

**Covid-19 Bağlamında Türkiye'de Yanlış Bilgi Yayılımını
Medya Kullanıcılarının Güzünden Anlamak
ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geliştirmek**

Program Kodu: 1001

Proje No: 120K658

Proje Yürütücüsü:

Doç. Dr. Suncem KOÇER ÇAMURDAN

ARALIK 2020

İSTANBUL

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI	4
2.1 Medya Kullanımı ve Medya Repertuvarları.....	4
2.2 Yanlış Bilgi ve İnfodemi.....	6
2.3 Sağlıklik Tahayyülü, Polimedya, Kullanıcıların Rolü	11
3. YÖNTEM	15
3.1. Türkiye Temsili Anket Uygulaması	15
3.2. Örneklem Karakteristiği.....	17
3.3. Medya Günlükleri	25
3.4. Derinlemesine Görüşmeler.....	27
3.5. Katılımcı Gözlem.....	27
3.6. Veri Analizi.....	28
4. BULGULAR	29
4.1. Anket Bulguları.....	29
4.1.1. Salgın Öncesi ve Süresince Haber ve Bilgiye Erişim	33
4.1.2. Salgın Öncesi ve Salgın Döneminde Bilgi Kaynaklarına Duyulan Güven.....	43
4.1.3. Covid-19 Hakkında Yanlış Bilgiyle Karşılaşılan Platform ve Mecralar	50
4.1.4. Kullanıcıların Gözünden Şüpheli Bilgi ve Bilgi İşleme Mekanizmaları	53
4.1.5. Şüpheli Bilgi Karşısında Davranışlar	60
4.1.6. Bilgi Kirliliğiyle Mücadelenin Aktörleri ve Sosyal Medya Yasası	72
4.2 Medya Günlükleri	80
4.2.1 Covid-19 Hakkında İçeriklere Erişim.....	82
4.2.2 Yanlış Bilgi	91
4.2.3 Yanlış Bilgi Değerlendirmesi.....	95
4.2.4. Yanlış Bilgi Karşısında Davranış	99
4.2.5. Doğru Bilgi	101
4.2.6. Doğru Bilgi Tespiti	105
4.2.7. Paylaşım	113

4.3 Derinlemesine Görüşmeler ve Katılımcı Gözlem	121
4.3.1. Covid-19 Hakkında Bilgiye Erişim.....	124
4.3.1.1. WhatsApp Üzerinden Bilgiye Erişim	125
4.3.1.2. Televizyon Üzerinden Bilgiye Erişim	129
4.3.1.3. Instagram Üzerinden Bilgiye Erişim	136
4.3.1.4. Twitter Üzerinden Bilgiye Erişim	138
4.3.1.5. Facebook Üzerinden Bilgiye Erişim	143
4.3.2. Yanlış Bilgi Tanımları	145
4.3.3. Bilgiyi İşleme Mekanizmaları	157
4.3.4. Yanlış Bilgi Karşısında Davranışlar	161
4.3.5. Sosyal Medya Regülasyonu	172
5. SONUÇLAR VE FAALİYET ÖNERİLERİ	176
5.1. Sonuçlar.....	176
5.2 Faaliyet Önerileri.....	184
6. KAYNAKÇA	188
7. EKLER.....	195
7.1. EK1 Anket Formu.....	195
7.2 EK 2 Dünya Görüşleri Faktör Analizi	214
7.3 EK 3 Medya Günlüğü	215
7.4 EK 4 Derinlemesine Görüşme Soru Seti	219
7.5 EK 5 Katılımcı Gözlem Onam Metni.....	222

TABLO VE ŞEKİL LİSTELERİ

Tablo 1. Katılımcıların bölgelere göre dağılımı	16
Tablo 2. Katılımcıların illere göre dağılımı	17
Tablo 3. Katılımcıların cinsiyet bazlı dağılımı	18
Tablo 4. Türkiye popülasyonu ve araştırma örneklemi	19
Tablo 5. Katılımcıların yaş gruplarının dağılımı	19
Tablo 6. Katılımcıların medeni durumları.....	20
Tablo 7. Katılımcıların eğitim düzeylerinin dağılımları	20
Tablo 8. Katılımcıların gelir düzeyleri	20
Tablo 9. Katılımcıların çalışma durumları	20
Tablo 10. Katılımcıların ana dilleri	21
Tablo 11. Katılımcıların hanelerinin büyüklükleri	21
Tablo 12. Katılımcıların birlikte yaşadıkları kişiler	21
Tablo 13. Katılımcıların dünya görüşleri (19 madde).....	22
Tablo 14. Dünya görüşleri sınıflandırması.....	23
Tablo 15. Katılımcıların dünya görüşleri (4 kategori)	23
Tablo 16. Toplumsal konulara atfedilen önemin dünya görüşüne dağılımı	24
Tablo 17. Katılımcıların sosyalleşme mekanları	29
Tablo 18. Katılımcıların hanelerinde internet erişimi.....	31
Tablo 19. Katılımcıların internet kullanımı	31
Tablo 20. Katılımcıların internete erişim için kullandığı cihazlar	32
Tablo 21. Değişkenlere göre haber takibinde yaşanan değişiklik	34
Tablo 22. Değişkenlere göre covid-19 öncesinde mecra bazlı habere erişim	35
Tablo 23. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim.....	37
Tablo 24. Covid-19 sürecinde salgınla ilgili bilgi edinmek için sosyal medya ve çevrimiçi mecraların kullanım sıklığı dağılımı.....	42

Tablo 25. Covid-19 öncesi dönemde mecra bazlı güven.....	45
Tablo 26. Covid-19 salgını döneminde mecra bazlı güven	46
Tablo 27. Covid-19 döneminde açıklamalarına güven duyulan kurum ve kişiler.....	47
Tablo 28. Değişkenlere göre yanlış bilgi ile sık karşılaşılan platformlar ve çevrimiçi mecralar ...	51
Tablo 29. Değişkenlere göre yanlış bilgi ile sık karşılaşılan geleneksel medya türleri	52
Tablo 30. Yanlış bilgi tanımları.....	53
Tablo 31. Değişkenlere göre bilginin doğruluğundan şüphe duyulmasında etkili olan durumlar	57
Tablo 32. Covid-19 hakkında haber ve bilgiye dair yaklaşımlar	58
Tablo 33. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı	61
Tablo 34. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı (Dünya görüşü ve yaş grupları dağılımı)	61
Tablo 35. Platformlara güven ve bilginin doğruluğunu kontrol etme davranışı.....	62
Tablo 36. Değişkenlere göre bilgiyi kontrol etme biçimleri.....	65
Tablo 37. Değişkenlere göre yanlış bilgi paylaşımı	67
Tablo 38. Devletler vaka sayılarını olduğundan az göstermektedir paylaşımının dağılımı	68
Tablo 39. Uyarma davranışının dağılımı	69
Tablo 40. Uyarma davranışının dünya görüşüne ve yaş gruplarına göre dağılımı	70
Tablo 41. Uyarılma/ eleştirilme durumunun dağılımı	71
Tablo 42. Değişkenlere göre bilgi kirliliğiyle mücadeledeki aktörler	71
Tablo 43. Değişkenlere göre sosyal medyanın regülasyonu	75
Tablo 44. Dünya görüşü ve yaş gruplarına göre sosyal medyanın regülasyonu	76
Tablo 45. Değişkenlere göre sosyal medya yasası bilgi düzeyi.....	77
Tablo 46. Sosyal medya yasasına desteğin değişkenlere göre dağılımı	78
Tablo 47. Medya günlüğü katılımcılarının demografik dağılımı.....	81
Tablo 48. Covid-19 içeriklerine platform bazlı erişimin dağılımı	82
Tablo 49. Günlüğe işlenen yanlış bilgilerin dağılımı	91

Tablo 50. Yanlış bilgi karşısında davranışlar (Örnek ifadeler)	100
Tablo 51. Karşılaşılan doğru bilgi dağılımı	101
Tablo 52. Bilgi kaynakları dağılımı	102
Tablo 53. Paylaşım yapılan kişilerin dağılımı	114
Tablo 54. Paylaşım motivasyonları	115
Tablo 55. Yüz yüze paylaşımın dağılımı	121
Tablo 56. Görüşme katılımcılarının demografik dağılımı	121
Tablo 57. Kod tablosu	122
Tablo 58. Yanlış bilgi kod kategorileri.....	145
Şekil 1. Katılımcıların illere göre dağılımı – Harita	18
Şekil 2. Katılımcıların illere göre dağılımı – Çubuk grafik	18
Şekil 3. Katılımcıların toplumsal konulara atfettikleri önem.....	24
Şekil 4. Katılımcıların sosyalleşme mekanları dağılımı.....	29
Şekil 5: Haber takibinde yaşanan değişiklik	33
Şekil 6. Covid-19 öncesinde mecra bazlı habere erişim oranları	35
Şekil 7. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim oranları	37
Şekil 8. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim (Kümeleme analizi).....	39
Şekil 9. Covid-19 öncesi ve süresince erişim tercihlerinde mecra bazlı yaşanan değişimler	40
Şekil 10. Covid-19 sürecinde salgınla ilgili bilgi edinmek için sosyal medya ve çevrimiçi mecraların kullanım sıklığı	41
Şekil 11. Salgınla birlikte medyaya güvende değişim	43
Şekil 12. Mecralara güvende yaşanan değişim	43
Şekil 13. Covid-19 süresince mecra bazlı güven (Kümeleme analizi)	44
Şekil 14. Covid-19 döneminde açıklamalarına güven duyulan kurum ve kişiler	47
Şekil 15. Çevrimiçi platform ve mecralarda covid-19 hakkında yanlış bilgiyle karşılaşma.....	50
Şekil 16. Geleneksel medya türlerinde covid-19 hakkında yanlış bilgiyle karşılaşma	52

Şekil 17. Yanlış bilgi tanım ana kod kategorileri ve örnekleri	54
Şekil 18. Yanlış bilgi tanım (Ana ve alt kategoriler birlikte)	55
Şekil 19. Yanlış bilgi tanımları	55
Şekil 20. Bilginin doğruluğundan şüphe duyulmasında etkili olan durumlar	56
Şekil 21. Covid-19 hakkında haber ve bilgiye dair yaklaşımlar	58
Şekil 22. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı	60
Şekil 23. Sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler ile haber doğrulama düzeyi (Çoklu mütakabiliyet analizi- 5 değişken)	63
Şekil 24. Bilgiyi kontrol etme biçimleri	64
Şekil 25. Yanlış bilgi paylaşımı	66
Şekil 26. Paylaşımı yapılan yanlış bilgi çeşitleri	67
Şekil 27. Uyarma davranışı	69
Şekil 28. Uyarılma/ eleştirilme	70
Şekil 29. Bilgi kirliliğiyle mücadeledeki aktörler	72
Şekil 30. Sosyal medyanın regülasyonu	74
Şekil 31. Sosyal medya yasası bilgi düzeyi	77
Şekil 32. Sosyal medya yasasına destek	78
Şekil 33. Sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler, dünya görüşü değişkenleri ile sosyal medya yasasına destek (Çoklu mütakabiliyet analizi - 8 değişken)	79
Şekil 34. Covid-19 içeriklerine platform bazlı erişim	82
Şekil 35. Günlüğe işlenen yanlış bilgiler	91
Şekil 36. Karşılaşılan doğru bilgiler	101
Şekil 37. Bilgi kaynakları	102
Şekil 38. Paylaşılan kişiler	113
Şekil 39. Yüz yüze paylaşım	120
Şekil 40. Problem alanları ve çözüm önerileri	187

1. GİRİŞ

80 milyonu aşan nüfusu ve dinamik çevrimiçi kültürü ile Türkiye, internet kullanıcılarının ağırlıklı olarak sosyal medya kullanıcısı olduğu bir ülkedir (Bozdağ, 2016). Türkiye toplumu haber ve bilgiye artan bir şekilde sosyal medya üzerinden ulaşmaktadır (Newman vd., 2019; Konda, 2019). 2018'de yayımlanan Reuters Dijital Haber Raporu'na göre Türkiye sosyal medya kullanıcılarının yanlış bilgi ve sahte haberden en çok şikâyet ettiği ülkeler arasında ilk sıradadır (Newman vd., 2018). COVID-19 salgınının ulusal gündeme taşındığı 2020 Şubat ayından itibaren sosyal medya platformları ve mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla yayılan yanlış bilgiler kamu sağlığını tehdit etmeye devam etmektedir (Altıok, 2020). Bağımsız doğrulama kuruluşu Teyit.org, Nisan ayında koronavirüs ile ilgili 100 şüpheli içeriği incelemiş ve medyada koronavirüsle ilgili 2 bin 712 kez haberleştirilen 96 yanlış bilginin yer aldığını tespit etmiştir (İhlas Haber Ajansı, 2020).

Bu araştırma, COVID-19'a ilişkin internet içerikleri, yanlış bilgi ve haberin yayılımının Türkiye'deki dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Ses, görüntü ve yazı formatındaki internet içerikleri sosyal medya platformları ve mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla yayılmaktadır.

Araştırma soruları;

- Türkiye'deki medya kullanıcılarının COVID-19 salgını ile ilgili internet içeriklerine öncelikle hangi platformlar ve kaynaklardan ulaştığı,
- Salgına dair bilgi içeriklerini nasıl işledikleri, süzdükleri içerikleri hangi durumlarda, kimlerle, hangi kanallardan ve ne amaçlarla paylaştıkları,
- Yaş, cinsiyet, eğitim, sosyoekonomik statü ve dünya görüşünün medya kullanım alışkanlıkları ve yanlış bilgiye dair algı ve tutumlarını nasıl etkilediği şeklinde özetlenebilir.

21. yüzyılın en büyük sağlık krizi olan COVID-19 salgınının başarılı bir şekilde yönetilmesi davranışları yönlendirecek doğru bilgilerin kitlelere iletişimi ile mümkündür. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) şubat ayında yeni koronavirüs (COVID-19) salgınına yanlış bilgi salgınının da (infodemic) eşlik ettiğini açıklamıştır (World Health Organization, 2020). Yanlış bilginin çevrimiçi mecralar üzerinden ve mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla yayılım mekanizması virüsün yayılım şekline paralellik göstermektedir (Davies, 2020). Doğal afetler, salgın hastalıklar, siyasi çalkantılar ve terör olayları gibi kamuoyu açısından kriz ve belirsizlik yaratan durumlarda yanlış bilgi sorununun yoğunlaşması yeni bir tespit olmasa da (Austin & Jin, 2016; Li vd., 2019) küresel bir salgın ve halk sağlığı tehdidi olan COVID-19 bağlamında yanlış bilgi sorunu acil olarak ele alınması gereken bir konudur. Öyle ki, pek çok araştırma kurumu ve akademisyenin (Brennen vd., 2020) konuyla ilgili tespit ve uyarılarına paralel olarak, bazı hükümetler ve sosyal medya

platformları salgın ile ilgili yanlış bilginin yayılımını önlemek üzere önlemler almakta ve olası tedbirleri tartışmaktadır. Örneğin Twitter, sağlık otoritelerinin kamu ile paylaştığı bilgilerin etkisini azaltan yanlış bilgileri tespit etmek üzere nisan ayında bir takım yeni kuralları devreye sokmuştur (Welsh, 2020). Yine, küresel olarak iki milyar kullanıcısı olan mesajlaşma uygulaması WhatsApp salgınla ilgili yanlış bilgilerin önüne geçmek için gönderi yapılabilecek grup sayısının sınırlandırmak gibi yeni özellikler tanımlamıştır (Davies, 2020). Diğer yandan Birleşik Krallık hükümeti koronavirüs salgını ile ilgili yanlış içerikleri tespit etmek ve internetten kaldırmak üzere bir ekip kurmuştur (BBC News, 2020). Bu ve benzeri önlemlerin yaygın etkisini arttırmak için bireylerin bilgi işleme süreçlerini sosyokültürel ve ulusal bağlamları içerisinde detaylı bir biçimde anlamak ve önlemleri daha bağlama özel, sağlam zeminlere oturtmak gerekmektedir. Diğer yandan yanlış bilgi sorununu sadece sosyal medyada üreyen ve yayılan bir sorun olarak görmek tartışmaları eksik bırakmaktadır. Farklı ulusal bağlamlarda, değişkenlik gösteren medya tüketim alışkanlıkları mevcut olsa da televizyon gibi geleneksel medya tüketimi küresel olarak hala sosyal medya tüketiminin ötesindedir (Newman vd., 2019; 2018; 2017).

Dolayısıyla, ilgili kurumlar ve otoriteler yanlış bilginin yayılımını engellemek üzere alınacak önlemleri tartışırken sosyal medya ile birlikte diğer mecraları da kapsayan bir çerçeveden ve bireylerin medya kullanım pratiklerini somut bir biçimde anlayarak konuya yaklaşmalıdır. Türkiye dinamik çevrimiçi kültürü ve yoğun sosyal medya kullanımıyla yanlış bilgi sorunun özellikle kriz anlarında sıkça karşılaşıldığı bir ülkedir. COVID-19 bağlamında salgına ilişkin yanlış bilgi ve inanışların sosyal medya aracılığı ile yayılması sağlık otoritelerinin yürüttüğü kapsamlı mücadelenin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır. Örneğin, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca salgın iletişimini internet ve sosyal medyayı son derece etkin kullanarak güçlendirirken zaman zaman sosyal medyada salgınla ilgili yayılan yanlış bilgiye dair açıklamalar yapmak durumunda kalmaktadır (NTV, 2020). Yanlış bilgiyle mücadelenin önemli öğelerinden biri bireylerin medya okur yazarlığı yetkinliklerini güçlendirmektir. Bu araştırma, Türkiyeli medya kullanıcılarının salgınla ilgili bilgiye temaslarının dinamiklerini tespit ederek, sosyal medya platformları, doğrulama kuruluşları, yayıncılar, resmi otoriteler ve yurttaşlar gibi paydaşlara yanlış bilgi ile mücadelede ışık tutmaktadır. Bu mücadelenin en önemli öğelerinden bir diğeri ise doğru bilginin yayılımını hızlandırmak, buna olanak sağlamaktır. Türkiye’de COVID-19 ile ilgili medya kullanımını ortaya koyan bu çalışma, doğru bilgiyi kamuya ileten Sağlık Bakanlığı gibi resmî kurumlara iletişim faaliyetlerinde iç görü sağlamaktadır.

Bu araştırma aşağıdaki soruların cevaplamaktadır:

1. COVID-19 salgını bağlamında Türkiyeli medya kullanıcıları salgınla ilgili bilgi ve haber içeriklerine hangi mecra ve platformlardan ulaşmaktadır?

2. Türkiyeli medya kullanıcılarının salgın ile ilgili bilgi ve haber içeriklerinin doğruluğuna olan güven ve güvensizliklerini ne belirlemektedir?
3. Türkiyeli medya kullanıcıları COVID-19 salgını ile ilgili yanlış/doğru bilgiyi nasıl tespit etmektedirler?
4. Türkiyeli medya kullanıcılarının salgınla ilgili Şüpheli bir bilgiyi doğrulamak için kullandıkları mekanizmalar nelerdir?
5. Türkiyeli medya kullanıcıları yanlış olduğunu düşündükleri bilgiyle ne yapmaktadırlar (paylaşmak, kaynağa bildirmek, hiçbir Şey yapmamak vs.)?
6. Yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim seviyesi ve dünya görüşü COVID-19 özelinde yanlış bilgi algısı ve yayılımını nasıl etkilemektedir?

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Medya Kullanımı ve Medya Repertuvarları

Medya çalışmaları alanında “kullanıcı” kavramı, bireylerin medya alımlama süreçlerinde ve özellikle de internet ve sosyal medya alanlarında etkin varlıklarını anlamlandıran çalışmalarla beraber yaygın hale gelmiştir (Koçer & Bozdağ, 2020:5293; Livingstone, 2003; Picone, 2016 & 2017). Bu çalışmalar medya kullanımını, üretim ve tüketimin iç içe geçtiği süreçler olarak tanımlar (Jenkins, 2006; Bruns, 2008). Medya kullanıcısı teriminin daha derin temelleri, izlerkitlelerin televizyon gibi geleneksel mecralardan yayınlanan mesajları etkin yorumcular olarak yeniden ürettiklerini tespit eden ekollerde bulunmaktadır (Hall, 1981; Rosengren vd., 1985). Türkiye’de alımlama çalışmaları literatüründe sıkça karşılaştığımız kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı (örn. Koçak, 2001; Küçük Kurt vd., 2009; Özarslan & Nisan, 2011) insanların ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarını nasıl kullandıkları sorusuna cevap bulmak, bu kullanım pratiklerinin altında yatan güdüleri tespit etmek ve bireysel kitle iletişim araçları kullanımının olumlu ve olumsuz sonuçlarını belirlemek amaçlarını güder (Katz vd. 1973). Stuart Hall da (2006) izlerkitle çalışmaları alanındaki kilit çalışmalardan biri olan “Kodlama/Kodaçımı” çalışmasında kitle iletişim çalışmalarında uzunca bir süre rağbet görmüş olan doğrusal iletişim modeline bir alternatif geliştirmeye çalışmıştır (Özçetin 2010). Hall’a göre, gönderen-mesaj-alıcı döngüsü içerisinde hareket eden doğrusal iletişim modeli, medya alımlama süreçlerini kavramakta yetersizdir. İzlerkitlelerin sosyokültürel ve politik bağlamlar içerisinde şekillenen etkin yorumlayıcı pozisyonlarını denklemin bir tarafına yerleştirmek medya süreçlerini anlamlandırmanın birinci koşuludur.

Günümüzde internet teknolojileriyle çeşitlenen ve karmaşıklaşan medya ortamlarını anlamak için “etkin izlerkitle” kavramı tek başına yeterli olmamaktadır. Örneğin, bu tamlamadaki “etkin” ifadesi pek çok alımlama faaliyetini (televizyon izleme, sosyal medyada paylaşım ve yorum yapma gibi) aynı şemsiye altında toplamaktadır (Picone, 2016, p. 129; Koçer & Bozdağ, 2020:5294). İzlerkitle ifadesindeki “izler(lik)” faaliyeti de medya tüketicilerinin bir o kadar da medya üreticisi olduğu gerçekliğini artık karşılamamaktadır. Diğer yandan, medya kullanıcısı kavramı “kullanım” vurgusuyla, bireylerin karşılaştıkları medya mesajlarını kendi hayat bağlamları içerisinde etkin ve pratik bir biçimde kullanıma soktuklarını varsayarken, mecralar, ekranlar ve platformlar arasındaki sürekli geçişi de göz önünde bulundurmaya imkân vermektedir (Picone 2016, Bird 2011). “Medya repertuvarları” (*media repertoires*) kavramı bu geçişleri anlamak için kullanışlı bir kavramdır (Hasebrink & Popp, 2006; Koçer & Bozdağ, 2020). Medya kullanıcıları farklı medya ve platformları kullanırken sağlamlık tahayyüllerine paralel olarak medya repertuvarları oluştururlar. Hasebrink ve Popp’a göre (2006:369-370) medya repertuvarları

kullanıcıların medya ile çeşitli temas noktalarını kendileri için anlamlı şekilde bir araya getirdikleri ve önlerindeki seçenekleri kapsayıcı bir biçimde değerlendirmelerine ve anlamlandırmalarına rehberlik eden setleridir. Medya kullanıcıları farklı cihazlar ve haber kaynakları arasında gündelik olarak tercihlerde bulunurken, bu tercihlerine anlamlar yüklerken, medya tüketimlerini başka hayat pratikleri içine yerleştirirken medya repertuvarlarını icra etmektedirler. Literatürde repertuvarların tasarımı ve icrasında toplumsal bağlamın rolü gereken önemi görmemişse de (örn. Yuan, 2011; Taneja vd., 2012) kullanıcılar onlara rehberlik eden medya repertuvarlarını sosyal ilişkileri içerisinde ve toplumsal, siyasal, kültürel bağlamlarla etkileşim halinde tasarlar ve kullanırlar (Koçer & Bozdağ, 2020). Koçer ve Bozdağ'ın çalışması (2020) sosyokültürel ve politik bağlamların haber kullanıcılarının repertuvarlarını şekillendirmesine Türkiye üzerinden bir örnektir. Niteliksel yöntemeye dayanan bu çalışmaya göre sosyal medya kullanıcıları platformları, haber konularını ve toplumsal bağlamı kompleks bir değerlendirmeye tabi tuttuktan sonra haber paylaşım repertuvarlarını belirlemekte ve icra etmektedir. Bu değerlendirmenin sonucunda üç farklı paylaşım örüntüsü ortaya çıkmaktadır: siyasi haber geri durmak, politik bir performans olarak siyasi haber paylaşmak, siyasi anlamları olan haberleri “güvenli bölgelerde” (*safe zones*) paylaşmak (2020:5292).

Türkçe akademik yazında ağırlıklı olarak niceliksel araştırma tekniklerini kullanan araştırmacılar internette bilgi ve haber kullanımını belirleyen eğitim durumu ve yaş gibi dinamikleri ortaya koymuşlardır (örn. Aydoğdu Karaarslan 2018). Yaşlıların medya kullanımına dair 2009 yılında tamamlanan kapsamlı projede araştırma ekibi Konya'da yaşayan 60 yaş üstü 1506 bireye anket uygulamış ve internet kullanımına dair iç görü oluşturmuştur (Koçak 2009). Araştırma sonuçları, internetin yaşlılar arasında sıkça başvurulan bir kitle iletişim aracı olmadığını fakat internet kullanan yaşlıların mecraları daha ziyade haber almak ve bilgi edinmek için ziyaret ettiğini ortaya koymaktadır (Koçak, 2009:123). Yakın zamanda sosyal medya Türkçe yeni medya araştırmaları yazınında analitik odak noktası haline gelmiştir. Örneğin, Yıldızgörür (2019) ölçekler üzerinden topladığı veriyle önemli toplumsal olaylar sırasında üniversite öğrencilerinin sosyal medyada edindikleri bilgilere yönelik güvenilirlik algılarını ve bilgi paylaşma davranışlarını incelemiştir. Dikkol vd. (2019) Türkiye sosyal medya yazınında niceliksel olarak ağırlığı olan Facebook özelinde bir tarama çalışması yapmış ve bu yazının başat özelliklerini tespit etmiştir. DergiPark veri tabanında 2011 yılında 49 olan sosyal medya konulu araştırmaların, 2019'da 1529 gibi bir sayıya ulaşmasına dikkat çeken Dikkol vd. (2019:433) Facebook gibi platformların sosyal gerçekliğin inşasına nasıl dahil olduklarına yönelik çok boyutlu araştırmalara ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir (443). Bulguların çok katmanlı toplumsal gerçekliği ortaya çıkararak kavramsal ve kuramsal olarak yenilikçi tartışmalara temel olabilmesi ancak çoklu araştırma yöntemlerini bir arada kullanan, niceliksel verileri derinlikli niteliksel verilerle tamamlayan araştırma tasarımları ile mümkündür. Uluslararası

yazındaki sosyal medya form ve içeriklerine dair yöntembilim geliştirme çabasının (Sloan & Quan-Haase, 2017) Türkiye yazınında sınırlı da olsa bir izdüşümü bulunmaktadır. Binark'ın derlediği Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri (2014) bu izdüşümün öncü çalışmalarındandır (Dikkol vd., 2019). Bu araştırma projesi anket, medya günlüğü, derinlemesine görüşme ve katılımcı gözlem gibi medya ve iletişim çalışmalarının nicel ve nitel paradigmalarından farklı veri toplama tekniklerini stratejik olarak kullanmaktadır.

2.2. Yanlış Bilgi ve İnfodemi

2016 yılından beri sahte haber, yanlış bilgi, dezenformasyon gibi kavramlar küresel olarak popülerleşmiştir. Bunda popülist siyasal performanslar, seçim kampanyaları, kutuplaşmış toplumsal yapılar, bireysel haklar ve gizlilik prensiplerinin aşınması, gözetime dair kaygılar ve sosyal medyada örgütlenen toplumsal şiddet olayları etkili olmuştur (Spies, 2019). Yanlış bilgi, demokratik süreçlerin işlerliğini aşındıran, yurttaşların karar alma mekanizmalarına müdahalede bulunan, toplumsal şiddet olaylarını tetikleyen ve örgütleyen küresel bir sorundur. Yanlış bilgi yayılımının getirdiği çok önemli olumsuz sonuçlardan biri de doğru bilginin görünmez olması, kamunun doğru bilgiye ulaşmasının önünde engel oluşturmasıdır. Yanlış bilgi sorunu sosyal medya dönemine ait bir sorun değilse de (Burkhardt, 2017), sosyal medya kamusal alanda yanlış bilginin yayılmasını kolaylaştıran bir takım yapısal değişimler getirmiştir (Bayer vd., 2019:52). Sosyal medyanın hiper-demokratik doğası, bilgi dolaşımının yatay olması, konvansiyonel medyada bilgi dolaşımını düzenleyen, denetleyen, engelleyen eşik bekçilerinin sosyal medyada olmaması gibi özellikler kamusal alandaki değişimlerden bazılarıdır. Konvansiyonel medyada bilgi merkezi, dikey ve hiyerarşik şekilde dolaşıma giriyorken sosyal medyada bilgi yatay şekilde dolaşmaktadır. Fakat bu durum sosyal medyada dolaşıma giren bilginin filtrelenmesi, denetlenmesi sorununu da beraberinde getirmektedir. Yeni mesajlaşma teknolojileri ve farklı platformları kapsayan regülasyonların tanımlanması ve uygulanmasındaki zorluk da ilintili bir diğer sorundur. Bireyleri görünüşte güçlendiren sosyal medya kamusalılığı aslında bireyleri dezenformasyon, siber güvenlik vb. pek çok konuda kırılganlaştırmaktadır.

Yapılan araştırmalar yanlış bilgi ve sahte haberlerin günümüzün internet ortamlarında çok hızlı bir biçimde yayılabildiğini ortaya koymaktadır (Vosoughi vd. 2018). Yanlış bilgi en çok da insan sağlığı ile ilgili olduğunda tehlike teşkil etmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Aralık 2019'da dünya gündemine taşınan Covid-19 salgınına yanlış bilgi salgınının da (*infodemic*) eşlik ettiğini duyurmuştur (DSÖ, 2020). İnfodemi ile ilgili akademik literatür 2020 yılı içinde hızla gelişmiştir ve gelişmeye devam etmektedir. Araştırmalar içerisinde büyük sosyal medya verisi üzerinden platformlar özelinde enformasyon yayılımını

inceleyenler önemli yer tutmaktadır. Örneğin, Cinelli vd. (2020) Twitter, Instagram, YouTube, Reddit ve Gab platformlarında enformasyon yayılımını karşılaştırmalı olarak ele almışlar, platformlar arasında enformasyon yayılım hızı açısından farklar tespit etseler de kaynağı şüpheli olan ve olmayan içerikler arasında yayılım açısından bir fark olmadığını belirtmişlerdir. Kouzy vd., (2020) Twitter özelinde 14 hashtag ve ilgili anahtar kelimeleri incelemiş ve Cinelli vd.'nin çalışmasına benzer şekilde beğeni ve paylaşma sayısı açısından şüpheli olan ve doğrulanmış içerikler arasında anlamlı bir fark olmadığını tespit etmişlerdir. Lobato vd.'nin (2020) çalışması şüpheli içerikleri dolaşıma sokan medya kullanıcılarının sosyo-bilişsel profilinin ortaya konulması açısından önemlidir. Siyasal oryantasyon, bilime karşı tutumlar ya da komplo teorilerini kabul etmeye eğilim gibi bireysel farklılıkların şüpheli içerikleri yayma eğilimi ile ilişkisini araştıran çalışma anket tekniğine dayanan keşfedici bir çalışmadır. Covid-19 salgını sırasında sosyal medyada dolaşıma giren görsel içerikler mezenformasyonun yayılmasında önemli rol oynamıştır. Brennen vd. (2020) koronavirüs ile ilgili 96 görsel içeriği inceledikleri çalışmalarında görsel içeriklerin mezenformasyon yayılımındaki işlevlerine işaret etmektedir. İncelenen mezenformatif içeriklerin yarısından fazlasında görseller şüpheli bilginin otantikleştirilmesi için kullanılmıştır.

Doğru olmayan bilgilerin internette yayılması, halk arasında kabul edilmesi, bireylerin bu içerikler üzerinden tutum ve davranışlarını belirlemesinin yanı sıra, doğru ve bilimsel bilgilerin bu vesileyle görünürlüğünün azalması da kamu sağlığını tehdit etmektedir (Wang vd. 2019). Sosyal medyada sağlık konulu yanlış bilgiye dair literatür, sorunun çok yönlü olması nedeniyle farklı disiplinler çerçevesinde yapılan çalışmalarla genişlemeye devam etmektedir. Wang vd. (2019) sağlıkla ilgili yanlış bilgiyi konu edinen, 2012-2018 yılları arasında iletişim çalışmaları, epidemiyoloji, psikoloji ve bilgisayar bilimleri alanlarında yayımlanmış 57 makaleyi incelemiş ve halen yanlış bilgiden en çok etkilenen kesimlerle ilgili detaylı araştırmalara ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir. Li vd. (2019) de sağlık konulu yanlış bilgi literatüründe dört tema kümesinin öne çıktığını tespit etmektedir. Bunlar; sosyal medyada sağlık mezenformasyonunun özellikleri, yanlış bilginin etkileri, sağlık konulu yanlış bilginin yayılımı ile bu soruna müdahale etmede oluşturulan stratejilerdir. Li vd.'nin tespit ettiği bir diğer nokta da çalışmalarda kullanılan veri setlerinin ağırlıklı olarak sosyal medya içerik analizleri (örn. Wazsak vd. 2018) ve senaryolar üzerinden uygulanan deneyler (örn. Chua ve Banerjee 2017) üzerinden toplanmış olmasıdır. Örneğin, Vraga and Bode (2017) Zika salgını özelinde Facebook ve Twitter'da yayılan yanlış bilgiyi düzeltmede sosyal etkileşimin rolünü 613 katılımcıya uyguladıkları bir deneyle ölçmüşler ve akranlarla etkileşimin yanlış bilgiyi paylaşan kullanıcılar üzerindeki olumlu etkisini tespit etmişlerdir. Bu alanda niteliksel ya da karma yöntem kullanan çalışmaların azlığıysa dikkat çekicidir (Li vd. 2019). Kısıtlı sayıdaki niteliksel çalışmalar en çok söylem analizi tekniğinden faydalanmaktadır (örn. Brady vd. 2017). COVID-19 salgınından en çok etkilenen ülkelerden İran'da yakın zamanda yayımlanan bir çalışmada İranlı tıp

öğrencilerinin sosyal ağlarda dolaşıma giren sağlık konulu yanlış içerikler hakkında yürüttükleri tartışmalar ortaya konulmuştur. Bu çalışmada kullanılan yöntem de içerik ve söylem analizinden ibarettir (Bastani ve Bahrani 2020). Türkçe medya ve iletişim çalışmaları yazını sosyal medyada sağlığa dair yanlış bilgi konusunda halen gelişmekte olsa da uluslararası literatüre paralel olarak konuya farklı açılardan yaklaşan araştırmalar bu alandaki üretimin niceliksel ve niteliksel olarak artacağını işaretçisidir. Örneğin, Ünal ve Taylan (2017) sağlık mezenformasyonunu doğrulama kuruluşu Teyit'in faaliyetleri üzerinden ele almıştır. Sosyal medya çalışmaları ve sağlık iletişimi alanlarının kesişim noktalarında ortaya çıkan güncel çalışmalar (Gencer vd., 2019; Şenol & Avcı, 2019; Taşkiran & Yıldız, 2019; Tosyalı & Sütçü, 2016) kadar geleneksel ve ana akım medya odaklı sağlık iletişimi araştırmaları da (Taylan & Ünal, 2017; Koçak & Bulduklı, 2010) henüz yeni yeni oluşan Türkçe sağlık konulu yanlış bilgi yazını beslemektedir.

Wardle ve Derakhshan (2017) sosyal medyadaki yanlış bilgi atmosferini tanımlamak ve bu atmosferin bilgi rejimini kurmadaki rolünü vurgulamak için enformasyon düzensizliği (*information disorder*) ifadesini kullanmıştır. Paralel olarak sosyal medyada yanlış bilgi ve sahte haberin yayılmasına dair akademik çalışmalar artmış, görünür hale gelmiştir (Waisbord, 2018; Innes vd., 2019; Wagner & Boczkowski, 2019; Erbaysal Filibeli & Şener, 2019). Araştırmaların sıklıkla odaklandığı konular arasında yanlış bilgi yayılımının aktörleri ve/veya mekanizmaları bulunmaktadır. Yanlış bilgi yayılımını (Vosoughi vd. 2018) ve bu yayılımı hızlandıran algoritmalar ve platformların rolünü analiz eden çalışmaların (örn. Bessi vd., 2016) yanı sıra, botlar ve trollerin yanlış bilgi yayılımındaki rolüne odaklanan çalışmalar da bulunmaktadır (Yıldız & Smets, 2019; Bulut & Yörük, 2017; Saka, 2019). Bu çalışmalar yanlış bilgi sorununu farklı açılardan ele almaktaysa da sıradan sosyal medya kullanıcılarının bu sorundaki rolünü irdeleyen daha fazla çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Örneğin, Vosoughi vd. (2018) 2006-2017 yılları arasında inceledikleri 126,000 Twitter içeriği üzerinden yanlış bilginin doğru bilgidен yedi kat daha hızlı yayıldığını ve bu yayılımın en etkin ajanlarının sanıldığı gibi botlar olmadığını tespit etmiştir. Sosyal medyada yanlış bilgi yayılımının esas aktörleri troller ya da botlar değil, sıradan sosyal medya kullanıcıları olan bireylerdir. Ancak Twitter gibi sosyal medya platformlarında yanlış bilgiyi yaygınlaştıran olağan kullanıcıların paylaşım motivasyonlarını, toplumsal bağlamlarını, yanlış bilgiyle nasıl bir etkileşim sonucunda paylaşma ya da paylaşmama kararı aldıklarını niteliksel olarak irdeleyen daha fazla araştırmaya gereksinim vardır (Koçer 2019. Bu gereksinimi Kümpel vd. (2015) haber paylaşımı literatürünü taradıkları makalelerinde bağlamı dikkate alan çalışmaların azlığını not ederek vurgulamaktadır. Haber paylaşım literatürü de tıpkı yanlış bilgi literatürü gibi ağırlıklı olarak niceliksel yöntemlere yaslanmakta, içerik ve ağ analizlerine yoğunlaşmakta ve pek çok çalışmada bireylerin toplumsal bağlamlar içerisinde şekillenen medya kullanım süreçlerine derinlemesine yaklaşımın gerekliliği göz ardı edilmektedir. Kümpel vd. (2015) haber

paylaşım literatürü özelinde bu tespiti yapmışlardır. Kümpel vd. 2004 ve 2014 yılları arasında yayımlanan 461 makaleyi inceledikten sonra haber paylaşım literatürünün üç temel araştırma alanı etrafında şekillendiğini söylerler. Bunlardan ilki haber paylaşımının aktörleridir. Bu alanda üretilen literatür çevrim içi medya kullanımı bağlamında haber paylaşımı, kullanıcıların haber paylaşımı hakkındaki tutumları ve sosyal medyada haber paylaşma motivasyonlarına odaklanmaktadır. Bir diğer araştırma alanı paylaşılan haber içerikleridir. Örneğin, sosyal medya kullanıcıları hangi durumlarda hangi tip haber içeriklerini daha çok paylaşır sorusu bu araştırmalarda sıklıkla gündeme gelmektedir. Üçüncü araştırma alanı ise haber paylaşım ağlarıdır. Bu araştırmalar ağ yapılarının haber paylaşımını nasıl etkilediğini, farklı ağlardaki paylaşım pratiklerini ele almaktadır (2015:4-5). Kümpel vd. (2015:9) haber paylaşım literatürünün kısıtlarını ele alırlar. Bu kısıtlardan bir tanesi toplumsal bağlamın literatürde gereken önemi görmemesidir. Yazarların taradığı 461 makalenin sadece %4'ü niteliksel metodolojiye dayanmaktadır. Makalelerin önemli bir bölümü haber paylaşımını etkileyen siyaset gibi dış etmenleri göz ardı etmektedir. Yine bu literatür ağırlıklı olarak Amerika merkezlidir ve farklı ulusal medya sistemlerinden araştırmaların eksikliği hissedilmektedir (Kümpel vd., 2015:9). Kümpel vd. (2015:10), literatürün farklı toplumsal bağlamlarda yapılan araştırmalara doğru açılması ve odak noktalarından birinin haber paylaşımının sosyal işlevleri olması gerektiğini işaret etmektedir. İhm ve Kim de (2018) literatürün haber paylaşımını ağırlıklı olarak sadece bilgi yayımı olarak ele aldığını tespit eder ve haber paylaşımının iletişim boyutuna dikkat çeker: "Haberler kendi kendilerine dağılmazlar. Bir haberi paylaşmaya, göndermeye karar verenler bireylerdir. Bireyler başkalarıyla iletişim kurduklarında kendilerini sunmaya yönelik kendi imajları ve izlerkitlelerinin beklentilerine uyan motivasyonlar taşırlar" (2018:4348). Bu nedenle, bireyler haber paylaştıklarında bilgi paylaşımının yanı sıra kendileriyle ilgili bir performans sergilerler.

Sosyal medyada yayılan doğru olmayan bilgiler özellikleri itibariyle çeşitlilik göstermektedir. Wardle ve Derakhshan (2017:20) yanlış bilgiyi üç kategoriye ayırmaktadır. Dezenformasyon kasıtlı olarak bir kişiye, kuruma, toplumsal kesime ya da ülkeye zarar vermek amacıyla üretilmiş ve yayılmış enformasyondur. Kasıtlı olma özelliği ve özellikle seçim dönemlerinde merkezi olarak örgütlenen kampanyalarda sıklıkla karşılaşılabildiği dezenformasyonu propaganda ile iç içe geçirebilmektedir. Dezenformasyondan farklı olarak mezenformasyon zarar verme niyeti olmadan üretilen ve yayılan enformasyon demektir. Sıradan sosyal medya kullanıcılarının yanlış olduğunu bilerek ya da bilmeyerek ancak zarar verme niyeti olmadan kendi ekosistemlerinde yaydıkları enformasyon bu kategoride değerlendirilebilir. Burada niyet kriteri ampirik olarak tespit etmesi zor bir kriter olsa da örgütlü dezenformasyon kampanyaları ile kullanıcıların sıradan paylaşımları arasındaki fark analitik olarak anlamlı bir farktır. Wardle ve Derakhshan'ın (2017) önerdiği üçüncü kategori malenformasyondur. Malenformasyon gerçeğe dayanan bilgidir. Ancak gerçeğe dayansa da bir bireye, kuruma ya da ülkeye zarar vermek için dolaşıma sokulmaktadır. Örneğin, Hillary

Clinton'ın e-posta yazışmaları gerçektir ancak yazışmaların kamuya sızdırılması zarar vermek için yapılan kasıtlı bir eylem olduğu için bu yazışmalar malenformasyon olarak değerlendirilir.

Wardle ve Derakhshan'ın dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon ayrımı önemlidir ve pek çok iletişim araştırmacısı tarafından analitik olarak kullanılmaktadır. Wardle ve Derakhshan enformasyonu kasıt üzerinden ayırtırmakta yalnızca değildir (bkz. Bennet & Livingston, 2018). Diğer yandan, yanlış bilgi sorununu daha geniş perspektiften görmek ve bütünsel olarak ele almak için yanlış bilgi kavramsallaştırmasının yeniden masaya yatırılması önemlidir. Medya tarihçisi ve kuramcısı Caroline Jack (2017) yanlış bilginin çok çeşitli yüzleri olduğunu da vurgulayarak mezenformasyon ve dezenformasyon kavramlarını kapsayan "problematik enformasyon" (*problematic information*) ifadesini gündeme getirmiştir. Problematik enformasyon, halkla ilişkiler faaliyetlerini, propagandayı ve kültürel eleştiri ve mizah olarak yanlış bilgiyi kapsayan, üretim ve yayımda zarar verme kastını bir referans noktası olmaktan çıkaran geniş bir kavramdır. Geniş kapsamı açısından güçlü bir kavram olsa da problematik enformasyon, Wardle ve Derakhshan'ın enformasyon düzensizliği olarak tanımladığı bilgi rejimini analitik olarak ele alırken kısıtlı kalabilmektedir. Marwick (2018) yanlış bilgi çalışmalarında odak noktalarının da yeniden kurulması gerektiği işaret ettiği çalışmada Jack'in problematik enformasyon (2017) kavramını kullanır. Marwick'e göre, esas olan yanlış bilgi türleri arasındaki ayrım, hatta yanlış ve doğru bilgi arasındaki çizgi değil, yanlış bilginin bireyler üzerindeki etkileridir (2018). Yanlış bilgi sorunu bugün ortaya çıkmış bir sorun değildir. Dezenformasyon, mezenformasyon, sahte haber gibi bilgi türlerinin izleri insanlık tarihinin farklı noktalarında sürülebilir. 20. yüzyıl siyaseti bu bilgi türlerinin egemenliğinin kurulduğu dönemdir (Lippmann, 1922). Diğer yandan, (yanlış) bilgi türleri farklı toplumsal yapılarda ve siyasal formasyonlarda tarihsel bağlamlara içkin olarak farklı şekillenmekte ve deneyimlenmektedir. Bu bilgi türleri arasında zarar verme kastını merkeze alarak yapılacak analitik ayrımlar her toplumsal bağlam ve her tarihsel konjonktürde anlamlı olmamaktadır. Marwick problematik enformasyonun bireyler üzerindeki etkisini ve bireylerin problematik enformasyonu sosyal medyada neden dolaşıma soktuklarını anlamak üzere sosyoteknik (*sociotechnical model*) olarak adlandırdığı bir model önermektedir. Sosyal olanla teknolojik olanı birbiriyle diyaloga sokan ve yanlış bilgi çalışmalarında geri planda kalan "toplumsal" olanı öne çıkarmayı hedefleyen sosyoteknik model üç ayaklı bir yaklaşımdır. Problematik enformasyonun neden paylaşıldığını ve bireyler üzerinde etkilerini anlamak için öncelikle aktörlere yani medya kullanıcılarına, onların çevrim içi ve çevrim dışı anlam dünyalarına odaklanmak gerekmektedir. Modelin ikinci ayağı mesajlara odaklanmaktadır. Buradaki yaklaşım problematik enformasyonu metinler (*text*) olarak anlamının ötesinde söylemler (*discourse*) olarak anlamayı gerektirmektedir. Sosyoteknik modelin üçüncü ayağı sağlıklardır (*affordances*). Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarının teknolojik özelliklerini ve işlevlerini kullanıcıların gözünden anlamak

problematik enformasyonun neden, nasıl ve hangi etkilerle yayıldığını anlamak için kritiktir. Sosyoteknik modelin iletişim ve medya antropolojisi literatüründe karşılığı bulunmaktadır. Marwick'in odağındaki medya kullanıcısı bireyler aslında sosyokültürel aktörlerdir. Problematik enformasyonun medya kullanıcıları üzerindeki etkileri ve kullanıcıların problematik enformasyonu yayma nedenleri, ancak davranışları şekillendiren toplumsal, tarihsel, siyasal ve kültürel bağlamlar içinde anlamlıdır. Diğer yandan, problematik enformasyona metinselliğin (*textuality*) ötesinde söylemsellik (*discursivity*) üzerinden yaklaşmak söylemler arasındaki ilişkileri de odağa almayı gerektirir. Antropolog Andrew Groan'a göre, problematik enformasyon söylemdeştir (*interdiscursive*) (2019). Söylemler arasında kurulan tarihsel ve sosyopolitik ilişkiler problematik enformasyonun kamusal alanda dolaşım mekanizmalarını aydınlatmaktadır.

