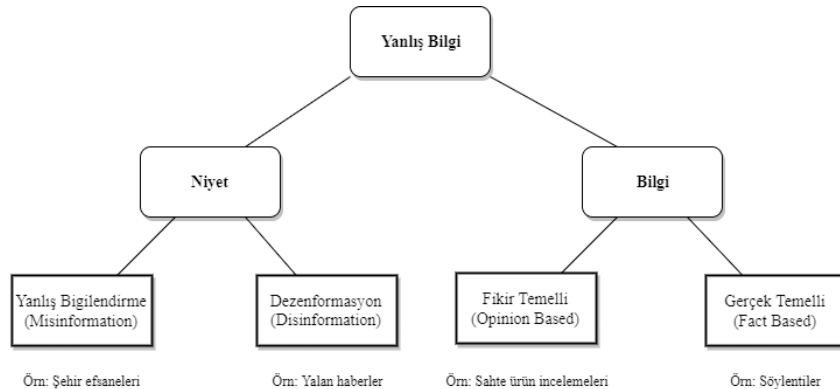
**Şekil 1. Bilgi Bozuklukları**



**Kaynak:** (Derakhshan ve Wardle, 2017).

Şekil 1’e göre bilgi bozuklukları iki yapıda incelenmiştir. Üçe ayrılan bilgi bozuklukları (misinformation, disinformation, malinformation) “Yanlışlık” ve “Zarar” boyutları kapsamında çalışılmıştır. Buna göre yanlış bilgilendirme (misinformation) kavramı kasıt olmaksızın yanlış bilgilendirme anlamına gelmektedir. Burada zarar verme amacı yoktur. Dezenformasyon (disinformation) kavramı ise yanlış bilginin kasıtlı olarak paylaşılması ve bundan zarar görülmesi anlamında kullanılmaktadır. Dezenformasyon direkt yalan bilgi üretilerek, içeriği başka bir yalan içerikle harmanlayarak, gerçeğin sadece bir kısmını bütün gibi sunarak (manipüle ederek) veya fazladan dikkat çekici bilgiler eklenerek yapılabilmektedir. Kötü bilgilendirme (malinformation) kavramı ise gerçek bilgilerin zarar vermek üzere paylaşılmasını ifade etmektedir. Genellikle özel olarak kalması için tasarlanan bilgileri kamusal alana taşıyarak yapılmaktadır. Sızıntı (leaks), taciz ve nefret söylemleri kötü bilgilendirme kapsamına girmektedir (Derakhshan ve Wardle, 2017).

**Şekil 2. Niyet ve Bilgi Temelinde Yanlış Bilgi Kategorizasyonu**



**Kaynak:** (Kumar ve Shah, 2018).

Bir diğer çalışmada da (Kumar ve Shah, 2018) yanlış bilgi niyet ve bilgi bağlamında ayrılarak açıklanmıştır. Bu çerçevede Şekil 2’de de görüldüğü üzere niyet kapsamında ele alınan yanlış bilgi açılımında yanlış bilgilendirme (misinformation) ve dezenformasyon (disinformation) bulunmaktadır. Buna göre yanlış bilgilendirmeye örnek olarak şehir efsaneleri verilirken dezenformasyon örneği olarak yalan haberler verilmiştir. Yanlış bilgilendirmenin aldatma niyeti olmadan yayıldığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, yanlış bilgilendirmenin ortak nedenlerinin, bir aktör tarafından orijinal bir bilginin yanlış beyan edilmesi veya çarpıtılması, yanlış anlaşılması, dikkat ve hatta bilişsel önyargılar nedeniyle olduğu anlaşılmaktadır. Bu aktörler daha sonra yanlış bilgilendirmeyi başkalarına bloglar, makaleler, yorumlar, tweetler vb. ortamlarla yaymaktadır. Tam tersi olarak dezenformasyon ise aldatma niyetiyle yapılmaktadır. Web üzerinden aldatma birçok amaç için yapılabilmektedir. Şekil 2’ye göre yanlış bilginin sınıflanmasında kullanılan bir diğer yaklaşım da bilgi başlığı altında yapılmıştır. Bu sınıflandırma yanlış bilgiyi fikir temelli ya da gerçek temelli olarak sınıflandırmaktadır. Fikir temelli yanlış bilgi, bireysel görüşü ifade eder (dürüstçe ifade edilmiş olsun veya olmasın) ve kesin bir temel gerçeği olmayan durumları tanımlar. Düşünce yapısının yaratıcısı bilerek veya bilmeden, okuyucunun görüşünü veya kararını etkilemek için potansiyel olarak yanlış görüşler yaratır. Bu kategoride yer alan sahte bilgilere bir örnek, insanların ürün kalitesiyle ilgili görüşlerini ifade ettiği e-ticaret web sitelerinde sahte ürün incelemeleridir. Öte yandan, gerçeğe dayalı yanlış bilgi, temel gerçek bilgi ile çelişen, uydurulan veya birleştiren bilgileri içerir. Bu tür bilgilerin nedeni, okuyucunun doğru bilgiyi yanlış bilgiden ayırt etmesini zorlaştırmak ve bilginin yanlış versiyonuna inanmasını sağlamaktır. Bu tür yanlış bilgi sahte haberleri, söylentileri ve uydurma aldatmacaları içermektedir (Kumar ve Shah, 2018).

Teknoloji ve paylaşım olanaklarının gelişmesi yeni medya araçlarının yoğunlukla kullanımı ile birlikte yalan haber, bilgi bozukları gibi kavramlar gittikçe önemini artırmıştır. Bilginin hızlı yayılımı çoğu zaman önümüze gelen bilgilerin sorgulanmadan kabulüne neden olurken bu durum bilgi bozukluklarının da artmasına neden olmaktadır. Nitekim yapılan bir çalışmada da yalan haberin paylaşılma ihtimalinin %70’den daha fazla olduğu vurgulanırken aynı şekilde yalan haberin yayılma hızının da altı kat daha fazla olduğu belirtilmiştir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018’den aktaran Kocabay Şener, 2018). Yine literatürde yapılan düzeltmelere rağmen bireylerin yanlış bilgilere daha çok inanma eğiliminde oldukları ve bu doğrultuda o bilgileri paylaşmaya devam ettikleri belirtilmektedir (Guillory ve Geraci, 2013; Nyhan ve Reifler, 2010; Nyhan, Reifler, Richey ve Freed, 2014)2013; Nyhan ve Reifler, 2010; Nyhan, Reifler, Richey ve Freed, 2014.

Günümüzde yeni medya araçlarının yapısal sorunlarının yanı sıra siyasal alanda da ortaya çıkan yeni eğilimler haberler ve bilgilerdeki gerçekliği sorgulamamıza neden olmaktadır. Bu bağlamda özellikle 2016 yılından itibaren post-truth kavramının ortaya çıkması ve etkileri üzerine çalışmalar yapılması ile birlikte, yalan haber, sahte haber, doğruluk kontrolü gibi kavramların ortaya çıktığı da belirtilmektedir (Kocabay Şener, 2018).

### **3. POST-TRUTH DÖNEMİ İLE BAŞA ÇIKMAK: DOĞRULAMA ARAÇLARI ve BİLGİ OKURYAZARLIĞI**

2016 yılında kullanımı hızla artan ve Oxford sözlüğü tarafından da yılın kelimesi olarak seçilen post-truth kavramı duyguların ve kişisel düşüncelerin nesnel gerçeklerin önüne geçerek kamuoyu belirlemede daha etkili olması durumunu ifade etmektedir (“Word of the Year 2016”, 2020). Kelimenin yaygın olarak kullanılmaya başlanması ise Ralph Keyes’in 2004’te basılan The Post-truth Era ile olmuştur. Keyes kitabında kavramı sosyolojik olarak ele alarak Amerikan toplumundaki yalan söylemeye artan eğilimin, gerçeklerin önüne geçebileceği endişesini dile getirmiştir (Keyes, 2004). Post-truth kavramının 2016 yılında bu denli popüler hale gelmesinin temel etkeni Donald Trump’ın Amerikan Başkanlığı adaylığındaki süreç ve başkanlığa seçilmesi olarak görülmektedir. Rakibi Hillary Clinton ile ilgili sosyal medyada sundukları asılsız içeriklerin rakibini zayıflattığı ve bu seçim başarısına zemin hazırladığı belirtilmektedir (Güçdemir, 2016). Bu durumun ise bugün dünyada sıklıkla başvurulan post-truth siyasetinin önünü açtığı vurgulanmaktadır (Şimşek, 2018). Post-truth kavramı temelinde yeni bir kavram olmasına rağmen genel olarak değerlendirildiğinde yıllardır çalışılan bilgi bozuklukları çerçevesinde ilişkilendirilebileceği söylenebilir. Mevcut literatürde de var olan bilgi bozuklukları ekseninde (yanlış bilgilendirme, dezenformasyon vb.) düşünüldüğünde yeni medya araçlarının kullanımının, bilgi bozukluklarının yorumlanmasında değişikliklere neden olduğu anlaşılmaktadır. Post-truth dünyasında yeni medya araçları vasıtasıyla bilgiler daha hızlı üretilmekte ve yayınlanmaktadır. Bu doğrultuda söz konusu bilgilere erişimin daha kolay olmasının yalan haber ve bilgilerin yayılmasını hızlandırdığı savunulabilir.

