

Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri

DOI: 10.26466/opus.838464

*

Selman Selim Akyüz* – Birol Gülnar** – Mete Kazaz ***

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

E-Posta: selmanselimakyuz@hotmail.com

ORCID: [0000-0003-0932-7897](https://orcid.org/0000-0003-0932-7897)

Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

E-Posta: bgulnar@yahoo.com

ORCID: [0000-0002-7114-1500](https://orcid.org/0000-0002-7114-1500)

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

E-Posta: mkazaz@selcuk.edu.tr

ORCID: [0000-0002-0367-1091](https://orcid.org/0000-0002-0367-1091)

Öz

Yeni medya, haber tüketim alışkanlıklarında önemli değişimlere neden olmaktadır. Yeni medyanın kullanıcı temelli yapısı nedeniyle haber güvenilirliği konusunda da yeni sorunlar ortaya çıkmaktadır. Dünya, internet ile birlikte bilgi çağına girerken bir yandan da “yanlış bilgi çağı”na girildiğine işaret eden birçok sorun belirtmiştir. Yeni medyanın kontrolsüz alanında ortaya çıkan dezenformasyon, haberlere duyulan güvenin yeni bir kırılmayla karşılaşmasına neden olmuştur. İnsanların hakikatle bağına zarar veren bu kırılmanın aşılması adına yeni medyaya özgü yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğu bilinmektedir. Medya okur yazarlığının geliştirilmesi temelinde okuyucu/izleyicinin doğruluk kontrolü reflekslerine sahip olması, sorunun çözümünde önem taşımaktadır. Bu çalışmada, sosyal medyanın en geniş kullanıcı kitlesi olan gençlerin yeni medyadaki haber tüketim eğilimleri, haberlere güven düzeyi, yanlış bilgi/yalan habere yönelik tutumu ve şüphe/doğrulama refleksleri belirlenmeye çalışılmıştır. Selçuk Üniversitesi öğrencileriyle yapılan anket çalışmasının sonunda öğrencilerin; sosyal medyanın yapısının sahte/yalan haberlerin artışına etki ettiğini, politik kutuplaşmanın sahte haberlere inanılmasında önemli bir neden olduğunu, kullanıcı türevli habercilik nedeniyle gazeteciliğin giderek güven kaybettiğini, insanların gerçeğe bağının zayıfladığını düşündükleri belirlenmiştir. Platformlar, yasama ve yargı kurumlarını yalan haber sorunuyla mücadelede yetersiz bulan kullanıcıların, sosyal medyadaki haberleri sıklıkla doğrulama ihtiyacı duydukları ancak doğrulama yöntemlerine farkındalığın düşük olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, yeni medya, yalan haber, doğruluk kontrolü

The Problem of News Reliability in New Media: Fact Checking Reflexes of University Students For Fake News

*

Abstract

New media causes significant changes in news consumption habits. Due to the user-based structure of new media, this new area leads to the emergence of new dimensions in the problem of news reliability. As the world enters the information age along with the internet many problems arise, indicating that it has entered the "age of misinformation". In recent years, news retrieval habits have largely changed through digital tools to social media and messaging applications and disinformation in this uncontrolled area has led to a new break in confidence in the news. It is known that specific approaches are needed to overcome this break that damages people's connection with the truth that is, to ensure reliable news access. Based on the development of media literacy it is important for the reader/viewer to have fact checking reflexes to combat misinformation and fake news. In this study, it was tried to determine the trends of news consumption in new media, the level of trust in news, the attitude towards false information/false news and the reflexes of doubt/fact checking of young people who are the widest user audience of social media. At the end of the survey conducted with Selcuk University students, it was determined that the structure of social media affects the increase in fake news/misinformation and thus journalism is increasingly losing confidence, political polarization is an important reason for believing in fake news and people think that its connection with truth is weakening. It has been found that users who find platforms, legislative and judicial institutions insufficient to combat the problem of false news often need to verify news on social media but their awareness of fact checking methods is still low.

Keywords: *Social media, new media, misinformation, fact checking.*

Giriş

Sosyal medyanın haberi dönüştürdüğü yeni formla birlikte gerçek yeniden bozulmaya uğramış ve Ralph Keyes'in (2019) "Hakikat Ötesi Çağ" tanımı yeni boyutlar kazanmıştır. Dijital alan, yanlış, sahte bilgiyi üretme ve dolaşıma sokmayı kolaylaştıran bir yapıya sahiptir. Siber alanda sahtecilik herhangi bir müeyyide görmemekte, aksine kontrolden uzak yapısıyla teşvik edici bir süreci ortaya çıkarmaktadır.

Ana akım medyanın iletişim ve haber alma süreçlerinin merkezinde olduğu dönemde, haber etiği açısından sık tartışılan konulardan biri olan ve yanlış bilgi, manipülasyon, dezenformasyon, propaganda ve asparagas haber şeklinde tanımlanan sorunlar, yeni medyada önemini daha da arttırmıştır.

İnsanlar, yanıltmaya doğası itibariyle yatkınken tarih boyunca yalan ve uydurma yöntemlerinin toplumu manipüle etmek, hükümetleri istikrarsızlaştırmak ve ekonomiyi etkilemek için kullanıldığını gösteren birçok örnek bulunmaktadır. Yeni olan, yanlış ve sahte içeriklerin daha ikna edici ve sıradan insanlar tarafından kolayca hazırlanabilir hale gelmesidir (Wardle, 2020, s. 10) Ve son olarak bu içeriklerin sadece içinde bulunduğu topluma değil tüm dünyaya büyük bir hızla yayılabiliyor olması...

Sosyal medyanın kullanıcıyı merkeze alan yapısı, kaynak ve içerik çeşitliliğini arttırmış, etkileşim aracılığıyla içerikler daha hızlı ve kolay yayılmaya başlamıştır. Dijitalde doğmuş haber dağıtıcıları, medyada haberin sadece profesyoneller tarafından üretilme zorunluluğu olmadığını göstermiş, kullanıcıların geleneksel medyadan daha fazla yeni medya araçlarını tercih etmesine neden olmuştur (Vosoughi, Roy, ve Aral, 2018).

Habere ulaşım kolaylaşarak çeşitlenirken habercilik formasyonu olmayan, doğruluk kontrolü süreçlerini bilmeyen kullanıcılar yanlış bilginin yayılmasına neden olabilmektedir. Kasıtsız üretilen yanlış bilgi ile kötü niyetli kullanıcıların üretilip dolaşıma soktuğu sahte/yalan haberler, dezenformasyon ve mizenformasyonla mücadeleyi enformasyon sürecinin etkilediği tüm kurum ve kuruluşların birinci önceliği haline getirmiştir.

Yalan haberlerle ilgili yapılan çalışmalar bu içeriklerin hangi motivasyonla üretildiğinin yanı sıra kullanıcıların yanlış bilgiyi neden dolaşıma soktuğu ve yaydığı üzerinde de durmaktadır (Giampaglia ve Menczer, 2018).