2.3. Sağlık Tahayyülü, Polimedya, Kullanıcıların Rolü

Sosyal ağlardan bilgiye erişim, erişilen bilginin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi ve kullanımı katılımcıların mecralarla ilgili sağlık tahayyülüne paralel gerçekleşmektedir. Platform ve uygulamalarla ilgili sağlık tahayyülü yanlış bilgi algılarını ve pratiklerini de etkilemektedir. Nagy & Neff (2015) iletişim ve yeni medya çalışmalarında muğlak şekilde kullanılan ve en geniş anlamda teknolojinin sağladığı olanaklar ve getirdiği kısıtlar olarak tanımlanan platform sağlamlığı (*affordance*) yerine "sağlık tahayyülü" – hayal edilen sağlamlık (*imagined affordance*) kavramını önermiştir. Sağlık tahayyülü kullanıcıların iletişim teknolojileri, verileri ve medyalarla ilgili beklentileri üzerinden şöyle açıklanmaktadır: "[Kullanıcıların sağlamlıkla ilgili] beklentileri [platform] araç gereçlerine içkin şekilde tasarlanmamış olabilir ama yine de [bu beklentiler] mevcut ve kullanışlı olan eylemlerle ilgili kullanıcıların algılarının parçası haline gelir." (Nagy & Neff, 2015:5). Medya kullanıcıları gündelik yaşamlarında, kimlik performanslarında ya da kişilerarası iletişim süreçlerinde platformlara attıkları sağlamlığı sürekli olarak yeniden tahayyül etmekte ve kurgulamaktadır. Costa da sağlamlık tanımında sosyokültürel aktörler olarak kullanıcıları merkeze alır. Costa, Mardin'de gerçekleştirdiği saha çalışmasında sosyal medya kullanıcılarının farklı çevrim içi alanları ve sosyal grupları birbirinden ayırmak amacıyla gizlilik ayarlarını bağlamsal olarak değiştirdiklerini gözlemlemiştir (2018). Bireyler kültürel, siyasal ve toplumsal bağlamlar içerisinde şekillenen iletişim performanslarını tasarlarlarken ve hayata geçirirken platformlara içkin teknolojik imkân ve kısıtları etkin bir biçimde değerlendirmekte ve kullanıma sokmaktadır. Bu imkân ve kısıtlılıklar anlamınlarını pratikte bulur. O nedenle Costa platform sağlamlığını "pratikte sağlamlık" (*affordances in practice*) ifadesi ile nitelendirir. Kullanıcıların gözünden teknolojinin imkân ve kısıtlarını yanlış bilgi özelinde pratikte gözlemlemeye olanak veren ve sağlamlık tanımını niteliklendiren "sağlık tahayyülü" ve "pratikte sağlamlık" kavramları Covid-19 salgını özelinde sosyal medyada bilgi erişimini yine kullanıcıların

gözünden anlamak için kullanışlıdır. Bu çalışma için bir diğer kullanışlı kavram polimedya (*polymedia*) kavramıdır. Madianou ve Miller (2012), Karayipler, Filipinler ve Birleşik Krallık'ta ulus aşırı ailelerle yürüttükleri karşılaştırmalı etnografik çalışmadan yola çıkarak yeni medya ortamında kullanıcıların birbiriyle etkileşim halinde olan farklı medya ve platformları yine birbirine ilişkilendirerek anlamlandırmalarını ve kullanmalarını tarif etmek için polimedya ifadesini kullanırlar. Polimedyaada esas vurgu teknoloji ya da teknolojinin sınırlılıkları ve getirdiği imkanlar üzerinde değil, kullanıcıların farklı medya ve platformlar arasındaki geçişlerinin ve tercihlerinin toplumsal, kültürel, duygusal ve politik nedenleri ve sonuçları üzerindedir. Bu tercihler ve geçişler kişiler arası iletişimden şekillenmekte ve kişiler arası iletişimi şekillendirmektedir. Polimedya kuramı toplumsal ve teknolojik arasında, toplumsal ve ilişkisel olanı merkeze alan yeni bir ilişki önermektedir. Teknolojinin toplumsal ve ilişkisel anlamlarını ele alırken medya kullanıcılarının teknoloji hakkında kurdukları söylemlere odaklanmak teknolojiyi kullanıcıların gözünden görebilmek için aydınlatıcıdır. Gershon (2010) medya kullanıcılarının teknolojinin hem iletişimsel olanakları hem de materyal sınırlılıklarına atfettikleri anlamları medya ideolojileri (*media ideologies*) olarak isimlendirir. Tıpkı dil ideolojileri (Kroskity, 2000) gibi medya ideolojileri de çoklu, kısmi ve tartışmalıdır (Gershon, 2010:284). “Medya ideolojileri kişilerin medya kullanım stratejilerinin bir yansıması olduğu kadar, bu stratejileri beslerler” (Gershon, 2010:284). İletişim teknolojilerinin materyal yapıları, imkanları ve kısıtlılıkları ile bunlar hakkında kullanıcıların ürettiği söylemler medya ideolojilerinin en görünür olduğu alanlardır. Türkiye gibi kutuplaşmış bir ortamda kullanıcıların sosyal medyadan enformasyona erişme, bu enformasyonu değerlendirme ve kullanmalarını çerçeveleyen medya ideolojilerinde siyasal bağlam önemli bir belirleyen olarak gündeme gelmektedir.

Yanlış bilginin sosyal medyada yayılmasında sıradan kullanıcıların oynadığı rol çeşitli çalışmalarla tespit edilmiş olsa da kullanıcıların yanlış bilgiyle temaslarına, bu temasları şekillendiren anlam dünyalarına ve bu anlam dünyalarından üreyen pratiklere dair sorular gereken önemi görmemektedir. Mezenformasyon çalışmalarında pek çok araştırma, odaklandığı soruları yerel, ulusal ya da kültürel süreçlere değinmeden küresel bir olgu olarak yanlış bilgi üzerinden şekillenmektedir. Oysa ki, gerek sosyal medya kullanımı ve bilgi ve haber alımlama süreçleri gerekse salgın hastalıklara, korunma ve tedavi yöntemlerine atfedilen anlamlar ancak toplumsal bağlamlarında anlamlıdır. Kullanıcıların yanlış bilgiyi bir kategori olarak nasıl tanımladıklarını anlamak onların pratiklerini şekillendiren anlam dünyalarına erişmede başlangıç noktasıdır. Kullanıcılar hangi içerikleri yanlış, şüpheli, güvenilmez hangi içerikleri doğru ve güvenilir olarak tespit etmekte, içerikleri işlerken hangi mekanizmalara yaslanmaktadır? Buradan hareketle, COVID-19'a dair içerikleri öncelikle değerlendirme ve sonrasında yayma eylemlerinin Türkiyeli kullanıcılar açısından belirleyenleri nelerdir? Bu belirleyenler ortak noktalar içerse de başka ulusal bağlamlarda benzer süreçleri yaşayan kullanıcılar için aynı olmayacaktır. Koçer & Bozdağ (2020) Mart 2019 yerel seçimlerinin hemen

öncesinde gerçekleştirdikleri çalışmada kullanıcıların sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri değerlendirirken geleneksel medyaya duydukları güvensizlik, mesaj kaynağının kredibilitesi, mesajın alındığı sosyal ağlar ve platformların nitelikleri gibi farklı belirleyenler tespit etmişler, bu belirleyenlerin bağlamsal anlamlarını ortaya koymuşlardır. COVID-19 salgını bağlamında bu etkenler ve başka belirleyenler birbiriyle nasıl etkileşmekte, kullanıcıların bilgi işleme ve karar verme mekanizmalarını nasıl şekillendirmektedir? Kullanıcılar bilginin doğru veya yanlışlığına karar verdikten sonra nasıl bir davranış sergilemekte ve davranışlarına hangi anlamları atfetmektedirler? Sosyal medya kullanıcıları yanlış bilgiyi çoğu zaman yanlış olduğunun farkında olmadan paylaşmakta, dolaşıma sokmaktadır. Araştırmalar, COVID-19 bağlamında en çok yaygınlaşan içeriklerin doğru bilgileri yanlış bilgilerle bir arada barındıran karma içerikler olduğunu tespit etmektedir (Brennen vd., 2020). Brennen vd. (2020) doğrulama kuruluşları tarafından mezenformasyon olduğu tespit edilen 225 içeriği incelemiştir. Bu içeriklerin %59'u doğru bilgi ve yanlış bilginin bir arada bulunduğu karma içeriklerdir. İçeriklerin %38'i tamamen uydurma içeriklerdir. Karma içerikler toplam sosyal medya etkileşiminin %87'sini oluşturmaktadır. Tamamen uydurma içerikler ise sosyal medya etkileşiminin %12'sini teşkil etmektedir (Brennen vd., 2020) O halde genel geçer şekilde yanlış ya da doğru oluşundan bağımsız olarak COVID-19 salgını sırasında hangi tip içeriklerin daha fazla paylaşımına girdiğini, kullanıcıların paylaştıkları bu içerikleri kimlerle, hangi platformlardan, ne amaçlarla paylaştıklarını kendi perspektiflerinden anlamak başlangıç noktası olmalıdır. Medya kullanıcılarının sağlık konulu yanlış bilgiyi kişisel ve toplumsal bağlamları içerisinde nasıl yorumladıkları ve anlamlandırdıkları yanlış bilginin yayılmasında kullanıcıların oynadıkları rolü anlamamanın anahtarıdır. Bireylerin yanlış bilginin yayılmasında oynadıkları rolü derinlikli olarak anlamak etkili müdahale ve tedbir stratejilerinin de temelini oluşturmalıdır.

Yapılan pek çok araştırma, sosyal medyada sağlık konulu yanlış bilgiye dair önleyici ve düzeltici öneriler ortaya koymaktadır. Yanlış bilginin düzeltilmesine odaklanan bu çalışmalar düzeltilmiş bilginin kaynağı ve bireyler üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Örneğin, Vraga & Bode (2017a) Hastalık Kontrol Merkezi (CDC) gibi sağlık kuruluşlarının düzeltici müdahalede başka kurum ve kişilerden daha etkili olduğunu ortaya koymuştur. Van der Meer & Jin de (2019) hükümet temsilcileri ve haber kuruluşlarından gelen düzeltmenin olumlu etkisini belirtmişlerdir. Bir diğer araştırmalarında Vraga & Bode (2017b) akran sosyal medya kullanıcılarından gelen düzeltmenin yanlış bilgi yayan bireyler üzerindeki platformlara göre farklılaşan etkisini tespit etmişlerdir. Bu araştırmaların ortak özellikleri veri setlerini senaryolar üzerinden geliştirilen deneyler aracılığıyla oluşturmaları ve verinin toplandığı toplumsal bağlamı sonuçların bir belirleyeni olarak görmemiş olmalarıdır. Çıkan sonuçlar yanlış bilgi alanında önleyici faaliyetlere ışık tutsa da spesifik, özgün ve etkili önleyici faaliyetler için fazlasına ihtiyaç vardır. Diğer yandan, bazı araştırmalarda sınırlı da olsa toplumsal arka plan araştırma tasarımında öncelikler arasında tutulmuş ve

derinlikli sonuçlar ortaya çıkmıştır. Carey vd. (2020) 2016 yılında Brezilya’da baş gösteren Zika salgını sırasında sosyal medyada yayılan yanlış bilgiye dair resmi makamlarca alınan önlemler ve düzeltici çalışmaların faydası olmadığı gibi bu çalışmaların doğru bilgileri de gölgelediğini tespit etmiş, bu sonucun Brezilya’ya özgü yanlarını tartışmıştır. İsrail’de kızamık salgını sırasında yapılan bir çalışma da özellikle resmi makamlarca yapılan önleyici ve düzeltici faaliyetlerin biçimsel özelliklerinin İsrail bağlamındaki önemini vurgulamaktadır (Gesser-Edelsburg vd. 2018). Bu çalışmaya göre, sağlık örgütlerinin yanlış bilgiyle mücadeleyi “mitlerle mücadele” şeklinde çerçevelemesi İsrail kamuoyu tarafından yukarıdan bakma şeklinde algılanabilmektedir. Ayrıca bu yaklaşım mitlerin mit olmalarından bağımsız bir biçimde akılda kalma gibi güçlerinin olduğunu göz ardı etmektedir. Bugün de COVID-19 salgını sırasında Dünya Sağlık Örgütü yanlış bilgiyle mücadeleyi mitlerle mücadele olarak çerçevelemektedir (World Health Organization, 2020).

3. YÖNTEM

Araştırmada niteliksel ve niceliksel tekniklerin bir arada kullanıldığı karma yöntem kullanılmıştır. Karma yönteme dayalı araştırmalar niceliksel ve niteliksel yöntemlerin avantajlarından aynı anda yararlanma imkânı sağlamakta, tek yönteme dayalı sınırlılıkları aşmayı kolaylaştırmaktadır. Karma yöntemler, niteliksel bilgiyi sayısal veriler ile zenginleştirme imkânı sağlayıp toplumdaki eğilimlere ilişkin genel çerçeveyi sunarken, niteliksel veriler sayısal verilerin çizdiği çerçeveyi kullanarak bu eğilimlerin günlük hayatta tekabül ettiği anlamlar, pratikler ve deneyimlere ilişkin kavrayışımızı geliştirmektedir. Derinlemesine görüşmeler gibi niteliksel veri toplama araçları araştırma ekibi ve katılımcılar arasında bir karşılaşmaya vesile olmaktadır. Bu karşılaşmanın kendisi araştırma sorunsalını çerçeveleyen toplumsallığı üzerinde taşıyan bir ilişkilendirilmedir. Niteliksel araştırmanın araştırmacı ve katılımcılar arasında sebep olduğu diyalogun kendisi meta seviyede, başka türlü elde edilemeyecek bir veri öbeğinin ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Diğer yandan niceliksel yöntemler, niteliksel araştırmalar sonucunda oluşturulan yeni hipotezleri test etme olanağı sunmaktadır.

Araştırma tasarımı:

- (1) Anket (Survey)
- (2) Medya günlükleri (Solicited diaries / Diary surveys)
- (3) Derinlemesine görüşmeler (In-depth interviews)
- (4) Katılımcı gözlem (Participant observation)
- (5) Veri analizi olmak üzere 5 safhadan oluşmaktadır.

Anket verisinin ön analizinden yola çıkarak son şekli verilmiş olan medya günlükleri derinlemesine görüşmelere temel oluşturmuştur. Eş zamanlı olarak dört farklı noktada yürütülen katılımcı gözlem diğer tekniklerle oluşturulan veri setini derinleştirmiştir.

3.1. Türkiye Temsili Anket Uygulaması

Anket uygulama safhasındaki amaç, Türkiyeli medya kullanıcılarının Covid-19 pandemi süreci özelinde medya kullanımına odaklanarak medya kullanıcıları nezdinde güveni veya güvensizliği inşa eden pratikleri anlamak ve toplumun yanlış bilgi tespit ve bilgi doğrulama yöntemlerini ortaya koymaktır. Anket verisi toplama sürecinde, profesyonel bir araştırma şirketi ile çalışılmıştır. Anket çalışması için dezavantajlı / hassas gruplar ile çalışma gibi özel bir uzmanlık alanı gerekmemektedir. Araştırma şirketinin çalıştığı anketörler veri toplama öncesinde proje ekibi tarafından eğitilmiştir. Bu şekilde, anket çalışmasının sağlıklı yürütülmesi sağlanmıştır. Önerilen araştırmanın evrenini Türkiye'nin 15 – 64 yaş arası kentli nüfusu oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini 2019 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

verilerine göre 56.391.925 kişi oluşturmaktadır. 1068 kişiyle yapılması önerilen araştırmanın Türkiye'nin kentli nüfusunu %95 güven aralığında +/-%3 hata oranı ile temsil edeceği hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması 2. Düzeyinde yer alan 12 bölgeyi temsilen birer il seçilmiş ve bu bölgelerdeki nüfus dağılımına göre 18 yaş üstü katılımcılarla telefon ve yüz yüze olmak üzere birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Medya kullanıcılarının belirlenmesinde kullanılan kriter "geleneksel ya da yeni medya mecralarından son 5 gün içerisinde en az 1 haber almış olmak"tır.

Tablo 1. Katılımcıların bölgelere göre dağılımı

	ERKEK			KADIN			TOPLAM			TOPLAM
	15- 29	30- 44	45- 64	15- 29	30- 44	45- 64	15- 29	30- 44	45- 64	
Akdeniz-TR6	23	23	22	22	23	22	45	45	45	135
Batı Anadolu-TR5	18	18	17	18	18	18	35	36	35	107
Batı Karadeniz-TR8	10	9	11	9	9	11	19	18	22	60
Batı Marmara-TR2	8	8	9	7	7	9	14	15	18	47
Doğu Karadeniz-TR9	6	5	7	5	5	7	11	10	13	35
Doğu Marmara-TR4	17	19	18	17	18	18	34	37	36	107
Ege-TR3	22	23	25	20	23	26	42	46	51	139
Güneydoğu Anadolu-TRC	24	17	12	23	16	11	47	33	23	103
İstanbul-TR1	35	39	32	34	38	32	69	77	64	210
Kuzeydoğu Anadolu-TRA	6	4	4	6	4	4	12	8	7	27
Orta Anadolu-TR7	9	8	9	9	8	9	18	16	17	52
Ortadoğu Anadolu-TRB	11	8	6	10	7	6	21	15	12	48
TOPLAM	187	181	172	179	177	172	366	358	343	1068

Anket soru formu (EK1) aşağıdaki parametreler gözetilerek hazırlanmış ve katılımcıların medya takip, bilgiye erişim ve yorumlama süreçlerine ilişkin veri inşa etmeyi amaçlamıştır:

- Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, sosyokültürel özellikler,
- Siyasi yönelim, dünya görüşü gibi sosyodemografik özellikler,
- İnternet kullanımı alışkanlıkları,
- Geleneksel medyaya güven, medya kullanıcılarının ulusal ve uluslararası başvuru ve haber mecraları,
- Haber kaynaklarına güveni belirleyen unsurlar
- Medyadan edinilen bilgiyi işlerken uygulanan adımlar
- Çevrimiçi ve çevrimdışı bilgi paylaşım pratikleri

53 sorudan oluşan ankette işlenen konular, COVID-19 salgını bağlamında yanlış bilgiyi tanımlama ve tespit etme yöntemleri, bilgi/haber doğrulama yöntemleri ve kaynakları, yanlış bilgiye yönelik tutum ve

bu bilginin nasıl kullanıldığı, güncel yanlış/çelişkili bilgi içeren güncel haberlere yönelik yaklaşımlar ve yanlış bilgi ile mücadeleye dair algı ve düşünceler olarak özetlenebilir.

3.2. Örneklem Karakteristiği

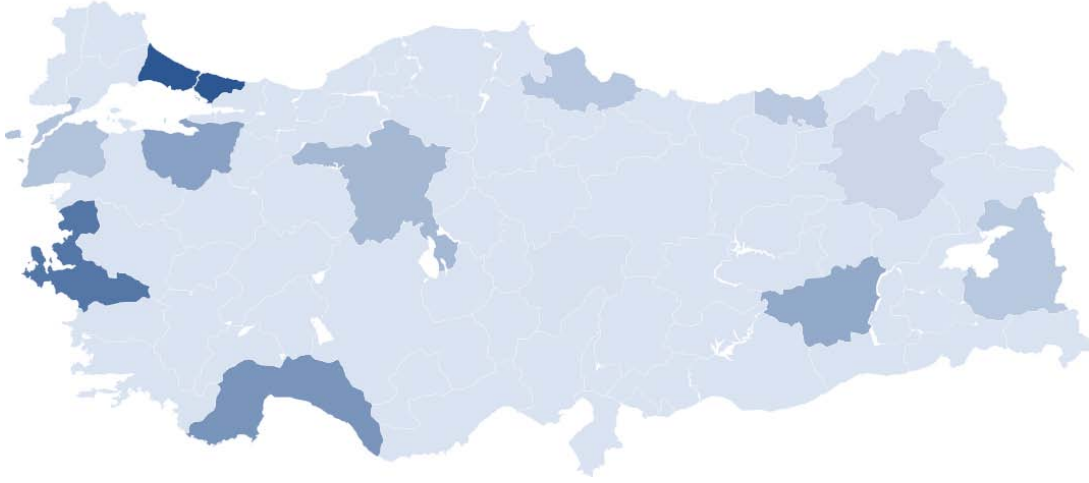
Araştırmada Türkiye Temsili Anket çalışması kapsamında profesyonel bir araştırma şirketiyle birlikte hareket edilerek farklı bölgelerden toplamda bin seksen yedi (1087) katılımcıya erişilmiştir. Anket verisi 25 Ağustos – 4 Ekim 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Elde edilen anket verilerinin demografik özellikler doğrultusundaki dağılımı şöyledir:

Tablo 2. Katılımcıların illere göre dağılımı

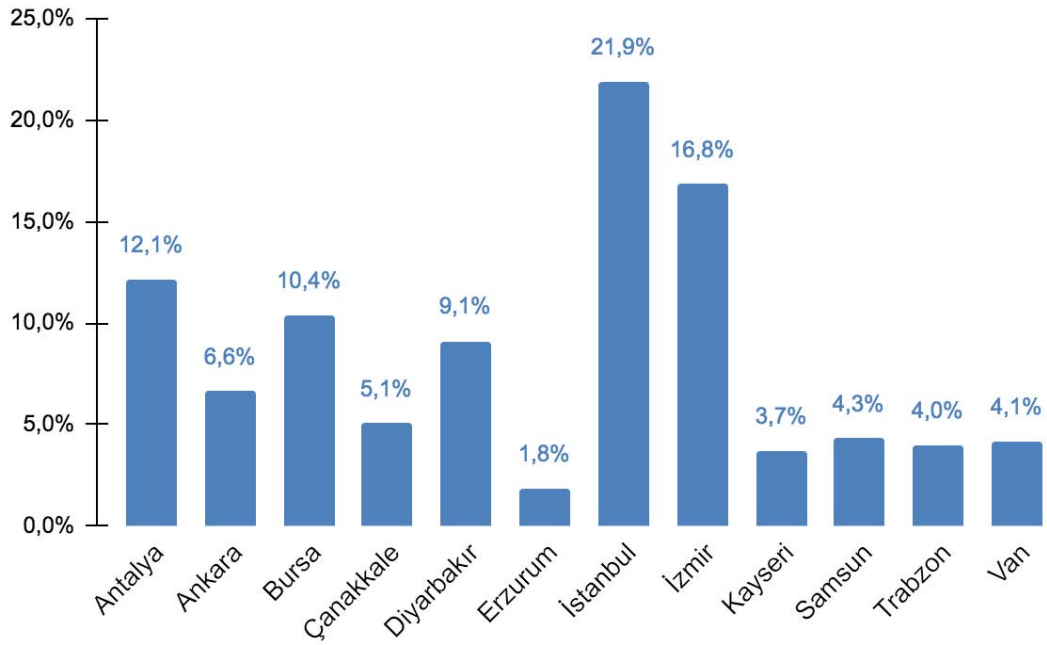
	Frekans	Geçerli Yüzde
Antalya	132	12,1%
Ankara	72	6,6%
Bursa	113	10,4%
Çanakkale	55	5,1%
Diyarbakır	99	9,1%
Erzurum	20	1,8%
İstanbul	238	21,9%
İzmir	183	16,8%
Kayseri	40	3,7%
Samsun	47	4,3%
Trabzon	43	4,0%
Van	45	4,1%
Toplam	1087	100%

Anket verileri ADHOC Araştırma şirketi tarafından Ankara, Antalya, Bursa, Çanakkale, Diyarbakır, Erzurum, İstanbul, İzmir, Kayseri, Samsun, Trabzon, Van olmak üzere 12 farklı ile yönelik gerçekleştirilen telefon görüşmeleri aracılığıyla toplanmıştır. Örneklem %22'ini İstanbul alt bölgesi (TR1), %17'sini Ege bölgesini (TR3) temsilen İzmir, %12'sini Akdeniz bölgesini (TR6) temsilen Antalya ve %9'unu Güneydoğu Bölgesini (TRC) temsilen Diyarbakır oluşturmaktadır.

Şekil 1. Katılımcıların illere göre dağılımı – Harita



Şekil 2. Katılımcıların illere göre dağılımı – Çubuk grafik



Tablo 3. Katılımcıların cinsiyet bazlı dağılımı

		Frekans	Geçerli Yüzde
Cinsiyet	Kadın	564	51,9%
	Erkek	523	48,1%

Örneklem içerisindeki cinsiyet dağılımı Türkiye nüfusu ile özdeşleşmekte olup Kadın katılımcılar 564 ile %51,89, Erkek katılımcılar ise 523 ile %48,11 şeklinde dağılım göstermiştir.

Tablo 4. Türkiye popülasyonu ve araştırma örnekleme

	Türkiye	Örneklem
18 - 19	4,2%	3,0%
20-24	11,0%	15,2%
25-29	10,6%	7,5%
30-34	10,6%	13,8%
35-39	10,9%	9,2%
40-44	9,9%	8,8%
45-49	9,2%	9,4%
50-54	7,8%	10,8%
55-59	7,3%	7,3%
60-64	5,9%	5,1%
65-69	4,5%	3,9%
70-74	3,4%	3,3%
75-79	2,2%	1,3%
80-84	2,5%	1,5%

Yukarıdaki tabloda yaş gruplarına göre Türkiye ortalaması ile araştırma örnekleminin dağılımı yer almaktadır. Yaş grupları açısından incelendiğinde, örneklem karakteristiğinin Türkiye ile benzeştiği görülmektedir. Yaşa bağlı algısal ve davranışsal değişimlere gözlemlemek amacıyla katılımcıların yaşları 3 kategoride birleştirilmiştir: 18 – 29, 30 – 49 ve 50 yaş ve üstü. Kategorizasyon yaparken, literatürde farklı aralıklar olarak tanımlanan kronolojik yaşa bağlı genç, orta yaş ve yaşlı sınıflandırmalarından ayrı olarak, örneklemin dağılımına bakılmış ve her kategorinin analize olanak verecek büyüklükte olması amaçlanmıştır. Aşağıda dağılımı verilen kategorizasyondaki yaş kategorileri kronolojik yaşa bağlı tanımlanan genç, orta yaş ve yaşlı tanımlamalarından bağımsız olarak düşünülmelidir.

Tablo 5. Katılımcıların yaş gruplarının dağılımı

		Frekans	Geçerli Yüzde
Yaş Grubu	18-29	314	28,9%
	30-49	432	39,7%
	50+	341	31,4%

Veriler incelendiğinde yaş dağılımının ağırlıklı olarak 30 yaş ve üstünde toplandığı görülmektedir. 30 yaş üstü katılımcılar örneklem içerisinde toplamda %71,1'lik bir paya sahiptir.

Tablo 6. Katılımcıların medeni durumları

		Frekans	Geçerli Yüzde
Medeni Durum	Bekar	448	41,2%
	Evli	541	49,8%
	Boşanmış/Eşi vefat etmiş	98	9,0%

Örneklemin yaklaşık yarısı hali hazırda evli; %59'u ise en az bir kez evlenmiş kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların eğitim düzeylerinin dağılımları

		Frekans	Geçerli Yüzde
Eğitim Düzeyi	İlköğretim ve Altı	355	32,7%
	Lise ve Dengi	326	30,0%
	Önlisans ve Üstü	406	37,4%

Katılımcıların %67,34'ü Lise veya üstü bir eğitim düzeyine sahip olurken düşük eğitim düzeyine sahip olanların oranı %32,66 olmuştur.

Tablo 8. Katılımcıların gelir düzeyleri

		Frekans	Geçerli Yüzde
Gelir Düzeyi	0 - 2999 TL	308	28,3%
	3000 - 4999 TL	463	42,6%
	5000 TL ve Üstü	316	29,1%

Anket içerisinde yer alan katılımcıların çoğunluğu orta gelir düzeyinde yer almaktadır. Bunun yanı sıra katılımcıların %71,62'si asgari ücretin üstünde (Brüt: 2943 TL) gelire sahiptir.

Tablo 9. Katılımcıların çalışma durumları

		Frekans	Geçerli Yüzde
	Emekli	136	12,5%

Çalışma Durumu	Gelir getiren bir işi yok, çalışmıyor	420	38,6%
	Ücretli, tam zamanlı maaşlı çalışan	375	34,5%
	Ücretli, yarı zamanlı maaşlı çalışan	26	2,4%
	Kendi hesabına çalışan, serbest meslek, nitelikli uzman	130	12,0%

Katılımcıların yaklaşık yarısı (%48) hali hazırda gelir getiren bir işe sahiptir. %52'lik kısım ise ya ailede başka bir üyenin kazancı, ya da emeklilik maaşı gibi gelirler ile geçimlerini sağlamaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların anadilleri

		Frekans	Geçerli Yüzde
Anadil	Türkçe	845	77,7%
	Kürtçe / Zazaca	164	15,1%
	Diğer	52	4,8%
	Belirtmek istemiyorum	26	2,4%

Anadilleri belirlemek amacıyla katılımcılara “annelerinin kendi annesi ile en sık konuştuğu dil” sorulmuştur. Buna göre katılımcıların %78'in anadili Türkçedir. %15 oranında katılımcı anadilinin Kürtçe/Zazaca olduğunu belirtmiştir. %4 oranında ise Türkiye'de konuşulan başka diller (Arapça, Lazca vb.) temsil edilmektedir.

Tablo 11. Katılımcıların hanelerinin büyüklükleri

		Frekans	Geçerli Yüzde
Hane Büyüklüğü	1 - 2 Kişi	302	27,8%
	3 - 4 Kişi	562	51,7%
	5 ve Daha Fazla Kişi	223	20,5%

Katılımcıların hane büyüklükleri ağırlıklı olarak 1-2 ve 3-4 kişiliktir.

Tablo 12. Katılımcıların birlikte yaşadıkları kişiler

	Geçerli Yüzde
Eşim	51,6%
Kardeşim	23,3%
Çocuğum/çocuklarım	44,1%
Annem	30,4%
Babam	26,0%

Büyükannem	1,1%
Büyükbabam	0,3%
Damadım	0,2%
Gelinim	2,2%
Torunum	3,5%
Amcam / Dayım	0,2%
Halam / Teyzem	0,1%
Kardeşimin eşi (Eniştem, yengem)	0,0%

Katılımcılardan 19 maddelik bir ölçek içerisinde sahip oldukları dünya görüşü / siyasi pozisyonları seçmeleri istemiştir. Her katılımcı en fazla 2 seçenek seçecek şekilde dünya görüşü sorusunu cevaplamıştır. Katılımcıların yaklaşık %30'u kendilerini Atatürkçü, %20'si laik %18'i milliyetçi olarak tanımlamıştır.

Tablo 13. Katılımcıların dünya görüşleri (19 madde)

	Yüzde
Atatürkçü	30,6%
Laik	19,7%
Çevreci	18,8%
Milliyetçi	17,5%
Dindar	11,1%
Hayvan hakları savunucusu	9,0%
Ülkücü	8,1%
Feminist – Kadın Hareketi	6,8%
Sosyalist	6,4%
İslamcı	5,7%
Apolitik	4,5%
Muhafazakâr	4,2%
Sosyal demokrat	4,1%
Yurtsever (Kürt Hareketi)	3,0%
Komünist	1,7%
Ulusalcı	1,4%
Anarşist	0,9%
Liberal	0,5%

Hangi kategorilerin birbirleri ile yakınlaştığı, hangi kategorilerin birbirleri ile uzaklaştığını görmek ve dünya görüşlerini kategorize etmek amacıyla 19 maddelik ölçek ile faktör analizi (Rotation method: Varimax) gerçekleştirilmiştir. Uygulanan analiz sonucunda 9 faktör belirlenmiştir (Eigen value > 1). Faktör analizi matrisi EK2'de sunulmaktadır. Faktör analizi sonucunda birbirlerine yakınlaşan dindar, İslamcı, milliyetçi ve muhafazakâr kategorileri "Dindar / Milliyetçi / Muhafazakâr; laik, Atatürkçü, sosyalist, sosyal demokrat kategorileri "Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat"; yurtsever, komünist,

feminist, hayvan hakları savunucusu kategorileri “Hak Savunucusu” ve çevreci gibi tüm dünya görüşlerini ortak kesen dünya görüşleri ile apolitik ve liberal gibi diğer dünya görüşlerinden ayrı konumlanmış kategoriler “Diğer” olarak sınıflandırılmıştır. **Oluşturulan dünya görüşü sınıflandırmasındaki kategoriler birbirlerine dışlayan / ayrık kategoriler değildir.** Başka bir deyişle her katılımcı birden daha çok kategoriye girebilmektedir.

Tablo 14. Dünya görüşleri sınıflandırması

Siyasi Görüş	Kategori
Dindar	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar
İslamcı	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar
Milliyetçi	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar
Muhafazakâr	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar
Ülkücü	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar
Laik	Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat
Atatürkçü	Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat
Sosyalist	Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat
Sosyal demokrat	Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat
Yurtsever (Kürt Hareketi)	Hak Savunucusu
Komünist	Hak Savunucusu
Feminist – Kadın Hareketi	Hak Savunucusu
Hayvan hakları savunucusu	Hak Savunucusu
Çevreci	Diğer
Apolitik	Diğer
Liberal	Diğer
Anarşist	Diğer
Ulusalçı	Diğer

Sınıflandırılan dünya görüşü kategorilerinin örneklem içindeki dağılımına bakılacak olursa; katılımcıların %37’si kendilerini dindar / milliyetçi / muhafazakâr, %49’u laik / Atatürkçü, %18’i hak savunucusu olarak tanımladığı görülebilir.

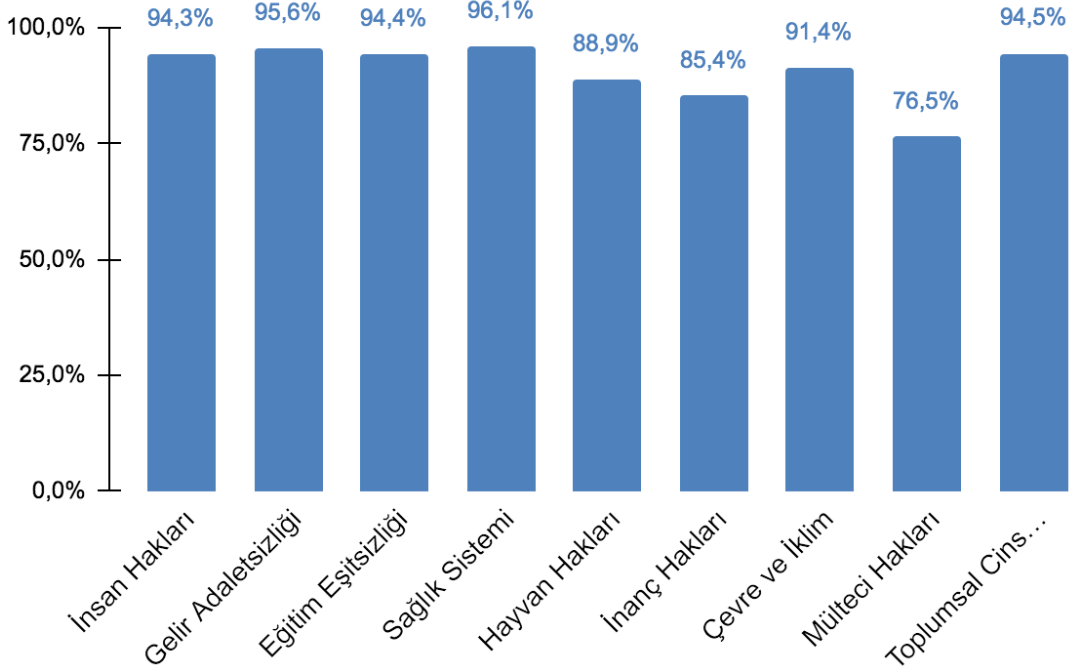
Tablo 15. Katılımcıların dünya görüşleri (4 Kategori)

Dindar - Muhafazakar - Milliyetçi - Ülkücü - İslamcı | Atatürkçü - Laik - Sosyalist - Sosyal Demokrat | Kürt Hareketi - Komünist | Feminist/Kadın Hareketi - Hayvan Hakları Savunucusu | Çevreci - Apolitik – Liberal – Anarşist – Ulusalçı

		Frekans	Geçerli Yüzde
Dünya Görüşleri	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar	402	37,0%
	Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat	531	48,9%
	Hak savunucusu	200	18,4%

	Diğer	274	25,2%
--	-------	-----	-------

Şekil 3. Katılımcıların toplumsal konulara atfettikleri önem



Tablo 16. Toplumsal konulara atfedilen önemin dünya görüşüne dağılımı

	Dünya Görüşü			
	Din.	Laik	Hak	Diğer
İnsan Hakları	90,6	97,1	96,6	95,9
Gelir Adaletsizliği	93,2	97,7	95,7	97,2
Eğitim Eşitsizliği	91,0	96,7	95,6	96,7
Sağlık Sistemi	94,4	98,3	96,2	96,8
Hayvan Hakları	80,1	92,1	96,4	93,6
İnanç Hakları	83,0	85,8	86,2	91,0
Çevre ve İklim	87,8	94,0	92,6	94,7
Mülteci Hakları	66,2	76,9	87,2	83,4
Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği / Kadın Cinayetleri	91,0	97,5	95,4	96,2

“Aşağıdaki toplumsal konuların ne kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna çok önemli ve önemli değil arasındaki beşli ölçekte alınan cevaplar farklı dünya görüşlerini toplumsal konulara atfedilen önem açısından daha yakından tanımamıza fırsat vermektedir. Buna göre, sağlık sistemi tüm dünya görüşleri için en önemli toplumsal konudur ve farklı dünya görüşleri arasında önemli fark

görünmemektedir. Salgın bağlamında sağlık sisteminin kırılganlığı ya da dayanıklılığının her kesim için gündemde bir konu olması beklenen bir durumdur. Gelir adaletsizliği genel tabloda ikinci sıradadır. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar için diğer gruplara göre bu konu daha fazla önem arz etmektedir. Üçüncü ve dördüncü sıradaki eğitim eşitsizliği ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği konularında Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratların puanı daha yüksektir. Puanlamada sondan ikinci sırada görünen inanç hakları için Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler diğer gruplara göre en az Hak savunucuları ise en yüksek puanı vermişlerdir. Son sırada yer alan mülteci hakları için en yüksek puanı yine Hak savunucuları, en az puanı ise Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler vermiştir. Sadece Suriyeli 4 milyona yakın mültecinin olduğu Türkiye’de (UNHCR, 2020) mülteci haklarının tüm gruplar içinde en düşük önem puanı verilen toplumsal konu olması dikkat çekicidir.

3.3. Medya Günlükleri

Günlükler, güncel olayları ve deneyimleri kaydetmek, takip etmek amaçlı kullanılan kendi kendine uygulanan bir anket türüdür (Lavrakas, 2008). Günlük uygulamasında katılımcılara kendilerinin dolduracağı bir soru formu verilir ve katılımcılardan olaylar meydana geldiğinde (*olaya dayalı günlükler*) veya belirtilen zaman süresince (*zamana dayalı günlükler*) gerekli bilgileri doldurmaları istenir. Katılımcıların kendi kayıtlarına yazılı, sözlü ya da görsel formatlarda içerik ekleyerek sürece aktif olarak katılmaları sağlanır. Günlükler bireylerin dünyaya ve yaşamında olup bitenlere dair kendi deneyimleri, eylemleri, tutumları, davranışları ve duyguları üzerinden benzersiz bir bakış açısı sağlayabilir (Milligan & Bartlett, 2019; Berg & Hepp 2018). Ayrıca bireyler arasında kesitsel karşılaştırmaları mümkün kıldığı gibi tek bir kişiyi zaman içinde izlemek için de kullanılabilir (Lavrakas, 2008). Bu yöntem sosyal bilimler ve sağlık bilimleri alanlarında tercih edilmektedir. Özellikle beslenme, zaman kullanımı, seyahat pratikleri ve medya kullanımı gibi çeşitli konularda niteliksel araştırmalarda veri toplama aracı olarak tercih edilmektedir (Lavrakas, 2008). Günlük yöntemi özellikle bilgi kaynaklarının sınırlı olduğu konular için kullanışlı bulunmaktadır (Wiseman, vd., 2005). Niteliksel araştırmalarda günlükler özel, kişisel ve hassas konularda bilgi sağlayabilse de önerilen bu araştırmada bu kapsamda bir fonksiyonu bulunmamakta, kişilerin güncel medya takip pratiklerine odaklanmaktadır. Günlük yönteminde yapılandırılmış veya yapılandırılmamış soru formları kullanılabilir. Yapılandırılmamış günlüklerde katılımcılar verili konu ekseninde serbest çağrışımlardan faydalanırken yapılandırılmış günlüklerde belirli amaca yönelik sorular üzerine her gün için düşünerek yanıtlanmaktadır.

Günlük yönteminin kısıtlılıklarının başında bilimsel araştırmalarda kişisel belge kullanımına yönelik sorunlar gelmektedir. Öznel bilgiye dayalı olan bu tip kişisel belgelerin bilimselliği ve genelleştirilebilirliği kırılgan bulunmaktadır (Cucu-Oancea, 2013). Bu eleştiriler niteliksel araştırma yöntemlerinin çoğu için

geçerli olmakla birlikte niteliksel yöntemler çoğu konvansiyonel araştırma araçlarından farklı olarak bir bağlama ilişkin farklı kavramları ve yönelimleri keşfetmek için bilgi sağlar. Bu özelliğiyle medya günlükleri önerilen araştırmanın keşfedici özelliği için uygun bir araçtır. Günlük kullanımındaki diğer bir kısıt ise, veri toplanmasından toplanan verilerin analizine kadar olan sürecin zaman, emek ve bütçe açısından kimi zaman maliyetli olmasıdır. Bu süreçler günlüklerin doldurulması için katılımcıların rızalarının alınması, günlük tutanlar ve araştırmacılar arasında iletişimin sürdürülmesi, günlüklerin nasıl doldurulacağına dair bilgi vermek gibi farklı aşamalardan oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların kendilerinin yönettiği bu süreçte formların doldurulmasından kaynaklı hatalarla karşılaşılabilir. Bununla birlikte, özellikle yapılandırılmamış günlüklerin araştırmacılar tarafından analize hazırlanması da zaman alabilmektedir. Bunlar gözetildiğinde yöntemsel kısıtların minimize edilmesi için önerilen araştırmada analiz sürecini kolaylaştırmak için günlüklerde yapılandırılmış soru formu tercih edilmiştir.

Katılımcılar Türkiye temsili ankete katılan kişiler arasından araştırmanın bu aşamasına katılmak isteyen, katılıma rıza gösteren kişiler ile araştırma ekibinin kartopu (*snowball sampling*) yöntemi kullanarak ulaştığı toplam 42 kişidir. Anket çalışmasına katılan kişilere günlük aşamasına devam etmek isteyip istemedikleri anketörler tarafından sorulmuş, devam etmek isteyenlerin irtibat bilgileri araştırma ekibiyle paylaşılmıştır. Araştırma asistanlarının ulaştığı kişilerden onam alınmış ve günlük yönergesi anlatılmıştır. Ekibin kartopu yöntemiyle ulaştığı diğer katılımcılara medya günlüklerine bağlanmadan önce anket doldurtulmuştur. Medya günlüğü verileri 8 Eylül - 26 Ekim 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplam 30 kişi günlük doldurdıkları bir hafta boyunca her gün araştırma asistanları tarafından telefonla aranmış ve uygulamaya dönük soruları yanıtlanmıştır. Medya günlüklerini bir hafta boyunca dolduran otuz kişi ile derinlemesine görüşmelere devam edilmiştir. Örneklemin Türkiye’de farklı sosyo-kültürel-ekonomik kategorileri temsil eden bir çeşitlilikte olması gözetilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri bulgular bölümünde paylaşılmıştır. Her niteliksel araştırma yönteminde olduğu gibi medya günlüklerinden elde edilecek bilgiler genelleştirici, istatistiki veri sağlamak yerine keşfedici ve farklı toplumsal kategorilerin çeşitliliğini içeren veriler olarak ele alınmıştır. Analiz ve bulguların raporlanması, kişilerin kimliklerine işaret eden kişisel bilgilerine yer verilmeden, demografik ve sosyoekonomik-kültürel özelliklerine göre oluşturulmuş kategoriler kullanılarak ve katılımcılara takma isimler verilerek gerçekleştirilmiştir. Günlüklerin doldurulmasının takibi için araştırmacılar tarafından 1 hafta boyunca her gün hatırlatma mesajları iletilmiş, katılımcılar telefonla aranmıştır. EK3’te görülebilecek yapılandırılmış medya günlüklerinde 7 gün boyunca her gün için COVID-19 ile ilgili karşılaştıkları internet içerikleri, bu içerikleri okuma ve yorumlama süreçlerine dair aşağıdaki başlıklarda sorular yer almaktadır:

- Karşılaşılan toplam içerik sayısı, konusu ve haber ve bilgi almak için kullanılan mecralar,
- Doğru olmadığı düşünülen / yanlış haber ve bilgiye rastlama durumu, rastlandıysa içeriğin yanlış olduğunu düşündüren özellikleri, yanlış bilgiyi aldığı mecra ve bu bilginin nasıl kullanıldığı,
- Doğruluğuna güvenilen içerik sayısı, konusu, doğrulama yöntemi ve bu bilginin nasıl kullanıldığı,
- İçerik paylaşma tercihleri, paylaşılan içeriklerin kaynağı, konusu ve paylaşma amacı.

Medya günlükleri katılımcılara online olarak iletilmiş ve araştırmacılar tarafından takibi ve hatırlatmaları yapılmıştır. Bu yöntem hem maliyeti hem de veri analizi süresini optimize etmeyi sağlayan verimli bir yöntem olduğundan tercih edilmiştir. Medya günlükleri için bir çevrimiçi yazılı ve görsel veri toplama aracı olan LimeSurvey'den faydalanılmıştır. Medya günlükleri katılımcılarla link olarak paylaşılmış ve katılımcılar şahsi mobil veya masaüstü cihazlarından bu uygulamaya erişmişlerdir. Söz konusu çevrimiçi veri toplama aracı katılımcıların günlüğe yazı girişi yapabilmelerini ve farklı formatlardaki görsel dosyalarını yükleyebilmelerini ve link paylaşabilmelerini mümkün kılarak veri çeşitliliğini arttırmıştır.

3.4. Derinlemesine Görüşmeler

Derinlemesine görüşmedeki amaç, Türkiyeli medya kullanıcıları evreninin temsiliyetinden ziyade niceliksel aşamadan ve medya günlükleri uygulaması bulgularından yola çıkarak oluşturulacak kategorilere niteliksel derinlik katmaktır. Bu amaç çerçevesinde anket aşamasında ve/veya medya günlükleri aşamasına katılan kullanıcılarla (30) telefon aracılığıyla yürütücü ve iki araştırma asistanı tarafından görüşme gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmeler 20 Eylül – 3 Kasım 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler için yarı-yapılandırılmış soru yönergeleri (EK4) tasarlanmıştır. Soru yönergeleri anket bulgularına istinaden ortaya çıkan yanlış haberlere yaklaşım, tutum ve doğrulama pratikleri gibi genel eğilimlerin derinleşmesine yönelik soruların yanı sıra esas olarak katılımcıların doldurduğu medya günlükleri hakkında derinleşmeyi hedefleyen sorular içermiştir. Medya günlüklerine dair soruları takiben katılımcılara sosyal medyada sıkça paylaşılan bazı asılsız içerikler sorulmuş katılımcıların bu içeriklerle ilgili algı ve eğilimleri irdelenmiştir. Bahsi geçen içerikler bağımsız doğrulama kuruluşu Teyit'in doğruladığı/yanlışladığı ve sitesinde paylaştığı içeriklerden (örn. Koronavirüse 5G'nin neden olduğu iddiaları, sigara içenlerin koronavirüse yakalanma ihtimalinin daha az olduğu iddiası) (Teyit, 2020) seçilmiştir.

3.5. Katılımcı Gözlem

Katılımcı gözlem tekniği sosyokültürel antropolojinin kökenlerine dayanan en temel veri toplama tekniğidir (bkz. Malinowski 1922). Bu teknik, iletişim ve medya araştırmaları, sosyoloji, eğitim araştırmaları gibi farklı alanlarda son yıllarda artan bir şekilde kullanılmaktadır. Katılımcı gözlemle araştırmacı belirlenen kültürel alanı ona bir özne olarak katılarak gözlemler ve araştırılan grupla bir süre yaşayarak o grubun gündelik hayat pratiklerine dahil olur. Araştırmacı, katılımına eş zamanlı olarak öznelerin davranış biçimleri, değer sistemleri, birbirleriyle ilişkileri, rolleri ile bunları çerçeveleyen anlam dünyalarını gözlemler. Bu araştırmanın yürütüldüğü pandemi süreci proje kapsamında katılımcı gözlem tekniği ile veri toplamanın doğasını belirlemiştir. Samsun, Manisa ve İstanbul'da ikamet eden araştırma yürütücüsü ve araştırma asistanlarından oluşan katılımcı gözlem ekibi kendi yaşam alanlarında ve temasta oldukları sosyal gruplar içinde bir ay süreyle etnografik araştırma yürütmüş ve öznelerin medya kullanımları ve bilgi işleme mekanizmalarını yakından gözlemlemişlerdir. Yürütücü araştırma ekibine kısa bir etnografik yöntem eğitimi vermiş, çalışmanın yürütüleceği sosyal çevrelerdeki öznelerden onam alınmış, iki günlük pilot çalışma ve bunun değerlendirmesinden sonra gözlemciler Samsun, Manisa ve İstanbul'da katılımcı gözlem çalışmasına başlamıştır. Etnografi ekibi bireysel olarak günlük saha notları yazmış, üç günde bir yapılan çevrimiçi toplantılarda bu notlar tartışılmış ve yeni gözlem odakları beraberce belirlenmiştir. Katılımcı gözlem tekniğinin en önemli avantajı araştırma öznelerinin anket cevapları ya da derinlemesine görüşmelerde belirttiklerinin ötesinde, gözlemlenebilen davranışları ve günlük hayat pratikleri hakkında bir veri seti oluşturmasıdır. Tekniğin öznel oluşu ve genellemeye izin vermeyişi ise en önemli kısıtlarındandır.