Yanlış, eksik ya da bağlamından koparılmış bilgilerle oluşturulan bilgi akışları çoğu zaman bilgilerin doğruluğuna yönelik kaygıları da beraberinde getirmektedir. Yanlış bilgilerin günümüzde geçmişte olmadığı kadar hızlı yayılımı temel olarak kullanıcıların pasif konumdan aktif konuma geçtiği Web 2.0 teknolojilerine dayanmaktadır. Web 2.0 teknolojileri

ile kullanıcılar internette içerik üretimi ve paylaşımına doğrudan katılabilmektedir. Bu katılım vatandaşların seslerini duyurabilmesi ve temsil kazanmaları adına olumlu bir katkı sağlarken yoğun bilgi paylaşımı ortaya çıkan bilgilerin doğruluğuna yönelik teyit süreçlerini kısıtlamaktadır. Bu durum ise yanlış bilginin yayılma hızının ve yayılma alanının sosyal medya nedeniyle önceki dönemlere göre çok daha fazla olmasına neden olmaktadır (Brandtzaeg ve Følstad, 2017). Özellikle anlık gelişen süreçlerde (doğal olaylar, siyasi kargaşalar vb.) yanlış bilgilerin daha da arttığına yapılan çalışmalarda değinilmektedir (Silverman, 2016).

Günümüzde sosyal medya üzerinden kaynağı belli olmayan, doğruluğu ve güvenilirliği olmayan çok miktarda bilgi sunulmaktadır. Bu doğrultuda temel bilgi okuryazarlığı becerilerine sahip olmayan bireyler söz konusu bilgileri doğru olarak kabul edebilmektedir. Bilgi bozuklukları ve post-truth kavramları çerçevesinde değerlendirildiğinde söz konusu durumların olası çözümlerinin literatürde de tartışıldığı görülmektedir (Cook ve diğerleri, 2015; Ecker ve diğerleri, 2010; Lewandowsky, Ecker ve Cook, 2017; Lewandowsky ve diğerleri, 2012; Marsh ve Yang, 2017; Schwarz ve diğerleri, 2016) Genel olarak değerlendirildiğinde doğrulama ve düzeltme algoritmaları üzerine çalışmalar yapıldığı anlaşılırken; çalışmalarda temel boyutta bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi önerilerine yer verdiği de görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmaların önerilerinin büyük çoğunluğunu güvenilir kaynakların tanımlanması ve kaynakların güvenilirliğini değerlendirme becerilerinin kazandırılması eğitimleri oluşturmaktadır. Bilgi okuryazarlığına yönelik temel eğitimlerin verilmesinin bireylere hangi bilgilerin güvenilir olup olmadığını ayırt etmeye yönelik beceriler kazandıracağı da vurgulanmaktadır (Walton ve Hepworth, 2011). Günümüzde özellikle bireylerin kendi inançlarına sıkı sıkıya bağlı kalmaları, içinde buldukları yankı fanuslarında farklı görüş ve yorumlara kendilerini kapamalarına karşılık yanlış bilgilere karşı eleştirel bakış açıları kazanma yöntemi bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesidir.

Bireylerin bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesinin yanı sıra doğruluk kontrolü, doğruluk kontrol araçları gibi mekanizmalar tartışılır hale gelmiş ve post-truth çağı olarak adlandırılan bu dönemde ortaya çıkan bilgi bozukluklarına çözüm olarak sunulmuştur. Bilgi bozukluklarını tespit etmek için kullanılan araçlar zamanla artmaya başlamıştır. Doğruluğundan şüphe edilen kaynaklar doğrulama araçları ile sorgulanmakta ve teyit edilmektedir. Bu doğrultuda kullanılan bir diğer yaklaşım ise doğrulama platformlarının kullanılması olmuştur. Kamuya sunulan bilgilerin kontrolüne yönelik hizmet sunan platformlar olarak tanımlanan doğrulama platformları 2000'li yılların başlarında ortaya çıkmışlardır (Brandtzaeg ve Følstad, 2017). Doğrulama platformları çeşitli, gazetecilik örgütleri ile beraber çalışabildikleri gibi kamu hizmeti amacıyla STK'lar tarafından da yapılabilmektedir (Kavaklı, 2019). Yalan haberlerle mücadele için 2015 yılında geniş bir ağ oluşturma amacıyla First Draft Network (firstdraftnews.com), kurulmuştur. Bu oluşuma medya kuruluşları, haber ajansları sosyal medya platformları gibi çok sayıda kurum üye olmuştur. Haber ve makalelerin doğrulanması için 2017 yılında Google'da bilgi doğrulama hizmeti vermeye başlamıştır (Ünal ve Taylan, 2017). Türkiye'de de "şüpheli ve temelsiz iddiaları irdelemek" amacı ile başlatılan ilk girişim gönüllü çalışanlardan oluşan Yalansavar adlı internet sitesidir. Bunun yanı sıra doğrulama platformu yapısı ilk olarak Ortak Gelecek için Diyalog Derneği'nin 2014 yılında kullanıma açtığı doğrulukpayi.com olarak gösterilebilir. Ardından 2016 yılında Teyit Medya Araştırmaları bağımsız bir girişim olarak teyit.org' u hizmete sunmuştur (Kavaklı, 2019). Dünyadaki örneklerine de paralel olarak ilgili platformların kullanımı yanlış bilgilendirme süreçlerinde önemli rol oynamaktadır

#### **4.ÇALIŞMANIN AMACI, KAPSAMI, ARAŞTIRMA SORULARI**

Bu araştırmada; kuramsal çerçevede sunulan post-truth kavramı, bilgi bozuklukları, yeni medya araçları ve bilgi doğrulama süreçleri kavramlarından hareketle, lisans eğitimi süreçlerinde aldıkları ilgili derslerin yanı sıra mezun olduktan sonra çalışacakları alanlarda da bilgi bozukluklarının düzeltilmesi konu uygulamalarında yer alma potansiyeline sahip Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencilerinin post-truth çağında bilgi bozukluklarına yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra çalışmada, öğrencilerin yeni medya araçları kullanımı çerçevesinde ortaya çıkan bilgi bozuklukları ve doğrulama araçlarına yönelik farkındalıklarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Belirlenen bu amaç doğrultusunda çalışmamızda şu sorulara yanıt aranmıştır;

S1. Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencilerinin çevrimiçi ortamda bilgi bozuklukları, bilgi doğrulama ve post-truth kavramları doğrultusunda yeni medya araçlarını kullanımları nasıldır?

S2. Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencileri yeni medya araçlarında bilgi paylaşımında bulunurken paylaştıkları bilgi doğrulamaya yönelik hangi davranışlarda bulunmaktadır?

S3. Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencileri yanlış bilgilendirme ve bilgi bozukluklarının azaltılmasında hangi unsurların etkili olacağını düşünmektedir?

Belirtilen araştırma sorularının yanıtlanabilmesi için çalışmada betimsel (descriptive) araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Betimsel araştırma yöntemi, verilen bir durumu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde tanımlayan araştırmalar olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2017: 24).

#### 4.1. Veri Toplama Süreci

Araştırmada betimleme yöntemi çerçevesinde öğrencilerin konuyla ilgili yaklaşım ve farkındalıklarını saptayabilmek için veri web tabanlı bir anket ile toplanmıştır. Açık kaynak kodlu bir anket yazılımı olan LimeSurvey yazılımı üzerinde web tabanlı olarak hazırlanan bu ankette 24 soru bulunmaktadır. Kişisel ya da anlamlandırılarak kişiyi ortaya çıkaracak herhangi bir verinin tutulmadığı ankette açık uçlu, tek seçenekli, birden çok seçenekli ve beşli likert ölçekli sorular bulunmaktadır.