Çalışmanın literatür bölümünde ana akım medyadan yeni medyaya haber ve güven sorunu, sahte haber ve yanlış bilgi konularıyla ilgili bilgi ve tartışmalar yer almaktadır. İkinci bölümde ise nicel araştırma yöntemlerinden saha araştırması uygulanarak Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde eğitim gören 313 öğrenci ile yüz yüze anket yapılmıştır. Katılımcıların yeni medyada haber tüketim eğilimleri, haberlere güven düzeyi, yanlış bilgi/yalan habere yönelik tutumu ve şüphe/doğrulama refleksleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Haber Güvenilirliği Sorunu

Medyada güven konusu, akademik araştırmaların önemli çalışma konularından biri olagelmıştır. Medya kuruluşunun güvenilir bir imaj oluşturması kitle iletişimi açısından merkezi önemdedir. Okuyucu/izleyici genel olarak yayınlarını ve özelde haberlerini güvenilir bulduğu yayınları tercih etmektedir. Bu bağlamda güven, güvenilirlik ve inanılabilirlik kavramları birbiriyle sıkı bir ilişki içindedir.

Bennet (2000, s. 339) özellikle politika söz konusu olduğunda bireylerin bilgiyi seçmek için yaratıcı yöntemler bulunduğunu, yaygın enformasyona, medyaya güvensizliğin bunun önemli bir nedeni olduğunu belirtmektedir.

Williams (2012, s. 117), medya güvenilirliğinin teoriye dayalı kavramsallaştırmasının sosyal sermaye teorisine, incelenmesinin ise iletişim teorisine dayandığını belirtmektedir. Medyaya güven bu bağlamda üç farklı basamakta ortaya çıkmaktadır:

- Haberin içeriğine ve verdiği bilgiye güven
- Haberleri aktaranlara güven (profesyoneller)
- Medya kuruluşlarına duyulan güven

Bu üç sacayaktan birine medya içeriklerini tüketenlerin güveninin azalması, temel ilkelere yaklaşımda sorunlar olmasıyla doğrudan ilişkilidir.

Medya ve habere güveni inşa eden ilkeler; doğruluk, dürüstlük, objektiflik, tarafsızlık, dengelilik, mesleki standartlar, kamu yararı, çıkar ilişkileriyle kurulan mesafe, bağımsızlık ve şeffaflık olarak belirtilebilir. Medyaya ve medya kuruluşuna duyulan güvensizlik ve şüphe, haberlerin üretim sürecinde kamu hizmeti ve toplum çıkarlarının gözetilmediği algısının oluşmasına neden olmaktadır (Balcı ve Bekiroğlu, 2014, s. 194).

Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Enstitüsü tarafından yapılan araştırma (2020) dünyada ve Türkiye’de medya ve habere güvenin azaldığını göstermektedir. Geleneksel medya ve yeni medya açısından bir karşılaştırma yapıldığında ise gazete ve televizyona güvenin daha fazla olduğu görülmektedir (Balcı ve Bekiroğlu, 2014, s. 213). Sosyal medyaya nazaran geleneksel medyanın daha güvenilir bulunduğunu gösteren araştırmaların yoğunlukta olduğunu aktaran Çömlekçi ve Başol (2019, s. 61-70), kendi yaptıkları çalışmada, gazeteciler tarafından yapılan haberlerle, sosyal medya kullanıcılarının ürettiği haberlere duyulan güven arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmış, kurumsal mecralara bireysel mecralardan daha fazla güven duyulduğu sonucunu elde etmiştir.

Akyüz’ün 2018 yılında Türkiye’de yaptığı araştırmada (2018, s. 208), katılımcıların medyayı genel olarak haberler açısından güvenilmez ve taraflı bulunduğu ancak geleneksel medyanın sosyal medyaya nazaran daha güvenilir bulunduğu ortaya konmuştur. Güz ve Yanık’ın medya ve güven araştırmalarıyla ilgili ayrıntılı çalışması (2020, s. 323) toplumun medyaya duyduğu güvenin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Yine birçok araştırmada en fazla güven duyulan kitle iletişim aracının televizyon olduğu, genç kitlenin de sosyal medyayı kullanım oranı yüksek olmasına rağmen geleneksel araçlardan özellikle televizyona güven düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Kriz dönemlerinde ana akım medyaya ilgi ve güvenin arttığı da yapılan araştırmalar sonunda ortaya konmaktadır. Covid-19 Pandemisi döneminde de benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır (Reuters Institute, 2020) ancak genel olarak medyaya duyulan güvende azalma olduğu bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeni Medya ve “Yanlış Bilgi Çağı”

“İŞİD internetten takipçi topladı”, Instagram filtrelerindeki yüzlerine benzemek isteyen gençler estetik ameliyat yaptırıyor”, “Hindistan’da sahte haberler nedeniyle internet linç mafyası onlarca kişiyi öldürdü” şeklinde cümlelerle başlayan ve gerek sıradan izleyiciler gerekse akademik çevrelerde tartışmaya neden olan Social Dilemma adlı yapımın introsu (Orlowski, 2020) çarpıcı iki cümleyle tamamlanmaktadır: *“Bilgi çağından yanlış bilgi çağına geçtik”*.

İnternet, bilgi çağının kapısını aralamıştı ancak kullanıcının merkezde olduğu yeni medyada, sosyal medya platformlarının Arap Baharı, Occupy Wall Street ve Gezi Parkı gibi toplumsal hareketlerde etki gücünü göstermesi, dezenformasyon, mizenformasyon ve sahte haber sorunlarını ortaya çıkarmış ve bilgi çağından “Yanlış Bilgi Çağı”na bir geçiş yaşanmaya başlanmıştır.

Güven, toplumun ve iletişimin temel unsurlarından biri ve kişiler ve toplumlar arası ilişkiyi sorunsuz hale getiren bir etmen olarak insani bağların ve ilişkilerin de püf noktasıdır ancak dijital ortamda, günlük yaşamda varsaydığımız güvenle iletişim pratiklerini sürdürmek tehlikeli sonuçlara yol açabilmektedir. Örneğin bir videoyu paylaşan tüm Twitter kullanıcılarının gerçek kullanıcılar olduğunu varsaymak yanılgıya düşülmesine, bir ürüne yapılan yorumların hepsinin gerçek müşterilerden geldiğine inanmak para kaybına, en çok görülen haber akışının, haberlerin tarafsız bir derlemesini yansıttığına inanmak yanlış bilgilendirilmeye kapı açacaktır (Silverman, 2020, s. 6-7).

Artık gerçek kullanıcıların yönettiği trol birliklerinin yanı sıra milyonlarca bot hesap kullanılarak etiketler, sahte görseller, bağlantılar yayılabilirken, istenmeyen e-postalar, spamlar göndermek ve çevrimiçi ortamda bir kişinin itibarını sarsmak ya da şiddetle eleştiriliyormuş gibi göstermek kolaylıkla mümkün olabilmektedir. Dahası bu konudaki teknolojinin gelişmesiyle insan davranışlarını taklit eden botların yetenekleri artmış, insanların bot olduğunu anlamadan yazılımlarla uzun sohbetler yapacağı bir dönem kendini göstermeye başlamıştır (Wild ve Godart, 2020, s. 63-70).

Deep fake konusundaki gelişmeler de bu alandaki sahteciliğin sadece insani yeteneklerle fark edilmesini imkânsız kılmaya başlamıştır. Yapılan bir çalışma, insanların, başka birisinin dudak hareketleriyle sesleri eşleştirmede zorluk yaşadığını, sentetik medya manipülasyonunu tespit etmek için doğası itibarıyla insanın yeterli olmadığını ortaya koymaktadır (Gregory, 2020, s. 106).