3.6. Veri Analizi

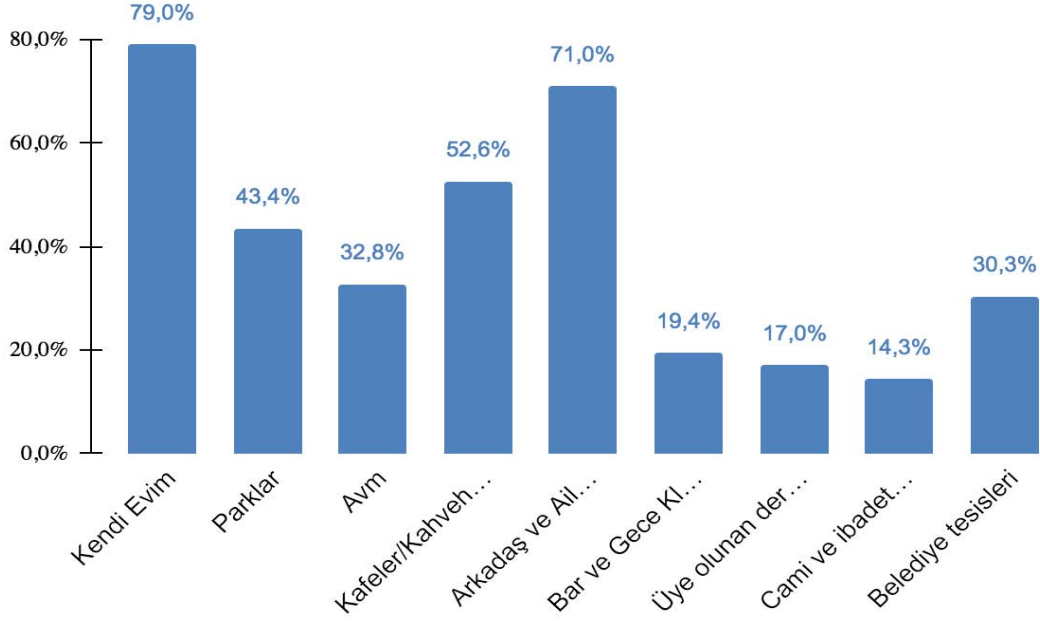
Medya günlüğü, derinlemesine görüşme ve katılımcı gözlem teknikleriyle ortaya çıkan veri seti medya kullanımı, mezenformasyon ve haber repertuarları literatürlerinden yola çıkarak ve veri öbeklerinin birbiriyle ilişkisi göz önünde bulundurularak oluşturulan kodlar aracılığıyla Atlas.ti programında tasnif edilmiştir. Atlas.ti metin, ses, grafik ve video verilerinin niteliksel analizi için kullanılan bir yazılımdır. Derinlemesine görüşmelerin çözümlemeleri yapılarak veriler Atlas.ti niteliksel veri analiz paketi yardımı ile analiz edilmiş, katılımcıların günlüklerine not ettikleri internet içerikleri ve ilgili eğilim ve pratikleri de yine Atlas.ti aracılığıyla tasnif edilmiştir. Katılımcı gözlem ekibinin periyodik saha notları yine Atlas.ti programı aracılığıyla kodlanmıştır. Covid-19 salgın sürecinde internetten bilgi ve haber almaya yönelik yaygın eğilimler ve pratikler analiz sırasında ortaya çıkan "node"lar (düğümler) üzerinden kodlar kodlamaya eş zamanlı güncellenmiştir. Bu düğüm noktaları katılımcıların COVID-19 bağlamında karşılaştıkları internet içeriklerini işleme ve yaygınlaştırma pratiklerini çerçeveleyen karmaşık anlam dünyalarına iç görü sağlamaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Anket Bulguları

Şekil 4. Katılımcıların sosyalleşme mekanları dağılımı

“Sayacağım mekanları sosyalleşmek için ne derece tercih ettiğinizi puanlar mısınız?”



Tablo 17. Katılımcıların sosyalleşme mekanları

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sayacağım mekanları sosyalleşmek için ne derece tercih ettiğinizi puanlar mısınız?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din.	Laik	Hak	Diğer
Kendi evim	82,7	75,3	77,1	77,8	82,1	83,5	72,3	80,7	71,9	79,0	85,8	77,1	79,8	80,2	76,2
Parklar	46,8	40,0	46,0	42,3	42,9	41,7	36,8	50,3	35,5	47,6	45,2	33,5	41,8	56,6	52,8
AVM	36,7	28,8	48,7	36,5	15,8	23,1	35,3	39,2	20,9	37,8	37,0	34,2	32,0	37,9	41,7
Kafeler/ Kahveler	52,1	53,1	71,0	53,5	37,3	37,5	58,8	60,9	38,5	55,5	61,9	44,5	54,4	65,5	59,3
Arkadaş ve aile evleri	74,5	67,5	69,8	71,5	71,5	71,9	70,3	70,8	66,7	70,6	75,6	68,0	69,4	70,5	71,8
Bar ve gece kulüpleri	16,2	22,6	39,7	18,3	4,9	6,1	19,6	30,9	11,3	20,8	25,1	11,7	22,0	29,6	26,4
Üye olunan dernek/parti lokalleri	17,4	16,7	14,9	16,6	19,2	15,7	12,1	22,2	8,9	20,0	20,6	13,9	16,0	23,6	27,9

Camiler / ibadethaneler	13,5	15,2	5,3	15,0	20,6	25,0	8,9	9,4	20,0	17,0	5,4	31,6	9,2	4,3	10,1
Belediye tesisleri / Sosyal tesisler	30,3	30,4	33,7	28,8	29,5	29,0	25,9	35,1	22,8	32,7	34,1	24,9	27,0	41,7	40,5

Salgın döneminde gerek sokağa çıkma kısıtlamaları gerekse yurttaşlara yapılan evde kal çağrıları katılımcıların sosyalleşme mekânı tercihlerini doğrudan etkilemiştir. Katılımcıların %79'unun sosyalleşmek için ilk tercihi kendi evleri olmuştur. İkinci sırada %71 oranında tercih edilen mekân aile ve arkadaş evleri olmuştur. Üçüncü sırada ise %52,6 ile kahvehane ve kafeler gelmektedir.

Tüm değişkenlerin alt gruplarında sosyalleşmek için en çok tercih edilen mekân katılımcıların kendi evleri olmuştur. 50 yaş ve üzeri, diğer yaş gruplarına göre kendi evlerinde sosyalleşmeyi daha fazla tercih etmişlerdir. Yaşlılar, salgından önce de kamusal alanda diğer yaş gruplarına göre daha az yer almaktadır. Salgın süresince 65 yaş üzeri yurttaşlar için diğer yaş gruplarına göre daha uzun süreleri kapsayan sokağa çıkma kısıtlamaları yaşlıların sosyalleşme mekânı olarak kendi evlerini tercih etmelerini açıklamaktadır. Hane geliri açısından alt ve orta gelir seviyesinden katılımcılara göre üst gelir seviyesinden katılımcıların da ağırlıklı olarak kendi evlerinde sosyalleşmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Bu durum gelir seviyesine paralel olarak hanenin fiziki koşullarının evde sosyalleşmeye daha geniş imkanlar tanıdığı, dolayısıyla evde vakit geçirmenin tercih edildiği şeklinde değerlendirilebilir. Yine, evde kal çağrılarının paralel olarak sosyalleşmek için en çok tercih edilen mekanlardan bir diğeri farklı değişkenlerde tüm alt gruplarda aile ve arkadaş evleridir. İstisna olarak 18-29 yaş arasında kahve ve kafelerde sosyalleşmeyi tercih etme oranı %71 ile kendi evlerinde sosyalleşmeyi tercih etme oranından sonra ikinci sırada gelmektedir. 18-29 yaş grubu kendi evleri, kahvehane ve kafeler ve arkadaş ve aile evlerinden sonra %48,7 ile AVM'lerde sosyalleşmeyi tercih etmişlerdir. Eğitim seviyesi arttıkça salgın süresince kahve ve kafeler, AVM'ler ve bar ve gece kulüplerinde sosyalleşmeyi tercih etme eğilimi de artmaktadır. Genele bakıldığında evde kal çağrılarının katılımcıların sosyalleşme mekânı tercihlerini belirlediği görülmektedir. Medya kullanımı, bilgiye erişim ve kamusal alanda bilginin tartışılması açısından kamusal hayatın ağırlıklı olarak dış mekanlardan özel alanlara çekilmesi önemli bir dinamiktir. Sosyal yaşamın evlere taşınmasıyla koronavirüs hakkındaki enformasyona erişimin televizyon mecrasına ek olarak sosyal medya üzerinden olması, bilgi müzakeresinin yakın çevreyle sınırlı hale gelmesi ve ek olarak müzakerenin sanal ortama taşınmış olması kaçınılmazdır.

Tablo 18. Katılımcıların hanelerinde internet erişimi

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Hanenizde internet erişimi var mı?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Evet Var	80,7	82,7	88,6	83,0	74,7	67,4	82,8	93,3	66,8	83,7	92,8	79,9	87,7	86,9	80,5
Hayır Yok	19,3	17,3	11,4	17,0	25,3	32,6	17,2	6,7	33,2	16,3	7,2	20,1	12,3	13,1	19,5

Katılımcıların %81,7’i hanelerinde internet erişimine sahiptir. TÜİK’in verilerine göre 2020 yılında Türkiye’de 16-74 yaş arası kişilerin evden internet erişimi %90’dır (TÜİK, 2020). Ankete katılan erkeklerin (82,7%), 18-29 yaş grubunun (88,6%), yüksek eğitim düzeyine (93,3%) ve üst gelir seviyesine (92,8%) sahip katılımcıların hanede internete erişim oranı diğer gruplara göre daha yüksektir. Farklı dünya görüşleri arasında önemli farklar olmamakla beraber hane internet erişiminin en yüksek olduğu grup Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlardır. Hanesinde internet erişimi olmadığını söyleyen yaklaşık %20’lik kesimin bir kısmının akıllı telefon üzerinden internet erişimi olduğu düşünülmektedir.

Tablo 19. Katılımcıların internet kullanımı

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Son 3 ay içerisinde hiç internete girdiniz mi?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Evet Girdim	83,5	88,8	98,8	91,6	69,6	65,9	92,3	98,9	73,2	90,1	92,7	82,3	90,5	94,6	87,0
Hayır Girmedim	16,5	11,2	1,2	8,4	30,4	34,1	7,7	1,1	26,8	9,9%	7,3	17,7	9,5	5,4	13,0

Katılımcılar arasında internet kullanım oranı en yüksek olan yaş grubu 18-29 yaş grubudur. 18-29 yaş arası katılımcıların neredeyse tamamı internet kullanmaktadır. Bu oran bu grubun hanede internet erişim oranından yüksektir. 18-29 yaş grubu için hanede internet erişim oranı %88,6 iken internet kullanım oranının %98,8 oluşu internete mobil internet kullanarak da erişiyor olduklarını göstermektedir. Bu durum genel olarak tüm katılımcılar için söz konusudur. Türkiye’de akıllı telefon sahipliği ve dolayısıyla mobil internet erişim oranı %90’dır (Deloitte 2019). Hane internet erişimi ve internet kullanım oranı arasındaki farkı akıllı telefon sahipliği ve mobil internet erişimi açıklamaktadır. Buna istisna olarak, internet kullanımı hane internet erişiminden düşük olan 50 yaş ve üzeri grup ortaya çıkmaktadır. Hane internet erişimi

%74,7 olan 50 yaş ve üzeri grubun internet kullanım oranı %69,6'dır. Aynı şekilde ilk öğretim seviyesinde de internet kullanımı hane internet erişiminden az da olsa düşüktür. Bu grupta internet kullanımı diğer eğitim gruplarının internet kullanımından belirgin olarak düşük görünmektedir.

Tablo 20. Katılımcıların internete erişim için kullandığı cihazlar

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde "Hanenizde internete erişimi sayacaklarımdan hangisi veya hangileri ile sağlanıyor?" sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Masa üstü	12,5	19,9	17,3	15,6	15,8	15,4	16,4	16,6	17,7	11,1	21,6	19,4	16,4	14,3	17,2
Diz üstü	50,4	48,4	64,7	48,0	39,3	28,9	47,1	69,3	30,9	50,0	66,0	38,2	54,2	68,0	52,9
Tablet	19,4	17,9	17,7	21,9	15,4	12,8	19,4	23,2	11,7	15,8	29,0	16,5	23,1	21,7	19,5
Akıllı telefon	88,7	89,7	94,7	93,4	79,7	76,0	94,8	96,2	79,1	92,0	94,7	89,9	93,3	91,6	87,2
Smart Tv	12,5	15,5	20,0	14,8	8,3	5,3	15,4	20,4	5,4	11,0	26,0	10,5	18,1	19,5	13,0
Hiçbiri	9,2	6,3	0,7	3,9	18,1	20,2	2,9	0,9	16,1	5,6	2,9	7,1	5,0	3,4	9,9

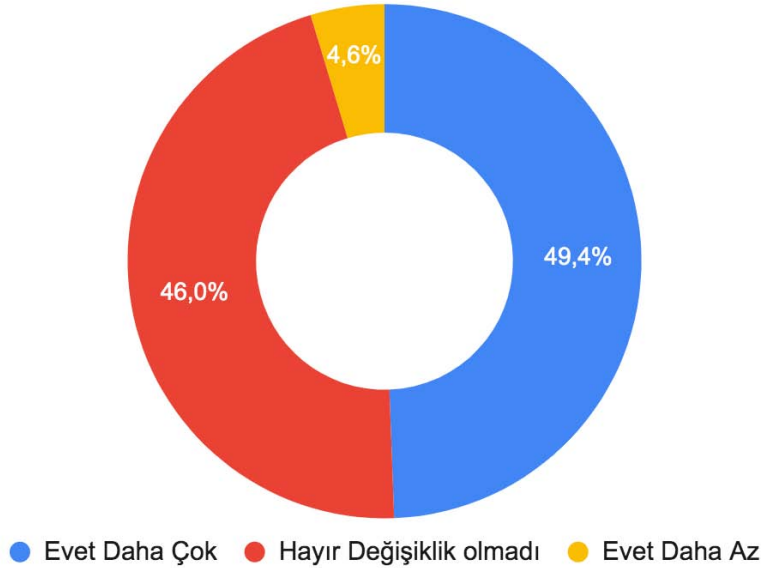
İnternete erişim sağlanan cihazlar arasında en yüksek oran akıllı telefondur. 18-29 yaş grubunda %94,7 olan akıllı telefondan erişim sağlama oranı 50 yaş ve üzerinde %79,7'ye düşmekteyse de 50+ grup için akıllı telefonu internete erişmek için kullanım oranı 50 yaş ve üzeri grubun hane internet erişimi (%74,7) ve son bir ay içerisinde internete girme (%69,6) oranları düşünüldüğünde yüksek görünmektedir. Diğer yandan, kadınlar ve erkekler arasında cihazlar açısından belirgin bir fark yoktur. Buna istisna olarak masa üstü bilgisayardan internete erişim belirmektedir. Erkekler kadınlara oranla masa üstünden internete daha çok erişmektedir. Diz üstü bilgisayardan ve tableten kadınlar az farkla olsa da erkeklere oranla daha fazla internete erişmektedir. Hane geliri ve eğitim seviyesi diz üstü bilgisayar, tablet, Smart TV gibi cihazların kullanımı da artmakta, yaş arttıkça bu cihazların kullanımı düşmektedir. Diğer gruplar arasında masa üstünden daha fazla internete erişen dünya görüşü grubu Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi gruptur. Diz üstü bilgisayar dışında, dünya görüşü grupları arasında cihazlar açısından önemli fark görülmemektedir. Diz üstünden erişim, Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grupta %38,2 iken Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat grupta %54,2 ve Hak savunucuları arasında %68'dir.

4.1.1. Salgın Öncesi ve Süresince Haber ve Bilgiye Erişim

Bu bölümde Covid-19 salgını öncesi ve salgın boyunca haber takip sıklığında yaşanan değişiklikler, haber ve bilgiye erişilen kaynaklardaki farklılıklar ve bu kaynaklara duyulan güvende yaşanan değişim değerlendirilmiştir. Covid-19 salgını ile medya kullanıcılarının haber tüketiminin arttığı görülmektedir. Tercih edilen mecralar arasında en büyük artış televizyonda olmuştur. Salgın öncesinde geleneksel haber mecralarına karşı mesafeli duran 18-29 yaş, eğitim ve gelir düzeyi yüksek katılımcıların salgınla birlikte geleneksel mecraları tercih etmelerinde anlamlı bir yükseliş yaşanmıştır. Bunun en önemli nedeni evde geçirilen sürenin salgın boyunca artmış olması ve televizyonun geleneksel olarak ev alanına ait bir kitle iletişim aracı olmasıdır. 18-29 yaş salgın süresince %77 oranında kendi evlerinde %70 oranında da aile ve arkadaşların evlerinde sosyalleşmeyi tercih etmişlerdir.

Şekil 5. Haber takibinde yaşanan değişiklik

“Covid-19 salgını döneminde haber takibinizde, salgın öncesi döneme göre bir değişiklik yaşadığınızı düşünüyor musunuz?”



Katılımcıların neredeyse yarısı Covid-19 süresince salgın öncesine göre daha fazla haber takip ettiğini ifade etmiştir (Evet Daha Çok: %49,4). Haber takibinin genel olarak artmış olması salgına dair belirsizliğin bilgiye ulaşma motivasyonunu arttırması ve sosyal hayatın sınırlanmasının haber ve bilgi takibini arttırması olarak değerlendirilebilir.

Tablo 21. Değişkenlere göre haber takibinde yaşanan değişiklik

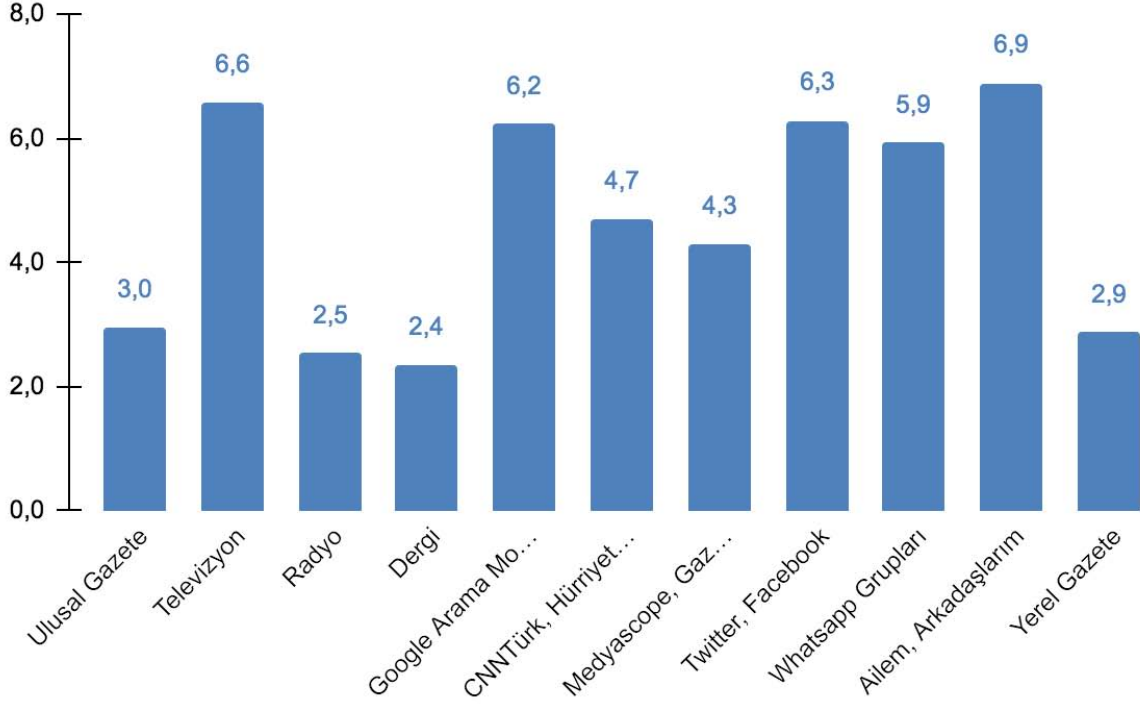
(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisindeki "Covid-19 salgını döneminde haber takibinizde, salgın öncesi döneme göre bir değişiklik yaşadığınızı düşünüyor musunuz?" sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

		Evet Daha Çok	Hayır Aynı	Evet Daha Az
Cinsiyet	Kadın	52,6	43,5	3,9
	Erkek	46,2	48,4	5,4
Yaş Grubu	18-29	53,5	44,0	2,5
	30-49	51,0	43,6	5,4
	50+	44,2	50,3	5,4
Eğitim Düzeyi	İlk	52,3	39,9	7,8
	Lise	44,5	52,6	2,9
	Ünv	50,8	45,9	3,3
Gelir Düzeyi	Alt	46,8	45,1	8,1
	Orta	52,8	43,1	4,2
	Üst	47,2	50,7	2,1
Dünya Görüşü	Dindar	60,1	38,0	2,0
	Laik	52,3	45,4	2,3
	Hak Sav.	45,3	47,9	6,9
	Diğer	42,6	48,3	9,1

Covid-19 süreciyle değişen haber takip pratikleri cinsiyet, yaş grubu, eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve dünya görüşü değişkenlerine göre farklılık göstermektedir. Yaş ilerledikçe Covid-19 döneminde haber takibindeki artış oranı azalmaktadır. 50 yaş ve üzerindeki katılımcıların %55,7'si haber takip sıklıklarının salgın öncesine göre aynı ve daha az olduğunu belirtmiştir. Bu oran, bu yaş grubunda haber takibinin salgın öncesinde de diğer gruplara göre yüksek olduğunu düşündürmektedir. 18-29 yaş grubunun %53,5'i salgın süresince haber takiplerinde artış olduğunu belirtmiştir. Sosyal alanları evde kal çağrıları ve sokak kısıtlamalarıyla beraber sınırlanan 18-29 yaş grubunun salgına dair belirsizlik ortamında haber takiplerinin artmış olması kaçınılmazdır. Mecra ve kaynaklara göre 18-29 yaş grubunun haber takip tercihlerinin salgın süresince geldiği oranlar Tablo.21'de gösterilmektedir. Diğer yandan, kadınlar salgınla beraber daha fazla tüketim/takip gerçekleştirdiklerini belirtirlerken (Evet Daha Çok: %52,6 | Hayır Aynı: %43,5) erkekler herhangi bir değişikliğin olmadığını ifade etmişlerdir (Evet Daha Çok: %46,2 | Hayır Aynı: %48,4). Dünya görüşünü Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi olarak ifade edenlerin %60,1'inin haber takip sıklığı salgınla beraber artmıştır. Bu tüm dünya görüşü grupları arasında en yüksek değişim oranıdır.

Şekil 6. Covid-19 öncesinde mecra bazlı habere erişim oranları

“Koronavirüs salgınından önce haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ederdimiz?”



Tablo 22. Değişkenlere göre covid-19 öncesinde mecra bazlı habere erişim

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Koronavirüs salgınından önce haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ederdimiz?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır)

	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din.	Laik	Hak	Diğer
1	11,7	12,6	8,1	11,2	16,4	12,0	7,9	15,7	11,0	13,9	10,8	16,1	17,5	11,4	10,6
2	57,5	49,0	47,2	47,6	64,9	62,9	51,6	46,2	52,8	53,7	53,1	54,3	53,6	53,3	56,2
3	9,5	7,6	6,9	8,9	9,4	11,9	5,5	8,1	10,1	11,3	3,3	15,9	10,0	6,5	8,7
4	7,1	6,7	7,5	6,4	7,1	7,6	4,5	8,3	6,8	9,6	3,3	12,0	8,8	5,7	7,4
5	46,3	46,2	68,6	46,4	28,7	21,7	45,1	68,7	29,4	51,2	55,3	40,2	54,3	67,7	58,8
6	30,6	30,7	44,2	29,6	21,4	18,1	30,2	42,0	23,0	36,0	30,5	29,8	34,3	46,4	39,8
7	26,6	25,3	39,5	24,1	17,7	12,6	21,6	41,2	18,8	29,8	27,4	20,1	29,9	45,1	36,4
8	49,5	48,5	72,4	48,2	31,8	26,7	50,1	67,6	34,3	49,4	62,2	47,3	56,6	69,5	53,1
9	46,2	43,2	58,8	45,8	32,4	30,8	45,5	56,3	30,8	46,3	55,5	47,1	47,1	60,6	48,2

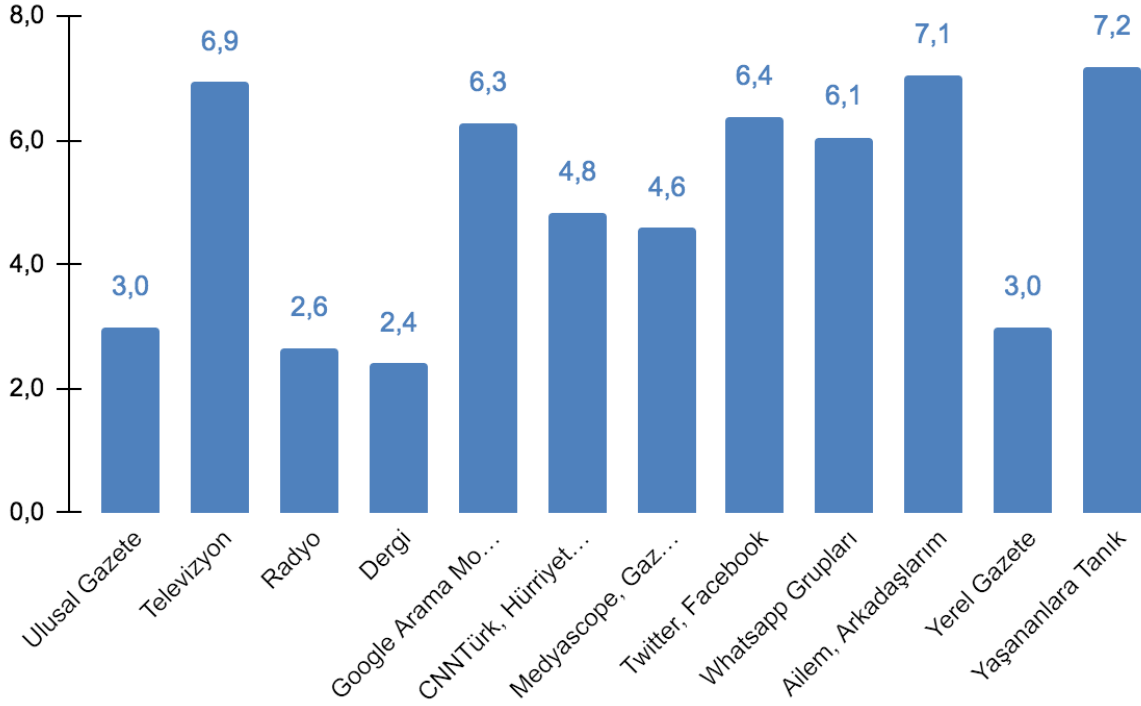
10	56,9	53,6	58,4	52,9	55,7	55,2	55,7	55,0	50,1	56,6	58,2	63,9	52,5	57,4	53,6
11	9,8	8,8	7,5	9,2	10,9	11,2	7,5	9,1	10,5	11,6	5,1	14,8	13,1	7,2	8,2

(1: Ulusal Gazete | 2: Televizyon | 3: Radyo | 4: Dergi | 5: Google | 6: TV/Gazete web siteleri | 7: Dijital Mecralar | 8: Sosyal Medya | 9: Whatsapp Grupları | 10: Sosyal Çevre (Aile-Arkadaş) | 11: Yerel Gazete)

Covid-19 öncesi haber, bilgi erişimi mecra/kaynak bazında bağımsız değişkenler üzerinden gösterildiğinde birinci sırada bulunan sosyal çevre (aile-arkadaş) kategorisinin yaş ve eğitim düzeyleri arasında küçük değişikliklerle düzenli bir dağılım gerçekleştirdiği görülmektedir. Ancak gelir düzeyi arttıkça salgın öncesi haber kaynağı olarak sosyal çevre kategorisini tercih etme eğilimi yükselmiştir (Alt: 50,1% | Üst:58,2%). Habere erişim mecrası olarak televizyon gelir seviyesi değişkeninde dengeli bir dağılım göstermiştir. Ancak eğitim, yaş ve cinsiyet değişkenlerinde farklılaşmalar ortaya çıkmaktadır. Kadınlar erkeklere göre, 50 yaş üstü katılımcılar gençlere göre televizyonu salgından önce daha fazla tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Eğitim düzeyi yükseldiğinde tercih oranının düştüğü gözlemlenmektedir (İlk: 62,9% | Ünv: 46,2%). Habere erişim mecrası açısından sosyal medya için cinsiyetler arası dengeli bir dağılım bulunmaktadır. 18-29 yaş grubundaki katılımcılar sosyal medyayı habere erişim için 50 yaş üzerine göre belirgin şekilde daha fazla tercih ettiklerini belirtmişlerdir (18-29 yaş: 72,4% | 50+: 31,8%). Gelir ve eğitim düzeylerinin yükselmesiyle sosyal medya üzerinden habere erişim artmıştır (İlk: 26,7% | Ünv: 67,6%) (Alt: 34,3% | Üst:62,2%). Dünya görüşünü Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi kategorisinde belirten katılımcılar Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat ve Hak savunucusu olarak belirtenlere göre arama motorları ve sosyal medyayı daha az tercih etmişlerdir. Covid-19 salgını öncesi dönemde, gazete, televizyon, radyo gibi geleneksel mecraların 50 yaş üstü katılımcılar tarafından daha fazla tercih edildiği, arama motorları, sosyal medya, internet haber siteleri gibi yeni medya ortamlarının ise gençler tarafından daha çok tercih edildiği ve gelir-eğitim düzeyleri arttıkça tercih oranlarının yükseldiği görülmektedir.

Şekil 7. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim oranları

"Koronavirüs salgını süresince haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ederiniz?"



Tablo 23. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim

	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	13,3	11,9	9,5	11,1	16,9	12,1	6,9	17,6	12,9	14,5	9,7	15,5	17,9	13,1	14,8
2	65,1	55,9	58,9	53,8	70,1	65,6	61,4	55,4	60,0	59,8	62,1	59,3	65,5	59,1	65,2
3	10,3	10,1	7,9	11,5	10,4	14,7	6,3	9,4	14,8	12,2	3,2	18,7	10,7	9,1	9,8
4	7,6	9,3	6,6	9,6	8,5	10,7	7,3	7,5	13,2	9,1	3,2	15,6	8,7	6,3	8,0
5	45,8	47,6	71,1	46,4	28,1	22,2	47,1	67,8	28,9	50,0	58,8	42,4	56,2	66,4	55,4
6	33,0	31,5	46,4	32,0	21,5	18,3	31,5	45,1	23,3	37,3	33,7	30,6	36,8	47,3	41,6
7	30,9	31,3	41,7	30,5	23,6	18,0	26,7	46,2	23,0	35,1	33,2	26,3	36,0	55,3	39,6
8	50,6	51,2	74,3	51,8	31,5	27,5	52,9	69,8	33,4	51,9	65,9	48,8	57,7	74,6	53,0
9	47,3	46,8	63,7	47,7	33,3	30,5	50,0	59,2	34,2	48,3	57,4	48,2	49,2	63,7	51,7
10	59,4	55,6	65,1	55,6	53,8	55,1	57,4	59,7	49,4	59,5	62,4	64,4	56,4	62,0	55,8
11	60,9	57,4	67,4	58,9	53,1	54,5	64,6	58,9	52,2	60,9	63,4	71,6	58,1	62,4	56,4
12	10,1	8,6	9,1	9,4	9,5	10,9	7,2	9,8	11,8	11,7	3,9	15,8	12,0	6,5	9,9

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Koronavirüs salgını süresince haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ettiniz?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır)

(1: Ulusal Gazete | 2: Televizyon | 3: Radyo | 4: Dergi | 5: Google | 6: TV/Gazete web siteleri | 7: Dijital Mecralar | 8: Sosyal Medya | 9: Whatsapp Grupları | 10: Sosyal Çevre (Aile-Arkadaş) | 11: Yaşayanlar | 12: Yerel Gazete)

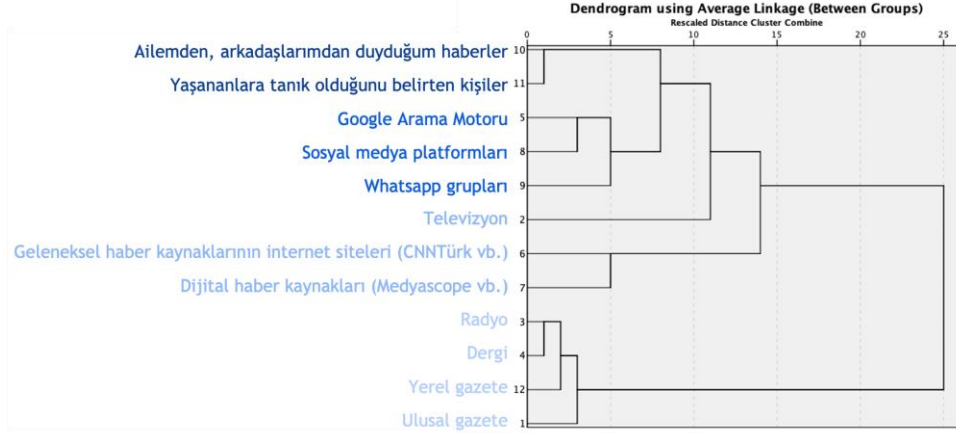
Covid-19 süresince haber ve bilgiye erişim tercihleri mecralar üzerinden değerlendirildiğinde televizyon mecrasının bütün değişkenler içerisinde yükseldiği görülmektedir. Örneğin Covid-19 öncesinde üniversite düzeyindeki katılımcılar televizyonu %46,2 oranında tercih ediyorken bu oran Covid-19 sürecinde %55,4'e yükselmiştir. Yine, 18-29 yaş grubu için haber ve bilgiye erişmek için televizyonun tercih edilmesi oranı yükselmiştir (Önce: 47,2% | Sürecinde: 58,9%). Teyit.org'un 2019 “Medya Kullanım ve Haber Tüketim Raporu”nda haberleri sık sık veya her zaman sosyal medya aracılığıyla takip edenlerin oranı %64'dür (Teyit.org, 2019). Teyit.org'un raporunda en çok 18-29 yaş grubunun sosyal medyayı bir haber kaynağı olarak kullandığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında uygulanan ankette ise 18-29 yaş grubunun salgın öncesi haber takip etmek için sosyal medyayı tercih etme oranı %72,4 olarak belirlenmiştir. Bu oran 18-29 yaş arasında salgınla birlikte %74,3'e yükselmiştir. Doğası itibariyle eğlence ve haber içeriklerinin bir arada dolaşımında olduğu, dolayısıyla bilgi tüketim konvansiyonlarında eğlence ve haber arasındaki çizginin belirsiz olduğu sosyal medyada haber takibinin yoğun olması kullanıcıları, tercih oranları açısından bakınca da en çok 18-29 yaş grubunu, salgın bağlamında yanlış bilgiye karşı kırılganlaştırmaktadır.

Covid-19 süresince haber ve bilgi erişimi için televizyonun tercih edilmesinin Dünya Görüşü bağlamında özellikle Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat ve Hak savunucusu alt gruplarında yükselmiştir. Dünya görüşünü Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat olarak belirtenlerin %53,6'sı salgın öncesinde televizyonu habere ve bilgiye erişim mecrası olarak tercih etmişken salgın sürecinde %65,5'i tercih ettiğini belirtmiştir. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grupta ise 5 puanlık bir artış görülmüştür. Diğer yandan, dijital haber mecraları kategorisinde yer alan Medyascope, Gazete Duvar gibi mecraların haber kaynağı olarak tercih edilmesi düşük eğitim seviyesi veya gelir düzeyi ile 50 yaş üstü katılımcılar arasında yükselmiştir (salgından önce 50 yaş ve üzerinde: 17,7% | salgın süresince 50 yaş ve üzerinde: 23,6%). Salgın dönemine özgü bir kategori olarak ankette yer alan “Yaşananlara tanık olanlardan alınan bilgi” kategorisinde Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup diğer dünya görüşlerine göre belirgin şekilde farklılaşmaktadır.

Koronavirüs salgını sürecinde haber alınan mecraların nasıl kümeler oluşturduğu, hangi mecranın hangi mecra ile erişim düzeyi bakımından benzeştiği ya da farklılaştığını resmetmek üzere kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Yukarıda verilen mecraların tümü (12 madde) değişkene göre hiyerarşik kümeleme

analizine tabi tutulmuş ve benzerliklerini resmetmek üzere dendrogram ile görselleştirilmiştir. Analizde gruplar arası bağlantı kümeleme yöntemi (between-groups linkage) benimsenmiştir.

Şekil 8. Covid-19 süresince mecra bazlı habere erişim (Kümeleme analizi)

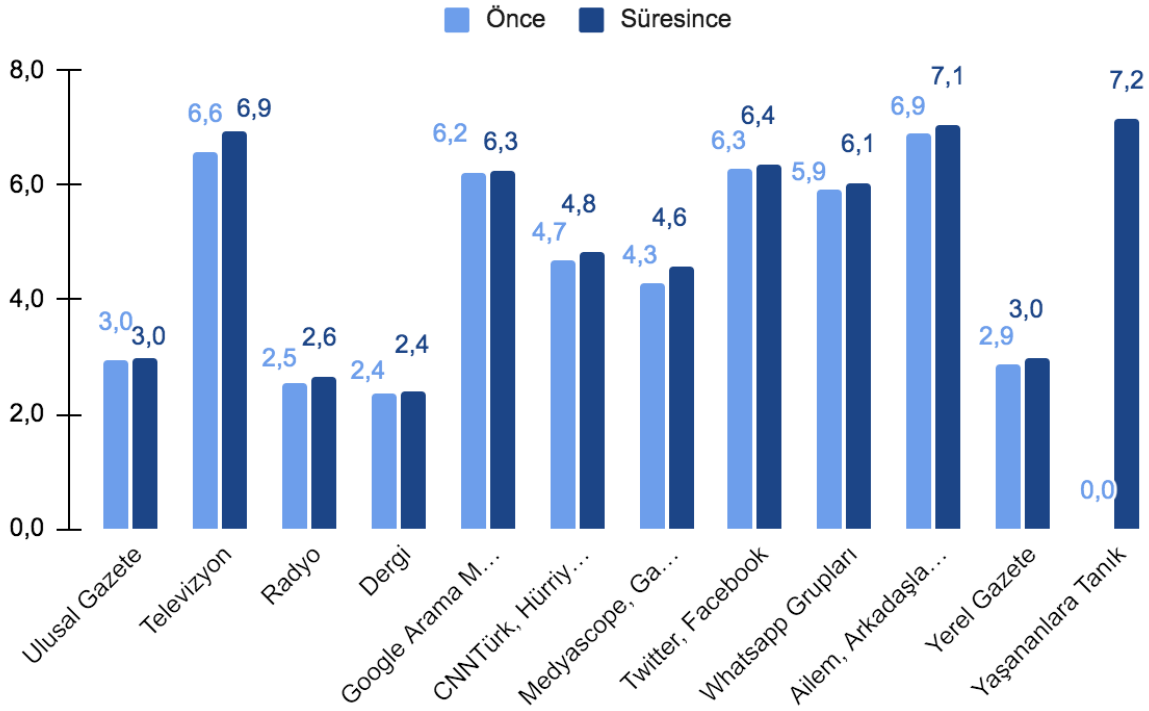


Erişim bağlamında bakıldığında, mecraları temelde 4 kategoride ele almak mümkündür: sosyal çevre, yeni medya, internet haber kaynakları ve konvansiyonel basılı medya. Özellikle konvansiyonel basılı medya ile sosyal çevreyi de kapsayacak şekilde çevrimiçi kaynakların belirgin bir şekilde birbirinden ayrıştığı görülmektedir. Bu ayırmda yalnızca televizyon çevrimiçi- yeni medyanın oluşturduğu kategoride yer almıştır. Televizyonun özellikle sokağa çıkma sınırlılıklarının olduğu dönemde haber tüketimi bağlamında hem ana kaynak olarak hem de ikinci ekran olarak öne çıktığından dolayı, bu mecra'nın yeni mecralar ile benzeştiği söylenebilir.

Sosyal çevre dahil yeni medya araçlarının kendi içlerindeki kümelenmelerin baktığımızda ise sosyal çevre diye tanımlandığımız kümede yaşananlara tanık olan kişiler ve aile ve arkadaş çevresinden alınan haberlerin sıklığının birbiri ile benzeştiği görülmektedir. Diğer bir grup ise Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformları ile WhatsApp gruplarının olduğu sosyal mecralar kategorisidir. Son kategori ise geleneksel mecraların internet siteleri, bağımsız dijital kaynaklar ile televizyondur. Bu kategoriyi bir önceki kümeden ayıran temel faktörün editöryel süreçleri içerip içermemesi olduğu görülmektedir.

Şekil 9. Covid-19 öncesi ve süresince erişim tercihlerinde mecra bazlı yaşanan değişimler

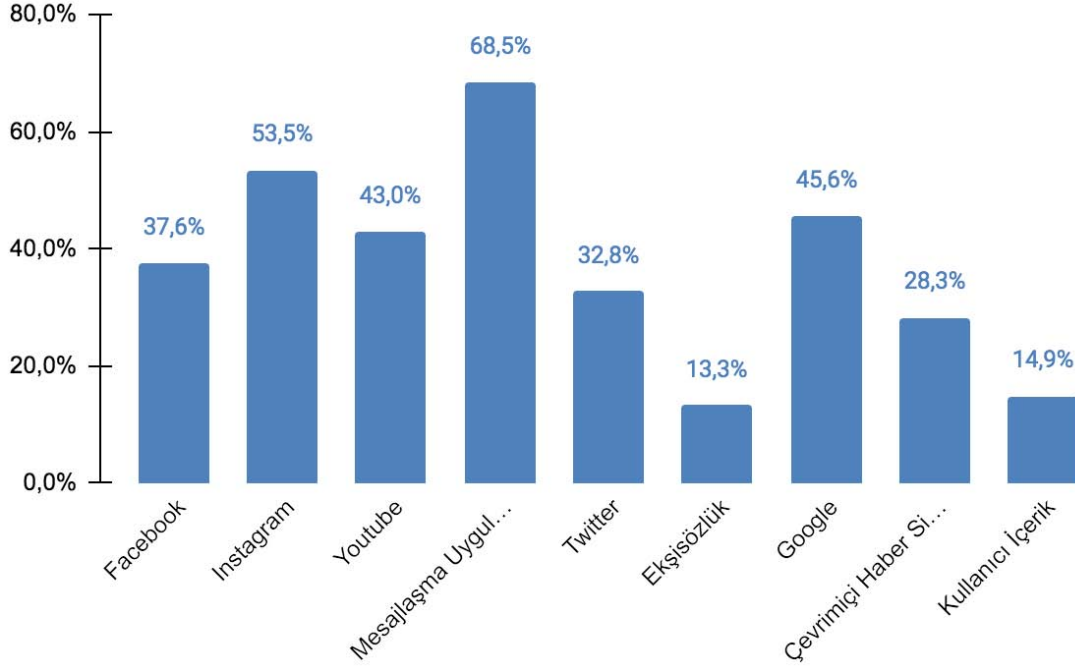
“Koronavirüs salgınından önce/sonra haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ederdiniz?”



Ankete dahil edilen tüm mecralardan bilgiye erişim tercihlerinin Covid-19 dönemiyle birlikte yükselişe geçtiği görülmektedir. Covid-19 öncesi erişim tercihleri içerisinde sosyal çevre (Aile-Arkadaşlar vs.) birinci (Ort:6,89) televizyon ikinci (Ort:6,58) ve sosyal medya üçüncü (Ort:6,29) sırada yer alırken, Covid-19 sürecinde bu sıralama yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler (Ort:7,17), sosyal çevre (Ort:7,05) ve televizyon (Ort:6,93) şeklinde belirmiştir. Covid-19 süresince bireylerin bilgiye erişim tercihleri içerisinde en yüksek artış 0,36'lık bir artış ile televizyonda olmuştur. Yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler Covid-19 salgını öncesinde var olan bir kategori olmadığı için karşılaştırma yapma imkânı bulunmamaktadır. Salgın süresince Covid-19 hakkındaki gerek sosyal medyada gerekse konvansiyonel medyada görülen bilgi kirliliği katılımcıların gözünden yaşananlara tanık olmanın, bilginin otantikleştirilmesi açısından merkezi bir yer edinmesine neden olmuştur. Bu bilgi kaynağına dair derinlemesine görüşmelerde edindiğimiz veriler aydınlatıcı olmuştur.

Şekil 10. Covid-19 sürecinde salgınla ilgili bilgi edinmek için sosyal medya ve çevrimiçi mecraların kullanım sıklığı

“Covid-19 salgını döneminde aşağıdaki sosyal medya platformlarını ve çevrim içi mecraları salgınla ilgili bilgi edinmek için ne sıklıkla kullanıyorsunuz?”



Salgın döneminde WhatsApp (%68,5) mesajlaşma uygulaması çevrimiçi mecralar içerisinde salgınla ilgili bilgi edinmek için en çok kullanılan kanal olmuştur. WhatsApp'ın en çok kullanılan çevrimiçi sosyal medya platformu olması Covid-19 döneminde salgınla ilgili bilgi edinmek için tercih edilen kaynaklarda yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler ve sosyal çevrenin ilk sıralarda olmasına paralel bir veridir. Sosyal medya platformu Instagram (%53,5) ikinci sırada yer alırken arama motoru Google (%45,6) onu takip etmiştir. Derinlemesine görüşmeler ve katılımcı gözlem verileri WhatsApp, Instagram ve arama motoru kullanımını niteliksel verilerle aydınlatmaktadır.

Tablo 24. Covid-19 sürecinde salgınla ilgili bilgi edinmek için sosyal medya ve çevrimiçi mecraların kullanım sıklığı dağılımı

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde "Covid-19 salgını döneminde aşağıdaki çevrimiçi platformları salgınla ilgili bilgi edinmek için ne sıklıkla kullanıyorsunuz?" sorusuna verilen Her gün ve Günde Birkaç Kez ifadeleri baz alınmıştır)

	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Orta	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	34,2	41,1	24,2	49,0	34,2	30,6	37,1	44,2	22,7	41,5	46,2	35,5	40,2	43,7	40,8
2	55,2	51,8	82,0	58,6	25,2	26,4	65,8	67,4	37,6	57,2	63,4	49,0	57,6	68,4	56,3
3	40,8	45,3	74,9	44,7	16,2	19,3	50,5	57,7	31,3	46,9	48,6	37,8	42,1	61,3	48,5
4	67,1	70,0	84,3	73,1	50,7	41,6	79,6	83,2	47,0	71,7	84,3	62,0	73,1	79,5	69,0
5	32,0	36,2	65,4	31,3	13,1	10,9	34,6	53,9	23,6	34,9	42,8	22,6	38,1	60,4	33,9
6	11,6	15,0	25,2	14,3	2,7	4,9	11,7	21,9	12,1	12,5	15,5	9,2	14,9	25,0	17,2
7	40,7	50,6	70,9	48,6	22,3	16,4	54,7	63,8	28,1	47,5	59,2	41,6	52,6	60,1	44,1
8	25,8	30,9	40,3	29,0	18,2	8,8	28,0	45,7	17,0	26,8	41,0	21,3	35,4	43,1	30,2
9	13,5	16,5	27,3	15,6	4,5	4,2	14,0	25,1	10,7	16,0	17,5	10,6%	18,8	26,5	18,6

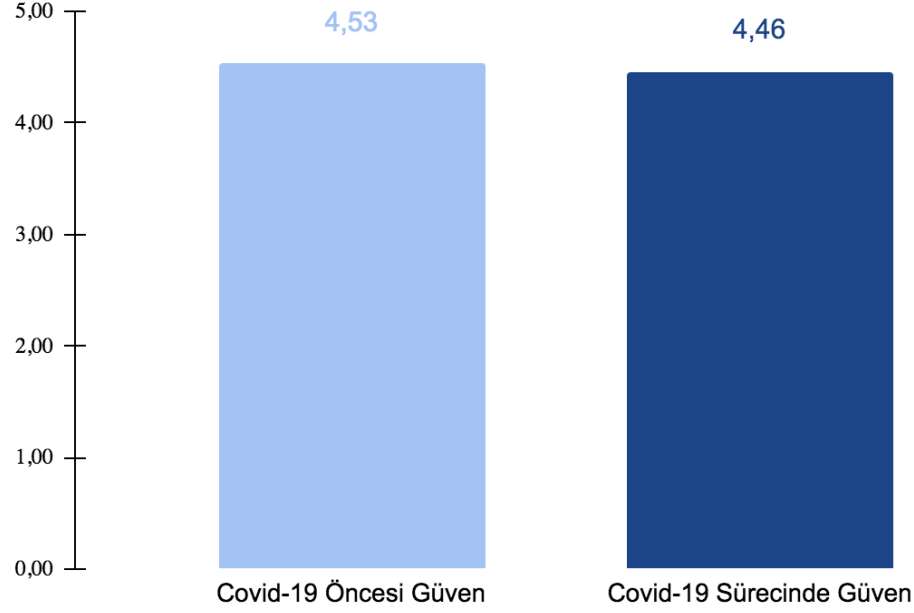
(1: Facebook | 2: Instagram | 3: Youtube | 4: Whatsapp | 5: Twitter | 6: Ekşisözülük | 7: Google | 8: Çevrimiçi Haber | 9: Kullanıcı içerik)

Covid-19 salgını döneminde salgınla ilgili bilgi edinmek için en sık kullanılan sosyal medya kanalları WhatsApp ve Instagram olmuştur. Kadınlar (%55,2), erkeklere göre daha çok Instagram kullandığı belirlenmiştir. Buna karşılık erkekler diğer bütün platformları kadınlardan daha fazla kullandıklarını belirtmiştir. Facebook haricinde sosyal medya platformlarının salgınla ilgili bilgi edinmek için kullanımında yaş ilerledikçe önemli bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Gelir ve eğitim düzeyi arttıkça Covid-19 bağlamında bilgi edinmek için sosyal medya kullanım sıklığının da arttığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım sıklıkları farklı dünya görüşleri içerisinde benzer oranlarda dağılmıştır. WhatsApp ve Instagram tüm dünya görüşleri açısından en çok tercih edilen sosyal mecralar olmuştur. Diğer yandan Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat katılımcılar bütün platformları Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi gruptan daha yüksek sıklıkla kullanmaktadır. Hak savunucuları grubu tüm sosyal medya platform ve uygulamalarını salgınla ilgili bilgi edinmek için diğer iki gruba göre daha yoğun kullanmaktadır. Bu grup içerisinde WhatsApp'tan sonra Twitter ve Google arama motoru öne çıkmaktadır. Twitter diğer dünya görüşü grupları ve Hak savunucuları arasında en fazla farkın olduğu platformdur.