Geliştirilen anket, Bölüm Öğrenci Bilgi Sistemi üzerinden mesaj ve e-posta olarak 2019-2020 Öğretim yılı güz döneminde ders programı kaydı yaptırmış olan, bir diğer ifadeyle aktif olarak öğrenim gören, bütün öğrencilere gönderilmiştir. Toplamda 178 öğrenciye gönderilen anket 8-23 Kasım 2019 tarihleri arasında iki haftalık bir süre için açık bırakılan ankete toplamda 85 öğrenci yanıt vermiştir. Anket yazılımından alınan verilere göre öğrencilerin anketi yanıtlama süreleri ortalama 12,5 dakika sürmüştür. Ankete yanıt veren öğrencilerin sınıflara göre dağılımı ve Hacettepe Üniversitesi Öğrenci İşleri Dairesi Başkanlığı Sisteminden alınan sınıf mevcutları Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1: Araştırmaya Katılan Öğrenci Sayıları ve Sınıf Mevcutları**

Öğrencilerin bulunduğu sınıflar	Ankete yanıt veren öğrenci sayısı		Sınıf mevcudu	
	N	%	N	%
Birinci Sınıf	18	21,1	38	21,4
İkinci Sınıf	15	17,6	48	27
Üçüncü Sınıf	24	28,4	46	25,8
Dördüncü Sınıf	28	32,9	46	25,8
<b>Toplam</b>	<b>85</b>	<b>100</b>	<b>178</b>	<b>100</b>

Ankete yanıt veren öğrencilerin çalışma grubunu temsil oranı %47,8’dir. Bu oran yaklaşık olarak Bölümdeki her iki öğrenciden birini temsil etmektedir. Öğrencilerin 19’u (%22,4) erkek 66’sı (%77,6) ise kadındır. Araştırmada 19-21 yaş aralığında 40 (%47,1), 22-23 yaş aralığında 35 (%41,2) öğrenci bulunmaktadır. Yaşı 24 ve üzerinde olan öğrenci sayısı 10’dur (%11,7).

#### 4.2. Veri Analizi

Anketlerden web tabanlı olarak toplanan veriler, anket yazılımının veri dışı aktarım eklentileri ile virgülle ayrılmış metin (csv) dosyası olarak indirilmiştir. Çalışmadaki analizler de bu dosyanın bir nicel veri yazılımı olan JASP yazılımında çalıştırılmasıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada anket sorularına yönelik olarak 113 değişkenin oluşturulduğu JASP yazılımından sağlanan tanımlayıcı istatistikler tablolarla sunulmuştur. Beşli likert ölçeği ile toplanan verilerde ise sıklık bilgilerinin yanında aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri de verilmiştir. Bulgulara yönelik aritmetik ortalama değerleri yorumlanırken standart sapma değerleri de dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda standart sapma değerinin beşli likert ölçeğine göre 1,5’in üzerinde olması yanıtların ölçekteki farklı değişkenler arasında yoğunlaştığını göstermektedir (Baş, 2001). Bununla birlikte uygulanan anketin iç tutarlılığını ölçmek için de güvenilirlik analizlerinden Crombach Alfa Güvenirlik Katsayısı testi yapılmıştır. Yaş, cinsiyet ve sınıf gibi demografik sorular ile açık uçlu sorulara ilişkin değişkenler teste dahil edilmeden 99 değişkenle yapılan ölçümlerde Crombach Alpha değeri 0,725 olarak ölçülmüştür. Bu oranla ilgili olarak yapılan çalışmalarda 0,7 ve üzerinde bulunması durumunda ölçeğin güvenilirliğinin iyi düzeyde olduğu kabul edilmektedir (Kılıç, 2016: 48). Kılıç’ın (2016: 48) aktarımı doğrultusunda konuyla ilgili bir başka görüşe göre de Crombach Alfa değerinin 0,61-0,80 arasında olması ölçeğin orta güvenilirlikte olduğunu göstermektedir. Anketteki açık uçlu sorulardan elde

edilen metin içerikli ifadeler ise standartlaştırılarak (metinlerdeki eklerin atılması ve aynı anlama gelen ifadelerin tekilleştirilmesi gibi) yorumlanmıştır.

## 5. BULGULAR

Araştırmada ilk olarak öğrencilerin günlük hayatlarında kullandıkları teknolojik cihazların neler olduğuna yönelik bir soru sorulmuştur. Buna göre elde edilen bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2: Kullanılan Teknolojik Cihazlar**

Cihaz türü	N	%
Akıllı Telefon	85	100,0
Bilgisayar	84	98,8
Tablet	24	28,2
Interaktif Televizyon	20	23,5
Telefon	10	11,7
Diğer	5	5,8

Tablo 2’ye göre öğrencilerin tamamı (85 kişi) günlük hayatında akıllı telefonu kullanmaktadır. Benzer şekilde öğrencilerin tamamına yakın bir kısmı (84 öğrenci, %98,8) bilgisayar kullandığını belirtmiştir. Tablet kullandığını belirten öğrencilerin sayısı 24’tür (%28,2). Öğrencilerin en az kullandıkları cihaz ise %11,7’lik bir oranla telefon olmuştur. Diğer seçeneğini işaretleyen beş öğrenci ise (%5,8) akıllı bileklik/akıllı saat gibi giyilebilir teknolojileri kullandıklarını belirtmiştir.

Bilgiye erişimde hangi cihazların çoğunlukla kullanıldığı sorulduğunda ise öğrencilerin dörtte üçünden fazlasının (65 öğrenci, %76,5) akıllı telefonu 16’sının (%18,8) bilgisayarı kullandığı görülmüştür. Bu soruda dört öğrenci (%4,7) geleneksel bir iletişim aracı olan telefonu bilgi erişim amacıyla kullandığını ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin kullandıkları yeni medya araçlarının belirlenmesi ve kavramsal olarak farkındalıklarının çözümlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede açık uçlu bir soru olarak “Yeni Medya Araçları” tanımlaması yapılarak öğrencilerin yeni medya aracı olarak gördükleri unsurları tanımlamaları istenmiştir. Gerçekleştirilen veri standardizasyonu işlemlerinden sonra elde edilen 29 unsurdan çoğunlukla ifade edilen araçlar Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3: Yeni Medya Aracı Tanımlamaları**

Araç adı	N	%
Akıllı telefon	32	37,6
Bilgisayar	21	24,7
Instagram	19	22,4
Twitter	16	18,8
Youtube	11	12,9
Sosyal medya	10	11,7
Whatsapp	8	9,4
Facebook	6	7,1

Tablo 3’e göre öğrencilerin en fazla akıllı telefonu (32 öğrenci) ve ardından bilgisayarı (21 öğrenci) yeni medya aracı olarak tanımladıkları görülmüştür. Daha sonra Instagram, Twitter, Youtube, Whatsapp ve Facebook gibi araçları da yeni medya aracı olarak nitelendirdikleri anlaşılmıştır. Bu sorunun ardından öğrencilere hangi sosyal medya araçlarını kullandıkları da birden çok seçeneğin işaretlenebildiği bir soru ile belirlenmeye çalışılmıştır (Tablo 4). Tablo 4’te sunulan bulgulara göre öğrencilerin tamamına yakın bir kısmının (80 öğrenci- %94,1) bir anlık mesajlaşma aracı olan Whatsapp uygulamasını kullandığı anlaşılmaktadır. Bu uygulamayı 71’er öğrencinin (%83,5) kullandığını belirttiği Instagram ve YouTube uygulamaları takip etmiştir. Bulgulara göre Twitter’ı öğrencilerin %60’ı (51 öğrenci), Facebook’u ise %45,9’u (39 öğrenci) kullanmaktadır. Diğer seçeneğini işaretleyen öğrencilerin belirttikleri sosyal medya araçları ise Pinterest ve LinkedIn (ikişer öğrenci, %2,4) Reddit, Snapchat ve Twitch’tir (biri öğrenci, %1,2).



**Tablo 4: Kullanılan Sosyal Medya Araçları**

Sosyal Medya Aracı	N	%
Whatsapp	80	94,1
Instagram	71	83,5
YouTube	71	83,5
Twitter	51	60,0
Facebook	39	45,9
Diğer	7	8,4

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya araçlarına yönelik bulguların ardından sosyal medya araçlarında gün içinde ne kadar zaman geçirdiklerine yönelik bulgular da elde edilmiştir. Söz konusu bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5: Sosyal Medyada Geçirilen Zaman**

Süre	N	%
1 saat ve daha az	6	7,1
1-2 saat	27	31,8
3-4 saat	41	48,2
5 saat ve üzeri	11	12,9
<b>Toplam</b>	<b>85</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5'te verilen bulgular öğrencilerin yarısına yakınının (41 öğrenci, %48,2) gün içerisinde 3-4 saatini sosyal medya araçlarında geçirdiklerini ortaya koymuştur. Sosyal medya araçlarında gün içerisinde 1 saat ve daha az süre geçirdiğini belirten öğrencilerin oranı %7,1 (6 öğrenci) iken sosyal medyada 5 saat ve üzeri zaman geçiren öğrencilerin oranı %12,9'dur (11 öğrenci).

Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreye yönelik bulguların ardından çalışmada sosyal medya araçlarının kullanım amaçlarını ve bu amaçlara yönelik kullanım sıklıklarını belirlemek için de bir soru yöneltilmiştir. Muhtemel kullanım amaçlarının ve her bir amaca yönelik kullanım yoğunluk düzeylerinin verildiği soruda katılımcılardan her bir amaç için bir kullanım sıklıklarını belirtmeleri istenmiştir. Konuya yönelik bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6: Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Amaçları (N=84)**

	En az Kullanım		Az Kullanım		Orta Seviyede Kullanım		Çok Kullanım		En Çok Kullanım	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Genel iletişim	3	3,6	6	7,1	19	22,6	30	35,7	26	31,0
Arkadaşlarla iletişim	3	3,6	5	6,0	8	9,5	32	38,1	36	42,8
Arkadaşlarla ve akrabalarla sosyalleşmek	11	13,1	15	17,9	31	36,9	16	19,0	11	13,1
Eğlenmek ve eğlendirmek	6	7,1	7	8,3	21	25,0	33	39,3	17	20,2
Genel bilgi sahibi olmak	2	2,4	3	3,6	25	29,8	34	40,5	20	23,8
Son haberleri / gelişmeleri takip edebilmek	1	1,2	9	10,7	25	29,8	25	29,8	24	28,5
Yeni arkadaşlar edinmek	33	39,3	39	46,4	9	10,7	2	2,4	1	1,2
Çalışmalarını paylaşmak	25	29,8	25	29,8	23	27,3	5	6,0	6	7,1
Eğitimle ilgili konularda bilgi toplamak	7	8,3	12	14,3	24	28,6	28	33,3	13	15,5
e-Ticaret	29	34,5	15	17,9	20	23,8	12	14,3	8	9,5
Söylentileri ve yanlış bilgileri teyit etmek	9	10,7	10	11,8	26	31,0	25	29,8	14	16,7

Tablo 6'daki bulgular çerçevesinde öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanım amaçları değerlendirildiğinde öğrencilerin sosyal medya araçlarını en fazla (%42,9'luk en yoğun, %38,1'lik yoğun kullanım oranı ile) arkadaşlarla iletişim amacı için kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Bunu öğrencilerin %65,7'lik bölümünün yoğun ve en yoğun kullanım düzeyini belirttiği genel iletişim amacı ve %64,3'lük oranla genel bilgi sahibi olmak amaçları takip etmektedir. Bu amaçların ardından öğrencilerin %59,5'inin yoğun ve en yoğun kullanım bildirdiği eğlenmek ve eğlendirmek ile %58,4'lük oranla son haberleri/gelişmeleri takip edebilmek izlemiştir. Tabloya göre öğrencilerin büyük bir kısmı (72 öğrenci, %85,7) sosyal medya araçlarını en az yeni arkadaşlar edinmek için kullanmaktadır. Öğrenciler ayrıca sosyal medyayı çalışmalarını paylaşmak (%29,8 en az, %29,8 az kullanım) ve e-ticaret amacıyla da az kullandıklarını (%34,5 en az, %17,9 az kullanım) belirtmiştir. Bir öğrenci ise soruya yanıt vermemiştir.

Öğrencilerin bilgi edinme ve haber alma amaçlı kullandıkları iletişim araçlarını gösteren bulgular Tablo 7'de gösterilmektedir.

**Tablo 7: Bilgi Edinme ve Haber Almada Kullanılan Araçlar (N=84)**

	En Az Kullanım		Az Kullanım		Orta seviyede kullanım		Çok Kullanım		En Çok Kullanım	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Basılı gazete	71	84,5	7	8,3	3	3,6	3	3,6	0	0
Radyo	66	78,6	11	13,1	7	8,3	0	0	0	0
Televizyon	22	26,2	28	33,3	20	23,8	8	9,6	6	7,1
İnternet blogları	12	14,2	5	6,0	26	31,0	21	25,0	20	23,8
Online gazeteler	9	10,7	7	8,3	19	22,6	23	27,4	26	31,0
Forumlar	19	22,6	18	21,4	19	22,6	14	16,7	14	16,7
Instagram	18	21,4	7	8,3	20	23,8	20	23,8	19	22,7
Facebook	53	63,1	13	15,4	9	10,7	4	4,8	5	6,0
Twitter	28	33,3	4	4,8	8	9,5	20	23,8	24	28,6
YouTube	18	21,4	11	13,1	21	25,0	11	13,1	23	27,4
Wikiler	22	26,3	8	9,5	19	22,6	17	20,2	18	21,4
Çevrimiçi sözlük ve ansiklopediler	15	17,9	13	15,5	22	26,2	17	20,2	17	20,2
Anlık mesajlaşma uygulamaları	13	15,5	15	17,9	16	19,0	13	15,5	27	32,1

Buna göre öğrencilerin bilgi alma ve haber amaçlı olarak en fazla çevrimiçi gazetelerden yararlandıkları anlaşılmaktadır. Bu konuda öğrencilerin yarısından fazlası (49 öğrenci, %58,3) fazla ve en fazla kullanım seçeneklerini işaretlediği görülmektedir. Tablo 7'ye göre öğrencilerin yarısına yakını Twitter platformunu da yoğunlukla (44 öğrenci, %52,3) bilgi ve haber alma amaçlı kullandıklarını belirtirken, öğrencilerin üçte birinden fazlası (%38,1) Twitter'ın bu amaçla kullanımında az ve en az kullanım amaçlarını işaretlemiştir. Öğrencilerin haber ve bilgi alma amaçlı kullandıkları araçlardan biri de anlık mesajlaşma uygulamalarıdır. Tablo 7 incelendiğinde anlık mesajlaşma uygulamalarının öğrencilerin yaklaşık üçte biri tarafından (40 öğrenci, %47,6) yoğunlukla kullanıldığı anlaşılırken, bu araçları az ve oldukça az ve az kullanan öğrencilerin de oranları dikkat çekmektedir (28 öğrenci, %33,4). Tablo 7'de sunulan uygulama kullanımındaki bu durum ilgili uygulamaların öğrenciler arasında farklı kullanım düzeylerinin olduğuna işaret etmektedir. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler en az geleneksel medya araçları olarak nitelendirilebilecek basılı gazete (71 öğrenci, %81,5) ve radyoyu (66 öğrenci, %78,5) haber alma aracı olarak kullanmaktadır. Bir diğer araç olan televizyon ise diğer iki araca oranla nispeten daha fazla kullanılmaktadır (28 öğrenci, %33,3). Yeni medya araçlarından olan Facebook ise öğrenciler arasında en az bilgi ve haber alma amaçlı kullanılan platform olarak görülmektedir (53 öğrenci, %62,3).

Öğrencilerin bilgi edinme ve haber alma amacıyla kullandıkları iletişim araçlarının belirlenmesinin ardından, bu araçları ne düzeyde güvenilir bulduklarına yönelik likert ölçekli bir soru da yöneltilmiştir. Bir öğrencinin yanıt vermediği bu soruya ilişkin bulgular Tablo 8’de sunulmaktadır.

**Tablo 8: Bilgi Edinme ve Haber Almada Kullanılan Araçların Güvenilirliği (N=84)**

Araçlar	Ortalama	Standart Sapma
Basılı gazete	3,2	1,3
Radyo	2,9	1,1
Televizyon	2,4	1,1
İnternet blogları	2,3	0,8
On-line gazeteler	3,0	1,1
Forumlar	2,3	0,9
Instagram	1,8	0,9
Facebook	1,4	0,6
Twitter	2,5	1,3
YouTube	2,3	0,9
Wikiler	2,8	1,2
Çevrimiçi sözlük ve ansiklopediler	3,4	1,3
Anlık mesajlaşma uygulamaları	2,1	1,0

Tablo 8’deki ortalama değerleri öğrencilerin bir önceki soruda orta düzeyde bir kullanımda bulduklarını ifade ettikleri çevrimiçi sözlük ve ansiklopedilere belirtilen diğer araçlara göre daha fazla güvendiklerini (ortalama 3,4) göstermektedir. Tabloya göre öğrenciler daha sonra en fazla basılı gazetelere güvenmektedir (ortalama 3,2). Öğrencilerin en az güvenilir olduğunu düşündükleri araçlar sırasıyla Facebook, Instagram ve anlık mesajlaşma uygulamalarıdır. Tablo 8’deki bulgular genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin basılı gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya ortamlarını Facebook, Instagram ve anlık mesajlaşma uygulamalarına göre nispeten daha güvenilir bulduklarını söylemek mümkündür. Öğrencilerin sosyal medya platformları içerisinde en çok haber ve bilgi aldıkları platformlara yönelik bulgular Tablo 9’da yer almaktadır.