Yanlış bilgi ve dezenformasyon, büyük toplumsal olaylara hatta ölümlere yol açabilecek boyutlara da gelebilmektedir (Dias, 2017). Brezilya’da bir çiftin şeytanla iş birliği yapıp çocukları kaçırdığı söylentisinin Whatsapp’ta yayılmasının ardından suçu olmayan bir çiftin o kişiler olduğu iddiasıyla bir fotoğrafı yayınlanmış ve öfkeli bir kalabalık “adaleti yerine getirmek için” çifti takip etmeye başlamıştır. İkisinin de dövülüp otomobillerinin ateşe verilmesi (Cavuş, 2017), alkolün Koronavirüs’ü önlediği haberine inanan yüzlerce İranlının sahte içki nedeniyle hayatını kaybetmesi (Güler, 2020) gibi çok sayıda

örnek, sosyal medya ve kapalı mesajlaşma uygulamalarından yayılan sahte ve yanlış bilgilerin sadece algıyı şekillendirmekle kalmadığını, insan hayatı için de tehlikeli sonuçlara yol açtığını göstermektedir.

İnternet ve sosyal medyada yanlış bilgi ve propagandanın yaygınlaştığı, özellikle ABD seçimlerine siber saldırılar ve trol birlikleri yoluyla müdahale edildiğine yönelik iddiaların yoğunlaştığı 2016 yılından bu yana sıklıkla kullanılan sahte haber terimi (Shao, Giampaglia, Varol, ve Flammini, 2017, s. 11), Türkçe'ye "Fake News" şeklindeki İngilizce tanımdan geçmiştir. Türkçe'de yalan haber, uydurma haber gibi kavramlarla biline gelen ifade, yeni medyaya özel bir tanımlama olarak dikkat çekmektedir.

Sahte haberler, şekil itibariyle habere benzemekle birlikte, kasıtlı ya da kasıtsız olarak üretilen, internet ve sosyal medyada dolaşıma sokulan, yanlış bilgiler içeren ya da bağlamından koparılan içerikler olarak tanımlanabilir (Kocabay Şener, 2018, s. 355).

Kasıtlı üretilen sahte haberler dezenformasyon tanımı içine girmektedir ve itibar, maddi beklenti, siyasi çıkar ya da fiziksel zarar gibi herhangi bir zarar verme amacı olan insanlar tarafından üretilip paylaşılmaktadır. Mizenformasyon da yanlış bilgi barındırır ancak bunu paylaşan kullanıcılar, içeriğin yanlış olduğunu fark etmemektedir. Wardle (2020, s. 12-13), sıcak gelişmeler sırasında insanların olayla ilgili olmadığını fark etmeden söylentileri ya da eski görselleri paylaşmasının mizenformasyona bir örnek olduğunu belirtmektedir. Malenformasyon ise özgün bir bilgi içermekte fakat bunun yayılmasına neden olan insanlar zarar verme amacı gütmektedir. Hillary Clinton'ın e-posta yazışmalarının sızdırılması ya da intikam pornosu paylaşmak bu kategoride değerlendirilmektedir.

Donovan (2020, s. 18) bu bağlamda, duyguları yönlendirmeyi ve haberlerdeki açıklardan faydalanmayı amaçlayan dezenformasyonun (Lytvynenko, 2020, s. 92) medya manipülasyonunun bir alt türü olduğunu ve yanlış bilgiyi politik amaçlarla, bilinçli bir biçimde üretme ve yayma anlamına geldiğini ifade etmektedir.

Allcott ve Gentzkow da (2017, s. 213), sahte ya da yanlış bilginin zarar verme amacıyla üretilmesi ve yayılmasının sahte haber tanımında temel kriter olduğunu belirtmektedir.

Yanlış bilgi ve yalan haberler yalnızca sıradan internet ve sosyal medya kullanıcıları tarafından üretilip yayılmamakta, ağırlıklı olarak zarar verme amacı olan fonlanmış ya da gönüllü trol grupları, siyasi ve ideolojik gruplar,

şirketler, terör örgütlerinin uzantıları ve geleneksel medyadaki motive figürler bu sürecin içinde yer alabilmektedir (Ünal ve Taylan, 2017, s. 81). Böyle etkili bir mecraı devletler, hükümetler ve istihbarat örgütlerinin de karşı istihbarat için kullandıkları ve dezenformasyon sürecinin önemli aktörleri arasında oldukları bilinmektedir (Kazaz ve Akyüz, 2019, s. 112).

Yanlış bilgi sorununun büyümesinde, dolaşıma sokulması ve yayılmasına neden olan yeni medyanın yapısının etkisi yüksek olsa da kullanıcıların bu tür bilgilere inanmaya hazır bir özellik göstermesi de sahte haberlerin etkinliğini arttırmaktadır.

Geleneksel medyadaki güven kaybı, medya kuruluşlarının siyasi yanlılıklarının keskinleşmesi, toplumlardaki siyasi, etnik, ideolojik kutuplaşmanın artması gibi bilişsel etkenlerin yanında medya okur yazarlığı eksikliği, araştırma isteksizliği ve bilgi eksikliği, sosyal medya platformlarının kullanıcılara özgürlük sağlamak için gerçek kimliğe ihtiyaç duyulmadan içerik üretilmesine imkan sağlaması, algoritmalar, kullanıcıların sadece kendi görüşlerine yakın kullanıcıları takip ederek yankı odalarına hapsolmesi, yanlış bilgi ve sahte haberlerin yayılmasındaki diğer önemli etkenlerdir.

Bahsedilen etkenlerle, yanlış bilgi ve sahte haberler, doğru bilgidan altı kat daha hızlı ve on kat daha çok kullanıcıya erişmektedir (Vosoughi, Roy, ve Aral, 2018).

Dezenformasyon ve Yanlış Bilgiyle Mücadele Uygulamaları

Dezenformasyon ve yanlış bilgiyle mücadele, sorunun tüm taraflarının iş birliğini zorunlu kılmaktadır. Haber kuruluşları, sosyal medya platformları, haber kaynakları, karar alıcılar ve en önemlisi kullanıcıların üzerine düşen görevler bulunmaktadır. Haber kuruluşlarının kontrol mekanizmalarını yeni medyaya uygun şekilde yeniden düzenlemesi gerekmekte ancak gerek geleneksel medyanın gerekse dijital doğumlu medyanın bu süreçlerden henüz uzak olduğu görülmektedir.

Sosyal medyanın en büyük platformları, Facebook, Twitter ve Instagram ile kapalı mesajlaşma uygulaması Whatsapp, dezenformasyonla mücadele adına kullanıcılarını şikâyet mekanizmalarına yönlendirme, yanlış ve sahte içerikleri kaldırma ya da erişimini sınırlandırma, bu içerikleri üreten kullanıcıları engelleme gibi yöntemler uygulamaktadır. Facebook, doğrulama plat-

formlarıyla ortaklık yapmakta (Avşar, 2018), belirli bir metodolojiye göre iddia kontrolü yapan bağımsız girişimler tarafından yanlış olarak işaretlenen içeriklere ve yayıncılarına yaptırım uygulamaktadır.