4.1.2. Salgın Öncesi ve Salgın Döneminde Bilgi Kaynaklarına Duyulan Güven

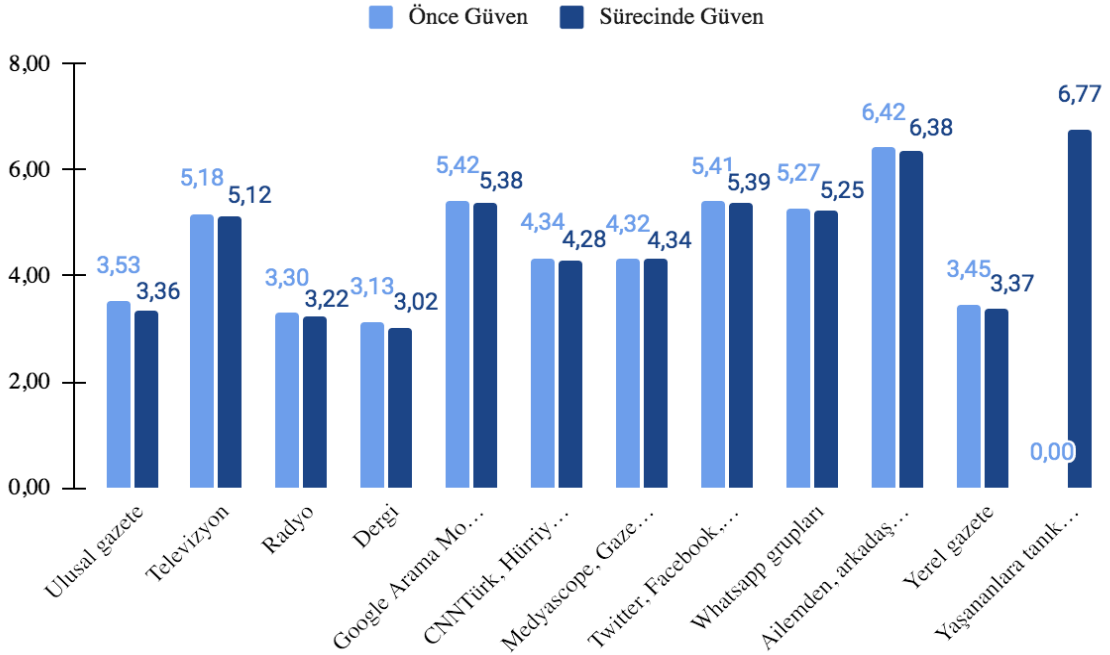
Şekil 11. Salgınla birlikte medyaya güvende değişim

“Koronavirüs salgınından önce/süresince medyaya ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?”



Şekil 12. Mecralara güvende yaşanan değişim

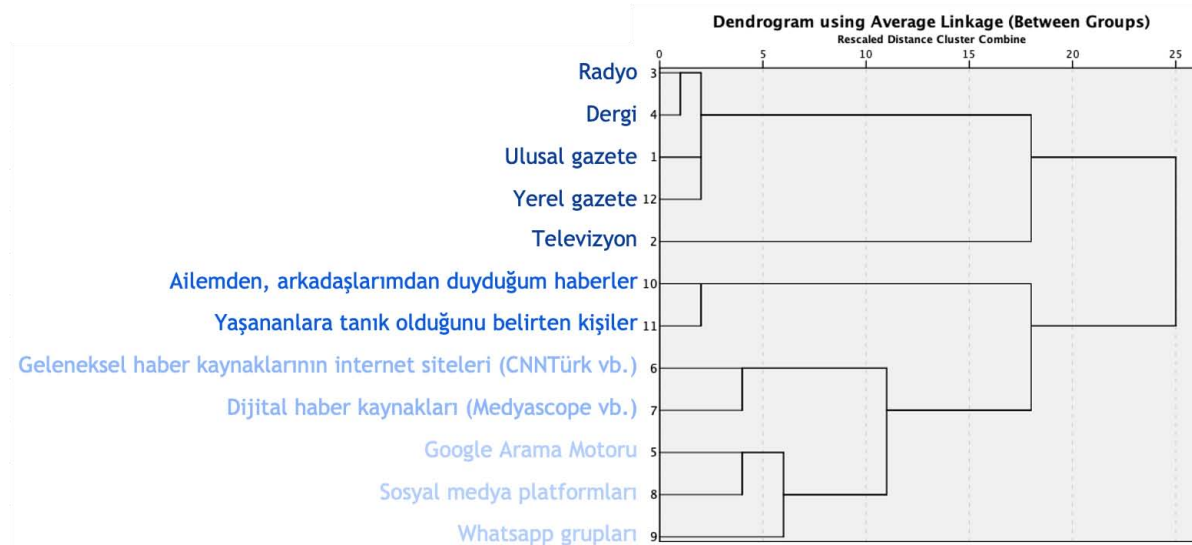
“Koronavirüs salgınından önce/salgın sürecinde sayacağım mecralara ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?”



Covid-19 salgını öncesi mecralara genel anlamda atfedilen güven derecesinin salgınla birlikte minimal de olsa düştüğü görülmektedir. Bu durum son yıllarda yapılan araştırmalara göre Türkiye’de özellikle konvansiyonel medyaya duyulan güvenin çok düşük olması ile birlikte değerlendirilmelidir (Newman vd., 2018; Koçer & Bozdağ, 2020). Covid-19 öncesinde güven duyulan mecra olarak sosyal çevre, salgın sürecinde ise yaşananlara tanık olmuş kişiler kategorileri ön plana çıkmıştır. Genç katılımcıların konvansiyonel medyaya atfettikleri güven derecesi salgın sürecinde artmıştır. Dijital haber kanallarına duyulan güvende (Önce: 4,32 | Sürecinde: 4,34) salgınla birlikte minimal artış yaşanmış, diğer bütün kaynaklara güvende ise düşüş gerçekleşmiştir. Salgın öncesi dönemde en yüksek ortalamaya sahip olan mecralar sırasıyla “Sosyal Çevre”, “Arama Motorları” ve “Sosyal Medya” şeklinde ilerlerken, salgın sürecinde ilk sırada “Yaşananlara Tanık Olduğunu Belirten Kişiler” yer almıştır.

Koronavirüs salgını süresinde mecraların toplum nezdinde güven bağlamında hangi kümeleri oluşturduğunu ve mecraların birbirleri ile nasıl benzeştiği veya farklılaştığını gözlemlemek amacıyla hiyerarşik kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. 12 maddeli değişkenlere göre hiyerarşik kümeleme analizinde kümeleri resmetmek üzere dendrogram ile kullanılmıştır. Analizde gruplar arası bağlantı kümeleme yöntemi (between-groups linkage) benimsenmiştir.

Şekil 13. Covid-19 süresince mecra bazlı güven (Kümeleme analizi)



Toplumun pandemi sürecinde medya araçlarına güvenine baktığımızda, 2 ana kümenin olduğu görülmektedir. Konvansiyonel medya ve sosyal çevreyi de içeren sosyal medya iki belirgin kümeyi oluşturmaktadır. Erişim bağlamında sosyal medya kategorisi için konumlanan televizyonun konu güven olunca radyo, ulusal ve yerel gazeteler gibi konvansiyonel medya mecraları ile aynı kümede yer aldığı

görülmüştür. Bu durum televizyonda haber tüketim düzeyinin yeni medya araçları ile benzer olduğu, ancak televizyondan alınan bilgilerin diğer konvansiyonel medya mecraları ile yakınlaştığı şeklinde açıklanabilir.

Alt kategorilere baktığımızda da, erişime benzer bir kümelenme olduğu görülmektedir. Aile ve arkadaşlardan duyulan haberler ile yaşananlara tanık olduğunu belirten kişilerden alınan bilgilerin güven bağlamında birbirleri ile yaklaştığı söylenebilir. Diğer iki alt kategorinin ise geleneksel haber kaynakları ve dijital haber kaynaklarının oluşturduğu, internet haber siteleri diye tanımlayabileceğimiz kategoridir. Bir diğeri ise Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçları, WhatsApp ve arama motorlarının oluşturduğu sosyal mecralardır.

Tablo 25. Covid-19 öncesi dönemde mecra bazlı güven

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde "Koronavirüs salgınından önce sayacağım bilgi kaynaklarına ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?" sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Orta	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	13,1	11,5	10,3	12,4	13,8	13,0	9,8	13,8	13,2	14,2	9,0	17,1	14,2	8,3	14,1
2	30,2	28,7	18,7	30,9	36,2	39,8	27,0	22,7	34,2	31,4	22,5	40,4	26,2	20,5	24,6
3	13,5	9,1	8,3	12,3	12,4	14,4	7,9	11,5	15,9	12,9	5,3	19,3	11,4	6,7	11,4
4	11,6	9,6	9,6	11,6	10,2	11,4	7,4	12,5	12,8	12,3	6,5	15,8	12,4	8,6	13,6
5	32,6	33,3	44,0	32,0	24,6	19,9	28,6	46,0	24,0	35,2	37,6	29,2	36,3	40,3	38,8
6	22,9	23,4	33,4	22,0	15,7	17,8	18,6	30,7	18,9	29,6	18,4	23,0	23,2	27,5	29,9
7	22,6	24,2	30,9	22,1	18,4	15,4	17,8	33,6	18,0	26,1	24,4	19,4	25,8	31,1	28,5
8	39,6	35,0	50,1	36,8	26,9	25,8	32,0	50,1	26,1	40,6	42,5	30,8	41,2	44,0	46,0
9	38,0	31,3	43,3	35,5	26,0	28,1	31,2	42,3	27,4	36,1	38,9	31,3	33,7	41,5	42,0
10	54,5	46,2	49,4	51,2	50,1	53,7	43,4	53,4	43,7	52,6	53,2	51,6	46,8	51,6	51,3
11	11,2	9,5	11,3	9,7	10,4	12,5	7,3	11,1	13,4	12,0	5,6	15,7	13,1	6,7	8,5

(1: Ulusal Gazete | 2: Televizyon | 3: Radyo | 4: Dergi | 5: Google | 6: TV/Gazete web siteleri | 7: Dijital Mecralar | 8: Sosyal Medya | 9: Whatsapp Grupları | 10: Sosyal Çevre (Aile-Arkağaş) | 11: Yerel Gazete)

Salgın öncesinde farklı platformlar ve mecralara güven konusunda cinsiyetler arasında büyük bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak televizyon, dergi, radyo gibi konvansiyonel mecralar ve sosyal çevreye

atfedilen güven yaşla birlikte artış göstermiştir. Bu mecralara ilk öğretim düzeyinde veya düşük gelirli katılımcılar da daha çok güven duyduklarını belirtmişlerdir. Ancak sosyal medya, arama motorları, internet siteleri ve WhatsApp gibi yeni medya ortamlarına gençlerin daha fazla güven duyduğu ve bu güven oranının eğitim veya gelir seviyesindeki artmayla paralel ilerlediği görülmüştür.

Tablo 26. Covid-19 salgını döneminde mecra bazlı güven

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde "Koronavirüs salgını sürecinde sayacağım bilgi kaynaklarına ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?" sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

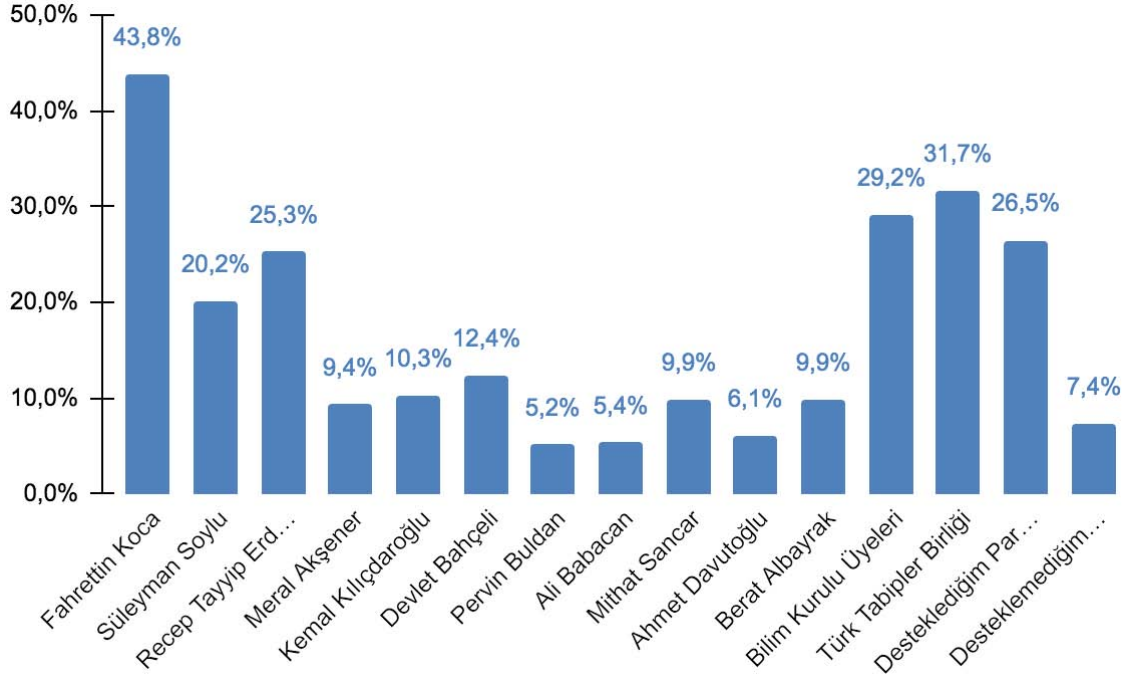
	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	11,6	9,4	11,1	9,7	11,0	10,2	8,5	12,4	11,8	11,3	8,3	15,1	12,8	8,4	12,0
2	30,3	29,1	22,5	31,3	33,6	41,0	27,5	21,9	34,1	31,3	23,7	40,2	26,2	24,7	26,0
3	9,5	10,7	9,1	11,3	9,4	12,6	6,6	10,8	13,6	12,1	4,3	16,2	10,2	6,6	12,2
4	10,4	7,9	9,1	10,2	8,0	10,0	8,8	8,9	10,8	11,6	4,6	13,5	9,7	7,3	11,5
5	35,3	33,9	47,7	34,2	23,8	20,4	30,6	48,3	23,7	38,2	39,0	26,7	37,6	41,7	43,0
6	24,0	23,1	35,0	20,8	17,2	16,2	19,0	32,6	19,4	28,8	20,1	21,2	22,0	30,4	31,3
7	22,8	26,6	32,1	23,8	19,5	14,3	19,7	36,5	19,2	28,2	24,8	18,2	27,9	34,6	28,9
8	39,1	32,3	48,9	35,9	23,9	22,5	31,1	49,2	23,4	38,1	42,9	25,4	38,7	50,7	42,6
9	38,0	32,6	43,5	38,0	24,7	28,5	30,3	44,5	27,8	38,1	37,9	31,4	34,6	45,6	42,6
10	55,0	45,1	53,7	46,3	51,8	50,5	47,6	51,8	45,0	51,7	52,4	51,8	45,6	49,1	50,3
11	59,5	53,4	60,0	55,5	54,9	53,8	58,0	57,4	49,5	57,7	60,9	64,7	50,9	54,3	52,8
12	11,5	8,3	10,0	8,5	11,6	13,3	7,7	8,9	16,2	10,3	4,0	16,0	10,6	7,8	10,5

(1: Ulusal Gazete | 2: Televizyon | 3: Radyo | 4: Dergi | 5: Google | 6: TV/Gazete web siteleri | 7: Dijital Mecralar | 8: Sosyal Medya | 9: Whatsapp Grupları | 10: Sosyal Çevre (Aile-Arkadaş) | 11: Yaşayanlar | 12: Yerel Gazete)

Salgın öncesi ve salgın dönemi mecralara duyulan güven üzerinden karşılaştırıldığında gençlerin salgınla birlikte ulusal gazete, televizyon ve radyo gibi geleneksel mecralara ve sosyal çevre gibi birebir etkileşime Covid-19 öncesine göre daha fazla güven duymaya başladığı (Örneğin salgın öncesi TV:18,7% iken salgın sürecinde bu oran: 22,5%) görülmüştür. Buna paralel, 50 yaş ve üstü katılımcılarda ise düşüş yaşandığı gözlemlenmiştir. Her ne kadar 50 yaş üstü katılımcılar gençlere oranla konvansiyonel medyaya daha fazla güvendiklerini belirtse de salgın sürecinde bu grupta geleneksel medyaya güven düşmüştür. (Örneğin salgın öncesi TV: 36,2% | Salgın sürecinde TV: 33,6%).

Şekil 14. Covid-19 döneminde açıklamalarına güven duyulan kurum ve kişiler

“Sayacağım kişilerin ve kurumların yaptığı açıklamalara Covid-19 süresince ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?”



Tablo 27. Covid-19 döneminde açıklamalarına güven duyulan kurum ve kişiler

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sayacağım kişilerin ve kurumların yaptığı açıklamalara Covid-19 süresince ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Orta	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	42,6	45,0	38,0	45,0	46,8	50,0	49,1	34,0	51,8	42,1	38,7	76,4	44,4	20,6	45,5
2	20,5	19,9	20,4	22,8	16,9	25,7	20,5	15,1	22,9	22,5	14,6	52,0	18,6	9,4	13,4
3	25,8	24,8	20,6	32,5	20,2	33,5	22,8	20,1	28,5	28,6	18,0	59,0	22,1	16,2	20,9
4	11,6	7,1	9,7	8,0	10,8	9,4	10,0	8,9	7,8	8,7	11,7	11,0	18,4	9,2	14,5
5	11,2	9,3	7,1	8,9	14,4	9,7	7,5	13,0	7,0	10,0	13,6	10,2	18,9	12,7	14,2
6	12,6	12,2	8,2	14,1	13,5	17,6	9,9	9,7	17,3	13,7	6,0	34,4	10,4	6,9	10,5
7	4,2	6,1	4,6	3,2	8,1	4,6	3,9	6,8	5,3	5,5	4,7	6,5	7,9	9,9	8,8
8	5,2	5,6	5,0	5,0	6,1	8,3	2,8	4,9	6,4	7,0	2,2	15,1	6,7	4,0	8,4
9	8,6	11,2	8,8	8,9	11,9	10,4	5,6	12,9	8,4	12,1	8,3	16,4	17,6	13,4	18,9

10	6,7	5,4	5,1	6,4	6,4	8,6	4,4	5,2	8,1	8,4	0,9	16,1	8,2	6,8	9,1
11	9,5	10,2	6,2	11,3	10,9	16,2	6,3	7,1	12,9	12,0	4,1	26,3	8,8	4,5	10,9
12	29,4	29,0	25,5	28,8	32,5	25,0	31,5	31,1	31,1	31,4	24,5	48,1	35,5	24,2	35,7
13	31,2	32,2	21,1	31,8	39,7	22,1	30,8	40,9	28,6	27,3	40,5	35,9	46,5	36,8	43,8
14	26,4	26,5	18,5	25,6	33,6	29,7	24,5	25,2	27,5	22,8	30,6	46,3	35,0	19,7	29,6
15	6,7	8,0	6,3	7,9	7,4	7,2	5,7	8,8	8,0	10,3	2,7	17,0	11,6	3,5	12,6

1: Fahrettin Koca | 2: Süleyman Soylu | 3: Recep Tayyip Erdoğan | 4: Meral Akşener | 5: Kemal Kılıçdaroğlu | 6: Devlet Bahçeli | 7: Pervin Buldan | 8: Ali Babacan | 9: Mithat Sancar | 10: Ahmet Davutoğlu | 11: Berat Albayrak | 12: Bilim Kurulu Üyeleri | 13: Türk Tabipler Birliği | 14: Desteklediğim Partinin Belediye Başkanı | 15: Desteklemediğim Partinin Belediye Başkanı

Salgın döneminde açıklamalarına en çok güvenilen kişiler ve kurumlar sorusunda ortalamada en çok güvenilen kişi %43 ile Sağlık Bakanı Fahrettin Koca olmuştur. Erkekler, 50 yaş ve üzeri, alt gelir düzeyi ve İlköğretim seviyesinden katılımcılar diğer gruplara göre daha sık olarak en çok Fahrettin Koca'nın açıklamalarına güven duyduklarını belirtmişlerdir. Gelir seviyesi arttıkça Koca'nın açıklamalarına güven azalmıştır. Benzer şekilde eğitim seviyesinin artmasıyla Koca'nın açıklamalarına güven derecesinde düşüş görülmüştür. İlk öğretim mezunları Fahrettin Koca'nın açıklamalarına %50 oranında güvenirken, üniversite mezunları %34 oranında güven belirtmiştir. Tüm gruplar içinde açıklamalarına en fazla güvenilen ilk üç kişi ve kurum Fahrettin Koca, Türk Tabipleri Birliği ve Bilim Kurulu üyeleri olmuştur. Üniversite mezunları ve üst gelir grubunun açıklamalarına en çok güven duydukları kurum TTB'dir.

Fahrettin Koca'nın salgınla ilgili açıklamalarına duyulan güven Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup içerisinde %76,4 ile en yüksektir. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat grubun Fahrettin Koca'nın açıklamalarına güven oranı %44,4'dür. Hak savunucuları ise %20,6 oranında Koca'nın açıklamalarına güven duymaktadır. Anket çalışmasını takiben gerçekleştirilen medya günlükleri ve derinlemesine görüşme bulguları, özellikle Eylül ayı itibariyle hasta ve vaka sayılarının kamuya şeffaf şekilde paylaşılmamasına dair tartışmalar üzerinden Koca'ya güvenin tüm dünya görüşü gruplarında düşmüş olabileceğine işaret etmektedir.

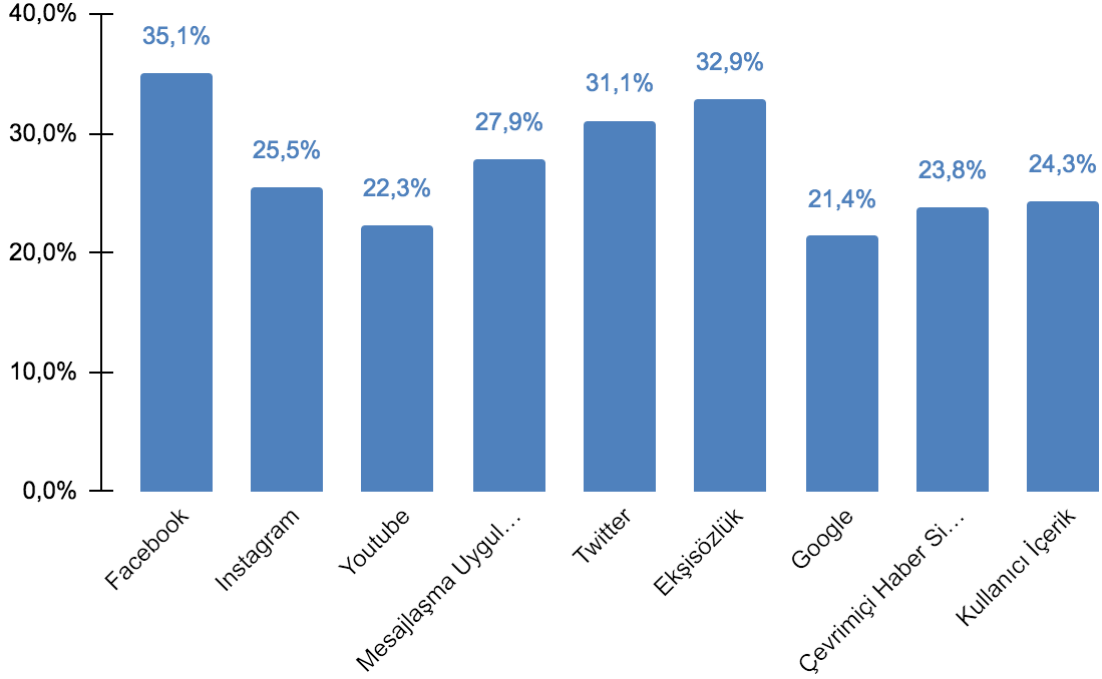
Dünya görüşü grupları arasında salgın süresince açıklamalarına güven duyulan ve güven duyulmayan kişi ve kurumlar önemli farklılıklar göstermektedir. Fahrettin Koca'ya diğer gruplar arasında en fazla güvenenler Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler iken en az güvendiğini söyleyenler %20,6 ile Hak savunucuları olmuştur. Hak savunucuları en çok TTB'nin açıklamalarına güven duymaktadır (%36,8). Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler TTB'ye %35,7 oranında güven belirtmişlerdir. Bu

Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler ve Hak savunucularının birbirlerine tüm kurum ve kişiler içerisinde en yaklaştıkları orandır. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratların TTB'nin açıklamalarına güven oranı %46,5'tur. Burada Sağlık Bakanlığı'na %76,4 gibi yüksek bir oranda güven belirten Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçilerin Bakanlık himayesinde bir danışma kurulu gibi çalışan Bilim Kurulu'na güvenlerinin sadece %48 olması önemli bir bulgudur. Bilim Kurulu'na güven Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar arasında %35,5 ve Hak savunucuları arasında %24,2'dir. Çok sayıda tıp uzmanından oluşan Kurul'un üyelerinin zaman zaman birbirinden farklı ifadelerinin medyada yer alması güvensizliği açıklayabilecek bir faktördür. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler için açıklamalarına güvenilen kişi ve kurumlarda ikinci sırada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan (%59), üçüncü sırada ise İçişleri Bakanı Süleyman Soylu (%52) gelmektedir. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar arasında Erdoğan'ın açıklamalarına güven (%22,1) Soylu'nun açıklamalarına güvenden (%18,6) daha yüksektir. Hak savunucuları için Erdoğan ve Soylu'ya güven diğer gruplara göre daha düşüğe de Erdoğan'a güven (%18,6) Soylu'ya güvenden (%9,4) daha yüksektir. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler arasında da Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar arasında da açıklamalarına en az güven duyulan kişi Pervin Buldan olmuştur (%6,5 ve %7,9). Türkiye'de siyasal kutuplaşmanın iki tarafında yer alan dünya görüşü gruplarının HDP eş genel başkanının açıklamalarına (salgına dair kamusal alanda dolaşıma giren söylemleri çok sınırlı olmasına rağmen) benzer oranlarda düşük güven belirtmeleri Kürtlerin siyasetteki temsilcileri söz konusu olunca kutuplaşmanın taraflarının farklılaşabildiğini düşündürmektedir. Diğer yandan, HDP eş genel başkanı Mithat Sancar'a yönelik güven her dünya görüşü grubu için Pervin Buldan'dan daha yüksek olmuştur. Burada Mithat Sancar'ın Kürt siyasi hareketine Pervin Buldan'a görece mesafesi, akademisyen ve hukukçu kişiliği ve toplumsal cinsiyetinin etkili olduğu düşünülebilir. Dünya görüşü gruplarında desteklenen partinin belediye başkanlarına desteklenmeyen partinin belediye başkanlarına oranla daha fazla güven belirtilmiş olması da yine Türkiye'de siyasal kutuplaşmanın bir yansımasıdır (Erdoğan & Uyan-Semerci 2017).

4.1.3. Covid-19 Hakkında Yanlış Bilgiyle Karşılaşılan Platform ve Mecralar

Şekil 15. Çevrimiçi platform ve mecralarda covid-19 hakkında yanlış bilgiyle karşılaşma

“Sayacağım platform ve çevrimiçi mecralarda Covid-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?”



Soruda yer verilen mecra ve platformlar arasında yanlış bilgi ile karşılaşmayı etkileyebilecek önemli sağlık ayırışmaları bulunmaktadır. Bunlar editoryal süreç, anonimlik ve kamusal tartışma olanakları olarak özetlenebilir. Örneğin, haber mecralarında kurumsal editoryal süreç baskınken Facebook, Twitter, Ekşi Sözlük gibi platformlarda editoryal filtreler yoktur. Facebook ve Instagram daha çok gerçek isimlerin kullanıldığı platformlarken Ekşi Sözlük kullanıcıların anonim olduğu bir platformdur. Twitter, Facebook ve Ekşi Sözlük sağlık açısından kamusal tartışma ve enformasyon yaymaya daha çok imkân verirken Instagram ve arama motorları bu açıdan kısıtlıdır. Bu sağlık ayırışmaları stabil değildir, bağlama göre anlam kazanmaktadır ve her başlık altında yer alan platform ve mecralar kendi aralarında çok çeşitlidir.

Katılımcılar, 35,1% oranıyla en çok Facebook'ta yanlış bilgiye rastladıklarını belirtmişlerdir. Facebook'u Ekşisözlük (32,9%) ve Twitter (31,1%) takip etmiştir. Katılımcılar ortalamada Instagram, Youtube, WhatsApp gibi platform ve uygulamaları daha sık kullanmalarına rağmen buralarda Facebook, Twitter ve Ekşisözlük göre daha az yanlış bilgiye rastladıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 28. Değişkenlere göre yanlış bilgi ile sık karşılaşılan platformlar ve çevrimiçi mecralar

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sayacağın platform ve çevrimiçi mecralarda Covid-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?” sorusuna verilen “4-Her gün” ve “5-Günde Birkaç Kez” cevapları baz alınmıştır.)

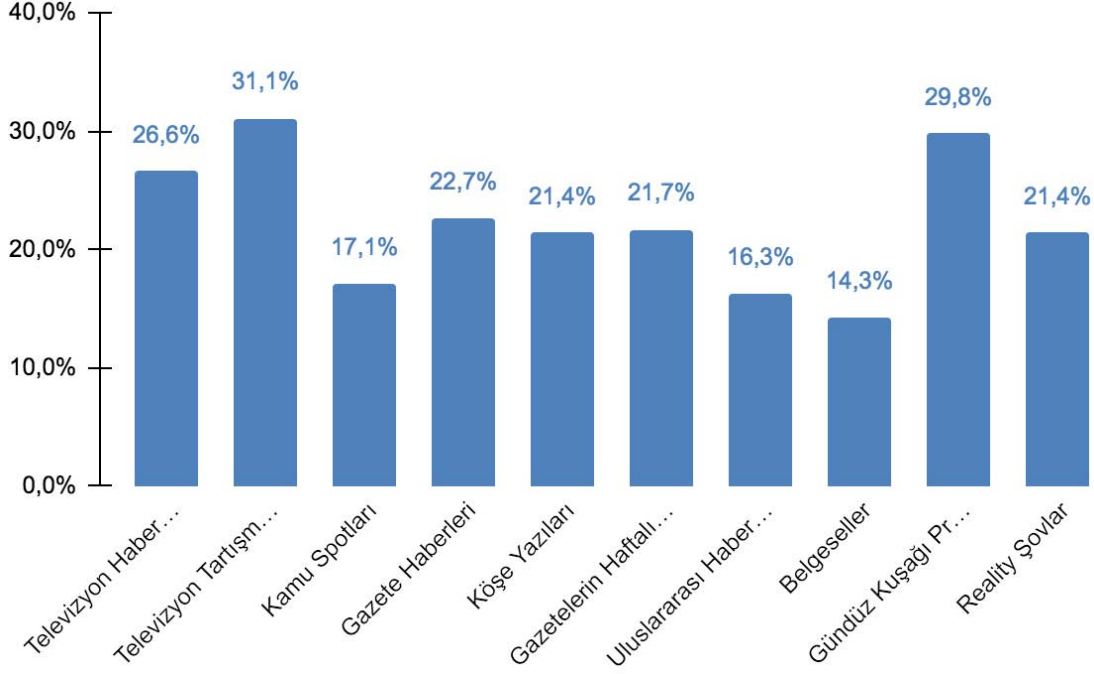
		Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
		Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Dindar	Laik	Hak	Diğer
Yeni Medya Platformları	Facebook	34,7	35,5	46,2	31,3	33,0	29,7	36,4	37,8	43,2	37,2	37,6	37,6	37,0	42,9	31,8
	Instagram	23,6	27,4	27,6	25,8	21,5	24,6	24,4	26,7	32,5	25,8	27,1	27,1	26,8	28,7	30,9
	Youtube	20,2	24,4	24,8	22,2	19,5	23,3	21,2	22,7	28,4	23,4	26,3	26,3	22,2	24,2	24,9
	WhatsApp	27,4	28,3	27,3	26,6	30,5	26,8	25,6	30,3	40,9	25,1	30,2	30,2	28,3	34,0	28,5
	Twitter	28,7	33,3	29,3	34,1	28,4	43,6	32,5	26,1	43,0	32,3	39,3	39,3	28,8	30,3	34,5
	Ekşisözlük	29,7	36,1	31,1	36,4	29,0	42,2	38,5	26,6	40,9	39,7	41,3	41,3	28,0	30,8	42,0
	Google	18,8	23,8	23,6	20,9	19,6	24,1	21,3	19,9	27,3	22,6	25,5	25,5	20,9	26,7	26,3
	Çevrimiçi Haber	21,6	25,9	27,7	26,4	15,7	28,2	24,6	21,4	35,0	23,2	31,0	31,0	23,7	26,7	25,7
	Kullanıcı İçerik	22,6	25,9	28,3	26,2	14,1	24,5	28,3	21,9	30,6	26,2	32,8	32,8	26,0	24,7	24,4

Yanlış bilgiyle karşılaşmayı ifade etmenin yaş ilerledikçe düştüğü ortaya çıkmaktadır. Bu durum, geleneksel medya ve çevrimiçi ortamlar arasında aynı şekilde seyretmiştir. Yalnızca WhatsApp içerisinde yaş ilerledikçe yanlış bilgi ile karşılaşma sıklığının az da olsa yükseldiği görülmüştür (18-29 yaş:27,3% | 50 yaş ve üzeri: 30,5%). Eğitim seviyesi yükseldiğinde Facebook, WhatsApp, Instagram gibi platformlarda yanlış bilgiyle karşılaşma sıklığı da yükselmiştir. Gelir düzeyinde alt seviyedeki katılımcılar tüm platformlar ve mecralar için yanlış bilgiyle en sık karşılaştığını ifade eden grup olmuştur.

Facebook'ta en sık yanlış bilgiyle karşılaştığını ifade edenler Hak savunucuları (%42,9) olmuştur. Hak savunucuları en az yanlış bilgiyle Youtube'da (%24,2) karşılaşmaktadır. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar için yanlış bilgiyle en sık karşılaşılan platform Facebook iken (%37) bunu Twitter (%28,8) ve WhatsApp (%28,3) izlemiştir. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler için en sık yanlış bilgi ile karşılaşılan platform Twitter (%39,) olmuştur. Tüm çevrimiçi mecralar için yanlış bilgi ile en sık karşılaştığını ifade eden grup Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olmuştur.

Şekil 16. Geleneksel medya türlerinde covid-19 hakkında yanlış bilgiyle karşılaşma

“Sayacağın mecralarda Covid-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?”



Geleneksel mecralarda televizyon tartışma programları yanlış bilgiye en sık rastlanılan tür (31,1%) olarak ortaya çıkmıştır. Hemen arkasından gündüz kuşağı programları (29,8%) ve haber bültenleri gelmiştir (26,6%).

Tablo 29. Değişkenlere göre yanlış bilgi ile sık karşılaşılan geleneksel medya türleri

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sayacağın mecralarda Covid-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?” sorusuna verilen “4-Her gün” ve “5-Günde Birkaç Kez” cevapları baz alınmıştır.)

		Cinsiyet		Yaş Grubu			Eğitim Düzeyi			Gelir Düzeyi			Dünya Görüşü			
		Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Dindar	Laik	Hak	Diğer
Geleneksel Mecralar	Haber bültenler	30,2	36,9	27,5	17,7	15,9	26,9	35,9	24,3	29,4	25,1	21,6	18,7	30,8	41,9	28,8
	Tartışma programları	33,2	36,6	30,7	27,3	20,1	32,5	39,7	31,7	30,2	31,8	30,2	24,0	34,7	42,5	34,4
	Kamu spotları	19,9	21,6	18,3	12,2	11,6	14,4	24,2	17,9	18,3	14,9	14,8	15,0	19,0	25,0	20,5
	Gazete haberleri	24,9	27,2	24,6	17,0	16,9	20,2	29,9	23,7	24,6	19,3	21,7	19,0	27,2	31,6	25,4
	Köşe yazıları	24,6	26,6	21,6	17,2	16,1	21,4	26,1	24,6	21,4	18,3	15,7	18,0	24,5	29,9	25,4

Hafta sonu ekleri	23,7	26,2	21,7	18,2	17,5	22,0	25,2	23,9	22,8	18,2	16,2	17,8	26,1	31,5	24,9
Uluslararası kaynaklar	18,4	24,3	16,3	10,0	12,9	17,6	18,1	20,5	16,4	12,1	9,6	15,4	16,9	23,2	21,3
Belgeseller	15,0	18,0	17,5	7,6	14,3	13,2	15,2	18,0	15,9	8,6	5,6	15,1	12,8	22,1	18,5
Gündüz kuşağı	33,9	33,5	28,3	28,9	19,2	32,6	37,0	30,4	29,9	29,2	33,5	25,8	34,3	39,6	31,0
Reality Showlar	24,0	28,0	18,7	19,6	14,3	21,4	27,6	21,5	21,8	20,9	18,5	14,6	26,4	31,6	22,7

Dünya görüşü grupları arasında geleneksel medyada yanlış bilgi ile karşılaştığını en az belirtenler Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olmuştur. Bu grup yanlış bilgiyle en sık gündüz kuşağı programlarında (%25,8) ve tartışma programlarında (%25,8) karşılaşmaktadır. Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat grup yanlış bilgi ile en sık tartışma programlarında (%34,7) karşılaştığını ifade etmiştir. Bu grup için yanlış bilginin en çok yayımlandığı diğer türler gündüz kuşağı (%34,3) ve haber bültenleri (%30,8) olmuştur. Hak savunucuları içinde tartışma programları, haber bültenleri ve gündüz kuşağı yanlış bilgi ile en sık karşılaşılan geleneksel medya türleri olmuştur.

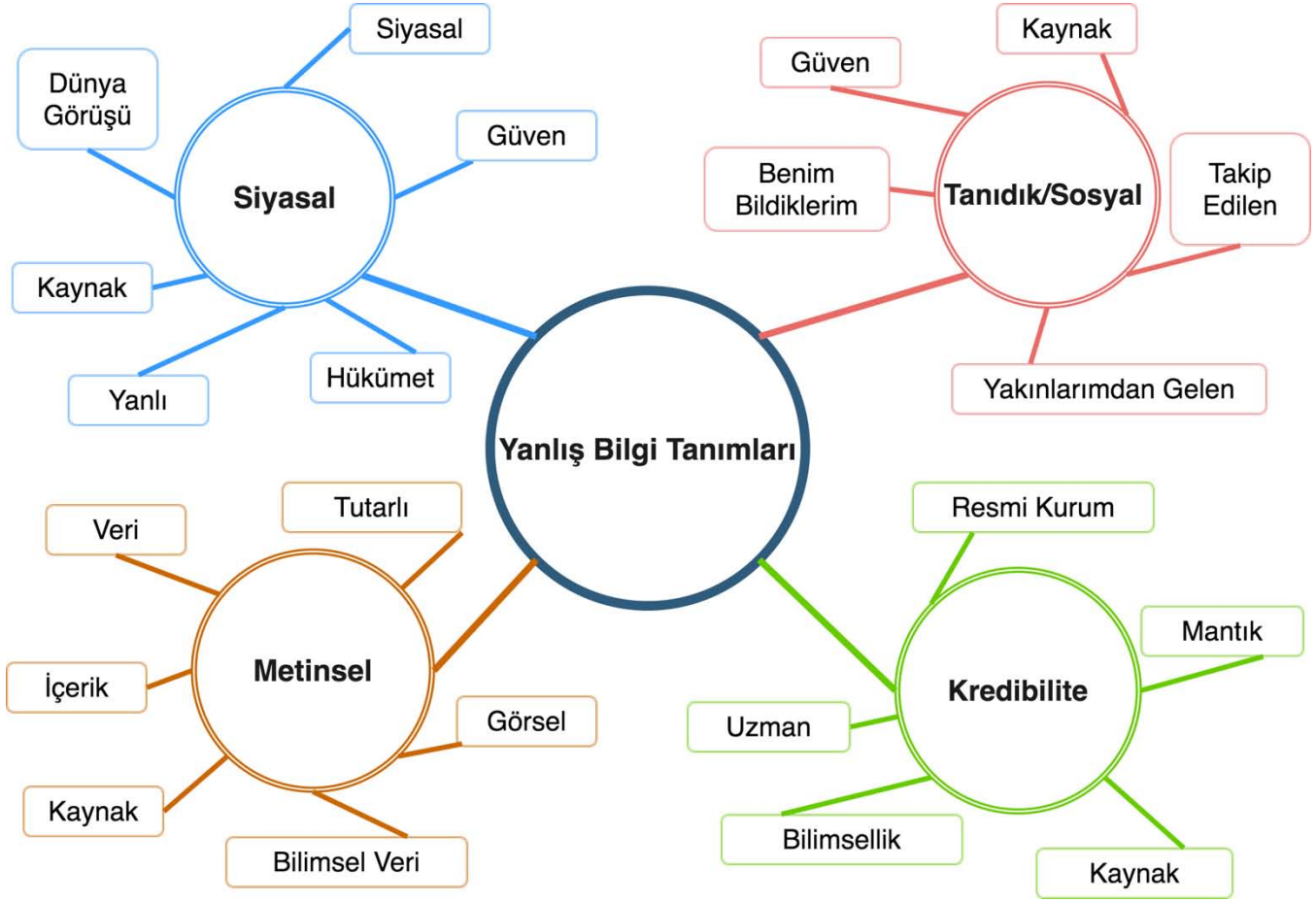
4.1.4. Kullanıcıların Gözünden Şüpheli Bilgi ve Bilgi İşleme Mekanizmaları

Covid-19 salgını bağlamında yanlış bilgi kategorisini toplumsal, kültürel, siyasal bağlamları içine yerleştirmek için öncelikle medya kullanıcılarının yanlış bilgiyi nasıl tanımladıklarını anlamak gerekmektedir. Bu doğrultuda anket katılımcılarına “Yanlış bir bilgiyi/haberi nasıl tanımlarsınız? Nasıl bir bilgi/haber gözünüzde o içeriğin doğruluğundan şüphe ettirir?” şeklinde açık uçlu bir soru yöneltildi. Bu soruya yanıt veren 1032 katılımcının cevabı içerik analizine tabi tutuldu. İçerikler, yanlış bilgiyi tanımlarken kullanılan ifadelerden yola çıkarak 4 ana kod kategorisi ile bu 4 kategorinin kombinasyonlarından oluşan toplam 10 kod kategorisinde işlendi. Ana kod kategorileri gerek yanlış bilgi literatüründen gerekse de araştırma kapsamında toplanan diğer niceliksel ve niteliksel verinin ışığında belirlendi. Bu kodlar şunlardır:

Tablo 30. Yanlış bilgi tanımları

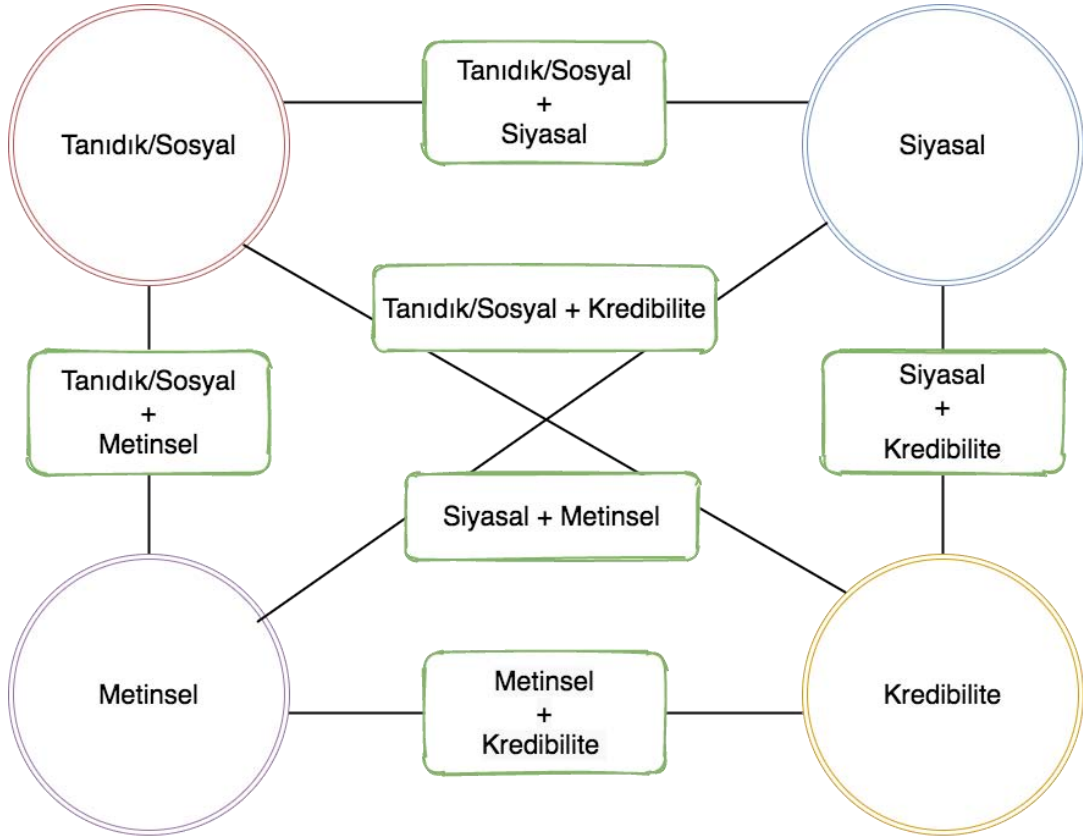
Ana Kod Kategorileri	Anahtar kelime örnekleri
Siyasal (Political)	Yanlı/tarafli- Güven- Siyasal/Siyaset- Hükümet- Dünya Görüşü- Kaynak
Tanıdık/Sosyal (Familiar/Social)	Tanıdık/Bildik- Benim Bildiklerim- Takip Edilen- Yakınlarımdan Gelen- Dünya Görüşüm- Kaynak
Metinsel (Textual)	İçerik- Veri- Bilimsel Veri- Görsel- Doğrunun Tekilliği- Tutarlı/çelişkili- Kaynak
Kredibilite (Ethos)	Kaynak- Uzman- Resmi Kurum- Bilimsellik- Mantık

Şekil 17. Yanlış bilgi tanım ana kod kategorileri ve örnekleri



Anahtar kelimelerden “kaynak” ve “dünya görüşü” gibi kelimeler farklı kod kategorilerinde aynı anda yer almaktadır. Katılımcının bütüncül ifadesi, örneğin dünya görüşünün siyasal bir filtre mi yoksa tanıdık/sosyal bir filtre mi olduğunu belirlemiştir. Aynı şekilde, “kaynak” anahtar kelimesi için metnin içinde yer alan kaynak olarak mı yoksa kendinden menkul bir kredibilite kaynağı olarak mı kararı kullanıcının ifadesinin bütünselliği doğrultusunda kodlayıcılar tarafından kategorize edilmiştir. Araştırmacılar ayrı ayrı kodlama çalışması yapmış ve ilk değerlendirmede üzerinde uzlaşma sağlanmayan ifadeler tekrar değerlendirilmiş ve sınıflandırılmıştır. Analiz doğrultusunda kullanıcıların bir bilginin yanlışlığı veya doğruluğuna en çok metinsel özellikler üzerinden kanaat ettikleri belirlenmiştir (271 metinsel, 131 metinsel+kredibilite, 73 metinsel+tanıdık/sosyal, 69 metinsel+siyasal: Toplam 544). Katılımcılar özellikle içerikte yer alan “veri” üzerinden bilginin doğruluğu ve yanlışlığını tanımladıklarını ifade etmişlerdir.

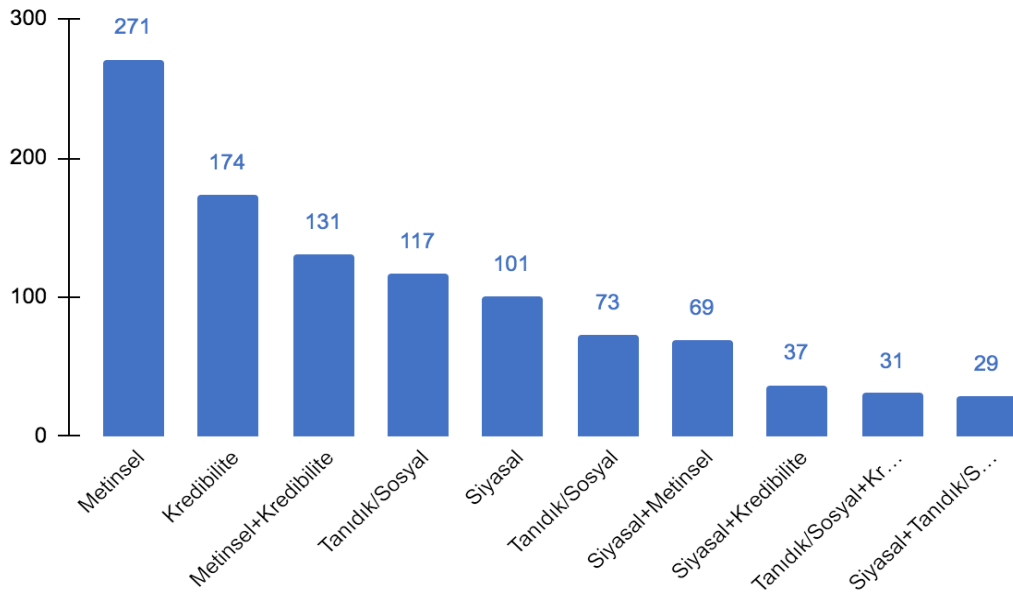
Şekil 18. Yanlış bilgi tanım (Ana ve alt kategoriler birlikte)



Şekil 19. Yanlış bilgi tanımları

Yanlış bir bilgiyi / haberi nasıl tanımlarsınız?