**Tablo 9: Haber ve Bilgi Almada Kullanılan Sosyal Medya Araçları (N=85)**

Sosyal medya araçları	N	%
Instagram	34	40,0
Facebook	6	7,1
Twitter	45	52,9
YouTube	17	20,0
Whatsapp	16	18,8
Diğer	5	5,9

Tablo 9 incelendiğinde öğrencilerin haber ve bilgi almak için en fazla (45 öğrenci- %52,9) kullandıkları sosyal medya aracı Twitter’dir. Birden çok seçeneğin işaretlenebildiği soruda öğrencilerin %40’ı (34 öğrenci) Instagram’ı bilgi ve haber alma amaçlı olarak kullanmaktadır. Facebook ise öğrenciler tarafından bu amaçla en az kullanılan (6 öğrenci- %7,0) platformdur. Bu soruda diğer seçeneğini işaretleyen beş öğrenci de bir sosyal medya aracı olmayan Google’i, online haber sitelerini ve Reddit’i belirtmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyadan edindikleri bilgilerin doğruluk düzeyi ve yapılan paylaşımların içeriksel doğruluğunun ve güvenilirliğinin önemine yönelik bulgular Tablo 10’da gösterilmiştir. Bulgulara göre öğrenciler sosyal medyadan edinilen bilgilerin doğruluğunun düşük düzeyde olduğunu düşünmektedir. Öğrencilerin sosyal medyada paylaşım yaparken paylaşım içeriğinin doğruluğu ve güvenilirliğine verdikleri önem düzeyi ile ilgili bulgularda ise öğrencileri sosyal medyada

paylaşım yaparken içeriğin doğruluğuna ve güvenilirliğine yüksek düzeyde önem verdikleri tespit edilmiştir

**Tablo 10: Sosyal Medyadaki İçeriklere Yönelik Değerlendirmeler (N=84)**

	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal medyadan edindiğiniz bilgiler ne düzeyde doğrudur?	2,6	0,7
Sosyal medyada paylaşım yaparken paylaşım içeriğinin doğruluğu ve güvenilirliği sizin için ne kadar önemlidir?	4,5	0,9

Öğrencilerin en fazla hangi yapıların yanlış bilgi oluşturma ve yayma olasılıkları olduğuna dair düşüncelerini gösteren bulgular Tablo 11’de yer almaktadır.

**Tablo 11: Yanlış Bilgi Oluşturma ve Yayma Olasılıkları En Fazla Olan Gruplar (N=85)**

Yapılar	N	%
Anonim sosyal medya hesapları	75	88,2
Politikacılar	58	68,2
Siyasal partiler	53	62,4
Gazeteciler	39	45,9
Sivil toplum sektörü	15	17,6
Şirketler	26	30,6
Akademi	4	4,7

Bulgulara göre öğrenciler en fazla (75 öğrenci, %88,2) sosyal medya hesaplarının yanlış bilgi oluşturma ve yayma potansiyelleri olduğunu düşünmektedir. Öğrencilerin yarıdan fazlası, sırayla politikacılar (58 kişi, %68,2) ve siyasi partileri (53 öğrenci, %62,3) yanlış bilgi oluşturma ve yayma potansiyeli olan yapılar olarak tanımlamışlardır. Tabloya göre öğrenciler en az akademi yapısından gelen bilgilerin güvensiz olduğunu belirtmektedir (4 öğrenci, %4,7). Bu durumun öğrencilerin en fazla akademik bilgilere güvendiklerini gösterdiği düşünülmektedir. Öğrencilerin en fazla yanlış bilgilendirme ile karşılaştıklarını düşündükleri platformların değerlendirilmesine yönelik bulgular Tablo 12 kapsamında sunulmaktadır.

**Tablo 12: Yanlış Bilgilendirme ile En Çok Karşılaşılan Platformlar**

Platformlar	N	%
Arkadaşlarım ve ailem tarafından paylaşılan bilgiler	6	7,0
Basılı gazete ve magazinler	3	3,6
Haber ajansları	6	7,0
Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları	53	62,3
Televizyon	7	8,3
Video paylaşım platformları	1	1,2
Çevrimiçi bloglar ve forumlar	3	3,6
Çevrimiçi gazeteler ve haber portalları	6	7,0
<b>Toplam</b>	<b>85</b>	<b>100,0</b>

Tablo 12’ye göre öğrencilerin yaklaşık üçte ikisi (53 öğrenci, %63,1) en çok sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarında yanlış bilgilendirme ile karşılaştığını düşünmektedir. Buna karşın bir öğrenci ise en fazla yanlış bilgilendirmeye video paylaşım sitelerinde karşılaştığını belirtmiştir. Çalışmada öğrencilerin internette gördükleri haberlerin ne kadarının güvenilir olmayan ya da yanıltıcı haber ve bilgi içerdiğine yönelik tahminleri de çoktan seçmeli bir soru ile tespit edilmeye çalışılmıştır (Tablo 13). Tablo 13’e göre araştırmaya katılan öğrencilerin yarısına yakın bir kısmı (35 öğrenci, %41,6) internette gördüğü bilgilerin %41-%60 oranında güvenilir olmayan ya da yanıltıcı nitelikte

olduğunu düşünmektedir. 22 öğrenci (%26,1) ise internette gördüğü güvenilir olmayan veya yanıltıcı olan haber ve bilgilerin oranının %61-%80 olduğunu gösteren seçeneği işaretlemiştir. Bulgulara göre dört öğrenciye göre internette gördükleri bilgilerin veya haberlerin güvenilir olmama ya da yanıltıcı olma oranı %0-%20 arasındadır. Diğer yandan beş öğrenciye göre ise söz konusu oran %80'in üzerindedir. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin yaklaşık üçte birlik (27 öğrenci, %32,2) bölümü internette karşılaştıkları bilgilerin %60'ından fazlasının güvenilir olmadığını ya da yanıltıcı olduğunu düşünmektedir.

**Tablo 13: Öğrencilerin İnternette Karşılaştıkları Bilgilerin Ne Kadarının Güvenilir Olmadığına Yönelik Düşünceleri (N=84)**

Güvenilmeme oranı	N	%
%0-%20	4	4,8
%21-%40	18	21,4
%41-%60	35	41,6
%61-%80	22	26,2
%81-%100	5	6,0
<b>Toplam</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Öğrencilere en fazla hangi alanda yanlış bilgilendirme ile karşılaştıkları sorulduğunda ise elde edilen bulgular öğrencilerin farklı görüşlerde olduklarını göstermiştir (Tablo 14).

**Tablo 14: Yanlış Bilgilendirme ile En Çok Karşılaşıldığı Düşünülen Alanlar (N=85)**

Alanlar	Ortalama	Standart Sapma
Politika	3,0	1,6
Hukuk	3,1	1,1
Eğitim	3,0	1,2
Güncel haberler	3,1	1,2
Spor	3,0	1,3
Turizm	3,0	1,2
Finans ve Ekonomi	3,2	1,4

Tablo 14'e göre öğrenciler sıralanan alanların tamamında yanlış bilgilendirmeyle orta seviyelerde karşılaştıklarını düşünmektedir. Ancak diğer yandan standart sapma değerlerinin politika, finans ve ekonomi ile spor alanlarındaki standart sapma değerlerinin diğer alanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun öğrencilerin ilgili alanlarda farklı görüşlere sahip olmaları nedeniyle (örneğin öğrencilerin %22,6'sı en az yanlış bilgilendirmeyle karşılaştığını düşünürken, %27,4'ü en çok yanlış bilgilendirmeyle karşılaştığını düşündüğü alanın politika olduğunu belirtmesi gibi) ortaya çıktığı düşünülmektedir. Çalışmada öğrencilerin yanlış bilgilendirme ve bilgi bozukluklarının azaltılması sürecinde etkili olabilecek unsurlara yönelik bulgular da elde edilmiştir (Tablo 15).