Twitter ise kendi iç denetim mekanizması aracılığıyla yanlış bilgiyle mücadeleye ettiğini ifade etmektedir. Fakat 2020 ABD Başkanlık Seçimleri sırasındaki uygulamaları ciddi tartışmalara neden olmuş, platformun dayanaksız ve taraflı bir süreç yürüttüğü iddia edilmiştir. Twitter Kurucusu Jack Dorsey de (2020) haber linklerinin paylaşımını engelleme gibi bazı uygulamalarının hatalı olduğunu kabul etmek zorunda kalmıştır. Platformun algoritmalarının, çok sayıda kullanıcının hesabını otomatik davranışlar sergilediği gerekçesiyle (otomatik spam ve bot uygulamaları) yanlışlıkla kapattığı da bilinmektedir (Küçükongur, 2020).

Mücadelenin önemli taraflarından biri de karar alıcılar yani hükümet ve yargı kurumlarıdır ancak medya manipülasyonu konusunda hayata geçirilen uygulamalar ve çıkarılan kanunlar bir taraftan yeterince sonuç vermemekte diğer yandan da özgürlük-güvenlik dengesini sağlayamamakla eleştirilmektedir (Schulz, 2020).

Türkiye’de de 2020 yılında çıkarılan sosyal medya yasası özgürlükleri kısıtlayacağı gerekçesiyle tepkilere neden olmaktadır.

Dezenformasyonla Mücadelede Şüpheli Ve Doğruluk Kontrolü Refleksinin Önemi

Yeni medyada bu görevi yine kullanıcılar ve dünyanın birçok ülkesinde son 10 yılda faaliyetlerini hızlandıran doğrulama (fact checking) platformları gerçekleştirmektedir. Türkiye’de bu alanda çalışmalar yapan “Teyit”, “Malumatfuruş”, “Doğruluğu Ne?”, “Doğruluk Payı”, “Yalansavar” ve “Günün Yalanları” gibi doğruluk kontrolü platformları bulunmaktadır.

Ağırlıklı olarak yeni medyada olmak üzere geleneksel medyaya da sıklıkla taşınan dezenformasyon ve yanlış bilgiyle mücadele amacıyla kurulan doğruluk kontrolü girişimleri, tespit ettikleri şüpheli bilgilerin doğruluk/yanlışlığını açık kaynaklardan temin ettiği kanıtlarla ortaya koyan ve belirli metodolojiye dayanarak yazdığı analizleri kullanıcılara aktaran bir tür haber organizasyonlarıdır. Bu platformlar, gönüllü kullanıcılar tarafından kurulabildiği gibi, sivil toplum kuruluşları, kamu yayıncıları, ana akım medya tarafından da organize edilebilmektedir (Büyükaşar, 2019, s. 131).

Türkiye'deki doğruluk kontrolü merkezlerinden Teyit, Doğruluk Payı, Doğruluğu Ne? ve Malumatfuruş'un belirli bir metodolojiye uyarak doğrulama yaptıkları görülmektedir. Gazetecilik Enstitüsü Poynter'e bağlı olarak faaliyet gösteren Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) tarafından temel habercilik ilkelerinden yola çıkarak oluşturulan yöntemler, açık kaynaklardan bilgiye ulaşma ve iddiayı doğrulayacak/yanıtlayacak en az iki kanıt ortaya koyma olmak üzere iki ana temelde şekillenmektedir.

Esasen kullanıcıların da kolaylıkla uygulayabileceği araştırma teknikleri olan "tersine görsel arama", "anahtar kelime araması" gibi yöntemler ile şüphe duyusunun gelişmemesi temelinde, medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık becerilerinin eksikliği, kullanıcıların hem doğruluk kontrolü yapamamasına hem de yanlış bilginin yayılmasına neden olmaktadır (Tanrıkulu, 2020).

Yöntem

Çalışmanın uygulama bölümünde iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya ve platformlara güven düzeyi, dezenformasyona yönelik doğrulama refleksleri ve yanlış bilgiyle mücadele konusundaki görüşlerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

Örneklem

Araştırmanın evrenini Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrenciler farklı bölüm ve sınıflarda öğrenim görmektedir. Bu nedenle tek başına basit tesadüfi (rastlantılı) örneklem tekniği kullanılmamıştır. Çalışma parametrik bir tasarıma sahiptir. Örneklem seçiminde "Küme Örneklemi" yöntemi de ayrıca kullanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı ve katmanlı tekniklere de başvurulmuştur. Anket formunun verilmesi sırasında, gerekli açıklamalar yapılmıştır. 313 öğrenci ile 2020 yılı Ocak ayı içerisinde yüz yüze anket yapılmıştır.

Ölçüm Araçları

Soru formunda öğrencilerin sosyal medya platformlarını kullanım amaçları ve güven düzeyleri, sahte haberlere yönelik tutumları ve dezenformasyonla mücadele konusundaki görüşlerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir.

tir. Sorular, literatür taramasından yola çıkarak araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Çalışmanın geçerliliği yüzey geçerliliği ile sağlanmıştır. Haberlerin takip edildiği sosyal medya platformları ile platformlara güven düzeyi arasındaki tutarlı sonuçlar, çalışmanın yapı geçerliliğine de sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

İstatistiksel Analizler

Katılımcılardan elde edilen verilerin girişi, SPSS 17.0 adlı program aracılığıyla yapılmış ve bulgulara ulaşmak için uygun istatistiksel analizler uygulanmıştır. Çalışma betimleyici bir araştırma desenlemesine sahip olduğu için, çoklu frekans analizi ve merkezi eğilim istatistikleri uygulanmıştır.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, 313 öğrenciyle yapılan saha araştırmasından elde edilen bulgular yer almaktadır.

Takip Edilen Sosyal Medya Platformları Ve Güven Düzeyine Yönelik Bulgular

Tablo 1. Haberlerin takip edildiği sosyal medya platformları

Sosyal medya platformu	Ortalama
1.İnstagram	4,14
2. Whatsapp	3,38
3.Twitter	3,01
4.Facebook	1,46

Öğrencilerin haber almak için tercih ettiği sosyal medya platformlarının başında İnstagram yer almaktadır. Whatsapp'ın haber alma platformu olarak ikinci sırada, Twitter'ın ise üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Facebook ise öğrencilerin haber takibinde son tercihi olmuştur.

Tablo 2. Sosyal medya platformlarına duyulan güven

Sosyal medya platformu	Ortalama
1. Twitter	3,00
2. İnstagram	2,63
3. Whatsapp	2,30
4.Facebook	1,40

Öğrencilerin haber açısından sosyal medya platformlarına ne kadar güvendiğinin belirlenmesi amacıyla sorulan soruya ilk sırada Twitter cevabı verilmiştir. Haber açısından ikinci güvenilir platform Instagram olurken Whatsapp üçüncü, Facebook ise son sırada yer almıştır.