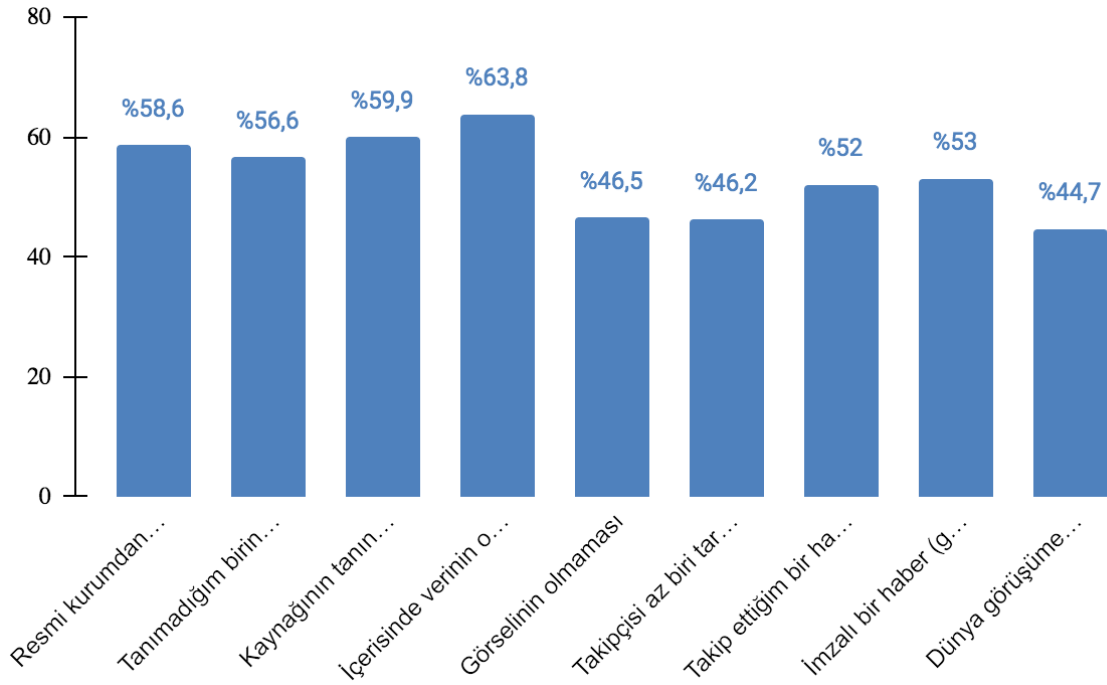
Nasıl bir haber gözünüzde o içeriğin doğruluğundan şüphe ettirir?



Enformasyon ve haber üretiminin ve alımının siyasallaştığı Türkiye gibi kutuplaşmış toplumsal ortamlarda yanlış bilginin siyasal öğeler üzerinden tanımlanması beklenmektedir. Ancak anket yanıtlarının analizine göre, yanlış bilgi tanımlamasının yaslandığı öğeler içerisinde siyasal kategorisi 5. sırada gelmektedir. Siyasal-metinsel alt kategorisi 7., siyasal-kredibilite alt kategorisi 8. ve siyasal-tanıdık/sosyal alt kategorisi son sırada yer almaktadır. Diğer yandan, anket cevaplarında yanlış bilgi tanımlaması yaparken beyan edilen metinsel, kredibilite ve tanıdık/sosyal öğeler katılımcılar açısından siyasal öğelerin önemsizliğine işaret etmemektedir. Enformasyonun siyasallaşmış olduğu bir ortamda tanımlama yaparken siyasal öğeler iki nedenle geri plana düşebilir: medya ve enformasyon yayımının siyasallığının norm olması, dolayısıyla verili alınması ve anket uygulaması gibi anlık, güven inşa edilmemiş karşılaşmalarda siyasi atıflardan kaçınılması. Yanlış bilgi tanımlamalarında siyasal atıfların diğer öğelere içkin biçimde, az görünür şekilde yapılmasına dair niteliksel bulgular aydınlatıcıdır.

Şekil 20. Bilginin doğruluğundan şüphe duyulmasında etkili olan durumlar

“Hangi durumda bilginin doğruluğundan şüphe edersiniz?”



Katılımcılar en çok veri barındırmayan içeriklere şüpheyle yaklaştıklarını belirtmiş, verilere dayanmayan içerikleri yanlış bilgi ile özdeşleştirmiştir (63,8%). Onun hemen arkasından Kaynağın tanınmaması/Kurumsal olmaması (59,9) takip etmiştir. Resmi Kurumdan Gelmemesi seçeneği ise üçüncü sırada yer almıştır (58,6).

Tablo 31. Değişkenlere göre bilginin doğruluğundan şüphe duyulmasında etkili olan durumlar

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Hangi durumda bilginin doğruluğundan şüphe edersiniz?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

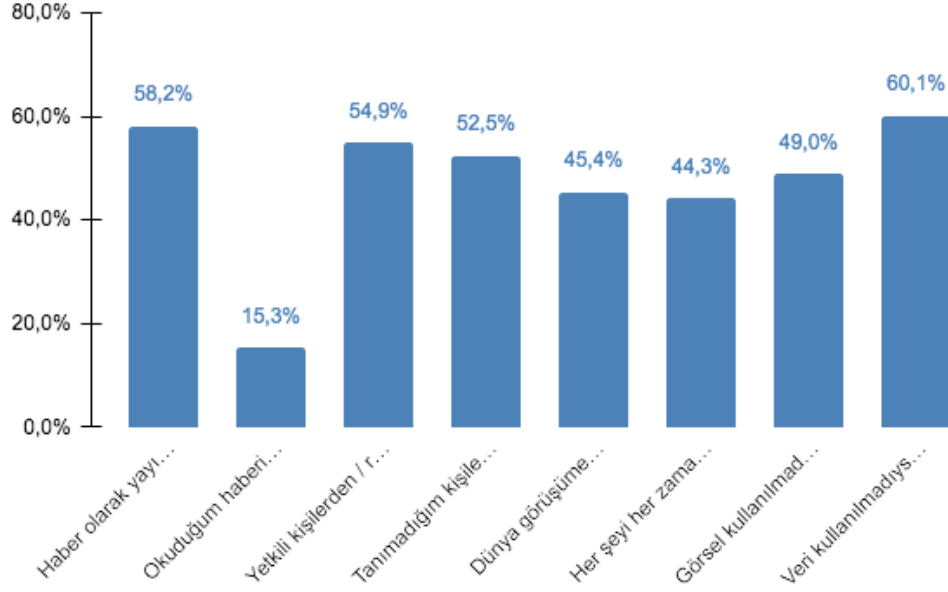
	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	64,0	63,5	68,6	59,8	64,9	54,9	65,2	70,4	56,9	66,1	67,0	51,4	58,3	75,0	65,2
2	60,5	59,3	66,6	57,6	57,5	55,4	58,2	65,2	53,1	64,0	60,5	52,4	51,8	65,1	57,0
3	58,1	59,1	68,5	55,4	54,9	52,6	57,4	64,9	52,0	63,6	58,0	50,5	60,2	60,9	668,3
4	57,4	55,8	59,8	56,0	55,0	54,6	55,1	59,7	52,1	60,6	55,4	49,4	66,3	62,9	75,4
5	52,8	53,3	59,6	49,8	51,9	47,8	54,1	56,9	48,0	53,9	56,6	35,7	44,6	61,6	56,5
6	52,0	51,9	57,9	50,3	49,5	49,6	49,8	55,9	45,8	55,0	53,7	38,8	41,5	62,6	51,9
7	45,3	47,6	52,5	45,7	42,8	40,8	45,2	52,6	42,6	49,9	45,4	44,5	48,8	57,2	56,5
8	45,6	46,8	53,5	46,3	40,4	40,7	44,1	52,8	40,4	50,0	46,4	44,9	53,7	56,1	52,4
9	44,2	45,1	48,9	44,2	41,9	46,6	43,0	44,3	44,2	45,7	43,6	37,6	40,4	55,0	48,6

1: İçerisinde verinin olmaması | 2: Kaynağının tanınmış/kurumsal olmaması | 3: Resmi kurumdan gelmemesi | 4: Tanımadığım birinden gelmesi | 5: İmzalı bir haber (gazeteci tarafından yapılmış) olmaması | 6: Takip ettiğim bir haber mecrasından gelmemesi | 7: Görselinin olmaması | 8: Takipçisi az biri tarafından paylaşılmış olması | 9: Dünya görüşüme uygun olmaması

“Bilginin içerisinde verinin olmaması” durumu eğitim düzeyi ilk öğretim olanlar ile dünya görüşünü Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi olarak belirten katılımcılar dışında tüm gruplarda en çok şüphe yaratan durum olmuştur. Bu konuda en fazla fark, üniversite ve ilköğretim grupları arasında olmuştur. Eğitim seviyesi ilk öğretim ve altı olanlar için “Kaynağın tanınmış/kurumsal olmaması” bilgiye dair en şüphe uyandırıcı etken olarak ortaya çıkmıştır. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup için en fazla şüphe uyandıran durum bilginin “Resmi kurumdan gelmemesi” durumu olmuştur. 18-29 yaş grubu için de bilginin içinde veri olmaması ve resmi kurumdan gelmemesi bilginin doğruluğundan en çok şüphe edilen durumlar olmuştur. Bilgiye yönelik şüpheyi tetikleyen durumlar içerisinde “Dünya görüşüme uygun olmaması” toplamda en az tercih edilen olmuştur da (%44,7) toplumun neredeyse yarısının kendi dünya görüşüne uygun olmayan bilgilerden şüphe etmesi dikkat çekicidir. Diğer yandan “takip ettiğim bir haber mecrasından gelmemesi” de genelde %52 oranında 7 ve üzeri puanlanmıştır. Bu durum Türkiye’de toplumsal ve siyasal kutuplaşmanın getirdiği ayrılmış, parçalanmış haber tüketim alışkanlıklarına işaret etmektedir (Kırdemir, 2020).

Şekil 21. Covid-19 hakkında haber ve bilgiye dair yaklaşımlar

“Covid-19 salgını süresince karşılaştığınız salgın hakkındaki içeriklere ilişkin okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı puanlar mısınız?”



Bilgi/haber sunumunda veri olmasının medya kullanıcılarında yarattığı güven burada da ortaya çıkmıştır. “Bilgi/haber sunumunda veri kullanılmadıysa şüphe duyarım” ifadesine 7 ve üstü puan vererek katıldığını belirtenlerin oranı %60’tır. “Dünya görüşüme yakın olmayan bir kaynaktan gelen bilginin şüpheli olduğunu düşünürüm” ifadesine 7 ve üstü puan vererek katıldığını belirten kişilerin oranı ise burada da %45 olmuştur. “Haber olarak yayınladıysa bilginin doğru olması gerektiğini düşünüyorum” ifadesine 7 ve üstü puan vererek katıldığını belirtenlerin oranı %58’dir. İnternette gördüğü her şeyi sorguladığını söyleyenlerin oranı ise %44,3’dır.

Tablo 32. Covid-19 hakkında haber ve bilgiye dair yaklaşımlar

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 salgını süresince karşılaştığınız salgın hakkındaki içeriklere ilişkin okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı puanlar mısınız?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	59,7	60,4	67,9	54,1	61,2	51,4	61,1	66,9	53,0	62,2	63,8	47,6	61,7	66,1	70,9
2	58,0	58,5	66,6	58,7	51,1	55,9	63,1	56,3	56,8	61,5	55,2	57,4	52,3	58,1	64,0
3	55,8	54,0	63,5	52,5	51,2	51,9	56,1	56,6	51,8	57,4	54,3	46,4	52,8	58,2	63,7
4	51,6	53,4	58,1	51,7	49,3	49,1	52,4	55,7	46,3	56,5	52,8	47,4	47,6	59,1	55,8

5	47,4	50,7	54,6	47,3	46,9	48,4	47,6	50,8	45,9	54,4	44,6	41,0	46,4	55,5	57,6
6	44,3	46,4	51,5	43,9	42,4	44,7	43,0	47,8	41,5	46,4	47,5	40,0	40,1	53,7	51,0
7	43,2	45,4	58,4	38,9	40,1	36,2	41,5	53,7	36,8	46,5	48,3	29,9	44,8	62,0	54,9
8	14,7	15,9	14,1	16,4	14,8	18,0	15,1	13,0	18,2	18,5	8,3	19,5	13,0	15,5	17,4

1: Bilgi/haberin sunumunda veri kullanılmadıysa şüphe duyarım | 2: Haber olarak yayımlandıysa bilginin doğru olması gerektiğini düşünüyorum | 3: Yetkili kişilerden / Resmi kuruluşlardan gelmediyse bilginin doğruluğundan şüphe duyarım | 4: Tanımadığım kişilerden geldiyse bilginin doğruluğundan şüphe duyarım | 5: Bilgi/haberin sunumunda görsel kullanılmadıysa şüphe duyarım | 6: Dünya görüşüme yakın olmayan bir kaynaktan gelen bilginin şüpheli olduğunu düşünürüm | 7: Her şeyi her zaman sorguluyorum çünkü internetteki her şey hakkında şüpheliyim | 8: Okuduğum haberin/bilginin geçerliliğini sorgulamıyorum çünkü internetteki her şey genelde doğru

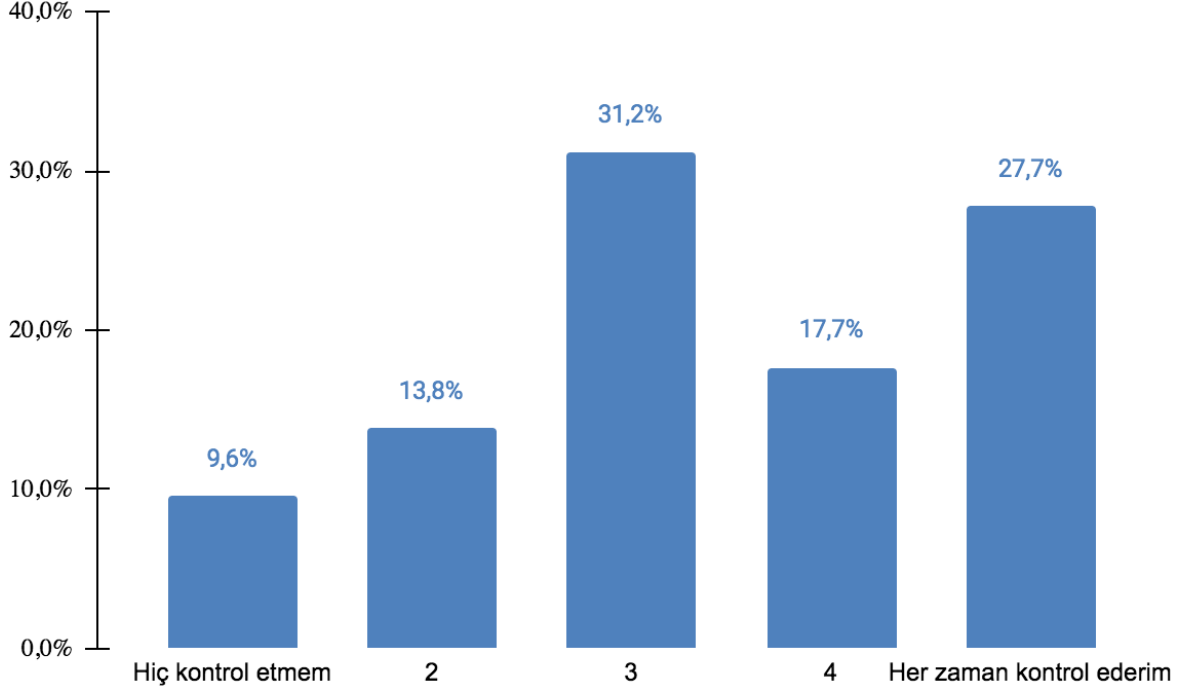
Bilgi/haber sunumunda veri olmamasının şüphe tetikleme oranı 18-29 yaş grubunda %67,9 ve 50 yaş ve üzerinde %61,2 oranındadır. 30-49 yaş grubu burada farklılık göstermektedir (%54,1). Üst gelir grubu bu ifadeye diğer gelir gruplarına göre daha çok katılmışlardır. Üst ve orta sınıf arasında çok fazla fark yokken, alt sınıf farklılık göstermektedir. Üniversite seviyesi de bu ifadeye diğer eğitim seviyesi gruplarına göre daha çok katılmıştır. Yaş grupları içinde “Dünya görüşüme yakın olmayan bir kaynaktan gelen bilginin şüpheli olduğunu düşünürüm” ifadesine en çok katılan grup 18-29 yaş grubudur. Yaş arttıkça bu ifadeye katılma oranı düşmektedir. Eğitim ve gelir seviyesi arttıkça bu ifadeye katılma oranı artmaktadır. Dünya görüşü grupları içerisinde Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup ve Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat grup arasında bu ifadeye katılma oranı farklı değildir (%40). Hak savunucuları ise dünya görüşlerine uygun olmayan haber/bilgilerin şüphe uyandırmasına %53,7 oranında katılmıştır.

18-29 yaş grubu “Haber olarak yayımlandıysa bilginin doğru olması gerektiğini düşünüyorum” ifadesine %66,6 oranında katılmıştır. Yaş ilerledikçe bu ifadeye katılma oranı düşmüştür. “Her şeyi her zaman sorguluyorum çünkü internetteki her şey hakkında şüpheliyim” ifadesine yaş grupları içerisinde en çok 18-29 yaş grubu 7 ve üzeri puan vermiştir. “Okuduğum haberin/bilginin geçerliliğini sorgulamıyorum çünkü internetteki her şey doğru” bu kategori altında en az tercih edilen ifadedir (%15,3). Hane geliri temelinde, alt sınıf ve orta sınıf arasında anlamlı bir fark yoktur. Üst gelir seviyesi grubu sadece %8,3’ü bu cümleye katılmıştır.

4.1.5. Şüpheli Bilgi Karşısında Davranışlar

Şekil 22. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı

“Covid-19 ile alakalı bilgi ve haberlerin doğruluğunu/yanlışlığını ne sıklıkla kontrol ediyorsunuz?”



Covid-19 ile ilgili bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol eder misiniz sorusuna 4 ve 5 puan verenlerin oranı %45,4'tür. Toplumun yaklaşık yarısı salgınla ilgili eriştikleri haber ve bilgilerin doğruluğunu kontrol etmektedir. Enformasyonun doğruluğunun hangi yöntemlerle kontrol edildiği Tablo 36 ve Şekil 21'de gösterilmiştir. Katılımcıların yarısından çoğu Covid-19 hakkında eriştikleri bilgileri kontrol etmediklerini söylemiştir. Covid-19 salgınına yanlış bilgi salgının eşlik ettiği ve mezenformasyonun halk sağlığını tehdit ettiği pandemi ortamında bilgiyi kontrol etme sıklığındaki düşüklük dikkat çekmektedir.

Tablo 33. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 ile alakalı bilgi ve haberlerin doğruluğunu/yanlışlığını ne sıklıkla kontrol ediyorsunuz?” sorusuna verilen 4 ve 5 puanları baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Kontrol Ederim (4+5)	43,4	47,5	54,1	39,4	46,2	38,4	35,8	59,6	36,0	46,9	52,2	38,0	48,4	53,6	51,6

Erkekler kadınlara göre %4,1 daha fazla oranda içeriklerin doğruluğunu/yanlışlığını kontrol ettiklerini ifade etmiştir. En az kontrol ettiğini belirten yaş grubu 30-49 yaş olarak ortaya çıkmıştır. En çok kontrol ettiğini belirten grup 18-29 yaş olmuştur. Eğitim ve gelir seviyesi açısından üniversite seviyesi ve üst gelir grubu bir bilginin doğruluğunu/yanlışlığını en fazla kontrol ettiğini söyleyen gruplardır. Dünya görüşünü hak savunuculuğu üzerinden tanımlayan grup diğerlerine göre bilgiyi en sık kontrol eden gruptur (%58,5). En az kontrol eden grup ise Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup olmuştur (%38). Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup Covid-19'a dair bilgilere %62 oranında yanlış bilginin sıklıkla dolaşıma girdiği uçtan uca şifreleme özelliği olan mesajlaşma uygulaması Whatsapp'tan erişmektedir.

Tablo 34. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme davranışı (Dünya görüşü ve yaş grupları dağılımı)

	(Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi) Yaş			(Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat) Yaş		
	18-29	30-49	50+	18-29	30-49	50+
Kontrol Ederim (4+5)	36,8	37,5	39,0	56,4	40,9	49,9

Covid-19 hakkında eriştikleri bilgilerin içeriğinin doğruluğunu/yanlışlığını kontrol ettiğini söyleyen gençlerin dünya görüşlerine bakıldığında Dindar/ Muhafazakâr /Milliyetçi katılımcılar ile Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat katılımcılar arasında keskin bir fark (19.6) olduğu tespit edilmiştir. Bilgi ve haberlerin doğruluğunu kontrol etme bağlamında bakıldığında Dindar/ Muhafazakâr /Milliyetçiler arasında yaşa bağlı büyük bir farklılaşma gözükmemektedir. Ancak Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat gençlerde kontrol / teyit davranışı yaygındır. Dünya görüşleri arasında yaşa bağlı farklılaşmaya bakıldığında ise 18-29 yaş grubunda farklı dünya görüşlerinden gençler arasında fark daha büyüktür. 50 yaş ve üzeri katılımcılar arasında da bu fark (10.9) neredeyse korunmuştur. Farklı dünya görüşlerine sahip 30-49 yaş aralığında bulunan katılımcılar arasında ise, bu fark (3.4) daha küçük ve birbirlerine daha yakındır.

Tablo 35. Platformlara güven ve bilginin doğruluğunu kontrol etme davranışı

(Tablo yüzdelik (%) ve sayısal değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 ile alakalı bilgi ve haberlerin doğruluğunu/yanlışlığını ne sıklıkla kontrol ediyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların “Okuyacağım sosyal medya araçlarındaki Covid-19 ile ilgili içeriklere ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?” sorusu ile kesişimi baz alınmıştır.)

	Facebook				Twitter				Whatsapp			
	Güvenen Frekans	Geçerli Yüzde	Güvenmeyen Frekans	Geçerli Yüzde	Güvenen Frekans	Geçerli Yüzde	Güvenmeyen Frekans	Geçerli Yüzde	Güvenen Frekans	Geçerli Yüzde	Güvenmeyen Frekans	Geçerli Yüzde
1	32	13,7	219	26,1	17	9,9	234	26,0	42	16,9	210	25,3
2	72	30,9	263	31,2	52	30,3	283	31,0	70	28,6	264	31,9
3	129	55,4	359	42,7	103	59,8	385	43,0	134	54,5	354	42,8
4	233	100	841	100	172	100	902	100	246	100	828	100

1: Kontrol Etmem | 2: Ne Kontrol Ederim Ne Etmem | 3: Kontrol Ederim | 4: Toplam

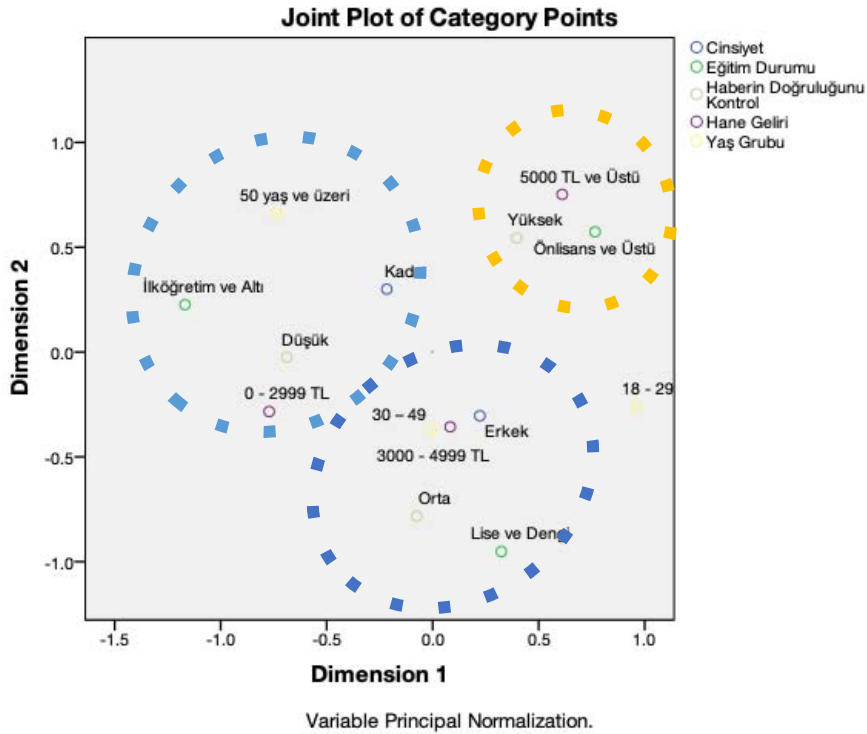
Karşılaşılan bilgi ve haberi kontrol etme davranışının platformlara atfedilen güven ile ilişkisini anlamak için ilgili iki soru birlikte değerlendirilmiştir. “Covid-19 ile alakalı bilgi ve haberlerin doğruluğunu/yanlışlığını ne sıklıkla kontrol ediyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar 3 bölüm (1 ve 2: Kontrol etmem, 3: Ne kontrol Ederim Ne Etmem, 4 ve 5: Kontrol Ederim) üzerinden kategorize edilmiştir. Benzer şekilde “Okuyacağım sosyal medya araçlarındaki Covid-19 ile ilgili içeriklere ne derece güvendiğinizi puanlar mısınız?” sorusu ile platformlara yönelik sergilenen güven de 2 grup altında (1-2-3-4-5-6: Güvenmeyen / 7-8-9-10: Güvenen) kategorileşmiştir. Geçerli yüzde bölümünde o grupta bulunan frekansların kendi aralarındaki dağılımı ele alınmıştır.

Güven unsuru bilgi ve haberi kontrol etme sıklığı üzerinde etkilidir. Buna göre ilgili platforma güvenmeyen ve kontrol etme davranışı sergileyenlerin frekansı toplamda 1098’i bulurken (Facebook: 359 | Twitter: 385 | WhatsApp: 354) bu sayı güven atfeden katılımcılarda 336 şeklinde gerçekleşmiştir (Facebook: 129 | Twitter: 103 | WhatsApp: 134). Yani platforma güvenmeyip daha sık kontrol edenlerin sayısı platforma güvenen buna rağmen daha sık kontrol eden kişilerden fazladır. Ancak güven unsurunun platformlar bazındaki grup içi değerlendirmelerine baktığımızda farklı bir resimle karşılaşmaktayız. Buna göre ilgili platforma güven duyduğunu belirten kişilerin kontrol etme davranışı güvenmediğini belirtenlere göre daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Örneğin Facebook’a güvenenlerin %55,4’ü yüksek kontrol etme sıklığı gösterirken güvenmeyenlerde bu oran %42,7 düzeyinde gerçekleşmiştir. Aynı durum Twitter için %59,8’e %43,0 ve Whatsapp için %54,5’e %42,8 şeklindedir. Güvenen ve güvenmeyen grupları arasındaki örneklem farkının bu durumun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülebilir.

Katılımcıların haberlerin doğrulunu kontrol etme davranışının farklı sosyo-ekonomik ve demografik değişkenlere göre nasıl farklılaştığını anlamak ve kontrol etme davranışını 2 boyutlu bir düzlemde resmetmek amacıyla 5 değişkenli bir çoklu mütekabiliyet analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu mütekabiliyet analizine dahil edilen değişkenler şunlardır:

- Cinsiyet: Kadın, Erkek
- Eğitim Durumu: İlköğretim ve Altı, Lise ve Dengi, Önlisans ve Üstü
- Haberin Doğruluğunu Kontrol: Düşük (5'li skalada 1 veya 2 verenler), Orta (5'li skalada 3 verenler), Yüksek (5'li skalada 4 veya 5 verenler)
- Hane geliri: 0-2999 TL, 3000-4999 TL, 5000 TL ve Üstü
- Yaş Grubu: 18-29, 30-49, 50 ve Üzeri

Şekil 23. Sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler ile haber doğrulama düzeyi (Çoklu Mütekabiliyet Analizi – 5 Değişken)



Uygulanan çoklu mütekabiliyet analizi sonucunda eğitim durumu, hane geliri ve yaşın yatay eksende farklılaştığı, haberin doğrulunu kontrol etme pratiğinin ise dikey eksende ayrıştığı görülmüştür. Cinsiyet

optimal ölçekleme düzleminin orta noktalarına doğru konumlanmış, başka bir deyişle büyük bir ayrışma yaratmamıştır.

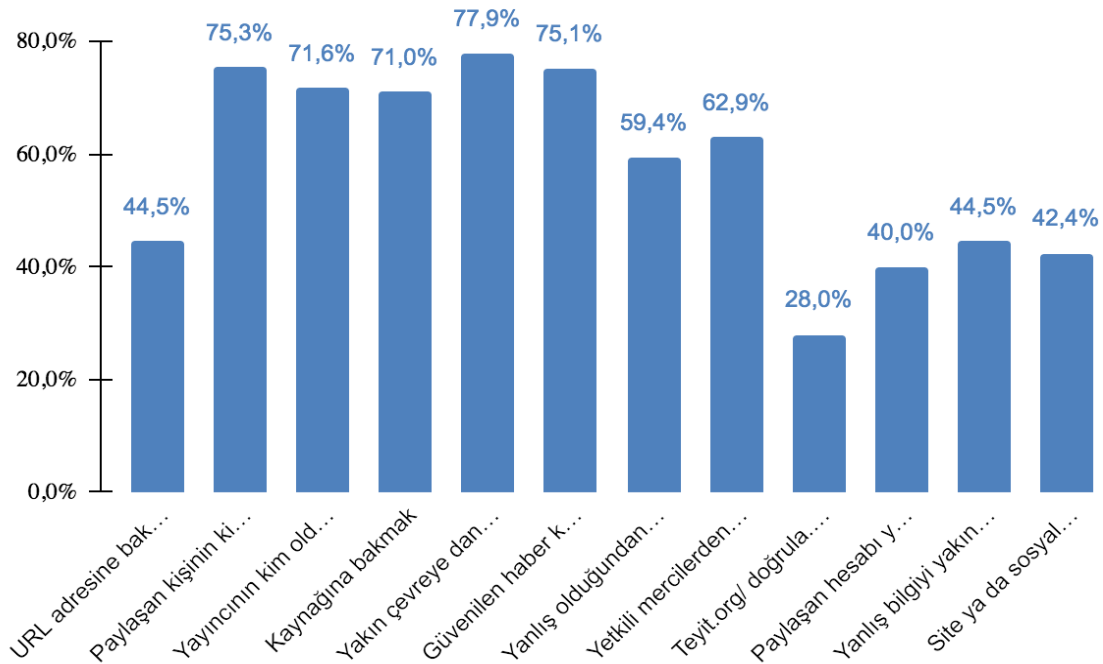
Çizelgeye baktığımızda, 3 ana kategorinin ortaya çıktığı gözükmektedir. Düşük doğrulama pratiğinin yer aldığı kategoriden başlarsak, bu kategoride düşük eğitilmiş ve gelirli, 50 yaş ve üstündeki kişiler ve daha çok kadınların olduğunu söyleyebiliriz. Başka bir deyişle bu kategorilerdeki kişilerin haber doğruluğunu kontrol etme pratikleri diğer kategorilerden daha düşüktür.

İkinci kategori ise orta yaşlıların (30 – 49), orta eğitilmiş ve orta gelir seviyesine sahip kişilerin oluşturduğu kategoridir. Bu kategorinin haberleri belirli bir süzgeçten geçirdiği, yanlış olabileceğine ilişkin kuşkularının daha yoğun olduğu söylenebilir.

Haberlerin doğruluğunu en sık kontrol eden grubun ise yüksek eğitim ve gelir durumuna sahip kişilerden oluştuğu gözükmektedir. Ayrıca bu durum yaş ve cinsiyetten de bağımsızdır. Başka bir deyişle, cinsiyet ve yaştan bağımsız olarak yüksek eğitimliler haber içeriklerine daha kuşkucu yaklaştıkları, doğrulama ihtiyacını daha çok hissettiği söylenebilir.

Şekil 24. Bilgiyi kontrol etme biçimleri

“Covid-19 ile alakalı güvenmediğiniz içerik ile karşılaştığınızda bu davranışların hangilerini sergilersiniz?”



Tablo 36. Değişkenlere göre bilgiyi kontrol etme biçimleri

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 ile alakalı güvenmediğiniz içerik ile karşılaştığınızda bu davranışların hangilerini sergilersiniz?” sorusuna verilen “Evet” cevapları baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	77,4	78,3	80,1	73,9	81,0	76,2	76,3	80,7	75,0	77,1	81,5	73,0	79,1	79,7	73,6
2	72,7	78,0	86,9	79,1	61,9	60,9	77,2	86,7	63,9	78,2	82,0	61,8	78,4	85,1	81,7
3	71,8	78,5	86,5	76,3	65,1	59,4	73,8	90,3	66,4	75,8	82,4	65,1	79,3	83,9	79,9
4	68,2	75,1	86,2	73,5	58,2	57,0	75,4	81,6	62,0	74,0	77,4	63,2	76,8	79,2	73,9
5	67,6	74,5	86,5	73,7	56,0	51,9	70,7	88,4	61,6	71,2	79,5	63,4	79,3	76,9	73,0
6	57,7	68,2	78,0	65,8	47,8	45,3	63,1	78,6	57,9	64,0	66,2	59,2	66,2	70,5	60,1
7	53,8	65,0	72,6	58,5	50,3	44,0	60,7	72,0	53,6	59,8	64,2	41,7	65,4	73,9	66,2
8	43,0	46,0	54,5	44,9	36,4	36,9	43,6	52,0	45,8	44,0	43,9	37,7	42,8	57,3	56,6
9	40,7	48,4	64,6	47,1	26,0	25,2	42,9	63,1	42,0	45,1	46,1	31,5	46,9	68,0	53,3
10	43,1	41,7	51,8	37,8	40,8	35,1	39,1	51,6	42,5	39,8	45,8	29,7	47,5	58,6	55,9
11	36,4	43,6	55,6	36,8	32,0	28,7	38,8	51,1	38,7	41,1	39,8	30,5	39,6	53,9	55,0
12	25,0	31,0	46,8	25,1	17,0	19,2	24,6	38,6	31,8	26,7	26,1	21,4	27,2	43,8	38,3

1: Bilginin doğruluğunu kontrol etmek için sosyal çevreye danışmak (Ailem, arkadaşlarım, iş arkadaşım gibi) | 2: Güvenilir bir bilgi olup olmadığını görmek için paylaştığı kişilerin kim olduğuna bakmak | 3: Bilginin doğruluğunu kontrol etmek için güvenilir haber kaynaklarına bakmak | 4: Güvenilir bir bilgi olup olmadığını anlamak için yayıncının kim olduğuna bakmak | 5: Güvenilir bir bilgi olup olmadığını anlamak için kaynağına bakmak | 6: Yetkili mercilerden bilginin doğruluğunu kontrol etmek. (Sağlık bakanı, TTB, WHO) | 7: Yanlış olduğundan şüphelenilen haberi, kaynağını, kullanılan dili ve görselleri detaylı bir şekilde incelemek | 8: Şüpheli bir içerik ile karşılaşıldığında yanlış bilgiyi yakınlar ya takipçiler paylaşmak | 9: URL adresine bakmak | 10: Şüpheli bir içerik ile karşılaşıldığında karşılaşılan site ya da sosyal medya kullanımını sınırlandırmak | 11: Şüpheli bir içerik ile karşılaşıldığında yanlış bilgi paylaşan hesabı ya da içeriği doğrudan şikâyet etmek | 12: Teyit.org/ doğru.org, fullfact gibi bilgi doğrulama platformlarına başvurmak

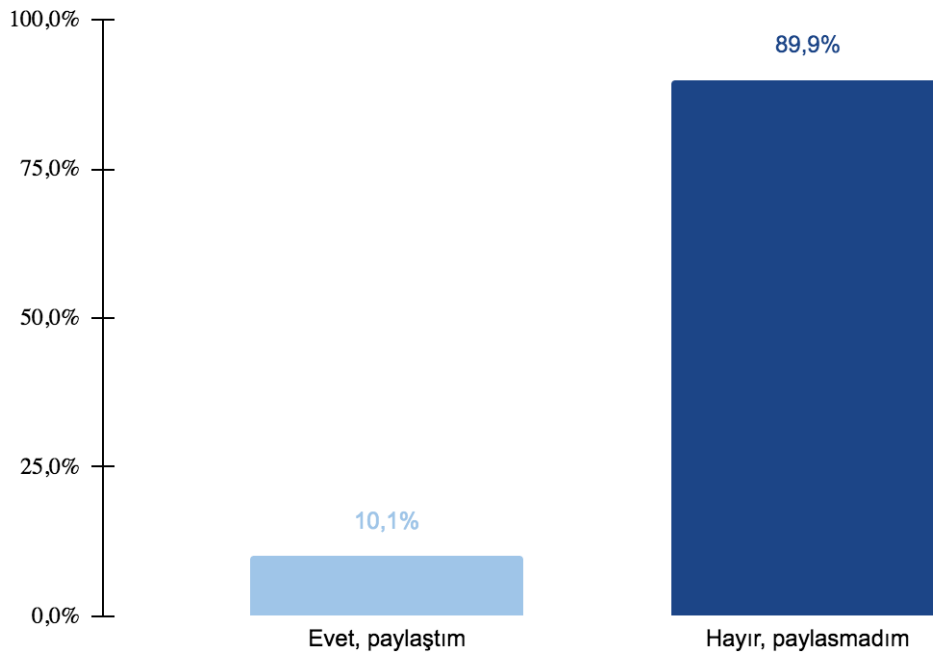
Toplumun neredeyse yarısı (%45,4) Covid-19 hakkındaki bilgilerin doğruluğunu/yanlışlığını kontrol etmektedir. Şüpheli bilgi ile karşılaşıldığında alınan aksiyonlar arasında en fazla sergilenen davranış yakın sosyal çevreye danışmaktır (%77,9). Sosyal çevreye danışmak davranışı 18-29 yaş ve 50+ gruplar arasında çok az farklılık göstermiştir. Cinsiyet bazında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Şüpheli bilgi karşısında bilgiyi güvenilir haber kaynaklarından doğrulamak, yayıncının ve paylaştığı kişinin kim olduğuna bakmak yakın çevreye danışmaktan sonra en sık sergilenen davranışlardır. Güvenilmeyen bir bilgi ile karşılaşıldığında bu bilgiyi yakınları ya da takipçileri ile paylaşan katılımcıların oranı %44,5'tir. Bu durumda şüpheli bilginin çevrim içi ya da yüz yüze dolaşıma girme oranı yüksektir.

Yanlış olduğundan şüphelenilen haberi, kaynağını, kullanılan dili ve görsellerini detaylı bir şekilde incelediğini söyleyenlerin oranı %59,4'tür. Bu oran gençlerde (%72,6) ve üniversite seviyesinde (%72) diğer değişken gruplarına göre yüksektir. Dünya görüşü gruplarında Hak savunucuları %73,9 oranında bilgiyi farklı öğeleriyle detaylı incelemektedir. Bu oran Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçilerde en düşüktür (%41,7). Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlarda bu oran %65,4'tür.

Şüpheli bilgi ile karşılaşınca genelde en az sergilenen davranış "teyit.org/ doğrula.org, fullfact gibi bilgi doğrulama platformlarına başvurmak" olarak ortaya çıkmıştır. Erkeklerin kadınlara ve gençlerin diğer iki yaş grubuna oranla bu tarz platformları daha fazla kullandıkları görülmüştür. Eğitim seviyesi üniversite olan grubun doğrulama kuruluşlarına başvurma davranışını daha sık sergiledikleri görülmüştür. Diğer yandan hane geliri arttıkça bu platformları kullanma oranı azalmaktadır. Bu durum bu kadar belirgin bir şekilde sadece bu seçenek için geçerlidir. Dünya görüşü gruplarında Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler (%21,4) ile Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar (%27,2) arasında belirgin bir fark yoktur. Hak savunucuları şüpheli bilgi karşısında doğrulama kuruluşlarına başvurduklarını %43,8 oranında ifade etmişlerdir.

Şekil 25. Yanlış bilgi paylaşımı

"Covid-19 ile ilgili paylaştığınız ancak yanlış olduğu ortaya çıkan bir içerik paylaştınız mı?"



Tablo 37. Değişkenlere göre yanlış bilgi paylaşımı

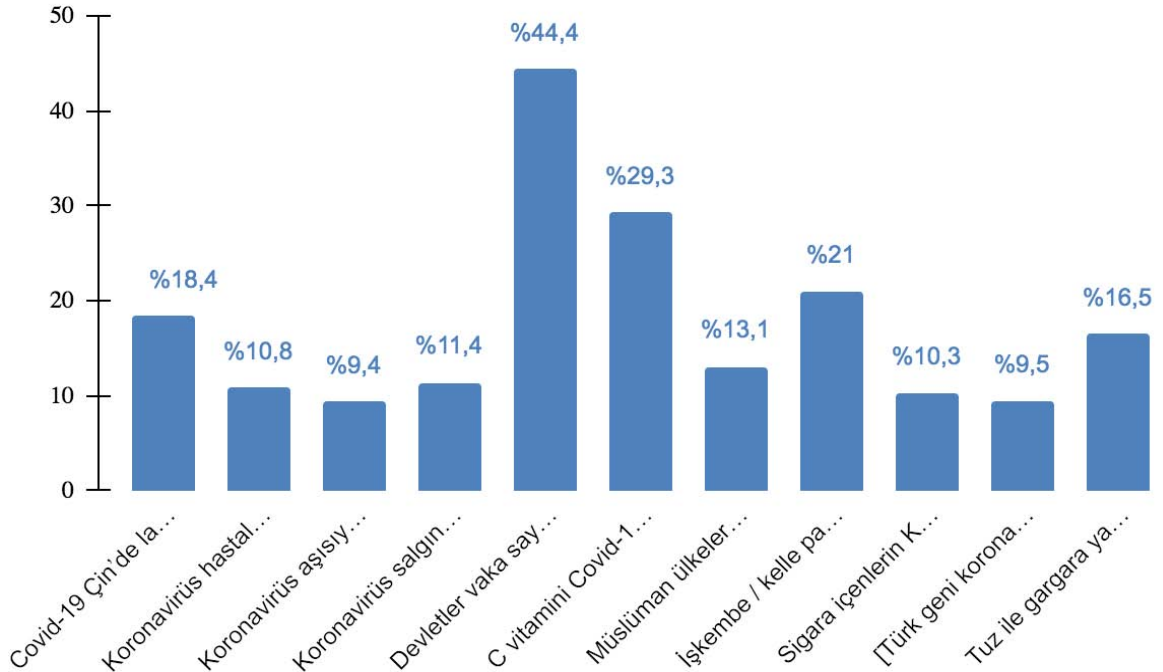
(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 ile ilgili paylaştığınız ancak yanlış olduğu ortaya çıkan bir içerik paylaştınız mı?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Evet Paylaştım	10,2	10,0	5,9	11,5	11,6	14,7	7,8	7,9	13,1	9,8	7,8	11,9	5,8	12,7	14,9
Hayır Paylaşmadım	89,8	90,0	94,1	88,5	88,4	85,3	92,2	92,1	86,9	90,2	92,2	88,1	94,2	87,3	85,1

Ankete katılanların %10,1'i paylaştığı bir içeriğin yanlış olduğunun ortaya çıktığını belirtmiştir. Bu oran özellikle de paylaştığı bilginin yanlış olduğunu kabul etmiş kişilerin oranı olduğu için oldukça yüksektir. 18-29 yaş grubu, 30-49 ve 50+ gruba göre daha az oranda yanlış olduğu ortaya çıkan bilgi paylaştığını belirtmişlerdir. İlköğretim ve altı eğitim seviyesinde olanlar diğer gruplarla karşılaştırıldığında yanlış olduğu ortaya çıkan daha fazla paylaşım yapmıştır. Bu, 50 yaş üstünün ve ilk öğretim ve altı eğitim seviyesinin yanlış bilgi paylaştığını daha çok fark ettiği ve bu farkındalığı anket çalışmasında söze döktüğü şeklinde yorumlanabilir.

Şekil 26. Paylaşımı yapılan yanlış bilgi çeşitleri

“Covid-19 ile ilgili olarak okuyacağım haberlerden herhangi birini çevreniz ile sosyal medya üzerinden veya yüz yüze olarak paylaştınız mı?”



1: Covid-19 Çin'de laboratuvarında üretilmiş biyolojik bir silahtır | 2: Koronavirüs hastalığı 5G teknolojisiyle ilişkilidir | 3: Koronavirüs salgını devletler olduğundan büyük göstermektedir | 4: Koronavirüs aşısıyla insanlara çip takılacak | 5: Devletler vaka sayılarını olduğundan düşük göstermektedir | C vitamini Covid-19'a karşı koruyucu etkiye sahiptir | 6: İşkembe / kelle paça çorbası içmek Covid-19'a karşı bağışıklığı güçlendirir | 7: Müslüman ülkeler temizliğe önem verdiği için Korona virüsten diğer ülkelere göre daha az etkilenmişlerdir | 8: İşkembe / kelle paça çorbası içmek Covid-19'a karşı bağışıklığı güçlendirir | 9: Sigara içenlerin Korona virüse yakalanma tehlikesi daha azdır | 10: [Türk geni korona virüsünden etkilenmez | 11: Tuz ile gargara yapmak koronavirüs mikrobunu öldürür

Tablo 38. Devletler vaka sayılarını olduğundan az göstermektedir paylaşımının dağılımı

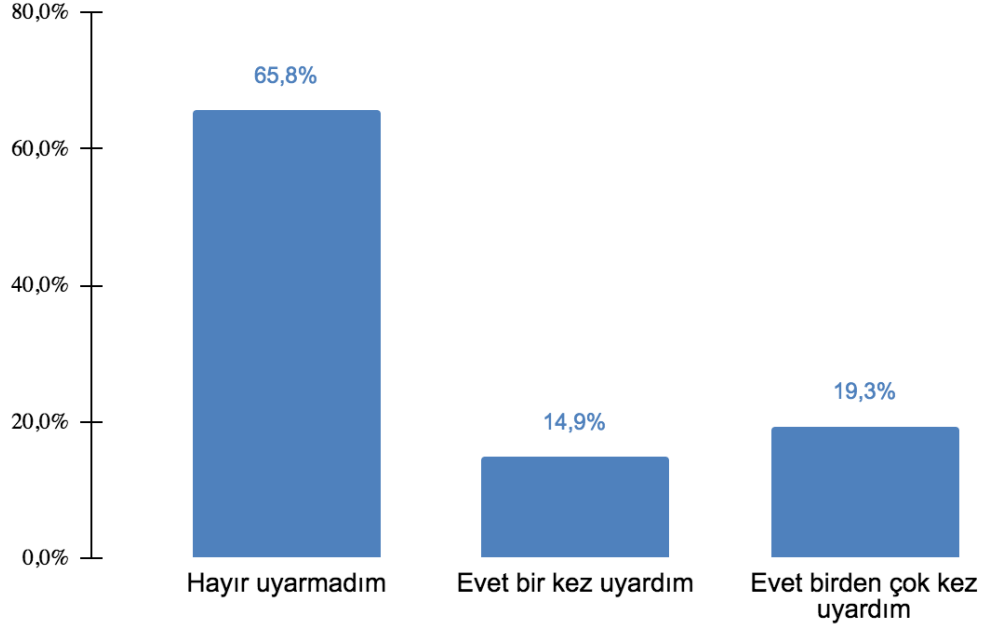
(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde "Covid-19 ile ilgili olarak okuyacağım haberlerden herhangi birini çevreniz ile sosyal medya üzerinden veya yüz yüze olarak paylaştınız mı?" sorusuna verilen "2: Sadece Sosyal Medyada Paylaştım", "3: Sadece yüz yüze paylaştım", "4: Hem sosyal medyadan hem yüz yüze paylaştım" cevaplar baz alınmıştır.)

		Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
		Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
5	Sosyal Medya	2,6	3,5	2,2	3,3	3,4	3,1	2,7	3,2	4,3	1,4	4,0	3,7	2,7	3,5	2,0
	Yüz Yüze	38,8	34,3	37,8	31,0	42,5	33,2	35,7	40,4	36,2	36,6	36,9	26,7	38,0	43,8	44,0
	Hem S. Hem Y.	4,1	4,7	4,3	4,2	4,8	3,4	3,5	6,1	4,5	3,7	5,3	3,0	5,7	7,6	4,9

Toplamda en çok paylaşılan içerik olan "Devletlerin vaka sayılarını düşük gösterdiği" ifadesini en çok erkekler tarafından ve 30-49 yaş grubunda paylaşmıştır. Eğitim seviyesi değişkeninde bu ifadeyi en fazla paylaşan grup ilköğretim mezunları, gelir seviyesi değişkeninde de alt gelir seviyesi grubudur. En fazla yüz yüze paylaşan iki grubun "işsizler" ve "serbest meslek" olduğu görülmüştür. Ayrıca, "Sadece sosyal medyadan paylaştım" ve "Hem sosyal medyada hem de yüz yüze paylaştım" diyenler arasında en yüksek oran yine bu kategoridedir.

Şekil 27. Uyarma davranışı

“Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada paylaştığı içeriğin yalan ya da abartılı olduğu konusunda herhangi birini uyardınız mı?”