**Tablo 15: Yanlış Bilgilendirme ve Bilgi Bozukluklarının Azaltılması Sürecinde Etkili Olabilecek Unsurlar (N=85)**

Platformlar	N	%
Bilgi okuryazarlığının geliştirilmesi	69	81,2
Eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması	50	58,8
Bilgi doğrulama araçlarının geliştirilmesi	48	56,5
Bilgi bozuklukları kapsamında yapılacak akademik çalışmaların desteklenmesi	26	30,6
Bilgi kaynaklarının şeffaflığının artırılması	43	50,6
Diğer	2	2,4

Bulgulara göre öğrenciler bu süreçte en fazla (69 öğrenci, %81,2) bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesinin etkili olduğunu düşünmektedir. Bunu eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması (50 öğrenci, %58,8), bilgi doğrulama araçlarının geliştirilmesi (48 öğrenci, %56,5) ve bilgi kaynaklarının şeffaflığının artırılması (43 öğrenci, %50,6) seçenekleri takip etmiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen öğrencilerin açıklamaları değerlendirildiğinde birer öğrenci “Bilgi okuryazarlığı eğitiminin zorunlu hale getirilerek geliştirilmesi” ve “Hepsi önemli fakat eleştirel düşünce ve kaynak paylaşımı olmazsa olmaz” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin kullandıkları yeni medya araçlarındaki bilgilere yönelik güvenme durumları ve bu ortamdaki davranışları beşli likert ölçekli sorularla analiz edilmiştir. Konuya yönelik bulgular Tablo 16’da verilmiştir.

**Tablo 16: Öğrencilerin Belirtilen Durumlara Yönelik Düşünceleri (N=85)**

Düşünceler	Ortalama	Standart Sapma
Yakın arkadaşlarımla paylaşımlarına güvenirim	3,0	1,0
Tüm arkadaşlarımla paylaşımlarına güvenirim	1,8	0,9
Takip ettiğim sayfaların paylaşımlarına güvenirim	2,7	0,9
Sosyal medyada gördüğüm haber ve bilgilere güvenirim	1,9	0,8
Arama motorunda gösterilen sonuçlarda çıkan haber ve bilgilere güvenirim	2,3	0,9
Her zaman güvenilir haber ve bilgiler ile karşılaşırım	1,8	0,9
Güvenilir olduğunu düşündüğüm gönderilerini başta görmeye yönelik ayarları kullanırım	2,9	1,3
Yakın arkadaşlarımla gönderilerini genellikle sorgulamadan beğenirim	2,3	1,2
Aile üyelerinin paylaşımlarını sorgulamadan beğenirim	2,1	1,2
Sosyal medyadaki her bilgiye tereddütsüz güvenirim	1,3	0,6
Sosyal medyadaki bilgilerin gerçekliğinden bazen şüphe ederim	4,1	1,2

Tablo 16’deki bulgular incelendiğinde öğrencilerin arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarına az güvendiği görülmektedir. Bunun yanı sıra öğrencilerin sosyal medyadan aldıkları her bilgiye tereddütsüz güvenirim yargısına düşük ve en düşük seçeneklerini işaretleyerek yanıt verdikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca sunulan ortalama değerlerinden öğrencilerin sosyal medyadaki haber ve bilgilere güven düzeylerinin düşük olduğunu söylemek mümkündür. Her zaman güvenilir haber ve bilgiler ile karşılaşırım yargısına verilen yanıtlar da öğrencilerin karşılaştıkları bilgileri güvenilir bulmadıklarını göstermektedir. Tablo 16’deki ortalama değerlerine göre öğrencilerin kısmen sosyal medya araçlarında güvenilir bulunan gönderilerin daha üstte görüntülenmesine yönelik paylaşım ayarlarını kullandıkları tespit edilmiştir. Diğer taraftan öğrenciler yakın arkadaşlarının ve takip ettikleri sayfaların gönderilerini orta düzeyde (ortalama 3,0) ve bu düzeye yakın seviyede (ortalama 2,7) güvenilir bulmaktadır. Ek olarak öğrencilerin yakın arkadaşlarının ve aile üyelerinin gönderilerini genellikle sorgulamadan paylaşma ve beğenme eğiliminde olmadıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin çevrimiçi ortamlarda edindiklerini bilgilerin doğruluğunu kontrol etmeye yönelik davranışlarına ilişkin bulgular Tablo 17’de sunulmaktadır.

**Tablo 17: Çevrimiçi Bilgilerin Doğruluğunun Kontrolü (N=85)**

Kontrol şekli	N	%
Yazarın gerçek ve güvenilir olup olmadığını kontrol ederim	54	63,5
Okuduğum metinde geçerli bir tarih olup olmadığını kontrol ederim	46	54,1
Web sayfası uzantısını kontrol ederim	48	56,5
Başlık ile içeriğin tutarlılığını kontrol ederim	36	42,4
Haber doğrulama sitelerini kullanırım	48	56,5
Haber veya bilginin ana kaynağına ulaşmaya çalışırım	55	64,7
Diğer	2	2,4

Tablo 17'ye göre öğrenciler çevrimiçi ortamda edindikleri bilgilerin doğruluğunu en fazla (55 öğrenci-%64,7) haber veya bilginin ana kaynağına ulaşmaya çalışarak kontrol etmektedir. İkinci sırada ise öğrenciler (54 öğrenci-%63,5) yazarın gerçek ve güvenilir olup olmadığını kontrol ederek doğruluğunu kontrol etmekte olduklarını belirtmiştir. Web sayfası uzantısını kontrol eden ve haber doğrulama sitelerini kullanan öğrencilerin oranları yarıdan fazladır (48 öğrenci-%56,4). Öğrencilerin %54,1'i konuya yönelik okudukları metinde geçerli bir tarih olup olmadığını kontrol ederken %42,3'ü ise başlık ile içeriğin tutarlılığını kontrol ederek bilgilerin doğruluğunu kontrol etmektedir. Diğer seçeneğinde ise birer öğrenci "kaynakçasının olup olmadığına bakarım" ve "o konuda uzman kişilerin görüşlerini alırım" cevaplarını vermiştir.

Bu sorunun ardından öğrencilere yeni medya araçlarında paylaşım yaparken hangi davranışlarda buldukları çoktan seçmeli bir soru olarak sorulmuştur. Bu konuya yönelik bulgular 71 öğrencinin (%84,5) paylaşımlarında içerik doğrulamaya yönelik bir değerlendirme yaptığını ortaya koymuştur. Bulgularda 12 öğrenci (%14,3) ise görüşlerine uygun olan içerikleri paylaştığını belirtirken bir öğrenci (%1,2) herhangi bir doğrulama olmaksızın paylaşımında bulunduğunu gösteren seçeneği işaretlemiştir. Öğrencilerin listelerinde yer alan kişilerin veya yakın arkadaş ya da aile üyelerinin yanlış bilgi paylaşması durumunda sergiledikleri davranışlara ilişkin bulgular Tablo 18'de yer almaktadır.

**Tablo 18: Yanlış Bilgi Paylaşımındaki Davranışlar (N=84)**

Davranış	Listemdeki kişilerin paylaşımları		Yakın arkadaş ya da aile üyelerinin paylaşımları	
	N	%	N	%
Hiçbir şey yapmam	20	23,8	11	13,1
Kişiyi özel mesaj ile uyarırım	25	29,7	14	16,7
Paylaşımına yorum yaparak doğru bilgiye yönlendirme yaparım	12	14,3	49	58,3
İlgili kişiyi listemden çıkarırım/takibi bırakırım	12	14,3	9	10,7
Şikâyet et/bildir gibi bağlantıları kullanırım	15	17,9	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Tablo 18 incelendiğinde öğrenciler listelerindeki kişilerin yanlış bilgi paylaştıklarını fark ettikleri zaman çoğunlukla (25 öğrenci, %29,7) ilgili kişiyi özel mesaj göndererek bilgilendirme yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda 20 öğrenci ise (%23,8) hiçbir şey yapmamayı etmiştir. Öğrencilerin 15'i (%17,9) listelerindeki kişilerin yanlış paylaşım yapması durumunda şikâyet et/bildir gibi bağlantıları kullanmaktadır. Yanlış bilgi paylaşımına yorum yapma, ilgili kişiyi listeden çıkarma/takibi bırakma gibi davranışlarda bulunan öğrenci sayısı ise her iki davranış için de 12'dir (%14,3). Yanlış bilgi paylaşımının yakın arkadaş ya da aile üyeleri olması durumunda ise öğrenciler en fazla söz konusu paylaşım yorum yaparak doğru bilgiye yönlendirme yaptıklarını dile getirmişlerdir (49 öğrenci %58,3). Bu davranışı 14 öğrencinin (%16,6) işaretlediği kişiyi özel mesaj ile uyarma takip etmiştir.