Takip Edilen İnternet Haber Siteleri Ve Takip Etme Nedenleri

Tablo 3. En çok takip edilen internet haber siteleri

Haber sitesi	Yüzde
1.Habertürk	%13,4
2.Hürriyet	%12,9
3.Sözcü	%10,1
4.Sabah	%8,4
5.NTV	%5,9
6.CNN Türk	%5,7
7.Anadolu Ajansı	%5,2
8. sondakika.com	%4,2
9.mynet.com	%4,0
10.Milliyet	%4,0
11.TRT Haber	%3,2
12.sputniknews.com	%2,2
13.Bundle	%2,0
14.Fotomaç	%2,0
15. Fanatik	%1,7
16. ensonhaber.com	%1,7
17. onedio.com	%1,5
18.internethaber.com	%1,5
19.İHA	%1,2
20.Cumhuriyet	%1,2

Ankette en çok takip ettikleri üç internet sitesini yazmaları istenen öğrencilerin ağırlıklı olarak geleneksel medyadaki haber kuruluşlarının internet sitelerini takip ettikleri görülmüştür. Tabloda Habertürk, Hürriyet ve Sözcü gazetelerinin internet siteleri ilk üç sırada yer alırken sondakika.com, mynet.com ve sputniknews.com internet siteleri dijital doğumlu haber platformları arasında en çok takip edilenler arasında yer almıştır. Tercih edilen ilk 20 haber sitesi arasında 7 sitenin dijitalde doğanlar olduğu, tercih edilme sıklıklarının da hayli düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İnternet sitelerini takip etme nedenleri

İnternet sitelerini takip etme nedeni	Yüzde
1.Güncel haberlere yer vermesi	%31,0
2.Farklı ve özel haberlere yer vermesi	%24,3
3.Güvenilir olması	%20,6

4.Eğlenceli ve renkli habercilik anlayışı	%12,8
5.Görüşlerine uygun olması	%9,7

Öğrencilere internet haber sitelerini takip etme nedenleri sorulduğunda en fazla, güncel haberlere yer vermesi, farklı ve özel haberlere yer vermesi ve güvenilir olması cevapları alınmıştır. Öğrencilerin yüzde 9,7'sinin kendi görüşlerine uygun olduğu için seçtiği haber sitelerini takip ettiği cevabını vermesi de dikkat çekicidir.

Sahte/Yalan Haberler Ve Doğrulama Refleksleriyle İlgili Bulgular

Tablo 5. Sahte/yalan habere maruz kalma

	Yüzde	
	Evet	Hayır
İnternet ya da sosyal medyada son bir hafta içinde sahte/yalan haberle karşılaştınız mı?	%97,4	%2,6

İnternet ya da sosyal medya platformlarında son bir hafta içinde sahte/yalan haberle karşılaşmış ve karşılaşmadıkları yönündeki soruya katılımcıların yüzde 97,4'ü "evet" cevabını vermiştir. Sahte haberle karşılaşmadığını söyleyenlerin oranı ise yüzde 2,6 olmuştur.

Tablo 6. Doğrulama platformlarından haberdar olma durumu

	Yüzde	
	Evet	Hayır
İnternet ya da sosyal medyada şüpheli bilgileri araştıran doğrulama platformlarından haberdar mısınız?	%51,5	%48,5

Ankete katılan öğrencilerin yüzde 51,5'i internet ya da sosyal medyadaki şüpheli bilgileri araştıran doğrulama platformlarından haberdar olduğunu belirtirken, yüzde 48,5'i bu girişimlerle ilgili bilgisi olmadığını belirtmiştir.

Tablo 7. Takip edilen doğrulama platformları

Doğrulama platformu	Yüzde
1.Doğruluğu Ne?	%27,0
2.Doğruluk Payı	%16,4
3.Teyit	%15,9
4.Evrin Ağacı	%15,9
5.Doğrula	%7,7
6.Günün Yalanları	%5,8
7.Yalansavar	%5,0
8.Eha Teyit	%4,0
7.Malumatfuruş	%2,4

Katılımcıların çalışmalarını takip ettiği ya da bilgi sahibi olduğu doğrulama platformları sorulduğunda ilk sırada Doğruluğu Ne?¹ adlı platformun yer aldığı görülmektedir. Doğruluk Payı, Teyit ve Evrim Ağacı da en çok bilgi sahibi olunan platformlar olmuştur. Araştırmacılardan birinin Doğruluğu Ne? girişiminin kurucusu olması nedeniyle bilinirliğinin yüksek olduğu ancak diğer platformlarla ilgili bilgi sahibi olma oranlarının, platformların sosyal medyadaki takipçi sayıları ve etkileşimleriyle uyumlu olduğu düşünülmektedir.

Tablo 8. Şüpheli bilgilerle ilgili doğrulama refleksleri

Doğrulama yöntemi	Yüzde
1.İnternette araştırırım	%37,7
2.Güvendiğim kaynaklara bakarım	%31,7
3.Doğrulama platformlarına başvururum	%15,8
4.Güvendiğim insanlara sorarım	%14,8

Ankete katılanların yüzde 37,7'si internet ya da sosyal medyada şüpheli bir bilgiyle karşılaştığında doğrulamak için internette araştırma yaptığını belirtmiştir. İkinci sırada güvenilir kaynaklara başvurma yönteminin kullanıldığı ifade edilirken, doğrulama platformlarına başvurma ve güvendiği kişilere sorma yöntemlerinin daha az tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 9. Şüpheli görsel-video araştırma refleksi

	Yüzde	
	Evvet	Hayır
İnternet ya da sosyal medyada karşılaştığınız şüpheli bir görsel/fotoğraf/videonun doğrulamasının nasıl yapıldığını biliyor musunuz?	%35,6	%63,4

İletişim fakültesi öğrencilerine internet ve sosyal medyada karşılaştıkları şüpheli bir görsel, fotoğraf ya da videonun doğruluğunu nasıl kontrol edebileceklerini bilip bilmedikleri sorulmuş, katılımcıların yüzde 63,4'ü bu konuda bilgisi olmadığını ifade etmiştir.

¹ Araştırmacılardan birinin Doğruluğu Ne? adlı platformun kurucusu olması ve anketin görev yaptığı fakülte de yapılması nedeniyle öğrencilerin bu platformla ilgili bilgi sahibi oldukları, bu nedenle takip edilen kuruluşlar arasında ilk sırada bu platformun çıktığı düşünülmektedir. Diğer platformlarla ilgili bilgi sahibi olma oranlarının, platformların sosyal medyadaki takipçi sayıları ve etkileşimleriyle uyumlu olduğu ve çıkan sonuçların güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Tutum ve Görüşler**Tablo 10. Sahte haberlerin etkileri ve mücadele konusundaki görüşler**