Tablo 39. Uyarma davranışının dağılımı

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada paylaştığı içeriğin yalan ya da abartılı olduğu konusunda herhangi birini uyardınız mı?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Hayır Uyardım	67,1	64,4	63,5	65,4	67,9	67,6	67,3	62,8	66,6	64,0	67,4	72,8	67,4	53,8	57,0
Evet Bir Kez Uyardım	13,9	16,0	16,5	14,8	13,8	14,2	13,5	16,7	16,5	14,3	14,3	13,5	16,7	13,7	16,0
Evet Birden Çok Kez	19,0	19,7	20,0	19,8	18,3	18,2	19,2	20,4	16,9	21,8	18,3	13,7	15,9	32,5	27,0

Sosyal medyada paylaştığı yanlış içerikten dolayı birini bir veya birden fazla defa uyardığını söyleyenler genel toplamın %34'unu oluşturmaktadır. Bu bulgudan yola çıkarak, her üç kişiden birinin yanlış bilgi paylaştığını düşündüğü birisine en az bir kez uyarıda bulunarak dezenformasyonu sınırlı da olsa yavaşlatabilecek şekilde harekete geçtiği söylenebilir. Erkekler kadınlara göre, 18-29 yaş diğer yaş gruplarına göre daha fazla uyarıda bulduklarını ifade etmiştir. İlköğretim ve altı ile lise mezunu olanlar arasında belirgin bir fark olmasa da en fazla uyardığını belirten grup üniversite mezunlarıdır. Gelir

seviyesinde en çok orta gelirli sosyal medyada paylaşılan içeriğin yalan ya da abartılı olduğu konusunda uyarıda bulduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 40. Uyarma davranışının dünya görüşüne ve yaş gruplarına göre dağılımı

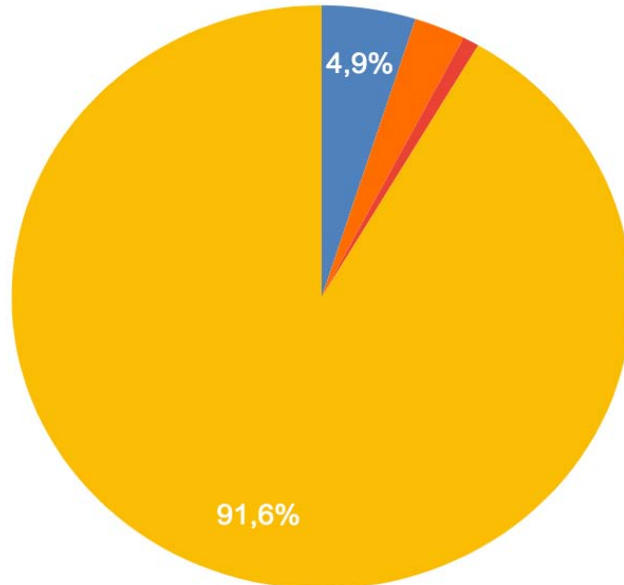
	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar			Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat		
	18 - 29	30 – 49	50+	18 - 29	30 – 49	50+
Hayır, uyarmadım	73,4	71,3	74,4	62,6	69,9	68,4
Evet bir kez uyardım	17,5	12,1	13,0	16,2	16,5	17,3
Evet, birden çok kez uyardım	9,1	16,5	12,5	21,2	13,6	14,3

Uyarma davranışı, maruz kalınan dezenformasyonun sıklığından bağımsız olarak, katılımcıların mezenformasyona karşı mücadele potansiyelini işaret etse de yapılan uyarının niteliği ve koşulları uyarının mezenformasyona karşı gücünü belirlemektedir. Uyarma motivasyonlarına ilişkin daha geniş bir tartışmaya derinlemesine görüşme ve katılımcı gözlem analizlerinde yer verilmiştir. Uyarma davranışına yaş ve dünya görüşü ekseninde bakıldığında, Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat 30 yaş altı kişilerin çevrelerini daha çok uyardığı görülmektedir. Aynı yaş aralığında Dindar/Milliyetçi/Muhafazakarların uyarma davranışının daha düşük olduğu görülmektedir.

Şekil 28. Uyarılma / eleştirilme

“Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada yaptığınız bilgi/haber paylaşımı başkaları tarafından doğru olmadığı yönünde eleştirildi mi?”

- Tam olarak doğru olmadığı söylendi
- Abartılı olduğu söylendi (2,7%)
- Tamamen uydurma olduğu söylendi (0,9%)
- Bunların hiçbirisi başıma gelmedi



Rossini vd. (2020) uyarı davranışını uyarıyı gerçekleştirme, uyarıya maruz kalma ve uyarıya şahit olma üzere üç başlıkta incelemektedir. Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada yaptığınız bilgi/haber paylaşımı başkaları tarafından doğru olmadığı yönünde eleştirildi mi?” sorusuna paylaştığı bilginin tam olarak doğru olmadığı, abartılı olduğu ya da tamamen uydurma olduğunun kendisine söylendiğini ifade edenlerin, bir diğer deyişle yanlış bilgi paylaştığı nedeniyle uyarıya maruz kaldığını söyleyenlerin oranı %9,4’tür.

Tablo 41. Uyarılma / eleştirilme durumunun dağılımı

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada yaptığınız bilgi/haber paylaşımı başkaları tarafından doğru olmadığı yönünde eleştirildi mi?” sorusuna verilen cevaplar baz alınmıştır.)

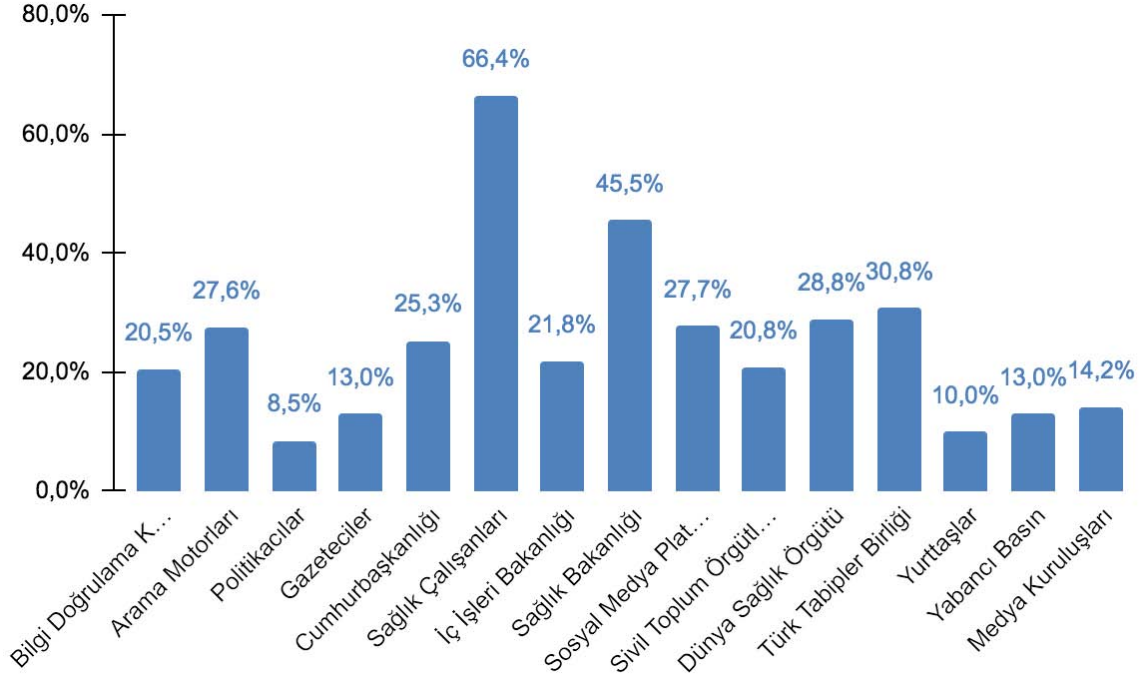
	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Tam olarak doğru olmadığı söylendi	5,4	4,4	4,0	5,5	4,9	5,8	4,2	4,6	2,1	5,9	6,1	5,1	2,9	7,5	7,1
Abartılı olduğu söylendi	1,8	3,6	1,5	3,5	2,6	2,8	2,7	2,5	4,8	2,3	1,3	2,5	2,0	2,0	4,3
Tamamen uydurma olduğu söylendi	0,7	1,0	1,1	1,1	0,4	1,2	0,6	0,8	1,3	0,8	0,5	0,6	1,0	2,3	1,0
Hiçbirisi başıma gelmedi	92,1	91,0	93,5	89,9	92,1	90,2	92,4	92,1	91,8	91,0	92,1	91,8	94,1	88,3	87,6

Eğitim seviyesine göre en çok uyarılanlar ilk öğretim ve altı gruptur. Yaş grupları içinde en çok 30-49 yaş grubu uyarıldığını belirtmiştir. Dünya görüşlerine göre ise en çok Hak savunucuları yanlış bilgi paylaştıkları için uyarıldıklarını belirtmiştir.

4.1.6. Bilgi Kirliliği ile Mücadelenin Aktörleri ve Sosyal Medya Yasası

Şekil 29. Bilgi kirliliğiyle mücadeledeki aktörler

“Aşağıda yer alan aktörlerin Covid-19 ile ilgili bilgi kirliliğiyle mücadelede ne kadar başarılı olduklarını değerlendirir misiniz?”



Tablo 42. Değişkenlere göre bilgi kirliliğiyle mücadeledeki aktörler

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Aşağıda yer alan aktörlerin Covid-19 ile ilgili bilgi kirliliğiyle mücadelede ne kadar başarılı olduklarını değerlendirir misiniz?” sorusuna verilen 7 ve üstü puanlar baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	19,2	21,8	21,9	18,4	22,0	18,2	18,8	23,9	22,7	21,7	16,8	24,1	28,7	27,4	39,8
2	26,9	28,3	36,9	24,2	24,6	21,9	25,2	34,7	18,6	30,9	31,5	27,2	31,0	38,0	42,4
3	7,3	9,8	8,1	8,9	8,4	10,2	9,2	6,5	9,1	10,9	4,7	17,2	7,8	5,4	10,1
4	13,2	12,7	10,8	12,2	15,6	15,7	12,5	11,0	15,2	14,4	9,0	21,6	14,5	8,4	16,1
5	26,5	24,2	24,9	29,1	21,1	31,9	26,3	18,8	26,1	27,5	21,7	52,0	21,5	13,3	20,6
6	67,8	65,1	68,7	64,6	66,9	61,5	65,8	71,4	60,4	62,8	77,0	78,9	77,8	77,4	72,7
7	22,3	21,3	21,6	27,2	15,3	27,0	24,1	15,3	23,3	24,1	17,3	45,6	18,9	11,0	17,4
8	47,8	43,2	46,9	44,1	46,2	50,2	47,2	40,0	47,0	42,4	48,3	67,9	43,9	34,1	42,2
9	28,6	26,8	37,1	25,7	22,9	19,9	27,0	35,2	18,5	29,4	34,0	26,3	29,9	43,3	38,5

10	22,9	18,7	17,3	18,9	25,7	20,3	18,7	22,9	19,3	20,9	22,0	28,8	27,1	21,8	26,0
11	31,2	26,4	32,9	23,6	32,2	23,8	27,2	34,7	27,2	27,7	31,9	34,3	36,8	31,0	37,4
12	32,6	28,9	22,6	26,9	41,7	23,2	27,4	40,3	27,9	27,6	37,7	34,2	44,1	38,0	38,0
13	9,6	10,4	8,6	10,5	10,5	12,8	7,7	9,4	12,2	12,1	5,2	19,5	10,8	7,4	12,3
14	13,4	12,7	13,4	10,6	15,7	11,8	12,5	14,6	14,9	14,0	10,1	19,3	19,5	11,2	17,2
15	14,8	13,7	13,2	12,6	17,0	17,0	13,3	12,5	17,4	15,4	9,7	21,1	16,0	16,5	18,2

1: Bilgi doğrulama kuruluşları | 2: Arama motorları | 3: Politikacılar | 4: Gazeteciler | 5: Cumhurbaşkanlığı | 6: Sağlık çalışanları | 7: İç işleri bakanlığı | 8: Sağlık bakanlığı | 9: Sosyal medya platformları | 10: Sivil toplum örgütleri | 11: Dünya Sağlık örgütü gibi uluslararası kuruluşlar | 12: Türk tabipler birliği gibi meslek örgütleri | 13: Yurtaşlar | 14: Yabancı basın | 15: Medya kuruluşları

Bilgi kirliliği ile mücadelede en başarılı bulunan kategori “sağlık çalışanları” olmuştur. Sağlık çalışanlarını Sağlık Bakanlığı, Türk Tabipler Birliği ve Dünya Sağlık Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar izlemiştir. En çok güven duyulan kurum/kişilerde olduğu gibi burada da sağlık alanında çalışan ve uzman olan kişilere daha fazla güven duyulduğu görülmektedir. Sahada çalışan sağlık uzmanlarının bilgi kirliliği ile mücadele etme gibi bir görev alanları olmamasına rağmen görevleri arasında toplumu bilgilendirmek olan ulusal ve uluslararası kurumlardan bilgi kirliliği ile mücadelede daha başarılı bulunması dikkat çekici bir bulgudur. Salgın süresince gerek Sağlık Bakanlığı’nın gerekse Dünya Sağlık Örgütü’nün salgının seyri, hastalığın bulaşma yolları ve virüsten korunma ve tedavi yöntemleri hakkında kendi içinde çelişen açıklamalarının olması bilgi kirliliği ile mücadeleyi zayıflatmıştır. TTB gibi meslek örgütlerini dünya görüşleri arasında %44,1 ile en başarılı bulan grup Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar %34,2 ile en az başarılı bulan grup Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olmuştur.

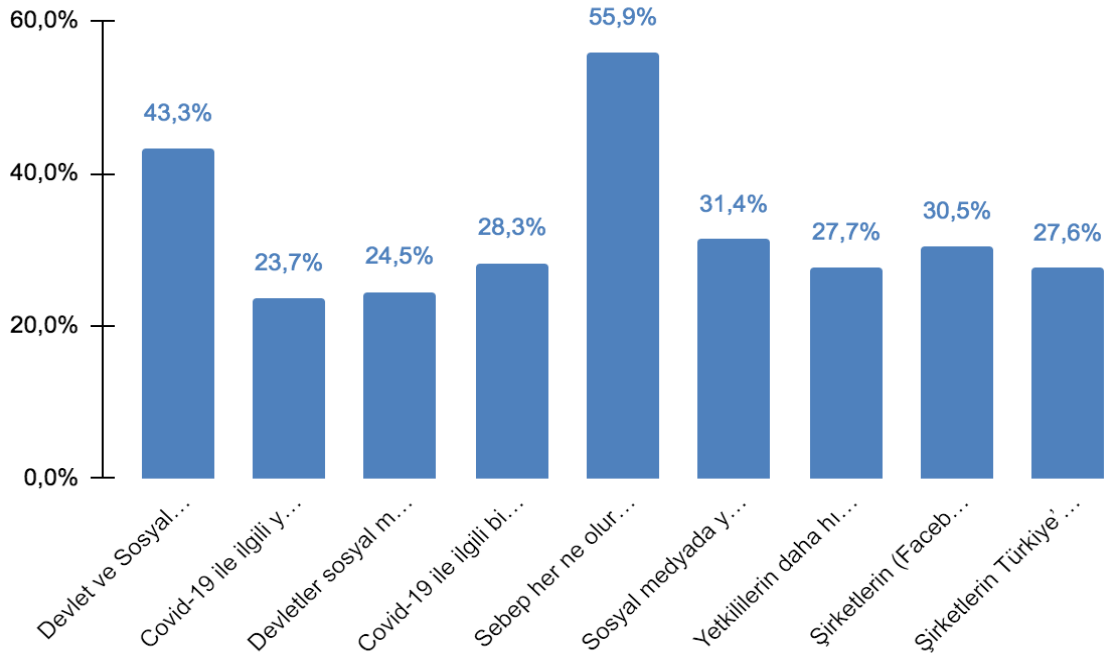
Sağlık Bakanlığı’na bilgi kirliliği ile mücadelede başarı atfı dünya görüşleri arasında farklılaşmaktadır. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler Sağlık Bakanlığı’nı %67,9 oranında başarılı bulurken Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat bu %43,9 ve Hak savunucularında %34,1’dir. Dünya görüşleri arasında diğer anlamlı farklılıklar gazeteciler, medya kuruluşları ve yurtaşların bilgi kirliliği ile mücadeledeki başarı algısı hakkında olmuştur. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler gazetecileri %21,6 oranında başarılı bulurken Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat %14,5, Hak savunucuları gazetecileri %8,4 oranında başarılı bulmaktadır. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler medya kuruluşlarını %21,1 oranında başarılı bulurken Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat ve Hak savunucuları medya kuruluşlarını %16 oranında başarılı bulmuşlardır. Bu farklılaşma genel anlamda medyaya ve gazetecilik kurumlarına güvende dünya görüşleri arasındaki farkla açıklanabilir. Yurtaşların bilgi kirliliği ile mücadeledeki başarısı Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler arasında %21,1, Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat yurtaşları %10,8, Hak savunucuları da %7,4 oranında başarılı bulmaktadır. Salgın süresince Covid-19 ile ve ona paralel

olarak ve dolaylı biçimde bilgi kirliliği ile mücadelede gerek siyasal söylemde gerekse medya kanallarında sorumluluk yurttaşlar üzerinden tarif edilmektedir. Örneğin, egemen siyasi söylemde, televizyon yayınlarında ya da Sağlık Bakanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarında salgının seyrindeki olumsuzluklar yurttaşların maske-mesafe-hijyen kurallarına uymaması üzerinden anlamlandırılmış, kamu kurumlarınca alınması gereken tedbirler ve devletin uygulaması olası kısıtlılıklar yurttaşların salgınla mücadeleye katılımlarındaki eksiklikler üzerinden kurgulanmış ve tartışılmıştır. Buna rağmen, Covid-19 ile ilgili bilgi kirliliği ile mücadelede yurttaşların Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup içinde %20 oranında başarılı bulunması dikkat çekicidir.

Salgının ilk günlerinden itibaren salgına eşlik eden infodemi ile mücadele kapsamında sosyal medya platformları tarafından birtakım uygulamalar gündeme getirilmiştir. Bu uygulamalar mezenformasyonun sosyal medyada yayılımını azaltmaya ve doğru bilginin görünürlüğünü arttırmaya yönelik anti-viral algoritmalar gibi teknolojik müdahaleleri ve içerik moderasyonu gibi özdenetim uygulamalarını kapsamaktadır. Anket katılımcıları arasında sosyal medya platformlarını bilgi kirliliği ile mücadelede başarılı bulan 18-29 yaş grubu oranı %37,1'dir. Gelir seviyesi ve eğitim düzeyi arttıkça sosyal medyayı bilgi kirliliği ile mücadelede başarılı bulma oranı artmaktadır. Dünya görüşleri içerisinde Hak savunucularının neredeyse yarısı sosyal medya platformlarını bu konuda başarılı bulduğunu belirtmiştir.

Şekil 30. Sosyal medyanın regülasyonu

“Covid-19 bağlamında ortaya çıkan bilgi kirliliğiyle mücadele etmek için sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesine yönelik ifadeler ne derece katılıyorsunuz?”



Tablo 43. Değişkenlere göre sosyal medyanın regülasyonu

(Tablo yüzdelik (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Covid-19 bağlamında ortaya çıkan bilgi kirliliğiyle mücadele etmek için sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesine yönelik ifadeler ne derece katılıyorsunuz?” sorusuna verilen “4: Katılıyorum”, “5: Son derece katılıyorum” cevapları baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
1	39,9	46,6	44,3	45,5	39,6	41,8	40,7	46,6	45,6	44,8	38,9	60,7	41,9	23,4	35,4
2	21,4	26,0	16,1	28,0	24,1	32,1	18,6	20,3	30,0	23,4	18,1	44,8	20,4	11,2	18,0
3	23,0	26,1	16,3	28,0	26,6	32,3	18,5	22,5	32,4	23,1	19,1	46,1	19,5	13,1	17,0
4	27,2	29,4	22,4	31,4	29,0	33,4	25,7	25,9	35,1	29,0	21,1	48,8	26,0	18,1	18,1
5	56,9	54,9	64,6	50,5	56,0	42,1	51,1	72,1	41,6	57,8	66,6	40,6	64,0	62,1	61,6
6	29,7	33,2	24,2	37,2	29,9	36,4	27,1	30,6	37,1	32,9	24,2	50,6	29,5	15,9	25,3
7	25,6	29,9	20,2	32,8	27,3	34,4	23,3	25,4	32,5	28,9	21,7	49,7	24,5	11,9	25,8
8	27,2	33,8	24,9	33,4	31,1	36,3	26,5	28,5	36,4	30,8	24,5	50,9	26,0	13,7	27,7
9	27,1	28,1	20,5	30,6	29,4	35,9	20,9	25,7	30,4	29,1	22,9	44,5	26,8	14,2	23,7

1: Devlet ve Sosyal medya şirketleri Covid-19 hakkında çıkan yanlış bilgilere karşı birlikte mücadele etmelidir | 2: Covid-19 ile ilgili yanlış bilgilerin önüne geçilmesi amacıyla sosyal medya hesaplarına erişim engeli getirilebilir | 3: Devletler sosyal medya platformlarına yönelik regülasyonlarda bulunabilir | 4: Covid-19 ile ilgili bilerek ya da farkında olmadan yanlış bilgi paylaşımında bulunan hesaplar kapatılmalı/askıya alınmalı | 5: Sebep her ne olursa olsun sosyal medya platformlarının kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir | 6: Sosyal medyada yanlış bilgi kirliliğine karşı cezai hükümlerin artırılması gerekiyor | 7: Yetkililerin daha hızlı aksiyon alabilmeleri için yetkilerinin artırılması gerekiyor | 8: Şirketlerin (Facebook, Twitter, vs.) yasalara uymamaları halinde para cezasına çarptırılmaları gerekir | 9: Şirketlerin Türkiye’de temsilcilik açması zorunlu hale getirilmeli

“Sebep her ne olursa olsun sosyal medya platformlarının kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir” ifadesi en yüksek puanlanan ifade olmuştur. Kadınlar ve 18-29 yaş grubu sosyal medyanın kapatılmasını özgürlüklerin kısıtlanması olarak görmektedir. Eğitim ve gelir seviyesine göre aynı sonuç üniversite mezunları ve üst gelir düzeyinde görülmektedir. Sosyal medya regülasyonu ve anket uygulandığında tasarı halinde olan ve 1 Ekim’de yürürlüğe giren yasa, sosyal medyanın ve çevrimiçi mecraların denetimine dair son on yıldır devam eden tartışmalardan ve hükümet uygulamalarından bağımsız gerçekleşmemektedir. Dünya görüşleri içinde “sebep her ne olursa olsun sosyal medyanın kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir” ifadesine Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat grubun %64 oranında ve Hak savunucusu grubun %62,1 oranında katılması ifade özgürlüğünün kısıtlanması ve sansür uygulamaları konularında bu kesimlerin hükümete yönelik var olan eleştirel tutumunu yansıtmaktadır. Yanlış bilgi ile mücadelede sosyal medya düzenlemesi ve denetlemesi için devletin etkin rol almasına daha olumlu yaklaşan grup Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup olmuştur.

Ankete katılanların %27,6'sı sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye'de temsilcilik açması gerektiğini belirtmiştir. Buradaki en belirgin fark eğitim seviyesi (ilköğretim- %35,9 / üniversite-%25,7) arasında oluşmuştur.

Tablo 44. Dünya görüşü ve yaş gruplarına göre sosyal medyanın regülasyonu

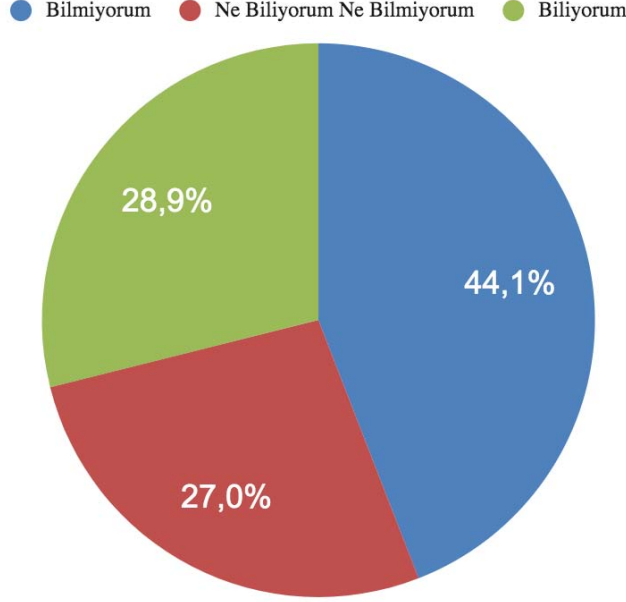
	Dindar / Milliyetçi / Muhafazakar			Laik / Atatürkçü / Sosyal Demokrat		
	18 - 29	30 – 49	50+	18 - 29	30 – 49	50+
1	67,9	62,1	54,7	44,1	45,5	36,5
2	36,6	48,2	44,7	18,5	25,1	17,1
3	39,9	47,9	47,1	16,0	24,9	16,5
4	38,7	49,6	53,5	26,1	31,9	19,7
5	50,9	35,6	41,4	66,0	58,8	67,9
6	43,7	52,7	51,8	28,6	38,2	21,0
7	43,0	54,7	46,8	22,6	30,0	20,1
8	42,0	53,5	52,6	25,2	30,2	22,2
9	36,9	44,2	49,3	24,7	30,8	24,2

1: Devlet ve Sosyal medya şirketleri Covid-19 hakkında çıkan yanlış bilgilere karşı birlikte mücadele etmelidir | 2: Covid-19 ile ilgili yanlış bilgilerin önüne geçilmesi amacıyla sosyal medya hesaplarına erişim engeli getirilebilir | 3: Devletler sosyal medya platformlarına yönelik regülasyonlarda bulunabilir | 4: Covid-19 ile ilgili bilerek ya da farkında olmadan yanlış bilgi paylaşımında bulunan hesaplar kapatılmalı/askıya alınmalı | 5: Sebep her ne olursa olsun sosyal medya platformlarının kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir | 6: Sosyal medyada yanlış bilgi kirliliğine karşı cezai Hükümlerin artırılması gerekiyor | 7: Yetkililerin daha hızlı aksiyon alabilmeleri için yetkilerinin artırılması gerekiyor | 8: Şirketlerin (Facebook, Twitter, vs.) yasalara uymamaları halinde para cezasına çarptırılmaları gerekir | 9: Şirketlerin Türkiye'de temsilcilik açması zorunlu hale getirilmeli

Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler arasında yaşa bağlı olarak regülasyonlara yaklaşım anlamında belirgin farklar bulunmaktadır. Özellikle regülasyonların tek taraflı olduğu durumlarda (Covid-19 ile ilgili yanlış bilgilerin önüne geçilmesi amacıyla sosyal medya hesaplarına erişim engeli getirilebilir / Devletler sosyal medya platformlarına yönelik regülasyonlarda bulunabilir / Covid-19 ile ilgili bilerek ya da farkında olmadan yanlış bilgi paylaşımında bulunan hesaplar kapatılmalı/askıya alınmalı) 18-29 yaş grubunun 30 yaş üstü ile benzer düşünmedikleri görülmektedir. Öte yandan, regülasyonların hükümet tarafından tek taraflı olarak olmadığı, sosyal medya şirketleri ile müzakere ile gerçekleştiği durumlara yaklaşım muhafazakâr gençlerde daha olumlu bulunmaktadır. Başka bir deyişle Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi gençler regülasyon konusunda 30 yaş üstüne göre hükümetin daha müzakereci hareket etmesi gerektiğini düşünmektedir.

Şekil 31. Sosyal medya yasası bilgi düzeyi

“Sosyal medianın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasayı ne derece bildiğinizi düşünüyorsunuz?”



Tablo 45. Değişkenlere göre sosyal medya yasası bilgi düzeyi

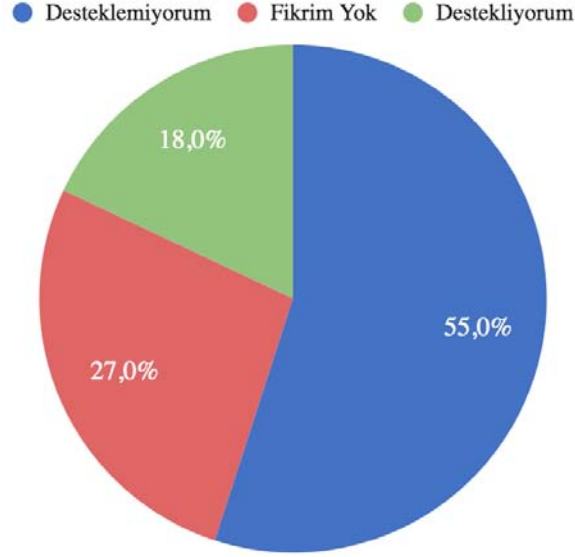
(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sosyal medianın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasayı ne derece bildiğinizi düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen “4: Biliyorum”, “5: Son derece biliyorum” cevapları baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Bilmiyorum	48,2	39,8	36,2	41,9	52,7	51,5	50,4	32,2	50,9	42,9	39,3	46,4	43,0	36,5	42,7
Kararsız	26,5	27,5	28,8	28,8	23,4	24,9	28,5	27,5	28,9	23,7	29,6	26,4	26,8	26,5	22,5
Biliyorum	25,3	32,7	35,0	29,3	23,9	23,6	21,0	40,2	20,2	33,4	31,1	27,2	30,2	37,0	34,8

Genel olarak sosyal medya yasası hakkındaki bilgi düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Erkekler kadınlara oranla yasayı daha iyi bildiklerini ifade etmiştir. (K: %25,3 / E: %32,7). Yaş grubuna göre değerlendirildiğinde 18-29 yaş yasayı daha iyi bildikleri söylemiştir. Eğitim ve gelir seviyesi özelinde üniversite mezunları ve orta sınıf yasayı daha iyi bildiğini ifade etmiştir. Dünya görüşü gruplarına göre yasayı en iyi bildiğini ifade edenler Hak savunucularıdır.

Şekil 32. Sosyal medya yasasına destek

“Sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasaı ne derece destekliyorsunuz?”



Tablo 46. Sosyal medya yasasına desteğin değişkenlere göre dağılımı

(Tablo yüzdeler (%) değerlerle hazırlanmıştır. Anket içerisinde “Sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasaı ne derece destekliyorsunuz?” sorusuna verilen “4: Destekliyorum”, “5: Son derece destekliyorum” cevapları baz alınmıştır.)

	Cinsiyet		Yaş			Eğitim			Hane Geliri			Dünya Görüşü			
	Kadın	Erkek	18-29	30-49	50+	İlk	Lise	Ünv	Alt	Ort	Üst	Din	Laik	Hak	Diğer
Destekle miyorum	55,8	54,2	61,7	46,2	60,6	43,9	58,3	62,2	47,0	53,6	64,4	28,4	64,7	67,6	59,7
Kararsız	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	32,9	32,9	26,1	29,4
Destekliyo rum	17,1	18,9	13,4	22,9	15,4	27,3	11,6	14,9	21,9	20,5	10,9	38,7	14,6	6,4	10,9

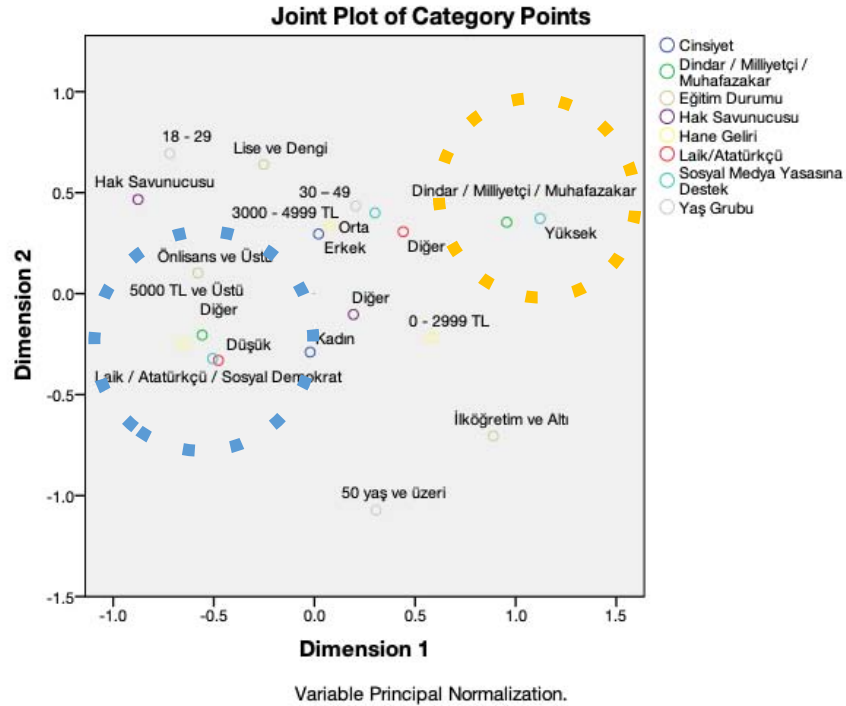
Erkekler kadınlara göre yasaı daha fazla desteklemektedir de bu belirgin bir fark değildir. Yaş grupları arasında yasaı en fazla destekleyen grup 30-49 yaş, en az destekleyen grup ise 18-29 olmuştur. Eğitim ve gelir seviyesi özelinde baktığımızda ilk öğretim mezunları ve alt gelir düzeyinin yasaı daha çok desteklediği görülmüştür. Yasaı en az destekleyenler Hak savunucularıdır. Yasaı bilme oranı Hak savunucuları arasında %37 olmasına rağmen bu grupta yasaı desteklemeyenlerin oranı %67,6'dır. Aynı şekilde, yasaı bildiğini ifade eden Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçilerin oranı %27 iken bu grupta yasaı

desteklediğini belirtenlerin oranı %38,7'dir. Sosyal medya yasasını destekleme ya da desteklememe tutumları farklı dünya görüşü gruplarında bilgi düzeyinden bağımsız bir şekilde ortaya çıkabilmektedir.

Sosyal medya yasasının demografik, ekonomik ve dünya görüşleri ekseninde hangi toplumsal kesimlerden destek bulunduğunu anlamak için 8 değişkenli çoklu mütekabiliyet analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu mütekabiliyet analizine dahil edilen değişkenler ve değişkenlerin kategorileri şunlardır:

- Cinsiyet: Kadın, Erkek
- Eğitim Durumu: İlköğretim ve Altı, Lise ve Dengi, Önlisans ve Üstü
- Hane geliri: 0-2999 TL, 3000-4999 TL, 5000 TL ve Üstü
- Yaş Grubu: 18-29, 30-49, 50 ve Üzeri
- Dindar / Milliyetçi / Muhafazakâr: Dindar / Milliyetçi / Muhafazakâr, Diğer
- Laik / Atatürkçü: Laik / Atatürkçü, Diğer
- Hak Savunucusu: Hak Savunucusu / Diğer
- Sosyal Medya Yasasına Destek: Düşük (5'li skalada 1 veya 2 verenler), Orta (5'li skalada 3 verenler), Yüksek (5'li skalada 4 veya 5 verenler)

Şekil 33. Sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler, dünya görüşü değişkenleri ile sosyal medya yasasına destek (Çoklu Mütekabiliyet Analizi – 8 Değişken)



Gerçekleştirilen çoklu mütekabiliyet analizi sonucunda, yaş ve eğitimin dikey ekseninde, hane gelirinin ise yatay ekseninde bir düzlem oluşturduğu gözükmektedir. Dünya görüşlerine bakıldığında ise özellikle dindar/milliyet/muhafazakârlar ile laik/Atatürkçü/sosyal demokratların hem dikey hem de yatay ekseninde farklılaştığı ve tablo iki zıt yerde konumlandığı söylenebilir. Ayrıca bu iki dünya görüşünün sosyal medya yasasını destek bağlamında önemli belirleyiciler olduğu iddia edilebilir. Lakin, laik/Atatürkçü/sosyal demokratlar sosyal medyaya düşük destek sunan toplumsal kesim ile birebir örtüşmekte; muhafazakâr/milliyetçi/dindarlar ise yüksek destek verenler ile yakınlaşmaktadır. Buradan yola çıkarak, sosyal medya yasasına desteğin daha çok siyasi bir destek okunabileceği sonucuna varılabilir. Özellikle destek vermeyen toplumsal kesim hem dünya görüşü çerçevesinde hem de sosyo-ekonomik özelliklerine göre daha belirgin olduğu gözükmektedir. Yüksek eğitim ve hane gelirine sahip olanlar laik/Atatürkçü/sosyal demokratlar ile, dolayısıyla sosyal medya yasasına destek vermeyenler ile yakınlaşmaktadır.

Yine optimal ölçekleme çizelgesine bakıldığında cinsiyetin destek konusunda bir farklılaşma yaratmadığı gözükmektedir; erkekler ve kadınlar düzlemin orta noktasına yakın bir yerde konumlanmıştır. Benzer bir şekilde, yaş grubu da bu noktada belirleyici olarak karşımıza çıkmamaktadır. Hiçbir yaş kategorisi, destek çevresinde oluşan kümeler içinde yer almamaktadır.

4.2. Medya Günlükleri

Anket uygulamasına paralel olarak, toplam 41 katılımcıyla sosyal medya günlüğü çalışması yapılmıştır. Günlük katılımcılarının demografik dağılımı Tablo 47'de görülmektedir. Katılımcılar sosyal medyada Covid-19 ile ilgili haber ve bilgi erişimleri, yanlış bilgiyi değerlendirme mekanizmaları ve yanlış bilgi paylaşım pratiklerine dair soruları günlük olarak cevaplamıştır. Günlük 4 ana başlıkta 18 sorudan oluşmaktadır: 1.Erişim, 2.Yanlış Bilgi, 3.Doğru Bilgi, 4.Paylaşım. Günlükler Limesurvey aracılığıyla çevrim içi olarak toplanmıştır. Toplamda 240 günlük girişi tamamlamıştır. Katılımcıların sorulara cevaplarının yanı sıra paylaştıkları görseller ve linkler de analize tabi tutulmuştur. En çok bir hafta boyunca katılarak (24 katılımcı 7 gün, 6 katılımcı 3-6 gün arası katılmıştır) günlük çalışmasını tamamlayan ve aşağıda demografik dağılımı bulunan otuz katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Günlük çalışması bu derinlemesine görüşmelere zemin oluşturmuştur.

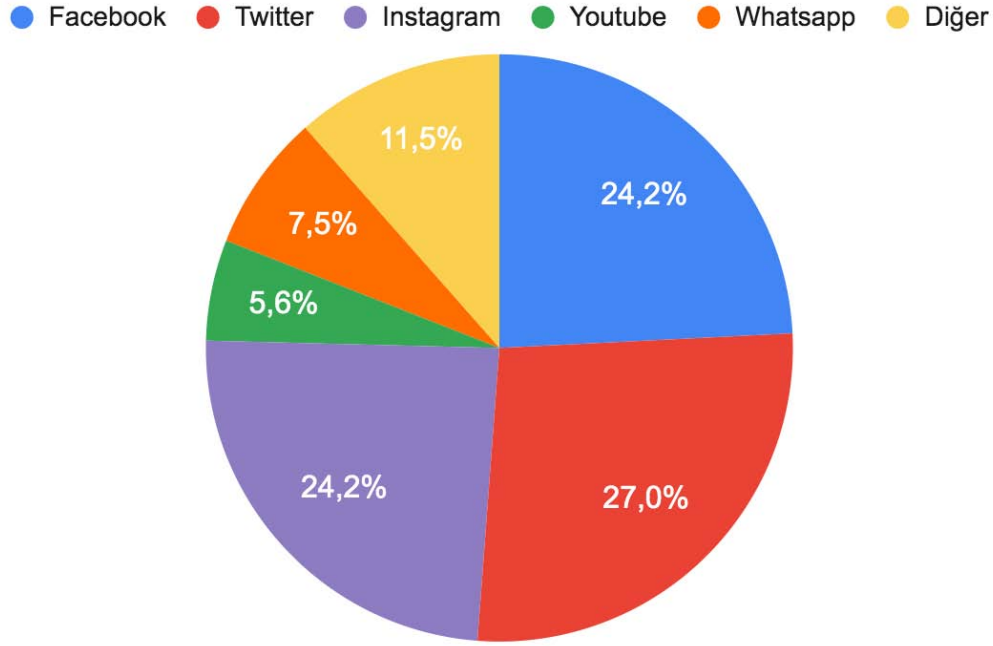
Tablo 47. Medya günlüğü katılımcılarının demografik dağılımı

		Frekans	Geçerli Yüzde
Cinsiyet	Kadın	25	61,0%
	Erkek	16	39,0%
Yaş Grubu	18-29	16	39,0%
	30-49	16	39,0%
	50+	9	22,0%
Eğitim Düzeyi	İlk	5	12,2%
	Lise	12	29,3%
	Ünv	24	58,5%
Gelir Düzeyi	Alt	7	17,1%
	Orta	17	41,5%
	Üst	17	41,5%
Anadil	Kürtçe	9	22,0%
	Arapça	2	4,9%
	Türkçe	30	73,2%
Medeni Durum	Evli	17	41,5%
	Bekar	20	48,8%
	Boşanmış	4	9,8%
Dünya Görüşü	Dindar	16	39,0%
	Laik	13	31,7%
	Hak Savunucusu	12	29,3%
Toplam		41	100%

4.2.1. Covid-19 Hakkında İçeriklere Erişim

Şekil 34. Covid-19 içeriklerine platform bazlı erişim

“Bugün hangi sosyal medya platformlarında koronavirüs hakkında hangi içeriklerle karşılaştınız?”



Tablo 48. Covid-19 içeriklerine platform bazlı erişimin dağılımı

	Frekans	Geçerli Yüzde
Facebook	61	24,2%
Twitter	68	27%
Instagram	61	24,2%
Youtube	14	5,6%
Whatsapp	19	7,5%
Diğer	29	11,5%

Katılımcılar Covid-19’la ilgili içeriklere ağırlıklı olarak Twitter (27%), Instagram (%24,2) ve Facebook (%24,2) üzerinden erişmişlerdir. Diğer kategorisi içerisinde yer alan mecralarda gazetelerin internet siteleri ön plana çıkmaktadır. WhatsApp’tan erişilen içerikler diğer kategorisi altında yer alan çevrim içi gazete ve diğer mecralardan sonra gelmektedir. Paylaşılan görseller içerisinde televizyon ekran fotoğrafları da yer almıştır. Telegram, Snapchat ve Ekşi Sözlük üzerinden bilgiye eriştiğini belirten katılımcı olmamıştır.

Erişilen içeriklerin konu başlıkları arasında vaka sayıları ve salgının seyri, hastalığın bulaşma yolları, hastalıktan korunma ve tedavi yöntemleri, aşı ile ilgili içerikleri öne çıkmaktadır. Salgının politik ve toplumsal etkileri erişilen içerikler arasında daha az yer alan konu başlıkları olmuştur.

Salgının seyri ve vaka sayıları ile ilgili günlüğe işlenen içerikler aşağıda örneklendirilmiştir. Bu başlık altında Sağlık Bakanı, Milli Eğitim Bakanı gibi resmi kişilerle TTB ve DSÖ gibi kurumların kendi sosyal medya hesaplarından yapılan açıklamalar ile açıklamaların haberleştirilmesiyle oluşan içerikler ağırlıklıdır.



The image shows a screenshot of a tweet from Dr. Fahrettin Koca, the Minister of Health. The tweet text reads: "Bugün tespit edilen 1.581 hasta var. Ağır hasta sayısının düşüş eğilimi başladı. Ağır hasta sayısını düşürmek hastaların erken tedaviye başlaması ile mümkün. Sağlık çalışanlarımız insan üstü bir gayretle çalışıyor. Mücadelede onlara birlikte destek olalım. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)". The tweet has 152,721 likes and was posted on October 7. Below the main text, there is a smaller version of the tweet text and a user profile for 'fehisiyildiz' with two hearts.



The image shows a screenshot of a tweet from Türk Tabipleri Birliği (@ttborgtr). The tweet text reads: "Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, belirti göstermeyen ama testi pozitif çıkan vakaların günlük açıklanan tabloda yer almadığını açıkladı. 6 aydır bunu söylüyorduk. Süreci şeffaf yürütmediniz. Gerçekleri gizlediniz. Salgının yayılmasına engel olmadınız. #vakasayısıkac". Below the text is a video thumbnail showing Dr. Fahrettin Koca speaking at a podium. The video has 321B views. The hashtag #vakasayısıkac is visible in the video thumbnail.

T24

T24 @t24comtr · Sep 12

Vaka sayısında İstanbul'u geride bıraktı; Ankara Tabip Odası Başkanı Ali Karakoç: Hasta seçmek zorundayız
t24.com.tr/haber/vaka-say...



2

23

40



dokuz8
HABER

dokuz8HABER @dokuz8haber · Oct 7

Son 24 saatte 56 kişi yaşamını yitirdi, 1581 yeni hasta tespit edildi

Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, güncel #koronavirüs verilerini açıkladı.

dokuz8haber.net/gundem/son-24-...

TÜRKİYE COVID-19 HASTA TABLOSU	BUGÜN	BU HAFTA	TOPLAM
	TEST SAYISI	116.608	HASTALANMA ZATÜRRE ORANI %6.2
HASTA SAYISI	1.581	YERLİK DOLULUK ORANI %48.6	HASTA SAYISI 329.138
VEFAT SAYISI	56	ERİŞKİN YÜZDE BAĞIM DOLULUK ORANI %68.8	VEFAT SAYISI 8.609
İYİLEŞEN HASTA SAYISI	1.355	VENTİLASYON DOLULUK ORANI %31.4	AĞIR HASTA SAYISI 1.411
		ORTALAMA TEMASLI TESPİT SÜRESİ 7.6 SAAT	İYİLEŞEN HASTA SAYISI 288.954
		REKAVİT ORANI %99.3	

6

8

15



Halk TV @halktvcomtr · Oct 5
Bakan Koca yanıtladı: Sürü bağışıklığı en yüksek hangi ilde, test makinelerine virüs mü bulaştı?



Bakan Koca yanıtladı: Sürü bağışıklığı en yüksek hangi ilde, test makin...
Detayları okumak için tıklayın...
halktv.com.tr

2 2 14

Millî Eğitim Bakanı Ziya Selçuk: Bütün okulları niye mi açmıyoruz? Ben hazır olduğumuzu düşünmüyorum. Bakın bunu Milli Eğitim Bakanı olarak söylüyorum.



coronavirუსuncel • Follow ...

coronavirუსuncel Tüm okulları neden açmıyoruz sorusuna Ziya Selçuk'un verdiği cevap. Ne düşünüyorsunuz?

10w

fatma.bastan.4161 Ee bizim çocukların suçu günahı ne ki onları tehlikeye atıyorsunuz peki

10w Reply

ahmetdkdrn.1 Günah keçisi olarak bizi seçmiş kendileri

10w Reply

2,749 likes

OCTOBER 7

KORONA REPORT Coronavirus Report @KoronaReport

SON DAKİKA

Fahrettin Koca, Türkiye'de koronavirüs testlerinin pozitif çıkma oranını %10 olarak açıkladı. Buna göre günlük vaka 10.000'in üzerinde.

23:52 · 4.10.2020 · Twitter for Android

siyahserit1 • Follow ...

siyahserit1 yuhhhhh...

kaynak: muharrem sarıkaya ile f. koca'nın röportajı/habertürk

10w

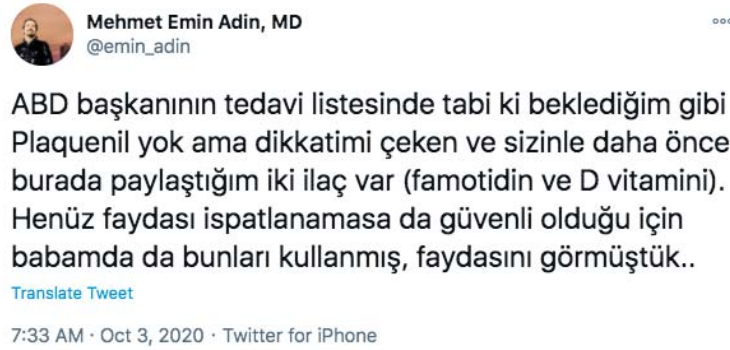
usbetlin Ben 30k vardır diye düşünüyordum, yine iymiş

10w

21,503 likes

OCTOBER 6

Hastalığın bulaşma şekli, tedavi yöntemleri ve belirtileri hakkındaki içeriklere ait bazı örnekler aşağıdaki gibidir. Bu başlık altında özellikle Twitter platformunda erişilen tıp uzmanları ve akademisyenlerin paylaştığı içeriklerin günlüğe işlendiği görülmüştür.





Prof. Dr. Murat Aksoy
Kovid mi Grip mi?
Koronavirüs-Daspaşı

0:05 / 11:22

COVID-19
Koronavirüs ile ilgili en güncel bilgileri T.C. Sağlık Bakanlığı bilgilendirme sayfasından takip edin

[DAHA FAZLA BİLGİ EDİNİN](#)

Google üzerindeki diğer kaynakları da görün

#murataksay #koronavirüs #grip
Grip Mi Olduk? - Koronavirüs Mü Bulaştı? | Belirtiler Arasındaki Farklar Neler?
660.434 görüntüleme • 20 Eyl 2020

13 B 463 PAYLAŞ KAYDET ...

Günlüğe aşı çalışmaları hakkında da çok sayıda giriş yapılmıştır. Aşı çalışmaları ile ilgili ekran görüntüleri örnekleri aşağıdaki gibidir:

Covid-19 aşısı olan gönüllünün testi pozitif çıktı

Endonezya'da potansiyel Covid-19 aşısı olan gönüllünün testi pozitif çıktı. Yetkililer aşı sonrası bağışıklığın gelişmesi için bir süre evde kalması gereken deneğin protokollere uymayarak seyahat yaptığını açıkladı.