## 6. SONUÇ

Yeni medya araçlarında bilginin hızlı akışı ve kolay paylaşılabilirliğine yönelik özellikler yayınlanan içeriklerin kısa bir zaman diliminde çok sayıda kişi tarafından görüntülenmesine imkân tanımaktadır. Bu doğrultuda yeni medya araçlarının özellikle sosyal medya araçlarının geleneksel medya ortamlarına göre çok daha hızlı bir şekilde kullanıcı kitlesi oluşturduğunu örnekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Patel, 2010). Yeni medya araçları bilgi paylaşımı ve üretimi süreçlerinde kolaylık sağlarken güvenilir olmayan ya da yanlış bilgilerin paylaşımı açısından da olumsuzluklar içerebilmektedir. Bu durum post-truth dönemi olarak adlandırılan günümüzün de en önemli sorunlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Konuyla ilgili olarak bilgi bozukluklarının aşılmasına yönelik farkındalığın sağlanması, konuya ilişkin önlemlerin alınması ve bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi gerektiği literatürde vurgulanmaktadır. Kullanıcıların doğru ve güvenilir bilgiye erişmelerine yönelik hizmetlerin geliştirilmesi bağlamında çalışmalar yapan alanlardan biri olan kütüphanecilik ve bilgi bilim alanı da yeni medya araçlarında bilginin güvenliği ve sınanabilirliği ile ilgili çalışmaların yapıldığı bilim dallarından biridir. Genel olarak değerlendirildiğinde geleneksel anlamda kütüphane, arşiv ve müzelerde kullanıcılara güvenilirlik ve doğruluk açısından belirli bir denetimle bilgi kaynaklarının sunumunu temeline aldığı söylemek mümkündür. Bu noktada aldıkları mesleki eğitimle bilgi profesyonellerinin geleneksel rollerinin yanı sıra yeni medya araçlarında hizmet sunumu, bilginin güvenilirliği ve doğruluğu konularında kullanıcılarda farkındalık oluşturma bağlamında rolleri bulunmaktadır. Çalışmada Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü'nde öğrenim gören, aldıkları mesleki eğitimle donatıldıkları bilgi ve becerileri kullanarak gelecekte kullanıcıları doğru ve güvenilir bilgiye erişirme potansiyeli taşıyan öğrencilerin konuya yönelik yaklaşım ve davranışları analiz edilmiştir.

Analizlerde ilk olarak öğrencilerin tamamının yeni medya araçlarını yoğun olarak kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öğrenciler yeni medya aracı olarak en fazla akıllı telefonu tanımlamaktadır. Çalışmadaki ilk araştırma sorusu (S1) ile de bağlantılı olan bu konuda Öğrenciler bilgiye erişim süreçlerinde de en fazla akıllı telefon cihazını kullanmaktadır. Benzer olarak bulgulara göre öğrenciler en fazla Whatsapp sosyal medya platformunu kullanmaktadır. Öğrencilerin daha sonra yoğun olarak Instagram ve Youtube'u kullanmaktadır, çok bilinen platformlardan birisi olan Facebook platformu ise öğrenciler arasında az kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra öğrencilerin sosyal medya kullanımları değerlendirildiğinde tamamının sosyal medya araçlarını kullandıkları sonucu çıkmaktadır. Bulgulara göre öğrencilerin çoğunluğunun gün içerisinde 3-4 saat gibi bir zaman aralığını sosyal medyaya ayırdıkları sonucu çıkmaktadır. Bu çerçevede öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanım amaçları değerlendirildiğinde ise söz konusu araçları arkadaşlarla iletişim amacı ile yüksek oranda kullanmalarının yanı sıra bilgi sahibi olmak amacı ile de yoğun olarak kullandıkları sonucu çıkmaktadır. Sonuçlar bu durumun öğrencilerin bilgi ve haber alma davranışlarına da yansımaları göstermektedir. Bulgulardan elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin bilgi alma ve haber amaçlı olarak en fazla çevrimiçi gazetelerden yararlandıklarını anlaşılırken Twitter platformunu, anlık mesaj uygulamalarını da yoğun olarak kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Sonuçlara göre geleneksel medya araçları olarak adlandırabileceğimiz televizyon, gazete gibi platformlar öğrenciler arasında bilgi ve haber alma amaçlı oldukça az kullanılmaktadır. Yine sosyal medya araçlarından Facebook'da haber alma amaçlı öğrenciler arasında oldukça az kullanılmaktadır. Bu durumunun öğrencilerin ilgili platformlara olan güven düzeyleri ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim ilgili platformlara olan güven düzeylerine yönelik bulgular değerlendirildiğinde öğrencilerin en az Facebook'u güvenilir buldukları ortaya çıkmıştır. Diğer yandan bilgi ve haber alma amaçlı kullandıkları platformlar arasında sıklıkla kullandıklarını belirttikleri anlık mesajlaşma uygulamalarını ise az güvenilir buldukları sonucu çıkmaktadır. Bulgulardan elde edilen sonuçlara göre öğrenciler genel olarak sosyal medya platformundan edinilen paylaşım ve içeriklerin doğruluğuna yönelik şüphe yaşamaktadır. Bu durum öğrencilerin söz konusu içeriklerin doğruluklarının çok önemli olduklarını düşünmeleri ile ilişkili olduğu açıktır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar çerçevesinde öğrenciler yanlış bilgi oluşturma ve yayma olasılıkları en fazla olan yapılar olarak sosyal medya araçlarını görmektedir. Paralel olarak yanlış bilgilendirme ile en çok karşılaştıkları ortamların da sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları olduğu sonucu çıkmaktadır. Bu durum genel olarak literatürde de belirtilen sosyal medyada yanlış bilginin yayılma kolaylığı gibi bulgularla eşleşmektedir ve öğrencilerin konuya yönelik farkındalıklarının iyi düzeyde olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra öğrenciler politikacılar ve siyasi partilerinde yanlış bilgi oluşturma ve yayma olasılıklarının yüksek olduğunu düşünmektedir. Diğer yandan öğrencilerin gerçek hayatlarında politika konusunda yanlış bilgilendirilip bilgilendirilmedikleri sorulduğunda farklı görüşler bildirdikleri görülmüştür. Bu çerçevede ilgili konuda yanlış bilgilendirildiklerini düşünen oranlar ile bilgilendirilmediklerini düşünen öğrencilerin oranı birbirine yakın çıkmıştır. Bu dağılımın öğrencilerin farklı politik görüşlerine paralel geliştiği ve



literatürde de belirtilen yakın olan görüşlere inanma eğilimine işaret ettiği düşünülmektedir. Sonuçlara göre ayrıca öğrenciler en fazla akademi yapısından gelen bilgilerin güvenilir olduğunu düşünmektedir. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin yarısına yakınının internette gördükleri haberlerin orta ve üstü derecede güvenilir bulunmaktadır. Öğrenciler internetin tamamen güvenli olduğunu düşünmemektedir.

Sonuçlara göre öğrenciler, sosyal medya ortamlarında tüm arkadaşlarının paylaşımlarına daha az güvenirken yakın arkadaşlarının paylaşımlarına ve takip ettikleri sayfaların paylaşımlarına güvenme eğilimindedir. Bu durumun literatürde de yankı fanusları kavramından yola çıkarak açıklanan farklı görüşlerden ziyade benzer görüşlere açık olma eğilimine işaret ettiği düşünülmektedir. Diğer yandan yakın arkadaş ve ailenin gönderilerini sorgulamadan paylaşmama ve beğenmeme eğiliminde olmaları farkındalıklarının yüksek olduğunu desteklemektedir.