	Ortalama
1. Sahte-yalan haberler toplumdaki kutuplaşmayı arttırmaktadır.	4,06
2. İnternet ve sosyal medyada üretilen yalan/sahte haberlerle insanlar kolayca yönlendirilebilir.	4,03
3. İnternet ve sosyal medya sayesinde haber kaynakları daha da çeşitlenmiştir.	3,96
4. İnternet ve sosyal medyada profesyonel olmayan kullanıcıların haber yapabilmesi güvenilirlik sorununu arttırmaktadır.	3,92
5. Sahte-yalan haberler insanların gerçeklerle bağını zayıflatmıştır.	3,91
6. İnternet ve sosyal medya sahte-yalan haber üretilmesine fırsat sağlamaktadır.	3,83
7. İnternet ve sosyal medya bilgi edinme açısından özgürlük alanını genişletmiştir.	3,80
8. İnternet ve sosyal medya nedeniyle gazetecilik gittikçe güven kaybetmektedir.	3,67
9. Sahte-yalan haberle mücadelede hukuksal yetersizlikler vardır.	3,61
10. İnternet ve sosyal medya haberleri aldatıcıdır.	3,06
11. İnternet ve sosyal medyayı haber açısından güvenilir bulmuyorum.	2,95
12. Yargı kurumları sahte-yalan haberle mücadele etmektedir.	2,91
13. Kamu kurumları (cumhurbaşkanlığı, ilgili bakanlıklar vb) sahte-yalan haberle mücadele etmektedir.	2,74
14. İnternet ve sosyal medya platformları sahte-yalan haberle yeterince mücadele etmektedir.	2,73
15. Türkiye’de medya okur-yazarlığı eğitimi yeterlidir.	2,12

Katılımcılara, sahte/yalan haberlerin etkileri ve mücadele konusundaki görüşlerini belirlemeye yönelik test de uygulanmıştır. Bu bağlamda üniversite öğrencileri, sahte/yalan haberlerin kutuplaşmayı arttırdığı, bu haberlerle insanların kolaylıkla yönlendirebildiği, internet ve sosyal medya sayesinde haber kaynaklarının çeşitlendiği, sıradan kullanıcıların haber üretebilmesinin güvenilirlik sorunu oluşturduğu ve sahte/yalan haberlerin insanların gerçekle bağını zayıflattığı önermelerine yüksek oranda katıldıklarını belirtmiştir.

Katılımcılar düşük onay oranlarıyla, Türkiye’de medya okur yazarlığı eğitiminin yeterli olmadığını, sosyal medya platformları, karar alıcı kurumlar ve yargının sahte haber sorunuyla yeterince mücadele etmediğini ifade etmiştir.

Araştırmanın bu bölümünde iletişim fakültesi öğrencilerinin internet ve sosyal medyayı tamamen güvensiz bulmadığı ve bu araçların özgürlük alanlarını genişlettiğini düşündüğü belirlenirken, yeni medyanın gazeteciliğe güveni zayıflattığı ve sahte/yalan haberleri üretenler için fırsatlar sunduğu önermelerine katılım oranının yüksekliği de dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Dezenformasyon ve mizenformasyon, yeni medyanın haber tüketimindeki etkinliğinin giderek artmasıyla enformasyon ekosisteminin önemli bir problem alanı olmuştur. Uluslararası organizasyonlar, devletler ve sivil toplum kuruluşları ifade özgürlüğü alanını genişlettiği gibi aynı zamanda bu özgürlüğe bir tehdit olan ve demokrasiye zarar veren bu sorunun çözümü için önlemler hayata geçirmekte ancak yeni medyadaki yanlış bilginin önüne geçilememektedir.

Bu anlamda, sorunun sebeplerinin ortaya çıkarılması adına yapılan çalışmalar da artmaktadır. Gençlerin temel haber kaynakları arasında yer alan sosyal medyanın medya güveni açısından değerlendirilmesi ve dezenformasyondaki etkinliğinin ortaya konması amacıyla yapılan bu çalışmada, iletişim fakültesi örnekleminde yola çıkarak üniversite öğrencilerinin haberleri ağırlıklı olarak Instagram ve Whatsapp aracılığıyla takip ettiği belirlenmiştir. Gençlerin Instagram kullanımının artmasıyla bu sonucun uyumlu olduğu görülürken kapalı mesajlaşma uygulaması Whatsapp'ın haber tüketiminde yaygınlaşması dikkat çekmektedir. Bu yaygınlaşma, açık platformlarda kendini ifade etme konusundaki kaygının da arttığına işaret etmektedir.

Haber açısından güven düzeyine yönelik testin sonuçlarında Twitter'a daha fazla güvenildiği, Instagram'ın da bu konuda yine güvenilir kabul edildiği tespit edilmiştir. Kullanımı yaygın olmasına rağmen Whatsapp'a daha az güvenildiği görülmektedir.

Katılımcıların takip ettikleri internet haber sitelerinin büyük ölçüde ana akım medyanın internet uzantıları olduğu, dijitalde doğan haber sitelerinin daha az tercih edildiği belirlenmiştir. Bu anlamda geleneksel medyanın haber üretiminde daha güçlü ve daha fazla güven duyulan mecra olmaya devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu sitelerin takip edilme nedenleri içinde ilk sıralarda güncel, farklı ve özel haberlere yer vermeleri gösterilirken haber kuruluşlarının oluşturduğu güven algısının da tercihte önemli bir etken olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan iletişim fakültesi öğrencilerinin yüzde 9,7'sinin "*kendi görüşlerine uygun haberler yapılması*"nı tercih nedeni olarak belirtmesi, medyadaki taraflılık ve güven sorununu ortaya koyması açısından da önemli bulgulardan biridir.

Katılımcıların neredeyse tamamı (%97,4) sosyal medyada son bir hafta içinde yalan haber ya da yanlış bilgiyle karşılaştığını belirtmektedir. Bu sonuç

da Türkiye’de farklı tarihlerde yapılan çalışmaların sonuçlarıyla (Reuters Institute, 2018), (IPSOS, 2018) örtüşmektedir.

Öğrenciler en fazla dezenformasyon nitelikli içeriğin Facebook’ta olduğunu, bu platformu Instagram ve Twitter’in takip ettiğini belirtmiştir. Son yıllarda kapalı mesajlaşma uygulamalarında haber paylaşımı artmasına rağmen Whatsapp’ta daha az yanlış bilgi olduğunun düşünülmesi kayda değerdir.

Ankete katılan iletişim fakültesi öğrencilerinin yaklaşık yarısının doğrulama platformlarından ve çalışmalarından haberdar olduğu, bu anlamda doğruluk kontrolü girişimlerinin etkinliklerinin henüz istenilen seviyede olmadığı anlaşılmaktadır.

İnternet ya da sosyal medyada şüpheli bir bilgiyle karşılaştığında güvenilir kaynaklara başvurmak ve internette araştırma yapma yöntemleriyle doğruluk kontrolü yaptığını belirten katılımcıların oranı yüzde 70’e yakın olarak tespit edilmiş, güvendiği kişilere sorma ve doğrulama platformlarına başvurma yöntemlerinin daha az tercih edildiği görülmüştür. İletişim fakültesi öğrencilerinin büyük çoğunluğunun temel ve basit bir doğruluk kontrolü yöntemi olan tersine görsel arama konusunda bilgi sahibi olmadığı belirlenmiştir.

Çalışmanın, öğrencilerin yalan haberlerin etkileriyle ilgili görüşlerini belirlemeye yönelik bir diğer bölümünün sonuçlarına göre katılımcılar, en yüksek onayı “dezenformasyonun siyasi kutuplaşmayı arttırdığı” önermesine vermiştir. Sahte haberlerin manipülasyon gücünün yüksekliği, sıradan kullanıcıların haber üretmesinin güvenilirlik sorununa neden olduğu ve sosyal medyadaki dezenformasyon ve yanlış bilgi nedeniyle insanların hakikatle bağının zayıfladığı şeklindeki önermelerin yüksek onay alması çalışmanın önemli bulgularındandır.