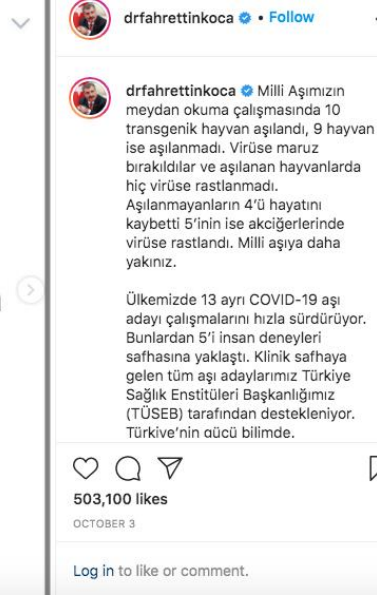
[f](#) [t](#) [e](#) [p](#) [+](#)





Dr. Fahrettin Koca 
@drfahrettinkoca

Milli Aşımızın meydan okuma çalışmasında 10 transgenik hayvan aşılandı, 9 hayvan ise aşılanmadı. Virüse maruz bırakıldılar ve aşılanan hayvanlarda hiç virüse rastlanmadı. Aşılanmayanların 4'ü hayatını kaybetti 5'inin ise akciğerlerinde virüse rastlandı. Milli aşıya daha yakınız.



Salgının politik, ekonomik ve toplumsal etkilerine dair yapılan günlük girişlerine bir örnek aşağıdaki gibidir.



Covid-19 ve beslenme ile ilgili hem sosyal medyada hem de çevrim içi gazetelerde sık sık karşılaşılan yanlış bilgiler ve komplo teorileri içeren içerikler, katılımcılar tarafından günlüklere işlenmiştir. Örnekler aşağıdaki gibidir:

YENİÇAĞ

Koronayı yenen kekikteki mucize raporu aylardır Sağlık Bakanlığı'nda bekletiliyor: Bütün doktorlar biliyor, kimse söyleyemiyor!

Korona hastalarının tedavisinde kekik özünün son derece etkili olduğunu yaptığı çalışma ile ortaya koyan Dr. Erdem Ulaş, kullanan kişilerde kekik özünün yüzde yüz başarılı olduğunu söyledi. Ulaş, raporunun Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'ya da sunulduğunu ama aradan aylar geçmesine rağmen bir dönüşün olmadığını ifade etti.

16 Eylül 2020 Çarşamba 07:15

**Bütün doktorlar biliyor, kimse söylemiyor
Aşı, ilaç bulunsun diye mi bekleniyor**

**KORONAYI YENEN
KEKİKTEKİ MUCİZE RAPORU
SAĞLIK BAKANLIĞI'NDA BEKLETİLİYOR**

Erdem AVŞAR
FATİH ERGİN

ÖZEL HABER ÖZEL HABER

f t in w e

A- A+



WhatsApp gruplarından erişilen, sağlık çalışanlarından geldiği var sayılan bazı içerikler günlüğe metin olarak eklenmiştir:

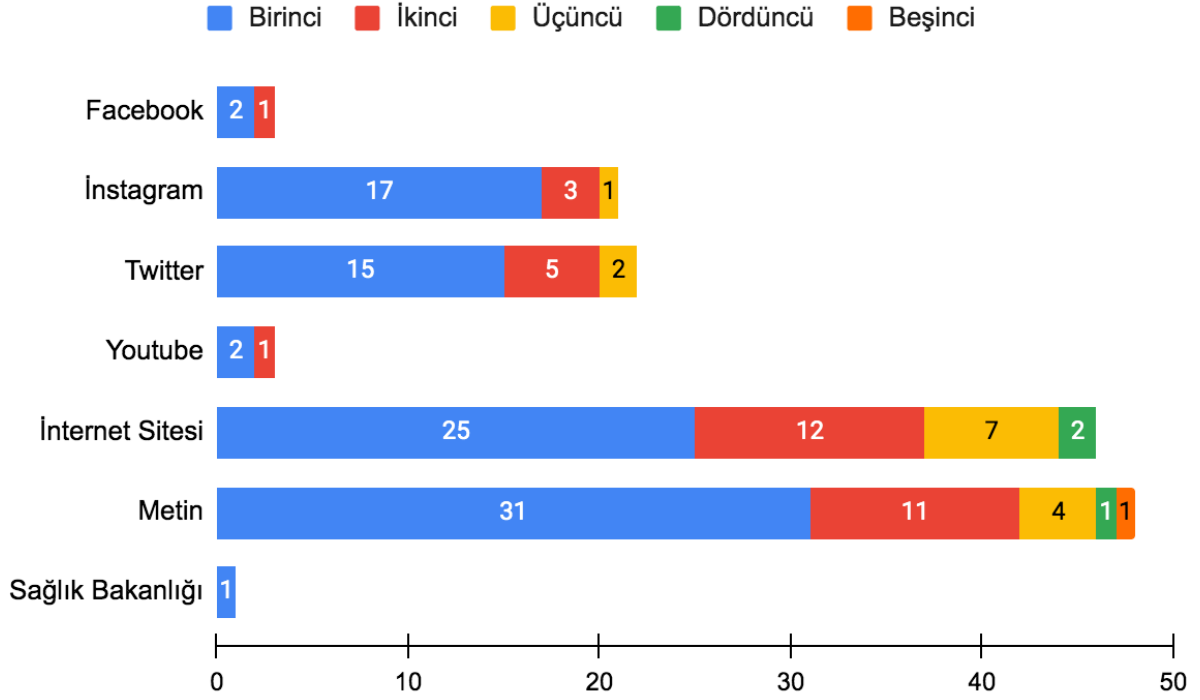
“HASTANEDE COVID-19 VİRÜSÜ HASTALIĞINDAN İYİLEŞEN HASTALARDAN ALINAN BİLGİLER 1. Vitamin C-1000'i alın. 2. E Vitamini alın. 3. 10:00 - 11:00 güneş ışığı 15-20 dakika boyunca. 4. Yumurta bir öğün. 5. Dinlenin / 7-8 saat uyuyun. 6. Günde 1,5 Litre su için ve her öğün ılık su için, su soğuk değil ılık olmalıdır. Hastanede yaptığımız şey bu. Bu, hepimize koroner virüs için pH'ın 5.5 ila 8.5 arasında değiştiğini söylemek içindir. Koroner virüsü yenmek için yapmamız gereken, virüsün pH seviyesinin üzerinde daha fazla alkalın gıda tüketmektir... pHı seviyesi yüksek gıdalardan bazıları: * Limon - 9.9 pH.. * Avokado - 15.6 pH. * Sarımsak - 13.2 pH * Mango - 8.7pH. * Mandalina - 8.5pH. * Ananas - 12.7 pH. * Karahindiba - 22.7 pH. * Turuncu - 9.2 pH. Sizde Korona virüsünüz olduğunu nasıl bildiniz? 1. Boğazda kaşıntı. 2. Kuru boğaz. 3. Kuru öksürük. 4. Yüksek sıcaklık. 5. Nefes darlığı. 6. Koku ve tat kaybı. Yani bunlara dikkat ettiğinizde, hızlı bir şekilde limonlu ılık su ve içecek alın... Bu bilgileri sadece kendinize saklamayın lütfen. Tüm ailenize ve arkadaşlarınıza iletin. Dikkatli olun... Sağlık personellerinden alıntı”

4.2.2. Yanlış Bilgi

Şekil 35. Günlüğe işlenen yanlış bilgiler

“Bugün sosyal medyada Covid-19 ile ilgili doğru olmadığını düşündüğünüz bir bilgiyle karşılaştınız mı?”

En fazla 5 içerik belirtiniz”



Tablo 49. Günlüğe işlenen yanlış bilgilerin dağılımı

	Birinci İçerik	İkinci İçerik	Üçüncü İçerik	Dördüncü İçerik	Beşinci İçerik	Toplam
Facebook	2	1	0	0	0	3
Instagram	17	3	1	0	0	21
Twitter	15	5	2	0	0	22
Youtube	2	1	0	0	0	3
İnternet Sitesi	25	12	7	2	0	46
Metin	31	11	4	1	1	48
Sağlık Bakanlığı	1	0	0	0	0	1
Toplam	93	33	14	3	1	144

Katılımcılardan o gün karşılaştıkları fakat doğru olmadığını düşündükleri içerikleri en fazla beş tane olmak kaydı ile günlüklerine eklemeleri istenmiştir. En çok haber sitelerine ait linklerin paylaşıldığı veya içeriklere dair metinlerin katılımcılar tarafından yazıldığı görülmüştür (Örneğin: <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/prof-dr-mehmet-cilingiroglu-koronavirus-asisi-icin-tarih-verdi-1766299> ya da “Gazeteci Barış Yarkadaş’ın bir haberiydi,” “Covid-19’a yakalanmış bir gencin hastaneye yatırılmadığı hastane önünde beklediği haber”). Katılımcılar günlüklerinde yanlış olduğunu düşündükleri içeriklere dair linklere ek olarak 59 adet ekran görüntüsü paylaşmıştır. Katılımcıların yanlış bilgi olarak değerlendirdikleri içerikler arasında vaka sayısı ve aşı konu başlıkları ön plana çıkmaktadır. Bilginin sosyal medya ya da internet sayfaları aracılığı erişildiği kaynaklar arasında Cumhuriyet, Sabah, BirGün, CNNTürk, Yeni Çağ gibi konvansiyonel mecraların çevrim içi sayfalarının ve sosyal medya hesaplarının yanı sıra Gazete Duvar ve T24 gibi dijital haber mecraları bulunmaktadır.

Katılımcıların kendi dünya görüşlerine yakın kaynaklar üzerinden eriştikleri ve yanlış bilgi olarak tanımladıkları içeriklerin büyük bir çoğunluğu resmî kurumlardan gelen koronavirüsün seyri ile ilgili içeriklerdir:

Dünya görüşünü feminist, hümanist olarak tanımlayan, CHP seçmeni, 60 yaşındaki kadın katılımcı yanlış bilgi olarak Cumhuriyet, BirGün, GazeteDuvar sayfalarından içerikleri günlüğüne girmiştir.

<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/prof-dr-mehmet-cilingiroglu-koronavirus-asisi-icin-tarih-verdi-1766299>

<https://www.birgun.net/haber/turkiye-de-koronavirus-kaynakli-can-kaybi-7-bin-186-ya-ulasti-315724>

<https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/09/19/selcuk-cocuklarimizi-okullari-ve-arkadaslariyla-bulusturmak-icin-haziriz/>

Dünya görüşünü yurtsever olarak tanımlayan HDP seçmeni 33 yaşındaki Kürt katılımcı Gazete Duvar’da açıklanan resmi vaka sayılarını yanlış bilgi olarak günlüğüne işlemiştir.

<https://www.gazeteduvar.com.tr/salginda-son-24-saat-1581-yeni-vaka-56-vefat-haber-1501055>

Dünya görüşünü komünist olarak tanımlayan 29 yaşındaki erkek katılımcı Sol Haber ve Diken’den eriştiği haber içeriklerini yanlış bilgi olarak günlüğe kaydetmiştir.

<https://sol.org.tr/haber/ingiltere-ulastirma-bakani-turkiye-vakalari-farkli-tanimliyor-seyahat-koridorundan>

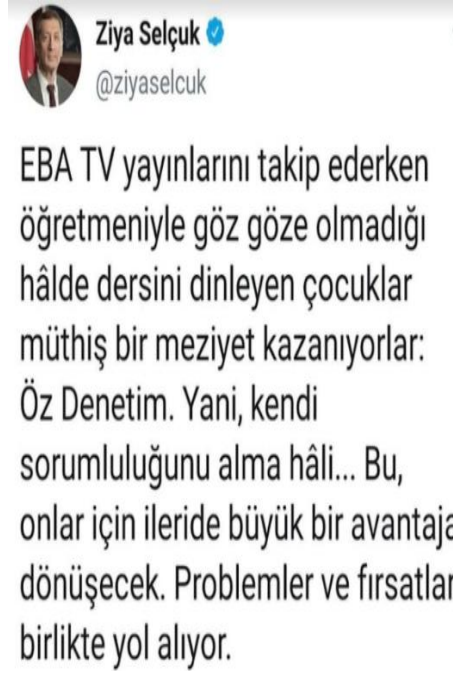
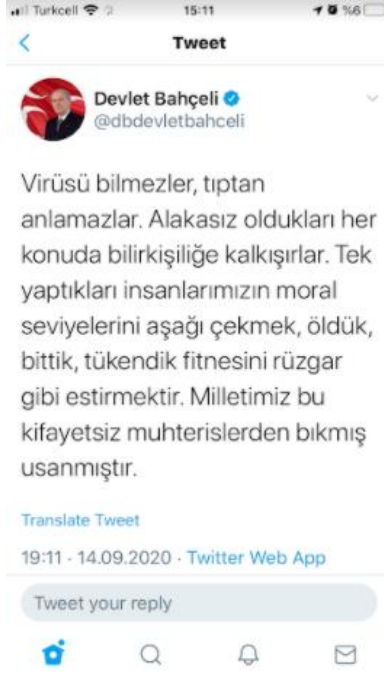
<http://www.diken.com.tr/bilim-kurulu-uyesi-vaka-ve-hasta-ifadesinin-es-anlamli-kullanildigini-saniyordum/>

<https://sol.org.tr/haber/bakanlik-aciklamasi-1429-yeni-hasta-57-olum-16169>

Dünya görüşünü laik, Atatürkçü, ulusalcı, ölkücü, feminist, yurtsever, hümanist olarak belirten katılımcılar, muhafazakâr, dindar, milliyetçi katılımcılara göre yanlış bilgi olarak değerlendirdikleri içeriklere daha sık çevrim içi gazete ve televizyonlardan erişmişlerdir. Bu katılımcılar yanlış bilgi olarak değerlendirdikleri içeriklere rutin olarak takip ettikleri ve dünya görüşlerine yakın haber kaynaklarından erişmektedirler. Ayrıışmış, parçalı haber tüketim alışkanlıkları doğrultusunda özellikle hükümete muhalif dünya görüşleri olan katılımcılar kalıplaşmış haber takip alışkanlıkları içerisinde yanlış bilgi değerlendirmesini haber metninin içinde yer verilen referans, açıklama ve veriler üzerinden yapmaktadır. İstanbul'da yaşayan, CHP seçmeni ve dünya görüşünü Atatürkçü olarak belirten kadın katılımcının yanlış bilgi paylaşımı buna bir örnektir. Katılımcı rutin olarak takip ettiği haber kaynaklarından BirGün gazetesinin Twitter hesabından Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın salgının hızının azaldığına dair açıklamasını konu alan bir habere erişmiş ve içeriği yanlış olarak değerlendirmiştir. Katılımcının yanlış olarak değerlendirdiği içerik gazete haberinin bütününden ziyade Bakan'ın salgının seyriyle ilgili açıklamasıdır.

Katılımcıların karşılaştıkları enformasyonun yanlışlığını değerlendirdikleri günlük girişlerinde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın açıklamaları ile Bakanlık tarafından günlük olarak paylaşılan Türkiye'nin koronavirüs tablosu (yeşil tablo) önemli yer tutmaktadır. Dünya görüşünü laik, ulusalcı, feminist, sosyal demokrat gibi ifadelerle niteleyen pek çok katılımcı Fahrettin Koca'nın kendi hesabından paylaşımlarını, Koca'nın özellikle vaka sayısı ile ilgili açıklamalarını konu eden haber metinlerini ve yeşil tabloyu yanlış bilgi olarak günlüklerine işlemiştir. Koca'nın yanı sıra Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk, MHP lideri Devlet Bahçeli ve İç İşleri Bakanı Süleyman Soylu'nun açıklamalarının da yanlış bilgi olarak günlüğe işlendiği görölmektedir. Siyasi figürler ağırlıklı olarak Twitter ve Instagram üzerinden günlüğe taşınmıştır.

Twitter Örnek Görseller



Instagram Örnek Görseller



Facebook'tan erişilen ve yanlış bilgi olarak değerlendirilen içerikler Twitter ve Instagram'dan erişilenlerden odak olarak farklılaşmaktadır. Facebook'ta karşılaşılan yanlış bilgi içerikleri her ne kadar siyasete dair örnekler içerse de genel olarak Covid-19 hastalığı, aşı, hastalığın etkileri gibi konulara odaklanmaktadır.

Facebook Örnek Görselleri



4.2.3. Yanlış Bilgi Değerlendirmesi

Medya günlüğünde 4. soru katılımcılara yanlış olarak değerlendirdikleri içeriklere istinaden “*Bu bilginin doğru olmadığını nasıl anladınız?*” diye sormaktadır. Bu soruya 102 cevap kaydedilmiştir. Ankette açık uçlu olarak yer alan yanlış bilgiyi nasıl tanımlarsınız sorusuna verilen cevapların analizinde kullanılan kod kategorileri günlük girişlerinin analizinde de yol gösterici olmuştur. Günlük çalışmasını takip eden derinlemesine görüşmelerde katılımcıların yanlış bilgi tanımları derinleştirilmiştir. Katılımcılara ayrıca enformasyonu değerlendirirken işlettikleri etkin mekanizmalar da sorulmuştur. Buna göre 3 farklı bilgi işleme mekanizması ortaya çıkmıştır: metnin özelliklerini değerlendirerek ya da metinden yola çıkarak farklı kaynaklar üzerinden bilgi işleme, sosyal çevre ile etkileşim üzerinden bilgi işleme ve platform sağlığı (beğeni sayısı, yorumlar vs.) üzerinden bilgi işleme. Bu mekanizmalar günlükte yapılan yanlış ve doğru bilgi değerlendirmelerine ve değerlendirmeleri çerçeveleyen yanlış bilgi tanımlarına içkindir.

Günlük katılımcıları karşılaştıkları enformasyon içeriklerini tutarsız olması, çelişkili olması, verilere ve görsellere dayanmaması gibi *metinsel* öğelerle; *sosyal* çevrelerinden ya da *tanıdık* oldukları enformasyon kaynaklarından farklı bilgiler edinmiş olmaları nedeniyle, enformasyon kaynağına *kredibilite* atfetmeyerek ya da dünya görüşlerini çerçeveleyen *siyasal* öğeler üzerinden yanlış olarak değerlendirmişlerdir. 102

cevap içerisinde en çok metinsel öğeler ve tanıdık/sosyal öğeler üzerinden enformasyon değerlendirilmesi yapıldığı gözlemlenmiştir. Buna göre bilginin kaynağı, verilere dayanması, oluşturulurken kullanılan dil gibi etkenler ile bilginin sosyal çevreden ya da tanıdık kaynaklardan edinilen başka enformasyonla çelişmesi sosyal medyadan erişilen bilginin yanlış olduğu düşüncesinin oluşmasında etkili olmaktadır. *Siyasal öğeler metinsel, kredibilite ve tanıdık/sosyal öğeleri kesen bir biçimde katılımcıların ifadelerinde gündeme gelmektedir.* Örneğin, bilginin doğru olmadığını nasıl anladınız sorusuna cevaben güvenmediği hesapları zaten takip etmediğini yazan katılımcılar siyasal öğelerin yekûn olarak haber takip pratiklerini belirlediğini işaret etmişlerdir. Diğer yandan, siyasi figürlerin kaynak olduğu enformasyon da *metinsel* öğeler (örnek: Bakan'ın sözleri tutarsız) ya da *tanıdık/sosyal* öğeler (Bakanlık açıklaması doktor arkadaşlarımla söyledikleri ile örtüşmüyor) üzerinden değerlendirilmektedir.

Yanlış Bilgi Tespiti Örnek Görseller



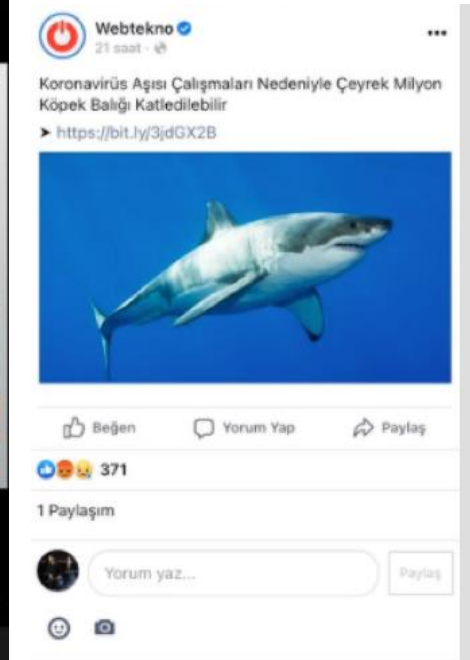
“İlk içerikte net bilgi yok görüntü var uzaktan çekilmiş gösterinin ne için yapıldığı tam anlaşılıyor” (*Metinsel*)

Katılımcı: 49, kadın İstanbul, feminist, CHP seçmeni



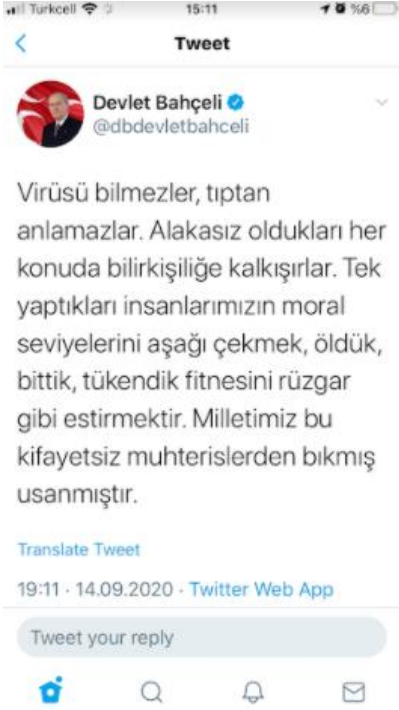
“Asılsız haber, kaynak belirtilmemiş” (*Metinsel - Kredibilite*)

Katılımcı: 25, erkek, İstanbul, ulusalçı/laik, CHP seçmeni



“...Koronavirüs aşısı çalışmaları nedeniyle sayıca bu kadar çok köpekbalığının katledilmesi asparagas haber gibi geliyor bana” (*Metinsel*)

Katılımcı: 30, erkek, İstanbul, milliyetçi



“Bu iki siyasinin açıklamalarına kişisel olarak inanmıyorum. İkisi de yalancı” (*Siyasal*)

Katılımcı: 49, kadın, İstanbul, feminist, CHP seçmeni



“Bazı doktorlar duruma yönelik bilimsel sayılabilecek açıklamalar yapmışlar fakat bu türden bir sağlık problemine yol açıp açmadığına dair teşhis konabilmesi için 9 ay oldukça kısa bir zaman dilimi” (*Metinsel - kredibilite*)

Katılımcı: 29, kadın, İstanbul, anadili Kürtçe



“Emekli sağlıkçuyum ve hastane çalışanı arkadaşlarım artma yaşadığını söylüyor TTB ve Ankara Tabip Odası artma var diyor bakanın güvenilirliğini geçen haftalarda test ettik zaten ayrıca sürekli dış basın bakanlık verilerini yalanlıyor ve vize seyahat kısıtı getiriyor. Tabi hasta ve vaka skandalı hala ortada” (*Tanıdık/Sosyal - Siyasal*)

Katılımcı: 54, kadın, İstanbul, Atatürkçü, CHP seçmeni



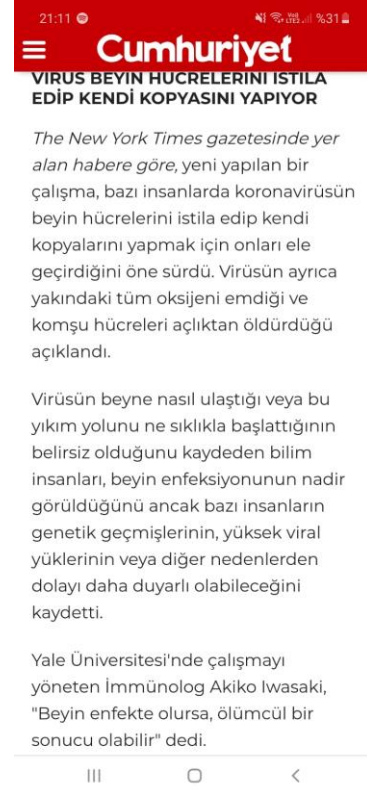
"Haber sanki kesin bilgiymiş gibi sunuluyor" (*Metinsel*)

Katılımcı: 48, erkek, İstanbul, liberal



"Kaynağı belli değil" (*Metinsel - Kredibilite*)

Katılımcı: 50, kadın, Manisa, laik



"Bilimsel çalışma olarak belirtilmekle birlikte sayısal veriler ve araştırma yapan kişinin ismi verilmemiş" (*Metinsel*)

Katılımcı: 60, kadın, İzmir, feminist/hümanist



Bakanlık koronavirüs tablosunu açıkladı: 67 ölüm, 1407 yeni hasta

TÜRKİYE COVID-19 HASTA TABLOSU	BUGÜN	BU HAFTA	TOPLAM
1 EKİM 2020	TEST SAYISI	%6,4	TEST SAYISI
	113.546		10.493.807
	HASTA SAYISI	%49,3	HASTA SAYISI
	1.407		320.070
	VEFAT SAYISI	%67,1	VEFAT SAYISI
	67		8.262
	İLİŞEN HASTA SAYISI	%32,3	İLİŞEN HASTA SAYISI
	1.402		1.507
	İLİŞEN HASTA SAYISI	8 SAAT	İLİŞEN HASTA SAYISI
	1.402		281.151



“Yaşadığım il için verilen bir haber, böyle çalışma yok” (Tanıdık/Sosyal)

Katılımcı: 50, kadın, Manisa, CHP seçmeni

“Sağlık Bakanlığı'nın verilerini ve devlet memurlarının açıklamalarını gerçekçi ve bilimsel verilere dayalı bulmuyorum.” (Siyasal - Metinsel)

Katılımcı: 29, erkek, İstanbul, Komünist

“Uygulamada olan vakalardan ve yaşanmışlıklarından duyduklarıma göre çok farklı geldi.” (Tanıdık/Sosyal)

Katılımcı: 29, kadın, Manisa, CHP Seçmeni

4.2.4. Yanlış Bilgi Karşısında Davranış

Medya günlüğünde 5. soruda katılımcılara bilginin doğru olmadığını anladıklarında ne yaptıkları sorulmuştur. 78 cevap beş ayrı kategoride toplanmıştır: Paylaşım, çıkış yapma, araştırma, sorgulama, kayıtsız kalma.

Karşılaştıkları bilgiyi aile, arkadaş, iş arkadaşı gibi sosyal çevresiyle paylaşma davranışı sergileyen katılımcılar paylaşım kategorisi içinde yer almışlardır. Bilgiyi paylaşan hesabı takip etmeyi bırakan, içeriğin bulunduğu sayfayı kapatan, siteden ayrılan kişiler ise çıkış yapma kategorisinde toplanmıştır. Karşılaştığı bilgi doğrultusunda kısıtlı da olsa farklı kaynakları inceleyen bulunan katılımcılar araştırma, araştırma yaptığını belirtmeyen ancak enformasyon üzerine değerlendirme yaptığını, yorumladığını belirten katılımcılar sorgulama içerisinde yer almıştır. Hiçbir şey yapmadığını belirte katılımcılar ise kayıtsız kalma olarak nitelendirilmişlerdir.

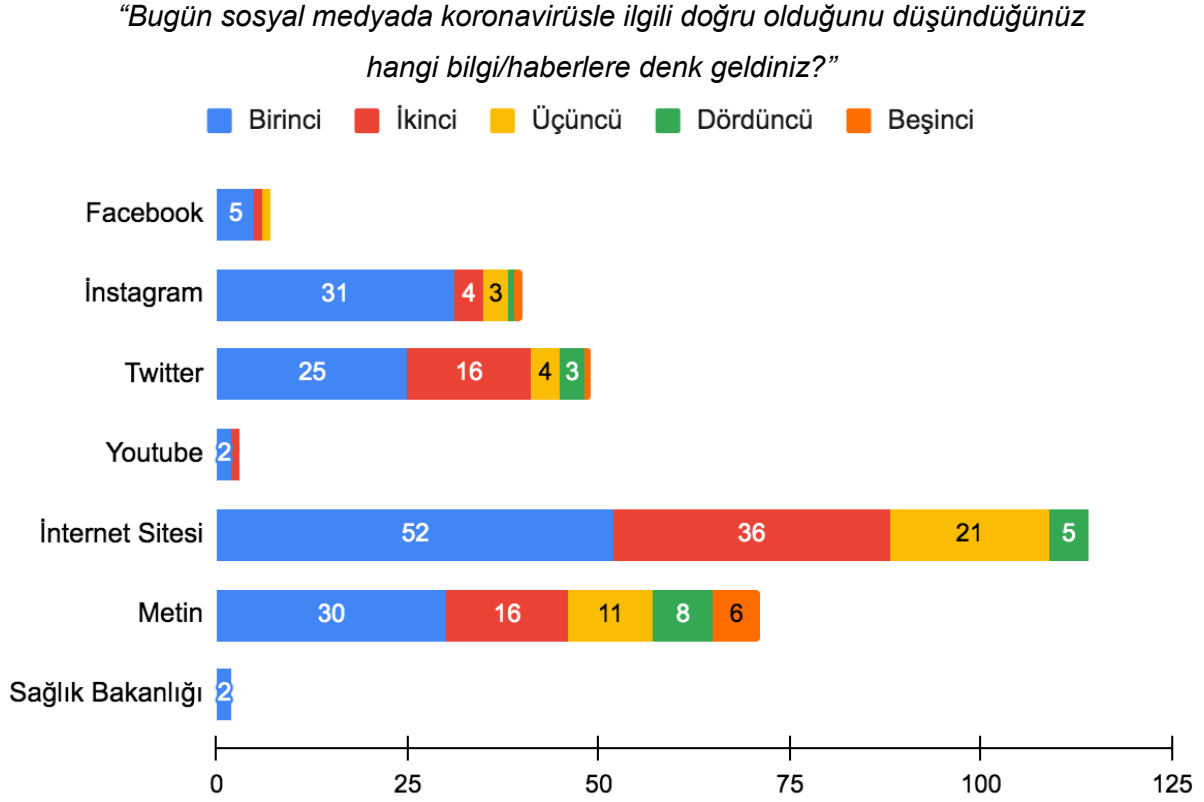
Tablo 50. Yanlış bilgi karşısında davranışlar (Örnek ifadeler)

5.Soru: Bilginin doğru olmadığını anladığınızda ne yaptınız? Yaptıklarınızdan aşama aşama bahsedebilir misiniz?	
Sosyal Çevre ile Paylaşım	Yakınlarım ve arkadaşarımla telefonda ya da yüz yüze paylaştım / Hasta ve vaka tanımlarına baktım. Bu tanımlardan ve haberden ortamı paylaştığım arkadaşım ve aile üyeme bahsettim / Çevremdekilerle yüz yüze paylaştım / Haberın doğru olmadığını yakınlarım ve arkadaşarımla paylaştım
Çıkış Yapma	Takibi bıraktım / Siteden ayrıldım / Başlığa göz atıp, haber sayfasını hemen kapattım / Siteden çıkış yaptım
Araştırma	STK ve odaların açıklamasına baktım / TTB'nin sayfasını ve güvenilir habercileri, bilim insanlarını takip ettim / Gerçek sayılarını her ülkedeki bağımsız kuruluşlarca doğruya yakın açıklandığını düşündüğümden takip ettiğim diğer kaynaklara göz gezdirdim / Odaların açıklamalarına göz attım
Sorgulama	Önce acaba diye sordum. Sonra izledim. Fakat bu gösteri denilen şey gizli bir kamera ile açığa çıkarılmış olsa bir nebze evet galiba doğru diyeceğim ama her şey canlı canlı çekim
Kayıtsız Kalma	Herhangi bir şey yapmadım / Yapılacak bir şey yok / O kadar çok doğru olmayan haber var ki artık yalan haber olduğunu fark edince üzerinde durmuyorum / Herhangi bir şey yapmadan rutin incelemelerime devam ettim / Doğru olmadığını konusunda kanaatim kesinleşmedi ama kesin olsa da bir şey yapmazdım, başkalarını etkileyebilecek önemde bir bilgi değil

Tüm girişler analiz edildiğinde en yüksek payın %40 ile kayıtsız kalanlara ait olduğu görülmüştür. Kayıtsız kalma davranışını %19 ile sosyal çevre ile paylaşım ve %17 oranla çıkış yapma davranışları takip etmiştir. Son olarak araştırma %13, sorgulama %10 paya sahiptir. Sosyal çevre ile yanlış bilginin paylaşımı mesajlaşma uygulamaları aracılığı ile, telefon görüşmelerinde veya yüz yüze yapılmaktadır. Yanlış olduğu düşünülen haber ve bilgiler yakın çevre ile müzakere etmek ve yanlış konusunda uyarmak amacıyla da paylaşılmaktadır.

4.2.5. Doğru Bilgi

Şekil 36. Karşılaşılan doğru bilgiler



Tablo 51. Karşılaşılan doğru bilgi dağılımı

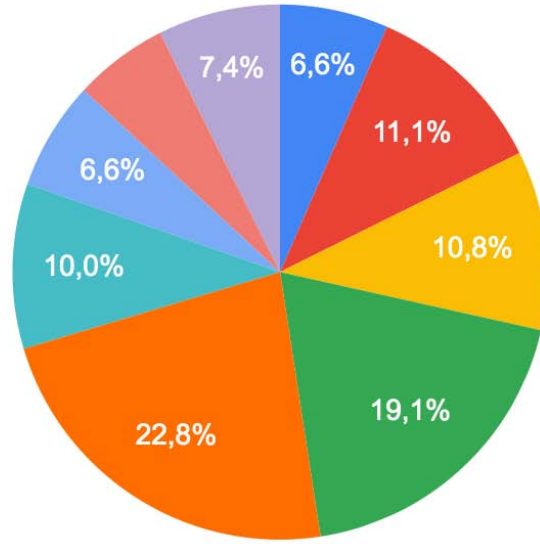
	Birinci İçerik	İkinci İçerik	Üçüncü İçerik	Dördüncü İçerik	Beşinci İçerik	Toplam
Facebook	5	1	1	0	0	7
İnstagram	31	4	3	1	1	40
Twitter	25	16	4	3	1	49
Youtube	2	1	0	0	0	3
İnternet Sitesi	52	36	21	5	0	114
Metin	30	16	11	8	6	71
Sağlık Bakanlığı	2	0	0	0	0	2
Toplam	147	74	40	17	8	286

Katılımcılar günlüklerine sayı olarak yanlış olduğunu düşündükleri içeriklerden daha çok doğru olduğunu düşündükleri içerikleri işlemişlerdir (Yanlış toplam: 144, doğru toplam: 286). Katılımcılar günlüklerinde doğru olduğunu düşündükleri 120 içeriğin ekran görüntüsünü paylaşmıştır.

Şekil 37. Bilgi kaynakları

“Sosyal medyada koronavirüsle ilgili doğru olduğunu düşündüğünüz bilgileri nereden ve/ya kimden gördünüz?”

- Ailemden / Akrabalarımın hesaplarından
- Sosyal medyadaki popüler kişilerden
- Gazetelerin hesaplarından
- Kamu kurumlarının hesaplarından
- Arkadaş çevremın hesaplarından
- Haber kanallarının hesaplarından
- Sivil toplum kuruluşların veya uluslararası kuruluşların hesaplarından
- Siyasetçilerin hesaplarından (5,7%)
- Diğer



Tablo 52. Bilgi kaynakları dağılımı

	Frekans	Geçerli Yüzde
1	80	22,8%
2	67	19,0%
3	39	11,1%
4	38	10,8%
5	35	10,0%
6	26	7,4%
7	23	6,5%
8	23	6,5%
9	20	5,7%

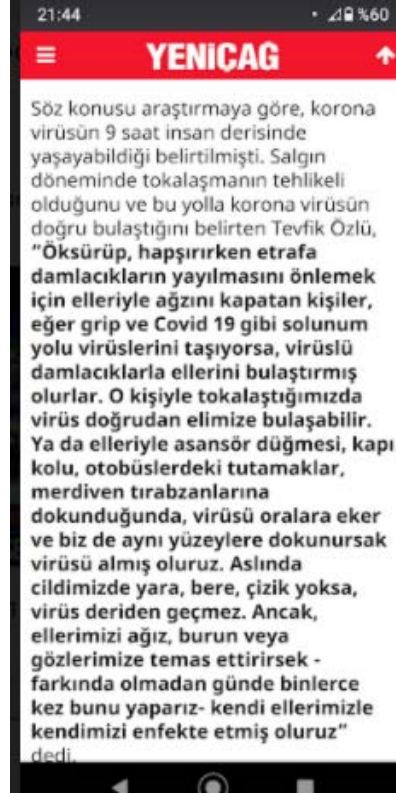
1: Gazetelerin hesaplarından | 2: Haber kanallarının hesaplarından (NTV, Hürriyet, CNNTürk, Sputnik vs.) | 3: Arkadaş çevremin hesaplarından | 4: Sosyal medyadaki popüler kişilerden / fenomenlerden / sanatçılardan | 5: Sivil toplum kuruluşlarının veya uluslararası kuruluşların hesaplarından | 6: Diğer | 7: Ailemden / Akrabalarımın hesaplarından | 8: Kamu kurumlarının hesaplarından (bakanlıklar, valilikler, belediyeler vb.) | 9: Siyasetçilerin hesaplarından

Katılımcıların doğru olduğunu düşündükleri içeriklere kaynaklık eden kategoriler yukarıdaki gibidir. Buna göre gazete hesapları seçeneğinin birinci sırada yer aldığı görülmektedir (%22,8). Benzer şekilde çeşitli haber kanallarının sosyal medya hesapları da ikinci sırada yer almıştır (%19).

Medya günlüğünde yanlış bilgi olarak işlenen içeriklerin sayısının neredeyse iki katına yakın sayıda doğru bilgi olarak değerlendirilen içerik girilmiştir. Yanlış ve doğru olarak değerlendirilen içerikler niteliksel olarak da birbirinden farklılaşmaktadır. Yanlış bilgi içerisinde yoğun olarak günlüğe işlenen vaka sayısına yönelik haber ve bilgiler doğru bilgi kategorisinde daha düşük oranda günlüğe işlenmiştir. Vaka sayılarına yönelik doğru olduğu düşünülen içerikler genel olarak resmi vaka sayılarının gerçeği yansıtmadığı ya da salgının şubat ayında başladığı yönündeki bilgiler olmuştur. Vaka sayıları haricindeki içerik başlıkları arasında aşı çalışmaları, kısıtlamalar, günlük hayata ilişkin konular doğru bilgi olarak değerlendirilen haber ve bilgiler arasında öne çıkmıştır.

Günlüğe işlenen linkler çoğunlukla haber sitelerine aittir. Doğru olarak değerlendirilen çevrim içi haberlerin büyük bir çoğunluğunda görsellerin kullanıldığını, birtakım verilerin paylaşıldığını ve doktor, eczacı, akademisyen gibi uzman kişilerin ifadelerine yer verildiği görülmüştür.

Örnek Görseller



Doğru bilgi olarak günlüğe aktarılan görsel ve linklere ağırlıklı olarak Twitter'dan erişildiği görülmektedir. Katılımcılar doğru bilgiyi özellikle kurumsal haber mecralarıyla özdeşleştirmiş ve ağırlıklı olarak BirGün, T24, GazeteDuvar, Cumhuriyet, BBC Türkçe gibi kurumsal yapıların resmi hesaplarından iletilen paylaşımları doğru olarak nitelendirmiştir. Twitter'da ayrıca çeşitli bilim kurulu üyeleri, doktor ve gazetecilerin hesaplarından paylaşılan içerikler de doğru olarak değerlendirilmiştir. Instagram'da kurumsal haber kaynakları, siyasetçiler ve doktorların yanı sıra yerel haberlerin paylaşıldığı hesaplar ve korona özelinde açılmış hesaplardan yayılan içerikler doğru bilgi olarak değerlendirilmiştir. Instagram'dan erişilen bazı içerikler Twitter'dan Instagram'a aktarılmış içeriklerdir.

Örnek Görseller



4.2.6. Doğru Bilgi Tespiti

Medya günlüğünde “*Bu bilgilerin doğru olduğunu nasıl anladınız?*” sorusuna 160 cevap verilmiştir. Yanlış bilgi değerlendirmesinde olduğu gibi doğru bilgi değerlendirmesinde de *metinsel* öğeler ağırlıktadır. Pek çok yanıtta “güven” ifadesi ön plana çıkmakta ve *siyasal* öğeler diğer tanım kategorilerini güven ifadesi üzerinden kesmektedir. Katılımcılar enformasyon değerlendirmesinde güven atfını haber kaynağına, metni dolaşıma sokan hesaba, ya da haber metninde referans alınan uzmana yapmaktadır. Güven atfının yapıldığı boyuta göre tanım kategorisi siyasal olarak değerlendirilmiştir. Örneğin, BirGün gazetesinin bir haberine “haber kaynağı güvenilir” ifadesiyle doğruluk değerlendirmesi yapan CHP seçmeni katılımcının enformasyon değerlendirmesini *siyasal* öğeler üzerinden yaptığı not edilmiştir. Metnin özellikleri ve farklı kaynaklar ile sosyal çevre ile etkileşim üzerinden bilgi işleme doğru bilgi değerlendirmesinde en çok kullanılan mekanizmalar olmuştur.

Doğru Bilgi Tespiti: Örnek Görseller



“Hepsi haberin kaynaklarından veya resmî açıklamalardan teyit edilmiş bilgiler” (*Metinsel-Kredibilite*)

Katılımcı: 49, kadın, İstanbul, feminist, CHP seçmeni



“Fotoğraf kanıtı ve normalde de takip ettiğim güvenilir bir sayfa” (*Metinsel-Tanıdık/sosyal*)

Katılımcı: 42, erkek, Manisa, ülkücü/milliyetçi, AKP seçmeni



“Bakan açıklaması olduğu için yahut politik duruşunu beğendiğim Twitter kullanıcılarından geldiği için” (*Siyasal*)

Katılımcı: 25, erkek, İstanbul



“Haberin Türk Tabipleri Birliği tarafından paylaşılması ve doğrulayan video olmasından dolayı” (*Siyasal*)

Katılımcı: 24, kadın, İstanbul, HDP seçmeni

'Koronavirüs meslek hastalığı sayılsın' talebi aylardır duyulmuyor

Salgına karşı en önde mücadele eden 40 bini aşkın sağlık çalışanı koronavirüse yakalanırken iktidar sağlık emekçilerinin taleplerini görmezden geliyor. TTB, Covid-19'un meslek hastalığı sayılması gerektiğini aylardır vurguluyor: Hâlâ enfekte oluyor ve ölüyoruz.



"Kaynakça belirtilerek paylaşılmış ve sadece sözlü değil görsel kaynaklar kullanılmış" (*Metinsel-Siyasal*)

Katılımcı: 24, erkek, Uşak, Komünist

08:11 yenicaggazetesi.com.tr

Bilim Kurulu Üyesi Prof. Dr. Selma Metintaş korona virüsün en çok bulaşma yolunu açıkladı. Kış aylarında bu detaya dikkat

Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu Üyesi Prof. Dr. Selma Metintaş, korona virüsün en bulaşma yolunun virüs taşıyan kişilerin konuşma, öksürme ve hapşırma sırasında ortaya çıkan damlacıklarla olacağını söyledi. Prof. Dr. Metintaş ayrıca, , sonbahar ve kış aylarında solunum yoluyla bulaşan hastalıkların yaygınlaştığını ifade etti.

19 Ekim 2020 Pazartesi 07:36

"Uzman görüşleri de aynı şekilde" (*Metinsel-Kredibilite*)

Katılımcı: 50, kadın, Manisa, laik, CHP seçmeni



“Hesap güvenilir” (Siyasal)

Katılımcı: 54, kadın, İstanbul, Atatürkçü, CHP seçmeni



“Güvendiğim medya kaynaklarından duyduğum için doğru olduğunu düşündüm” (Siyasal)

Katılımcı: 49, kadın, İstanbul, feminist/sosyal demokrat, HDP seçmeni



“Güvenilir, teyit edilmesi daha kolay olduğunu düşündüğüm yerler” (Metinsel-siyasal)

Katılımcı: 44, kadın, İstanbul, dindar

Günlük katılımcıları karşılaştıkları bilgi ve haberlerin doğruluğunu tespit ederken yanlış bilgi tanımlarına paralel bir takım bilgi işleme mekanizmaları devreye sokmaktadır. Mecraya ya da kaynağa duyulan güven üzerinden ifade edilen siyasal öğelerin kestiği bu işleme mekanizmaları üç başlıkta toplanabilir: Sosyal çevreden edinilen bilgi üzerinden işlemek, haber metnin özelliklerini incelemek ya da haberde sunulan bilgiyi farklı kaynaklardan kontrol etmek, platform sağlamlığı üzerinden bilgiyi işlemek.

Katılımcıların en sık başvurduğu bilgi işleme mekanizması sosyal çevreye danışmaktır. YouTube'dan eriştiği doktor videosunu yakınlarından duyduklarıyla teyit eden katılımcı bir örnektir: “Prof. Dr. Murat Aksoy'un grip ve koronavirüs karşılaştırmasındaki belirtileri koronavirüse yakalanan yakınlarımdan da duydum” (Tülin, 25).



İstanbul'da yaşayan 29 yaşındaki kadın katılımcı covid-19 salgını nedeniyle ölenler ile ilgili karşılaştığı bir haberin neden doğru olduğunu babasının köyünde yaşanan vakalar üzerinden değerlendirmiştir: "Vefat sayısının gerçeği yansıtmadığına dair haberler oldukça fazla. Bu çok konuşulan bir konu. Bana da bunun böyle olduğunu düşündüren şey ise sadece bir günde babamın köyünden iki kişinin virüs nedeniyle hayatını kaybetmesi. Az nüfuslu küçük bir köyde bile 2 kişi ölürken bunu ülke geneline yaydığımızda sayının 20, 30 civarı olması mümkün görünmüyor" (Hale, 29).



Katılımcı T24 sitesinin Twitter hesabından eriştiği haberin doğruluğunu çevresinden duyduğu bilgilerle teyit etmiştir. İstanbul'da yaşayan ve özel bir şirkette mühendis olarak çalışan 29 yaşındaki erkek katılımcı da sağlık çalışanlarının yaşadıkları zorluklar ile ilgili ilerihaber.com sitesinde karşılaştığı bir haberi daha öncesinde tanıdığı doktor "tanıdıklarının" anlattıkları üzerinden değerlendirmiştir: "Koşulların nasıl olduğunu daha önceki açıklamalardan okumuştum. Doktor tanıdıklarım da anlatmıştı" (Onur, 29)

Asistan hekimlerden kamuoyuna açık mektup: 'Emeklerimiz yok sayıldı...'

Bakırköy Dr. Sadi Konuk Eğitim ve Araştırma Hastanesi asistan doktorları, "Kamuoyuna Açık Mektup" başlıklı açıklamalarında ağır çalışma koşulları ve ek ödeme adaletsizliğine tepkilerini dile getirdi.



03-10-2020 00:24

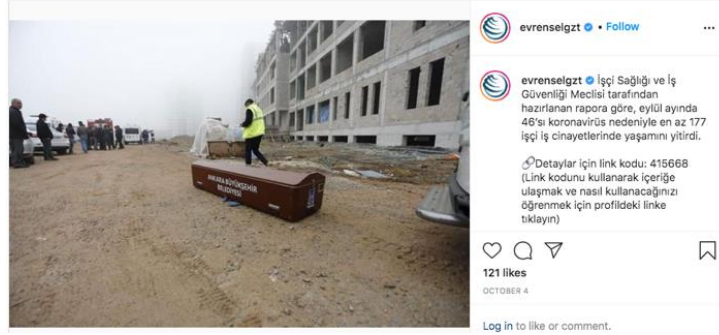


Manisa'da yaşayan İyi parti seçmeni 36 yaşındaki kadın katılımcı vaka sayılarının "gizlendiği" ile ilgili haberi yerelde kendi çevresinden duyduğu bilgiler üzerine doğrulamıştır: "Yerel sayılarda öğrendiğimiz vaka sayıları ile genelde verilen vakaların örtüşmediği ve ilgili doktorlarında doğru bilgiyi bilmedikleri ve bilmek istemeleri çok doğru bir haberdir" (Hande, 36).



Bir diğer işleme mekanizması paylaşılan haberin/bilginin metin özelliklerini incelemek ya da bilgiyi farklı kaynaklardan kontrol etmektir. Burada haberin/bilginin verilere dayanması, görsel içermesi, verilerle desteklenmesi, kaynağının olması, bilimsel olması sık karşılaşılan ifadelerdir.

İstanbul'da yaşayan HDP seçmeni üniversite mezunu katılımcı korona virüs ve işçi ölümleri ile karşılaştığı bilginin doğruluğu şu şekilde işlemiştir: "Güvendiğim gazeteler olması ve verilerle desteklenmesi" (Şule, 24).



29 yaşındaki üniversite mezunu katılımcı korona virüsün bulaşma şekliyle ilgili karşılaştığı bir habere içerisinde veri olduğu ve bilimsel bir çalışmaya dayandığı için inandığını belirtmiştir: "Bilimsel veriye dayanması, sorgulatacak kadar veri içermesi, ispata dayalı olması" (Onur, 29).

●●● SAĞLIK

Araştırma: Korona virüsü insan derisinde dokuz saat yaşıyor

Japonya'da yapılan bir araştırmada, Covid-19'a yol açan korona virüsü ile grip virüsünün insan cildinde ne kadar süre kaldığı incelendi. Araştırmaya göre Influenza A virüsü deride iki saat kalırken, korona virüsünde bu sürenin dokuz saate kadar çıkıyor.

06 Ekim Salı 2020 Saat: 14:52



Manisa'da yaşayan 42 yaşındaki, ilk okul mezunu AKP seçmeni erkek katılımcı toplu taşımalarda yaşanan yoğunluk ile ilgili karşılaştığı bir içeriğe güvenme sebebini haberde görsel olması olarak açıklamıştır: "Fotoğraf kanıtlı ve normalde de takip ettiğim güvenilir bir sayfa" (Hakkı, 42).