Araştırmada ikinci araştırma sorusu (S2) olan Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü öğrencileri yeni medya araçlarında bilgi paylaşımında bulunurken paylaştıkları bilgi doğrulamaya yönelik hangi davranışlarda bulunmaktadır) sorusu kapsamında sonuçlar değerlendirildiğinde; öğrencilerin en fazla haber veya bilginin ana kaynağına ulaşmaya çalışarak doğruluğunu kontrol ettikleri sonucu çıkmaktadır. Daha sonra yazarın gerçek ve güvenilir olup olmadığını kontrol etmek, web sayfası uzantısını kontrol etmek ve haber doğrulama sitelerini kullanmak gibi yöntemleri de sıklıkla tercih ettikleri sonucu çıkmıştır. Nitekim kendi paylaşımlarında da bu durum kendini göstermiş ve yeni medya araçları ile haber ve bilgi paylaşımı paylaşım yaparken haber içeriğini ve doğruluğunu değerlendirdikten sonra paylaşım yaptıkları anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin listelerinde bir kişinin yanlış bilgi paylaşım yaptıklarındaki davranışlarına yönelik bulgularından elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde; öğrencilerin ilgili durum karşısında en fazla kişiye özel mesaj ile uyarımda bulunma davranışını sergiledikleri söylenebilir. Bunun yanı sıra hiçbir şey yapmama, şikâyet et/bildir gibi bağlantıları kullanma gibi davranışlarda da buldukları sonucu çıkmıştır. Diğer yandan bu davranışların yakın arkadaş veya aile üyelerine olan yansımaları incelendiğinde öğrencilerin en fazla paylaşımına yorum yaparak doğru bilgiye yönlendirme davranışında buldukları sonucu çıkmıştır. Daha sonra kişiye özel mesaj ile uyarımda bulunarak yanlış paylaşımaya yönelik uyarım yaptıkları da ortaya çıkmıştır.

Üçüncü araştırma sorusu (S3) kapsamında öğrencilerin yanlış bilgilendirme ve bilgi bozukluklarının azaltılmasında etkili olabilecek süreçlere yönelik değerlendirmelere de yer verilmiştir. Bu çerçevede elde edilen sonuçlar öğrencilerin söz konusu süreçlerde en etkili olabileceğini düşündükleri yöntemin, bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi olduğu anlaşılırken daha sonra eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması, bilgi doğruluğu araçlarının geliştirilmesi, bilgi kaynaklarının şeffaflığının artırılması gibi çalışmaların yapılmasını da etkili olarak düşünmektedirler. Bu durumda öğrencilerin aldıkları bilgi okuryazarlığı dersleri ve diğer ilgili derslerde aldıkları bilgi doğrulama süreçlerine yönelik etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Sunulan sonuçlardan hareketle gelecekte bilgi hizmetlerinin sunumunda görev alacak bilgi profesyonelleri için post-truth, bilgi doğrulama ve bilgi bozukluklarına yönelik farkındalıklarının medya ve bilgi okuryazarlığı kavramı çerçevesinde geliştirilmesinin ve sürekliliğinin sağlanmasının önemli olacağı düşünülmektedir. Bu konuyla ilgili olarak Türkiye'deki bilgi ve belge yönetimi bölümlerindeki öğrencileri kapsamına alacak çalışmaların yapılmasının konuyla ilgili güncel durumu resmetmek için önemli olacağı öngörülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Baş, T. (2001). "Anket Anket nasıl hazırlanır? Anket nasıl uygulanır? Anket nasıl değerlendirilir?", 7. Baskı, Ankara.
- Benkler, Y., Faris, R. ve Roberts, H. (2018). "Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics, Oxford University Press". <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/oso/9780190923624.001.0001/oso-9780190923624> adresinden erişildi.
- Binark, M. ve Sütcü, G. B. (2013). „Ayın karanlık yüzü yeni medya ve etik“, 2. Baskı, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.
- Brandtzaeg, P. ve Følstad, A. (2017). "Trust and distrust in online fact-checking services". *Communications of the ACM*, 60/65. doi:10.1145/3122803
- Büyükoztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2017). "Bilimsel araştırma yöntemleri" (23. bs.), Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Cook, J., Ecker, U. ve Lewandowsky, S. (2015). "Misinformation and how to correct it". *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* içinde (ss. 1-17). American Cancer Society. doi:10.1002/9781118900772.etrds0222
- Derakhshan, H. ve Wardle, C. (2017). "Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making ( No: DGI(2017)09)". Strasbourg: Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> adresinden erişildi.
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S. ve Tang, D. T. W. (2010). "Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation". *Memory and Cognition*, 38/8, 1087-1100. doi:10.3758/MC.38.8.1087
- Guillory, J. J. ve Geraci, L. (2013). "Correcting erroneous inferences in memory: The role of source credibility". *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2/4, 201-209. doi:10.1016/j.jarmac.2013.10.001
- Güçdemir, D. (2016, 29 Kasım). "ABD Seçimlerinde Facebook'un rolü: Post truth siyaset, algoritmalar ve sahte haberler". *Yeni Medya İnternet, sosyal ağlar ve dijital oyunlar*. Blog.<https://yenimedya.wordpress.com/?s=ABD+Se%C3%A7imlerinde+Facebook%E2%80%99un+Rol%C3%BC%3A+Post+truth+siyaset%2C+algoritmalar+ve+sahte+haberler> adresinden erişildi.
- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A. ve Skiera, B. (2010). "The impact of new media on customer relationships". *Journal of Service Research*, 13/3, 311-330. doi:10.1177/1094670510375460
- Jack, C. (2017). "Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information. Data & Society Research Institute". [https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety\\_LexiconofLies.pdf](https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf) adresinden erişildi.
- Karduni, A. (2019). "Human-Misinformation interaction: Understanding the interdisciplinary approach needed to computationally combat false information". *ArXiv:1903.07136 [cs]*. <http://arxiv.org/abs/1903.07136> adresinden erişildi.
- Kavaklı, N. (2019). "Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları". *Erciyes İletişim Dergisi*, 6/1, 663-682. doi:10.17680/erciyesiletisim.453398
- Keyes, R. (2004). "The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life", New York, St. Martin's Publishing Group.
- Kılıç, S. (2016). Crombach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6/1, 47-48. doi: 10.5455/jmood.20160307122823
- Kocabay Şener, N. (2018). "Doğruluk Kontrol Merkezi" ve "Yalan Haber" Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımalarının Araştırılması". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 351-369. doi:10.31123/akil.454397
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D. ve Rich, R. F. (2000). "Misinformation and the currency of democratic citizenship". *The Journal of Politics*, 62/3, 790-816. doi:10.1111/0022-3816.00033
- Kumar, S. ve Shah, N. (2018). "False Information on Web and Social Media: A Survey". *ArXiv:1804.08559 [cs]*. <http://arxiv.org/abs/1804.08559> adresinden erişildi.
- Larson, H. J., Cooper, L. Z., Eskola, J., Katz, S. L. ve Ratzan, S. (2011). "Addressing the vaccine confidence gap". *Lancet (London, England)*, 378/9790, 526-535. doi:10.1016/S0140-6736(11)60678-8

- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. ve Cook, J. (2017). "Beyond misinformation: Understanding and coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*", 6/4, 353-369. doi:10.1016/j.jarmac.2017.07.008
- Lewandowsky, S., Seifert, C. M., Schwarz, N. ve Cook, J. (2012). "Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing". *Psychological Science in the Public Interest*, 13/3, 106-131. doi:10.1177/1529100612451018
- Manovich, L. (2001). *"The language of new media"*. Leonardo. Cambridge, Mass.: MIT Press. Marsh, E. J. ve Yang, B. W. (2017). "A Call to think broadly about Information Literacy". *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6/4, 401-404. doi:10.1016/j.jarmac.2017.09.012
- Moe, W. ve Schweidel, D. (2014). "Social Media Intelligence". Cambridge University Press, Cambridge.
- Nyhan, B. ve Reifler, J. (2010). "When corrections fail: The persistence of political misperceptions". *Political Behavior*, 32/2, 303-330. doi:10.1007/s11109-010-9112-2
- Nyhan, B., Reifler, J., Richey, S. ve Freed, G. L. (2014). "Effective messages in vaccine promotion: A randomized trial". *Pediatrics*, 133/4, e835-e842. doi:10.1542/peds.2013-2365
- Patel, L. (2010). *"The rise of social media"* (C. 64). doi:10.4324/9781315563312-21
- Schwarz, N., Newman, E. ve Leach, W. (2016). "Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology". *Behavioral Science & Policy*, 2/1, 85-95.
- Silverman, C. (2016, 16 Kasım). "This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook". *BuzzFeed News*. 1 Ocak 2020 tarihinde <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> adresinden erişildi.
- Sunstein, C. R. (2001). Republic.com. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Şimşek, V. (2018). "Post-truth ve yeni medya: Sosyal medya grupları üzerinden bir inceleme". *Global Media Journal TR Edition*, 8/16, 1-14.
- Ünal, R. Ve Taylan, A. (2017). "Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlı Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları". *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online". *Science*, 359(6380), 1146-1151. doi:10.1126/science.aap9559
- Walton, G. ve Hepworth, M. (2011). "A longitudinal study of changes in learners' cognitive states during and following an information literacy teaching intervention". *Journal of Documentation*, 67, 449-479. doi:10.1108/00220411111124541
- Word of the Year 2016. (2020). *Oxford Languages*. 1 Ocak 2020 tarihinde <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> adresinden erişildi.