Araştırmaya katılan öğrencilere göre medya okur yazarlığı eğitimi yetersiz görülürken, sosyal medya platformları, kamu ve yargı kurumları dezenformasyonla mücadelede yetersiz kalmakta, ifade özgürlüğü alanını genişletmesine rağmen yeni medya, gazeteciliğe güveni zayıflatmaktadır.

Araştırma gençlerin yoğun şekilde haber tüketimi için kullandığı yeni medya kanallarının önemli bir güvenilirlik sorunu olduğunu ancak haber kaynaklarını çeşitlendirmesi ve ifade özgürlüğüne geniş bir alan açması nedeniyle tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Çalışmanın bulguları gençlerin

medya okuryazarlığı ve dijital okur yazarlık reflekslerinin güçlü olmadığını da göstermektedir.

Gençlerin dezenformasyona yönelik bilgi ve bilinç düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi adına özellikle nitel çalışmaların yapılmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

The Problem of News Reliability in New Media: Fact Checking Reflexes of University Students For Fake News

*

Selman Selim Akyüz – Birol Gülnar – Mete Kazaz
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

With the new form that social media has transformed news truth has deteriorated again and Ralph Keyes's (2019) definition of the “age beyond truth” has taken on new dimensions. Cyberspace has become an “ethics-free zone” where fraud faces incentives not sanctions with its structure that makes it easier to lie and spread (Keyes, 2019, p. 9-259). Keyes focuses on the causes of lies and deception throughout human history, while in today's world, “truth has been replaced by believability” due to the influence of the virtual world.

There are many examples throughout history that have shown that false and fabricated methods have been used to manipulate society, destabilize governments and influence the economy. What is new is that false and fake content becomes more convincing and easily prepared by ordinary people (Wardle, 2020, p.10). And finally, the fact that these contents can spread at great speed not only to the society in which they are located but also to the entire world...

The user-centered structure of social media has increased the diversity of resources and content and content has started to spread faster and easier through interaction. Digital-born news distributors have shown that news in the media is not necessarily produced only by professionals causing users to prefer new media tools more than traditional media (Vosoughi, Roy, and Aral, 2018).

The issue of trust in the media has become one of the important study topics of academic research. Creating a reliable image of a media organization is central to mass communication. Readers/viewers generally prefer publications that they find reliable and news. In this context, the concepts of trust, reliability and credibility are closely related to each other.

Bennet (2000, p.339) states that individuals find creative methods to select information, especially when it comes to politics while widespread distrust of information is a major reason for this.

Williams (2012, p.117) states that the theory-based conceptualization of media reliability is based on the theory of social capital, while its study is based on the theory of communication. In this context, trust in the media arises in three different steps:

- Trust the content of the news and the information it provides
- Trust those who pass the news (professionals)
- Trust in media organizations

A decrease in the trust of those who consume media content in one of these three legs is directly related to problems in the approach to basic principles.

Research by the Reuters Institute of Journalism at the University of Oxford (2020, p.5) shows that confidence in media and news is declining in the world and in Turkey. When comparing traditional media and new media, it seems that there is more trust in newspapers and television (Balci and Bekiroğlu, 2014, p.213). Stating that the majority of studies showing that traditional media are more reliable than social media, Çömlekçi and Başol (2019, p.61-70) investigated whether there is a significant difference between the news made by journalists and the trust in the news produced by social media users, as a result of their study, they found that institutional media are trusted more than individual channels.

Trust is a fundamental element of society and communication and a factor that makes the relationship between people and societies seamless, as well as the key to human bonds and relationships but maintaining the safe communication practices that we assume in everyday life in a digital environment can lead to dangerous consequences (Silverman, 2020, p.6-7). It is now possible to spread tags, fake images, links using millions of bot accounts, as well as trolls managed by real users, send unsolicited emails, spam and make it easy to discredit a person online or pretend that they are being strongly criticized. Moreover with the advance of technology, the capabilities of the bots that mimic human behavior has increased and people do know of an age when long chats with the bot software is starting to show (Wild and Godart, 2020, p.63-70).

Fake news, although similar in shape to news, can be defined as content that is intentionally or unintentionally produced, circulated on the internet and social media, contains false information or is removed from its context (Kocabay Sener, 2018, p.355).

Deliberately produced fake news falls within the definition of disinformation and is produced and shared by people with the purpose of causing any harm, such as reputation, material expectation, political interest, or physical harm. Misenformation also contains incorrect information, but users who share it do not realize that the content is incorrect. Wardle (2020: 12-13) states that it is an example of misenformation when people share rumors or old images during hot developments without realizing that they are not related to the event.

Donovan (2020, p.18) in this context, disinformation aimed at directing emotions and exploiting vulnerabilities in the news, is a subgenre of media manipulation and means the conscious production and dissemination of misinformation for political purposes (Lytvynenko, 2020, p.92),

The literature section of the study includes information and discussions on news and trust issues fake news and misinformation from media to new media. In the second part, Field Research from quantitative research methods was applied and face-to-face surveys were conducted with 313 students studying at the Faculty of Communication of Selcuk University. Participants' news consumption trends in new media, their level of trust in news, their attitude towards false information/false news, and their reflexes of doubt/verification were tried to be determined.

The problem of disinformation and misenformation has been an important problem area of the information ecosystem in parallel with the increasing effectiveness of new media in news consumption. International organizations, states and non-governmental organizations are expanding the field of freedom of expression, as well as implementing measures to solve this problem which is a threat and damages democracy but misinformation in the new media cannot be prevented.

Efforts to identify the causes of the problem are also increasing. Located between the primary sources of news of young users, social media and disinformation in the media in order to demonstrate the effectiveness of evaluation in terms of trust in this study, the sample of university students through faculty of communication mainly followed by the news of Instagram and

WhatsApp was determined. This result appears to be compatible with the increase in young people's Instagram use, while the spread of the closed messaging app WhatsApp in news sharing is notable. This expansion also indicates an increased concern about self-expression on open platforms.

In the results of the test for the level of trust in terms of news, it was found that Twitter was more trusted and Instagram was again considered reliable in this regard. Although its use is widespread, WhatsApp appears to be less trusted.

It has been determined that the internet news sites that participants follow are largely internet extensions of mainstream media while news sites born in digital are less preferred. In this context, it is understood that traditional media continues to be a stronger and more trusted medium in news production. Among the reasons for following these sites, it is shown that current, different and special news is included in the first place, while the perception of trust created by news organizations is also an important factor in preference. 9.7 percent of the students of the faculty of communication who participated in the study stated that "making news in accordance with their opinion" was the reason for their preference, which is also one of the important findings in terms of presenting the problem of partiality and trust in the media.

Almost all respondents (97.4%) stated that they had encountered fake news or false information in the last week on social media. This result also supports the results of studies conducted in Turkey on different dates (Reuters, 2018), (IPSOS, 2018).

The students noted that the most disinformation-qualified content was posted on Facebook followed by Instagram and Twitter. Although news sharing has increased in closed messaging apps in recent years, it is notable that there is less misinformation on WhatsApp.

It is understood that about half of the communication faculty students surveyed are aware of the fact checking platforms and their work and in this context, the effectiveness of fact cheking initiatives is not yet at the desired level.

When faced with suspicious information on the internet or social media, the proportion of participants who stated that they had checked for accuracy by using reliable sources and conducting research on the internet was found to be close to 70 percent. Methods of asking people they trusted and contacting fact checking platforms were less preferred. It has been determined that

the vast majority of communication faculty students do not have knowledge of reverse visual search, which is a basic and simple method of accuracy control.

According to the results of another part of the study aimed at determining the views of students, participants gave the highest approval to the suggestion that disinformation increases political polarization. The height of the power of manipulation of fake news, the fact that ordinary users produce news causes a credibility problem and the high approval of suggestions that people's connection to the truth is weakened due to disinformation and misinformation on social media is one of the important findings of the study.

While for students who participated in the survey are inadequate to media literacy education, social media platforms, public and judicial institutions in combating disinformation is inadequate, to extend the area of freedom of expression, despite new media, journalism and undermines confidence.

Research shows that new media that young people use extensively for news consumption are a significant trust issue but are preferred because they diversify news sources and open up a wide area for freedom of expression. The study's findings also suggest that youth's media literacy and digital literacy reflexes are not strong.

Kaynakça / References

- Akyüz, S. S. (2018). *Düşman Medya: Türkiye'de siyasi kutuplaşma ve seçmenlerin medya tercihleri*. Konya: Literatürk.
- Alcott, H., ve Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Avşar, B. (2018). *Facebook'un doğrulama programı Türkiye'de teyit.org işbirliğiyle hayata geçiyor*. Aralık 2020 tarihinde <https://teyit.org/facebookun-dogrulama-programi-turkiyede-teyit-org-is-birligiyle-hayata-geciyor> adresinden alındı
- Büyükafşar, M. (2019). *Haber ve doğruluk ilişkisi: "Yalan haber" ve haber doğrulama pratikleri*. Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Balcı, Ş., ve Bekiroğlu, O. (2014). Medyanın kritik ve süreğen dönemeci: Üniversite öğrencilerinin gözünden medya haberlerinin güvenilirliği. *Selçuk İletişim*, 8(2), 192-217.
- Bennet, L. (2000). *Politik illüzyon ve medya*. İstanbul: Nehir.
- Cömlekçi, M., ve Başol, O. (2019). Sosyal medya haberlerine güven ve kullanıcı teyit alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Galatasaray İletişim Dergisi*, 30, 55-77.

- Cavuş, G. (2017). *WhatsApp'ın ciddi sonuçlar doğuran internet söylentileriyle başı belada*. Kasım 2020 tarihinde <https://teyit.org/whatsappin-ciddi-sonuclar-doguran-internet-soylentileriyle-basi-belada> adresinden alındı
- Dias, N. (2017). *The era of Whatsapp propaganda is upon us*. Kasım 2020 tarihinde <https://foreignpolicy.com/2017/08/17/the-era-of-whatsapp-propaganda-is-upon-us/> adresinden alındı
- Donovan, J. (2020). Medya manipülasyonunun yaşam döngüsü. C. Silverman içinde, *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı* (s. 16-21). European Journalism Center-Teyit.
- Dorsey, J. (2020). *Jack Dorsey resmi Twitter hesabı*. Kasım 2020 tarihinde <https://twitter.com/jack/status/1328721286474788865?s=20> adresinden alındı
- Güler, B. (2020). İran'da sahte içkiden ölenlerin sayısı 800'e yaklaştı. *Anadolu Ajansı*. Aralık 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/iranda-sahte-ickiden-olenlerin-sayisi-800e-yaklasti/1822904> adresinden alındı
- Güz, N., ve Yanık, H. (2020). Toplumsal sorumluluk yaklaşımı ve güven bağlamında medya ve kamuoyu araştırmaları arasındaki ilişki. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 298-336.
- Giampaglia, G. L., ve Menczer, F. (2018). *Misinformation and biases infect social media, both intentionally and accidentally*. The Conversation.
- Gregory, S. (2020). Deepfakeler ve gelişmekte olan manipülasyon teknolojileri hakkında nasıl düşünmeli? C. Silverman içinde, *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Doğrulama El Kitabı* (s. 104-111). European Journalism Center-Teyit.
- Ünal, R., ve Taylan, A. (2017). Sağlık iletişimde yalan haber-yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.
- IPSOS. (2018). *Fake news, filter bubbles, post-truth and trust*. IPSOS.
- Küçükongur, M. (2020). *Twitter yanlışını kabul ederek hesabımızı yeniden açtı*. Aralık 2020 tarihinde <https://dogrulugune.org/twitter-yanlisini-kabul-ederek-hesabimizi-acti/> adresinden alındı
- Kazaz, M., ve Akyüz, S. S. (2019). *Sahte haber*. Konya: Literatürk.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat ötesi çağ: Günümüz dünyasında yalanlık ve aldatma*. İzmir: Deli Dolu.
- Kocabay Şener, N. (2018). "Doğruluk Kontrol Merkezi" ve "Yalan Haber" kavramlarına ilişkin içeriklerin medyada yansımalarının araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29. Özel Sayısı, 355-373.

- Lytvynenko, J. (2020). Son dakika gelişmelerinde sahte haber ve bilgi operasyonlarını takip etmek. C. Silverman *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı* içinde, (s. 82-92). European Journalism Center-Teyit.
- Orlowski, J. (Yöneten). (2020). *Social Dilemma* [Sinema Filmi]. ABD.
- Reuters Institute. (2018). *Reuters Digital News Report 2018*. Oxford University.
- Reuters Institute. (2020). *Reuters Digital News Report 2020*. Oxford University.
- Schulz, W. (2020). Alman sosyal medya yasası Türkiye'ye örnek olur mu? *Deutsche Welle*. Aralık 2020 tarihinde <https://www.dw.com/tr/alman-sosyal-medya-yasas%C4%B1-t%C3%BCrkiye-%C3%B6rnek-olur-mu/a-54033328> adresinden alındı
- Shao, C., Giampaglia, G., Varol, O., ve Flammini, A. (2017). The spread of fake news by social bots. *arXiv:1707.07592v1 [cs.SI]*, 1-16.
- Silverman, C. (2020). Dezenformasyon ve medya manipülasyonunu araştırmak. C. Silverman *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı* içinde (s. 4-8). European Journalism Center-Teyit.
- Tanrıkulu, Z. (2020). *Yanlış bilgi nasıl tespit edilir?* Kasım 2020 tarihinde <https://dogrulugune.org/yanlis-bilgi-nasil-tespit-edilir/> adresinden alındı
- Vosoughi, S., Roy, D., ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. (359), 1146-1151.
- Wardle, C. (2020). Bilgi düzensizliği çağı. C. Silverman, *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı* içinde (s. 9-15). European Journalism Center-Teyit.
- Wild, J., ve Godart, C. (2020). Bot, cyborg ve yapay hareketliliği saptamak. C. Silverman içinde, *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Doğrulama El Kitabı*. European Journalism Center-Teyit.
- Williams, A. E. (2012). *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1), 116-131.

Kaynakça Bilgisi / Citation Information

Akyüz, S. S., Gülnar, B. ve Kazaz, M. (2021). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: Üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksleri. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 125-144. DOI: 10.26466/opus.838464