Manisa Turgutlu'da yaşayan AKP seçmeni katılımcı tedbir denetimleri ile ilgili karşılaştığı haberin içerisindeki görselde polisin olmasının, kendisinin bu habere inanmasına neden olduğunu belirtmiştir: "Fotoğraf karesinde polis var" (Buse, 40).



İstanbul'da yaşayan HDP seçmeni katılımcı vaka sayıları ile ilgili karşılaştığı haberin içerisinde video paylaşıldığı için o haberin doğru olduğunu belirtmiştir: "Haberin Türk Tabipleri Birliği tarafından paylaşılması ve doğrulayan video olmasından dolayı" (Şule,24).

Kullanıcılar platform sağlarığı üzerinden de bilgiyi işlemektedir. Sosyal platformlarda gördükleri haberin altındaki yorumları okumak ya da haber kaynağıının platformdaki takipçi sayısına bakmak haberlerin doğru olup olmadığını tespit ederken kullanılan işleme mekanizmalarındandır. Takipçi sayısı çok olan hesapların doğru bilgi paylaştığı varsayımı ve bir bilgi yanlışsa yapılan yorumlarda bunun ortaya çıkacağı varsayımı bu işleme mekanizmasına örnektir.

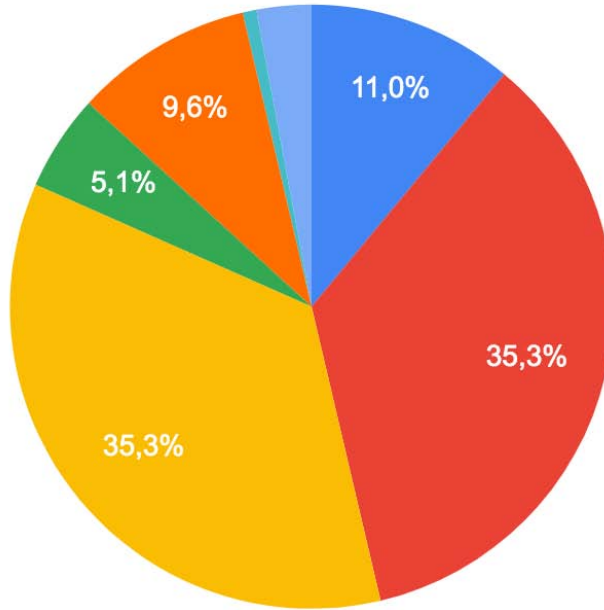
4.2.7. Paylaşım

Katılımcılardan korona virüs hakkında yaptıkları paylaşımları günlüğe işlemeleri istenmiş ve 164 günlük girişi analiz edilmiştir.

Şekil 38. Paylaşılan kişiler

“Bu bilgi veya haberleri kimlerle paylaştınız?”

● Tüm takipçilerim ● Ailem / akrabalarım ● Arkadaşlarım ● Komşularım
● İş arkadaşlarım / okul arkadaşlarım ● Hobi grupları gibi başka gruplar (0,7%) ● Diğer (2,9%)



Tablo 53. Paylaşım yapılan kişilerin dağılımı

	Frekans	Geçerli Yüzde
Tüm takipçilerim	15	11,03%
Ailem / akrabalarım	48	35,29%
Arkadaşlarım	48	35,29%
Komşularım	7	5,15%
İş arkadaşlarım / okul arkadaşlarım	13	9,56%
Hobi grupları gibi gruplar	1	0,74%
Diğer	4	2,94%

Günlük katılımcıları en çok, aile/akraba veya arkadaşlardan oluşan sosyal çevre ile bilgi paylaşmışlardır.

“Paylaştığınız bilgi/haberlerin konusu ve kaynağı neydi?” Sorusuna verilen cevaplar arasında aşı çalışmalarını ve vaka sayıları ile ilgili içerikler öne çıkmaktadır. Salgının politik ve toplumsal etkileri ile ilgili paylaşımlar içerikler arasında daha az yer alan konu başlıkları olmuştur.

Örnek Metinler:

“Fahrettin Koca: Çin’de üretilen SINOVAR adlı aşının Hacettepe’de üç sağlık görevlisi ile denenmeye başladığını bildirdi.” (Tele1 TV Haberleri)

Birgün, SES, TTB, takip ettiğim hesaplar, Keçiören belediyesi ölüm verilerini erişime kapatması, Fransa’da artan vaka sayısı, SB.’nin yayınladığı makale sonucu sayıların gerçeğe tutmadığının ortaya çıkması, Diyarbakır’daki kovidli sağlık çalışanı sayısı Nalan,54 (Twitter)

“Dün okudum testi pozitif çıkıp belirti göstermeyenler sayıya dahil değil diye o beni etkiledi madem virüs testi pozitif neden sayıya eklenmiyor demek ki sayı çok daha fazla” (Instagram)

“Korona virüs aşısı hakkında paylaşılmış birkaç bilgiydi. Kaynakları da genel olarak sosyal medya platformlarıydı diyebilirim.”

“Covid-19 salgınından kaynaklı işsizlik oranındaki artışın bizi nasıl etkileyeceğini yönelik ve ekonomik krizin giderek derinleşeceğine yönelik” Işıl, 29 (Gazete Duvar)

“Günlük korona veri paylaşımı” (TRT1 Sosyal medya hesabından)

Günlükte sorulan “*Bilgiyi/haberi nerede gördünüz?*” sorusuna cevaplar paylaşılan içeriklerin ağırlıklı olarak Twitter, Instagram, Facebook platformları üzerinden erişildiğini göstermektedir. Sosyal medyanın hemen arkasından gazetelerin geldiği görülmektedir.

“*Bilgiyi/haberi ne amaçla paylaştınız?*” sorusuna cevaben 55 günlük girişi bulunmaktadır. Verilen cevaplarda belirtilen paylaşım motivasyonları beş kategoride toplanmıştır: Bilgilendirme, dayanışma ve sosyalleşme, uyarı ve davranış değişikliği yaratma, koruma, politik tepki verme. Diğer başlıklar ile karşılaştırıldığında bilgilendirme başlığı ön plana çıkmaktadır.

Tablo 54. Paylaşım motivasyonları


14.Soru: Bilgiyi/haberi ne amaçla paylaştınız? Lütfen kısaca bahseder misiniz?	
Bilgilendirmek	Kaynağı olan bu araştırmayı diğer arkadaşlarımda da öğrenmesi için paylaştım / Bilgi paylaşımı amaçlı / Sevdiklerimin de bilmesini istedim / Herkes bilgilensin / Bu haberlerin birçok kişiye ulaşabilmesi için kendi sosyal medya hesaplarımdan paylaşmak istedim / Gözden kaçırmış olmaları ihtimalini düşünerek paylaştım / Arkadaşlarım ve akrabalarım bilgi sahibi olsun diye / Bilgilendirme ve önlem aldırma
Dayanışma, Sosyalleşme	Bu sıkıntılı günlerde güzel şeylerinde olabileceği / Örnek olabilmesi için ve evlerde çocuklarımıza serbest zaman etkinliği olması için paylaştım / Biraz da gülelim diye paylaştım
Uyarı, Davranış Değişikliği Yaratma	Uyarı amacıyla / Gidişatın ne kadar ciddi olduğunu hissettirmek için / İnsanlar bilgiyi görsün ve korunma önlemlerine uysunlar / Görülüp, duyulması ve bu hastalık için herkesin tehlikenin boyutunu kavraması amacıyla / Herkesin bilgilenmesi ve önlemleri önemsemesi için / İnsanlar öğrenip önlem alsın / Bilgilendirme ve önlem aldırma
Koruma	Ailemi koruma içgüdüsü ile dikkat etmelerini isteyerek paylaştım
Politik tepki verme	Salgın hakkındaki gerçeklerin ne kadar baskı altında olduğunu göstermek için / Salgın sürecinin toplumu ne kadar zora soktuğu / Tedavi sürecinde karşılaşılabilecek sıkıntılara ve sebeplerine dikkat çekmek

Bilgilendirme başlığı paylaşılan metinler incelendiğinde, bilgilendirmenin iki farklı amaçla gerçekleştiği görülmektedir: Aile, arkadaş gibi yakın çevreyi bilgilendirmek ve Covid-19’un sosyoekonomik, siyasal sonuçlarına dikkat çekmek.

Dünya görüşlerine göre değerlendirildiğinde Laik/Atatürkçü ve Hak Savunucusu katılımcıların Muhafazakâr/Dindar/Milliyetçi gruba göre paylaşım motivasyonlarının daha çok politik tepki verme olduğu gözlenmiştir.

Kadınların Uyarma / Davranış Değişikliği Yaratma amacıyla daha fazla paylaşım yaptıkları gözlenmiştir. Bu paylaşım motivasyonunu belirten günlük katılımcılarının tümü kadındır.

Paylaşım Motivasyonu Örnek Görseller



Mezopotamya Ajansı'nın haberine göre, Elbistan E Tipi Kapalı Cezaevi'ndeki tutuklular 2 Ekim'de kaldırıldığı hastanede yaşamını yitiren Muhammed Emir'in koronavirüsten öldüğünü, cezaevinde çok sayıda kişinin virüse yakalandığını söyledi.

HABER MERKEZİ

05.10.2020

Ailesi ile Elbistan E Tipi Kapalı Cezaevi'ndeki covid-19 vakaları ile ilgili haberi paylaşan 29 yaşındaki Komünist katılımcı, paylaşım amacını "Bilgilendirme" olarak belirtmiştir. **(Bilgilendirme)**



Covid-19 ile ilgili günlük vaka sayılarını ailesi ve arkadaşları ile paylaştığını belirten 42 yaşındaki katılımcı paylaşım amacını, "Bilgilendirme" olarak belirtmiştir. **(Bilgilendirme)**



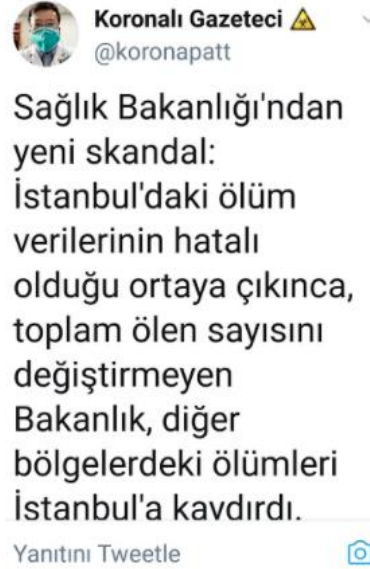
Uşak'ta yaşayan 26 yaşındaki erkek katılımcı, arkadaşları ile DİSK'in hazırladığı "COVID-19 İŞÇİLERİ NASIL ETKİLEDİ?" raporunu paylaştığını yazmıştır. Bu raporu paylaşma nedenini; "Sendikalı olarak çalışan mavi yakalı işçilerin salgından nasıl etkilediğini göstermek" olarak belirtmiştir. **(Politik tepki verme)**



İYİ Parti seçmeni 36 yaşındaki kadın katılımcı, 'pandemiye espirili bakmak' için Fahrettin Koca ile ilgili üyesi olduğu WhatsApp gruplarında paylaşılan görseli ailesi ve arkadaşları ile paylaşma nedeni olarak; "Pandemiye espirili bakmak istedim. " şeklinde belirtmiştir. **(Dayanışma ve sosyalleşme)**



29 yaşında Turgutlu'da yaşayan kadın katılımcı yerel gazetede vaka sayılarının arttığı ile ilgili gördüğü haberi ailesi ile paylaşma nedenini 'koruma iç güdüsü' olarak tanımlıyor. "Ailemi koruma içgüdüğü ile dikkat etmelerini isteyerek paylaştım" **(Koruma)**



Vaka sayıları ile ilgili "Ölüm verilerini erişime kapatması, Fransa'da artan vaka sayısı, Sağlık Bakanı'nın yayınladığı makale sonucu sayıların gerçeğe tutmadığı ortaya çıkması" içeriklerini sosyal medya hesabından takipçileri ile paylaşan 54 yaşındaki katılımcı paylaşım amacını şu şekilde belirtmiştir: "Herkesin bilgilenebilmesi ve önlemleri önemsemesi için" **(Uyarma / Davranış Değişikliği Yaratma)**

Günlükte WhatsApp üzerinden yapılan paylaşımlar ayrı bir soruda sorulmuş, bu soruya cevap olarak günlüğe 28 giriş yapılmıştır. Bu içerikler incelendiğinde paylaşım yapılan kişilerin aile ve arkadaşlar olduğu görülmüştür. WhatsApp üzerinden yapılan paylaşımlar diğer mecralardan yapılan paylaşımlara benzer şekilde aşı ve vaka sayılarına odaklanmaktadır. Ayrıca, virüsün günlük hayata etkileri, deneyimler, tedavi ve korunma gibi konular da katılımcılar tarafından WhatsApp üzerinden paylaşılmıştır.

WhatsApp Paylaşımları: Örnekler

"Yoğurt, turşu, ayran gibi fermente gıdaların koronodan ölümleri %35 azalttığı"

"Maske + el temizliği +mesafe covid-19 da en etkili ve yeterli korunma yöntemleri"

"Çin'de koronodan dolayı ölümlerin az olmasının nedeni tuz ağırlıklı beslenmenin fazla olması"

<https://www.facebook.com/161827680527303/posts/3757296967647005/>

<https://www.milliyet.com.tr/pembenar/galeri/korona-virusu-agir-gecirenler-hangi-hastaliklara-yakalaniyor-6336597/2>

Genel çerçevede aşı, vaka sayısı ve tedavi-korunma konuları ön plana çıkıyor olsa da katılımcıların kendi günlük hayat akışlarının WhatsApp üzerinde yapılan paylaşımlarda etkili olduğu görülmüştür.

Örnek Görseller



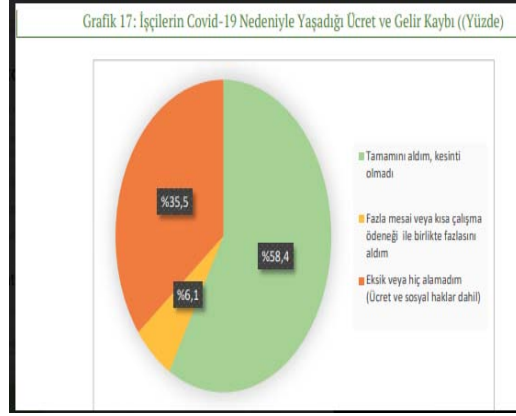
9 aylık hamile olan katılımcı yaşadığı korku ile ilgili eşinin kendisi ile empati kurabilmesi için WhatsApp'tan bu görüntüyü eşi ile paylaşmıştır.



Engelli çocukların eğitimine yönelik bir kursta öğretmenlik yapan katılımcının paylaşımı



İstanbul'da yaşayan 49 yaşındaki katılımcı, arkadaşları ile bilgi vermek amacıyla bu görseli paylaşmıştır.

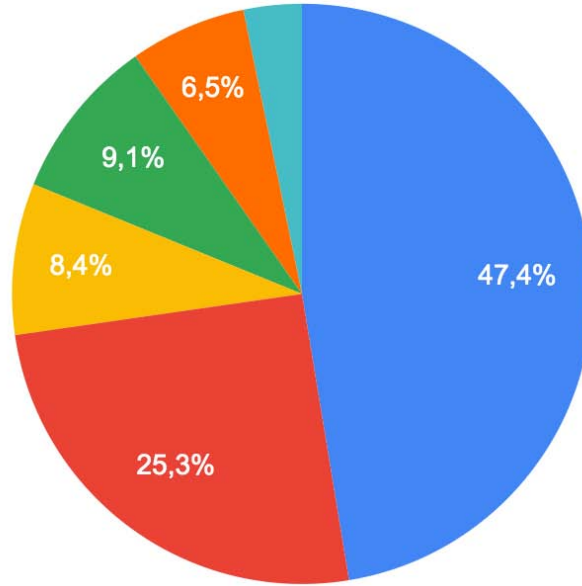


Katılımcı WhatsApp üzerinden salgının işçi sınıfı ve çalışma koşullarındaki etkisi üzerine bir paylaşım yapmıştır

Şekil 39. Yüz yüze paylaşım

“Bugün sosyal medyada koronavirüsle ilgili gördüğünüz içerikleri yüz yüze kimlerle paylaştınız?”

- Ailem / Akrabalarım
- Arkadaşlarım
- İş arkadaşlarım / Okul arkadaşlarım
- Komşularım
- Diğer (Esnaf, Taksi Şoförü, Bakkal, Manav)
- Diğer (3,2%)



Tablo 55. Yüz yüze paylaşımın dağılımı

	Frekans	Geçerli Yüzde
Ailem / Akrabalarım	73	47,40%
Arkadaşlarım	39	25,32%
İş arkadaşlarım / Okul arkadaşlarım	13	8,44%
Komşularım	14	9,09%
Esnaf, taksi şoförü, bakkal, manav vb.	10	6,49%
Diğer	5	3,25%

Aile/Akraba ve arkadaş kategorileri yüz yüze paylaşımlarda ön plana çıkmaktadır.

4.3. Derinlemesine Görüşmeler ve Katılımcı Gözlem

En çok bir hafta boyunca katılarak (24 katılımcı 7 gün 6 katılımcı 3-6 gün arası katılmıştır) günlük çalışmasını tamamlayan otuz katılımcı ile günlük aşamasının tamamlanmasını takip eden günlerde yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmecilerin demografik dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 56. Görüşme katılımcılarının demografik dağılımı

		Frekans	Geçerli Yüzde
Cinsiyet	Kadın	21	70,0%
	Erkek	9	30,0%
Yaş Grubu	18-29	9	30,0%
	30-49	14	46,7%
	50+	7	23,3%
Eğitim Düzeyi	İlköğretim ve altı	4	13,3%
	Lise ve dengi	8	26,7%
	Ön lisans ve üstü	18	60,0%
Gelir Düzeyi	0-2999 TL	6	20,0%
	3000-4999 TL	13	43,3%
	5000 TL ve Üstü	11	36,7%

Anadil	Kürtçe	8	26,7%
	Arapça	1	3,3%
	Türkçe	21	70,0%
Medeni Durum	Evli	16	53,3%
	Bekar	11	36,7%
	Boşanmış/Eşi Vefat Etmiş	3	10,0%
Dünya Görüşü	Dindar – Milliyetçi	11	36,7%
	Laik- Atatürkçü	9	30,0%
	Hak savunucusu	10	33,3%
Toplam		30	100%

Görüşmelerde katılımcıların günlüklerine ekledikleri içerikler, erişim ve paylaşımlarına dair notlar üzerinden Covid-19 gündemi ile ilgili haber ve bilgi pratiklerini detaylı bir şekilde aktarmalarını sağlayacak bir derinlemesine görüşme şablonu takip edilmiştir (EK4). 30 dakika ile bir buçuk saat arası süren ve çoğunlukla telefon üzerinden gerçekleştirilen görüşmeler kayıt edilmiş, sonrasında ses kayıtları deşifre edilmiştir. Transkriptler ATLAS.ti veri analizi programında tasnif edilmiştir. Veri seti araştırma soruları çerçevesinde oluşturulan kodlarla analiz edilmiştir (Tablo 44).

Tablo 57. Kod tablosu

Kod grupları	Kodlar	Açıklama
Bilgiye erişim	WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TV, Gazete, Çevrimdışı diğer	Covid-19 ile ilgili bilgilerin ulaşıldığı mecra, platform ve kaynakların listesi kodlanmıştır.
Yanlış bilgi tanım	Siyasal, Metinsel, Sosyal/Tanıdık, Kredibilite	Ankette sorulan yanlış bilgi tanımı ana kategorileri burada da analitik olarak kullanılmıştır
İşleme mekanizmaları	Arama motorları, Teknik/Etkileşim, Sosyal Çevre, Metin/Kaynak	Şüpheli bir bilgiyi doğrularken izlenen yöntemler arasında arama motorlarından araştırmak, platform sağlıklarını (takipçi sayısı, mavi tık gibi) bir araç olarak kullanmak,

		sosyal çevreyi gözlemlemek ya da onlara danışmak, farklı kaynaklar ya da metnin özelliklerini değerlendirerek bilgiyi doğrulamak izlenen temel yollar olmuştur.
Paylaşım	Sosyal medyada paylaşım, Yüz yüze paylaşım, WhatsApp'ta paylaşım, Paylaşım motivasyonu	Covid-19 ile ilgili bilgilerin hangi kanalla ve ne motivasyonla paylaşıldığı kodlanmıştır.
Tekil kodlar	Güven, Vaka sayısı, Komplo teorileri, Uyarı, Sosyal medya regülasyonu	Erişim, yanlış bilgi tanımı ve işleme mekanizmalarını kapsayan güven konusu tekil bir kod olarak kullanılmıştır. Pek çok katılımcı işleme mekanizmaları ve yanlış bilgi tanımıyla ilgili sorulara vaka sayısı üzerinden cevap vermiştir. Covid-19 hakkında dolaşıma giren komplo teorileri tüm görüşmelerde gündeme gelmiştir. Son olarak katılımcılara sosyal medya regülasyonu hakkındaki düşünceleri sorulmuştur.

Ağustos ayının ikinci yarısı ve Eylül ayının ortasına kadar dört hafta süreyle Manisa, Samsun ve İstanbul'da toplam üç ayrı noktada katılımcı gözlem çalışması yürütülmüştür. Katılımcı gözlem çalışması katılımcılardan sözlü onam alındıktan sonra başlatılmıştır (EK5). Katılımcı gözlem noktalarından Manisa Turgutlu'da bulunan hanede 64 yaşındaki ilkökul mezunu, emlakçılıkla uğraşan Hayri¹ ve 50 yaşındaki ortaokul mezunu ev hanımı Leyla yaşamaktadır. Çiftin iki yetişkin çocuğundan biri İstanbul'da üniversitede okuyan ve salgın nedeniyle geçici olarak Turgutlu'ya dönmüş olan 24 yaşındaki Barış, diğeri Turgutlu'da avukatlık yapan 29 yaşındaki Rüya'dır. Rüya İzmir'de bir mağazada müdür olarak çalışan Serkan'la evlidir ve bir çocukları vardır. Torunlarının günlük bakımını üstlenen Hayri ve Leyla Rüya ve Serkan'la yakın temastadır ve hemen hemen her gün bir araya gelmektedir. Leyla dünya görüşünü Laik, Atatürkçü olarak tanımlamaktadır. CHP seçmenidir. Hayri milliyetçi, muhafazakardır. Katılımcı gözlem çalışması yürütülen bir diğer hane Samsun'dadır. Hanede 35 yıldır Samsun'da yaşayan Karamanlı Ahmet ve Meryem çifti yaşamaktadır. Emekli öğretmen olan 59 yaşındaki Meryem dindar bir kadındır. Siyaset öğretmeni olan Ahmet'in hayatının önemli bir parçası olmasa da dünya görüşü muhafazakâr

¹ Katılımcı gözlem, günlük çalışması ve derinlemesine görüşmelerdeki tüm katılımcıların isimleri anonimleştirilmiştir.

çizgidedir. Ahmet ve Meryem'in iki yetişkin çocuğundan biri yurtdışında yaşamakta diğeri İstanbul'da sosyoloji alanında yüksek lisans yapmaktadır. Katılımcı gözlem çalışması yürütülen bir diğerk nokta İstanbul Kurtuluş'ta yaşayan 31 yaşındaki Güzin'in evidir. Gözlem çalışması Güzin'in fiziksel ya da çevrim içi olarak bir araya geldiği arkadaşları ve telefonda görüştüğü Elazığ'da yaşayan ailesini kapsamaktadır. Katılımcı gözlem ekibi temasta oldukları bu sosyal gruplar içinde bir ay süreyle oto-etnografik bir araştırma yürütmüş ve öznelerin medya kullanımları ve bilgi işleme mekanizmalarını yakından gözlemlenmişlerdir. Araştırma yürütücüsü tarafından süpervize edilen gözlemciler, bilgiye erişim, yanlış bilgi tanımları, bilgi işleme mekanizmaları, bilgi paylaşımı konularına odaklanmış, konvansiyonel ve sosyal medyadan edinilen bilgilerin gündelik yaşamdaki tezahürlerini ve kullanımlarını ampirik olarak göstermeyi amaçlamıştır.

4.3.1. Covid-19 Hakkındaki Bilgiye Erişim

Derinlemesine görüşmeler, katılımcılara günlük doldurdıkları bir haftanın nasıl geçtiği sorularak başlamıştır. Katılımcıların hemen hemen hepsi bu çalışmaya katılmış olmanın, Covid-19'a dair haber ve içerikleri daha dikkatli değerlendirmeleri sağladığını belirtmiştir. Pek çok katılımcının belirttiği bir farkındalık da salgının ilk dönemine kıyasla günlük çalışmasının yürütüldüğü Eylül-Ekim aylarında salgına dair bilgi edinmek için internet ve sosyal medyaya başvurma ya da bu konuda paylaşım yapma sıklıklarının azalmış olmasıdır. Salgına dair belirsizliklerin en yoğun olduğu ilk haftalar ve normale dönüşe ilişkin resmî açıklamaların yapıldığı sonraki dönem arasında salgınla ilgili bilgiye ihtiyaç ve haber tüketimi açısından böyle bir fark olması olağandır. İstanbul'da yaşayan anadili Kürtçe olan 29 yaşındaki üniversite mezunu bir katılımcı haber takibinin salgının ilk döneminde yoğunlaşmasını şu şekilde ifade etmiştir:

İlk zamanlarda daha önce hiç böyle bir şeye denk gelmemiş olmanın verdiği şok [e]tkisiyle hemen her yere bakıyordum. Yani televizyondaki haber kanallarına, gazetelerin hesaplarına, sosyal medyadaki hesaplara... Hemen her yere baktığımı söyleyebilirim bununla ilgili. Normalde bu kadar çok haber kaynağını takip etmiyordum. Ama virüsün ilk zamanlarında doğru bilgiye ulaşmak için veya karşılaştırmak için birçok şeye bakıyordum (Hale, 29)

Teyit.org'un temmuz ayında Türkiye temsili anket uygulayarak oluşturduğu veriye göre, salgının ilk haftalarında virüsün ortaya çıkışı, bulaşma şekli ve tedavi yöntemleri hakkında bilgi ile sosyal medyada karşılaşma artmış fakat ilerleyen süreçlerde görece durağan hale gelmiş ve azalmıştır. Yalnızca alınan önlemler ve uygulanan yasaklar hakkındaki bilgilerle karşılaşma salgının ilerleyen dönemlerinde artışa geçmiştir (Teyit, 2020). Derinlemesine görüşmelerde katılımcılardan sorulan sorulara salgının ilk dönemlerindeki bilgi erişim ve kullanımlarını da düşünerek cevap vermeleri istenmiştir.

Anket safhasına katılan kişilere sorulan Covid-19 hakkındaki haberleri nereden almayı tercih edersiniz ve bu kaynaklara ne derece güvenirsiniz sorusu derinlemesine görüşmelerde detaylandırılmış ve niteliklendirilmiştir. Anket bulgularına paralel olarak, günlük katılımcıları salgına dair bilgileri ağırlıklı olarak WhatsApp, Instagram, Facebook ve Twitter gibi çevrimiçi platform ve mesajlaşma uygulamaları ile televizyondan takip etmektedirler. Anket çalışmasında sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarını kesen “sosyal çevre” ve “yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler” seçenekleri medya günlükleri ile derinlemesine görüşmelerde ve katılımcı gözlem çalışmasında somutlaşmıştır. Aşağıda, kod sıklığı sıralamasına göre katılımcıların WhatsApp, televizyon, Instagram, Twitter ve Facebook üzerinden Covid-19 hakkındaki bilgiye erişimleri incelenmektedir.

4.3.1.1. WhatsApp üzerinden bilgiye erişim

Katılımcılara WhatsApp ve diğer mesajlaşma uygulamaları üzerinden gelen bilgiler iki kategoride değerlendirilebilir: Sosyal çevrelerinden (birebir olarak ya da aile-arkadaş gruplarından) gelen özgün ya da iletilmiş içerikler ve dahil oldukları daha kalabalık ve gevşek bağlarla (Granovetter 1973) bir arada bulunan gruplarda paylaşılan özgün ya da iletilmiş içerikler. WhatsApp'ta her iki kategoride bilgi alışverişinin ana ekseni günlük yaşam akışı ve salgının etkileri kesişiminde belirmiştir. Günlük yaşam akışını eğitim, iş hayatı ve sosyal yaşam çerçevelemektedir. Katılımcıların yaşadığı yerlerdeki vaka yoğunluğuna dair yerel bilgiler ve haberler, salgının eğitim ve iş hayatına doğrudan etkisini gündeme getiren haberler ya da sosyal çevrede koronavirüse yakalanan kişilerle ilgili bilgiler çoğunlukla WhatsApp mesajlaşmaları ile dolaşıma girmiştir:

Bana gelen paylaşımlar genel anlamda yaşadığımız ilçenin yoğunluk durumuyla ilgili... [V]aka sayısının çok fazla olmasıyla alakalı. (Fatma, 29)

Manisa'nın Turgutlu ilçesinde avukatlık yapan katılımcı ilçedeki vaka sayısına dair haberleri yine Turgutlu'da yaşayan sosyal çevresinden WhatsApp mesajları ile almaktadır. Aynı şekilde, katılımcı üyesi olduğu WhatsApp gruplarından sosyal çevresindeki kişilerin Covid-19 pozitif haberlerini bildiren mesajlar almaktadır. Katılımcı bu bilgilere adliyede yüz yüze iletişim sırasında da erişmektedir:

[A]dliyede memur arkadaşlarımız var. Onlar... birebir birçok vatandaşla muhatap oldukları için... hemen hemen her mahkeme kaleminde gün be gün bir pozitif vaka duyuyoruz. Onlar da sosyal hayattan tanıdığımız insanlar. [İ]şte arkadaşım bir evrak işi için mahkeme kalemine uğradığında 'Aa Ebru pozitifmiş diye bir kahve içerken bana anlatabiliyor. Ya da WhatsApp'ta baro grubumuz var. Orada işte haber verme mahiyetinde, koruma kollama amaçlı... şurada şu kişi pozitifmiş

bilginiz olsun şeklinde... ya birebir görüşme [ile] ya tamamen çevreden duyum [ile] karşımıza çıkıyor... (Fatma, 29)

WhatsApp'tan bu türde bilgilere erişimin en önemli özelliklerinden birisi bilgi dolaşımının çevrim içi ve yüz yüze kanalların iç içe geçmesiyle gerçekleşmesidir. 36 yaşındaki üniversite mezunu kadın katılımcı WhatsApp gruplarında sesli mesajlaşmaların "direkt yüz yüze gibi" olduğunu söylemiştir (Hande, 36). Yukarıdaki örnekte de Fatma adlıyede yüz yüze erişilen bilginin WhatsApp üzerinden eş zamanlı olarak bireysel ve grup mesajlaşmalarında yer bulmasından söz etmektedir. Bu mesajlaşmalarda Covid-19 hakkında Turgutlu'daki vaka sayısına dair içerikler salgının katılımcının hayatına doğrudan etkisi (adliyede temasta olduğu kalem memurunun hastalığa yakalanması) üzerinden anlam kazanmaktadır.

WhatsApp üzerinden bilgi dolaşımının bir diğer özelliği de akışın iki yönlü (gruplar içerisinde olması durumunda çok yönlü) bir şekilde gerçekleşmesidir. Katılımcılar salgınla ilgili içerikleri salgının iş, eğitim ve sosyal hayatlarına etkisi üzerinden bağlamlaştırmakta ve sosyal çevrelerinde benzer etkileri yaşayan kişilerle birlikte kolektif olarak anlamlandırmaktadırlar:

Biz (arkadaşlarını kastederek) daha çok şunu düşünüyorduk: ya korona artarsa, KPSS ertelendi, ALES ertelendi, daha fazla ertelenebilir mi? Ve millet çok fazla dışarı çıktığında ya da çok bir araya geldiğinde aslında bunlara tepki gösteriyorduk. Mesela ALES iki kere ertelendi. Ben ALES'e gireceğim. YDS bir kere ertelendi, YÖKDİL bir kere ertelendi. Bütün sınavlar ertelendi. Mayıs'ta girmem gereken sınava Eylül'de girdim. [WhatsApp'ta] daha çok bunların etkileri üzerine çok konuşuyorduk. Biraz da aslında, toplumun genelinde olduğu gibi herkes aslında kendisi ne kadar gerek zorluk çekerse o taraftan bakıyor bu sürece. (Metin, 24)

Anket bulgularına göre Covid-19 sürecinde salgınla ilgili bilgi edinmek için WhatsApp kullanım sıklığının en yüksek olduğu gruplar 18-29 yaş grubu (%84,3), üniversite düzeyinde eğitimliler (%83,2) ve üst gelir grubudur (%84,3). Yine anket bulguları 18-29 yaş grubunun %43,5'inin ve üniversite mezunlarının %44,5'inin salgın sürecinde bir bilgi kaynağı olarak WhatsApp'a güven duymadığını ortaya koymuştur. Derinlemesine görüşmelerde WhatsApp'tan erişilen içerikleri sorgulayan katılımcıların da üniversite düzeyinde eğitimli oldukları görülmektedir. WhatsApp mesajlaşmaları ile erişilen içeriklere katılımcıların güvenini belirleyen faktörler şunlardır: Mesajın erişildiği grubun niteliği, mesajı gönderen kişinin kim olduğu ve içeriğin iletilmiş içerik olması. Gevşek bağlarla bir arada olunan gruplardan gelen, özellikle de iletilmiş içerikler katılımcılarda güvensizlik oluşturabilmektedir:

WhatsApp'tan gelen haberler... daha az güvendiğim haberler oluyor. Yani kendi yakın çevrem değil ama biraz daha uzak bir çevreden bahsediyorsak veya WhatsApp gruplarından vesaire bahsediyorsak, benim daha az güvenebileceğim bir haber kaynağı [oluyor]. Çünkü orada özellikle iletişim kurmanın kolaylığı, birine bir şeyi toplu olarak yaymanın el altındaki o basit işlemi insanların rahatlıkla kullandıklarını düşünüyorum... Bazen kendi arkadaşlarımdan olduğu daha geniş [gruplardan] hepimize aynı anda bir sürü haber geliyor. Bu haberleri atan [kişilere] de başka bir yerlerden geliyor ve zaten "iletildi" şeklinde... çok fazla geliyordu... [WhatsApp'ta]... o işlemin basit olmasından dolayı haberleri çoğaltmada etkili olduğunu düşünüyorum. O yüzden oraya olan güvenim daha az diyebilirim. Yani orada gördüğüm şeylere hemen hemen hiç itibar etmiyorum desem yeridir. (Hale, 29)

29 yaşında, üniversite mezunu, anadili Kürtçe olan dünya görüşünü dindar olarak tanımlayan kadın katılımcı WhatsApp'ta uygulamanın doğası gereği mesajların "basit" şekilde iletiliyor olmasını bilginin doğruluğu hakkında şüphe uyandıran bir özellik olarak tanımlamaktadır. Katılımcı WhatsApp'ın ileti sağlığını doğru bilgiye ulaşmasında bir kısıt olarak tahayyül etmektedir. Toplu ileti sağlığı, uygulamayla ilgili bir diğer sağlıklık olan kişiler arası iletişim modunda bilgi alışverişi özelliği ile çelişmektedir. Hatay'da yaşayan bir diğer üniversite mezunu katılımcı da geniş aile grupları ya da gevşek bağlarla bir arada olunan gruplardan gelen mesajlara şüphe ile yaklaşmaktadır:

Aile [WhatsApp] gruplarına gelen mesajları durup düşünüyorum ya da çok yakın olmadığım, hani kendimizi bulduğumuz gruplar var ya bir şekilde dahil edildiğimiz, oralardan gelen [mesajları] çok önemsemiyorum... Mesela aile grubundan Covid'in ilk zamanları bir video gelmişti, Malatya'da devlet hastanesinde diye. İnsanlar acilde toplaşmışlar, hastalar sıra bekliyorlar ki daha o zaman vaka çok fazla değil. Ben de inandım, sonra kendi ev arkadaşım da Malatyalı, onunla paylaştım hatta, o da bana gülerken tepki vermişti, "Bu bana da Konya diye geldi" [demişti]... (Hasibe, 34)

Bahsi geçen videodaki bilginin yanıltıcılığı katılımcının sosyal çevresinden bir kişi ile yüz yüze iletişimi esnasında ortaya çıkmıştır. Geniş aile ve gevşek bağlı WhatsApp gruplarından gelen mesajlara özellikle daha genç ve üniversite düzeyinde eğitilmiş katılımcılar şüpheyle yaklaşmaktadır.

Anket bulgularına göre en çok tercih edilen ve güven duyulan haber kaynakları olarak öne çıkan "yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler" ve "sosyal çevre" derinlemesine görüşmelerde de katılımcıların sıklıkla referans verdiği kaynaklar olmuştur. Mesajın kaynağının sosyal çevreden, yaşananlara tanık olduğunu belirten bir kişi olması ve aynı zamanda o kişinin sağlık çalışanı olması katılımcılarda güven tesis etmektedir: Bu durum, anket verisine göre Covid-19 hakkındaki bilgi kirliliği ile

mücadelede oldukça başarılı bulunan aktörlerin sağlık çalışanları olması (%66,4) ile paraleldir. Sosyal çevredeki sağlık çalışanları salgınla mücadelenin cereyan ettiği hastanelerde yaşananlara tanıklık etmekte ve katılımcıların gözünde salgınla ilgili yoğun bilgi düzensizliğine ilaç olmaktadır:

[H]emşire olan veya doktor olan akrabalarımla, arkadaşlarımla yazıştığımız şeyler oluyordu. Onlarla gördükleri vakalar ve [hastanelerinde] tespit edilen vakalar üzerinden, [yaptıkları] çalışmalar üzerinden bilgi alışverişinde bulunduk. Onlara inancım daha rahat olabiliyordu. (Onur, 29)

Emekli hemşire ve iş güvenlik uzmanı bir katılımcı sosyal çevresinden WhatsApp aracılığıyla iletilen bilgilere sağlık çalışanlarından geldiği sürece riayet ettiğini belirtmektedir:

Bütün WhatsApp çevrem sağlıkçı veya iş güvenlikçi. Dolayısıyla da işin içinde olan insanlar. Hani halk olarak düşünmeyelim de [onlar] olayla mücadele eden insanlar... İşte bizim hastanede bu kadar vaka var, bizim hastane de bu kadar vaka var gibi ya da bizim fabrika da bu kadar vaka var gibi. (Nalan, 54)

WhatsApp'ta erişilen bu tarz içeriklere güvenin temeli mesajın kaynağı olan sağlık çalışanının sosyal çevreden bire bir tanınan bir kişi olmasıdır. Bilginin kaynağının doktor ya da sağlık çalışanı olması tek başına yeterli olmamakta, sağlık kuruluşlarının içerisinde görev yapan ve bilgi paylaşan kişilerin katılımcı açısından aynı zamanda tanınmış kişiler olması gerekmektedir. İstanbul'da yaşayan 48 yaşındaki, üniversite mezunu erkek katılımcı WhatsApp'tan iletilen sağlık çalışanı ya da yaşananlara tanık olduğunu belirten kişilerden gelen bilgileri sorgulama nedenlerini şu şekilde açıklamaktadır:

Şüpheli bilgiler geliyordu... 'Bir doktor arkadaşımız dedi ki...' diye başlayan... WhatsApp paylaşımları. 'Bunu paylaşın, herkesin bilgisi olsun' gibi... Ama tabii teyide muhtaç bunların hepsi. Nasıl teyit edeceksiniz? Bu doktor arkadaş nerede çalışıyor, hangi ilde? Görevi nedir? Bunu bilmediğimiz için okuyup geçiyorduk. Ben paylaşma gereği de duymuyordum, çünkü teyit edilmemiş, insanlara doğru bilgi olarak bunu paylaşmak pek doğru gelmedi. Sadece okuyup geçtim paylaşımları. (Ali, 48)

WhatsApp'ın mobil cihazlar üzerinden kullanılan bir mesajlaşma uygulaması olması, bilgiye erişimin görece istemsizce gerçekleşmesini, aynı zamanda bilgi dolaşımının kullanıcıdan kullanıcıya kapalı olarak ve çok yönlü bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Aşağıdaki alıntıda salgının etkileri ve korunma yolları hakkındaki bilgiye maruz kalma ve iki yönlü etkileşim örneklendirilmektedir:

Araştırmacı: [L]imon, sirkenin [koruyuculuğunun söylendiği] bazı WhatsApp mesajlarının size gönderildiğini ve bunları [medya günlüğünüzde] sizin yanlış olarak değerlendirdiğinizi hatırlıyorum.

Katılımcı: *Bunlar genellikle ailelerin yaşlılarından [geliyordu]. Buldukları her haberi... uyarmak amaçlı gönderiyorlar. Haberin saçma olduğu her yerinden belli oluyor aslında... Ama büyük bir motivasyonla [ailedeki] herkese gönderiyorlar, dikkatli olsunlar diye. Bir grup da şöyle, yani bilemiyorum dertleri insanları uyarmak mı insanları paniğe sevk etmek mi... Özellikle ilk zamanlarda... Şu Covid kapmış vefat etmiş şu böyle olmuş falan. Hatta ben gruptan birini uyardım. Dedim ki lütfen böyle belli olmayan, yalanlığı doğruluğu belirlenmemiş haberleri gönderip birbirimizin [kaygısını] arttırmayalım, çünkü ben çok endişeleniyorum dedim. (İdil, 49)*

Kullanıcılar açısından WhatsApp'ın en temel sağlarığı bilgi alışverişinin kişilerarası iletişim modunda ve sık sık çevrim dışı iletişimi de kapsayarak gerçekleşmesidir. Bu sağlık tahayyülü üzerinden, erişilen problematik enformasyon ile ilgili değerlendirme iletişimin farklı taraflarında kimlerin olduğu, bilginin iletilme biçimi ve bilginin kaynağı gibi konulara paralel bir şekilde yapılmaktadır. Gevşek bağlarla bulunulan gruplardan erişilen içerikler ya da içeriğin toplu olarak iletilmiş olması enformasyonun yanlış olarak değerlendirilmesini kolaylaştırırken bilginin tanıdık bir sağlık çalışanından gelmesi kullanıcının o içeriğin doğru olduğunu düşünmesine neden olmaktadır.

4.3.1.2. Televizyon üzerinden bilgiye erişim

Anket safhasında katılımcıların neredeyse yarısı (%49,4) salgın öncesi haber takiplerinin salgınla birlikte arttığını belirtmiştir. Covid-19 salgınına dair özellikle ilk haftalarda hüküm süren belirsizlik ortamı, medya kullanıcılarının hastalık, hastalığın bulaşması ve yayılması, korunma yöntemleri ve salgının sosyoekonomik ve siyasal etkileri hakkında yoğun haber ve bilgi arayışlarını açıklamaktadır. Özellikle sokağa çıkma kısıtlamalarının uygulandığı ve evde geçirilen zamanın arttığı dönemde sosyal medya ve konvansiyonel medya kanalları aracılığı ile salgın ile ilgili bilgiye erişim ihtiyacı artmıştır. WhatsApp üzerinden bilgiye erişim bölümünde de belirtildiği üzere, anket çalışmasında salgınla ilgili bilgileri hangi kaynaklardan almayı tercih edersiniz sorusuna verilen en yüksek puanlar sosyal çevre ve yaşananlara tanık olduğunu belirtenler seçeneklerine olmuştur. En yüksek puan verilen, dolayısıyla en çok tercih edilen haber ve bilgi kaynağı olarak üçüncü sırada televizyon gelmektedir (6,93/10). Özel alan olan eve ait bir mecra olarak televizyonun bilgiye erişimde çok tercih edilen bir bilgi teknolojisi olması ve salgın bağlamında ev içerisindeki kısıtlı sosyal alanın merkezinde yer alması olağandır. Televizyondan erişilen bilgilerin koronavirüs özelinde katılımcılar tarafından kullanımları ise dikkat çekicidir.

Sosyal medya günlüklerinde televizyon özel bir kategori olarak sorulmamış olmasına rağmen, televizyondan söz eden, yanlış ya da doğru bilgi olarak televizyonda yayınlanan içeriklerin fotoğrafını günlüğüne işleyen katılımcılar olmuştur. Takip eden derinlemesine görüşmelerde televizyon gündeme gelmiş, anket bulgularına paralel bir şekilde erişim, güven ve yanlış bilgi ile karşılaşma konuları televizyon özelinde de irdelenmiştir. Televizyonla ilgili görüşme soruları gerek katılımcıların gözünden farklı medyalar arasındaki geçişkenliği görmek, gerekse de medya içerikleri ile günlük yaşam arasındaki kesişimleri gözlemlemek açısından verimli olmuştur. Televizyon, evlerin ortak kullanım alanlarında bulunan, tüketimi bireysel olduğu kadar kolektif olarak da yapılan, günlük hayatın içinde arka planda açık bırakılabilen bir mecra olarak Covid-19 ve yanlış bilgi hakkındaki çevrimdışı sosyal etkileşimi gözlemlemeye olanak sağlamaktadır.

Katılımcıların televizyon izleme alışkanlıklarının ve bir haber/bilgi kaynağı olarak televizyona yaklaşımlarının özellikle salgının ilk döneminde salgın öncesi döneme göre farklılaştığı görülmektedir. Katılımcılar eskisine oranla daha yoğun bir şekilde televizyon izlediklerini, Covid-19 ile ilgili bilgileri televizyondan aldıklarını belirtmişlerdir. İstanbul'da yaşayan 29 yaşındaki üniversite mezunu katılımcı televizyondan içerik takibinin yoğunlaştığını ifade etmiştir. Katılımcı salgınla birlikte yeni hesaplar takip etmeye başlasa da sosyal medyayı salgın öncesinde zaten yoğun kullandığını ama televizyon izleme alışkanlığının salgınla birlikte arttığını belirtmiştir:

Normalde çok televizyon izlemiyorum ama bu süreçte açık duruyordum ve biz bir şey duyduğumuzda gidip bakıyorduk. Sosyal medyayı yoğun kullanıyorum, özellikle Twitter'ı. Oradan bazı hesapları takibe almaya başladım, bu konu ile ilgili haber paylaşacak olan, Sağlık Bakanlığı vesaire gibi veya bazı gazetelerin hesaplarını takip etmeye başladım. (Hale, 29)

Covid-19 ile ilgili enformasyon erişimi ve değerlendirmesi açısından televizyona dair öne çıkan sağrlık tahayyülü mecraya içkin denetim ve filtreleme mekanizmalarının olmasıdır. Bu sağrlık tahayyülü televizyonun çevrim içi mecralara görece daha kurumsal oluşu şeklinde de nitelenebilir. Televizyonun kurumsallığı her kesimden ve dünya görüşünden katılımcı için enformasyon değerlendirmesinde söz konusu oluyorsa da kendisini dindar, muhafazakâr, milliyetçi ifadeleriyle tarif eden ve orta yaş ve üzeri katılımcılarda bu sağrlık tahayyülü daha çok ön plana çıkmaktadır. Manisa'da yaşayan 46 yaşındaki lise mezunu katılımcı televizyon tüketimindeki artışın yanı sıra başka iletişim kanallarından edindiği bilgileri de televizyondan teyit ettiğini belirtmiştir:

Zaten gerçek [haberler], ciddi anlamda şeyler [televizyonda]. Gerçek haberleri alabiliyoruz. Ama Facebook, WhatsApp, Instagram bazen çok abartılı [olabiliyor], ya da inandırıcı olmayabiliyor (Melis, 46).

36 yaşındaki üniversite mezunu bir başka katılımcı, yukarıdaki katılımcıya benzer şekilde televizyona bir mecra olarak güven atfetmiş ve televizyonda karşılaştığı içerikleri sorgulamasına gerek olmadığını belirtmiştir.

Araştırmacı: Virüsün dünya nüfusunun azaltılması için insan eliyle üretildiğini düşündüğünüzden söz ettiniz. Bu düşüncenin oluşmasında ne etkili oldu? Bu konuyu nerelerden araştırdınız?

Katılımcı: *Aslında çok fazla araştırma olmadı. Fakat zaten araştırmama gerek yok, bu konuyla ilgili haberlere çok denk geldim, daha çok böyle genel oturumlarda (tartışma programlarında) falan* (Hande, 36).

Televizyona güven atfeden bu sağlıklı tahayyülü Ağustos ve Eylül aylarında Manisa’da katılımcı gözlem yürütülen hanede gözlemlenmiştir. Hanede 65 yaşında, ilkokul mezunu, emekli Hayri ile 59 yaşındaki ev hanımı Leyla yaşamaktadır. İki yetişkin çocuğu ve bir torunu olan Leyla dünya görüşünü laik, Atatürkçü olarak, Hayri ise milliyetçi, muhafazakâr olarak nitelemektedir. Hükümet politikalarını eleştiren görüşler çift arasında sık sık dile getirilmektedir. Kızları, damatları ve torunlarının bir arada olduğu bir akşam yemeği esnasında Leyla koronavirüsle ilgili daha önce dile getirmediği bir düşüncesini paylaşmıştır. Leyla, koronavirüsün aslında dünya düzenini yeniden şekillendirmek isteyen bir kesim tarafından üretilip kullanıldığını ve savaşın silah yoluyla değil bu şekilde hastalıklar üzerinden ilerlediğini düşündüğünü dile getirmiştir. Covid-19’un nüfus artışının önüne geçilmesi ve yaşlı insanların toplu bir şekilde ortadan kaldırılması için laboratuvarlarda üretilen bir hastalık olduğunu düşünmektedir. Hayri ve çiftin damadı Serkan Leyla’nın bu fikrini onaylarken, Serkan bir kesimin değil Çin Halk Cumhuriyeti’nin bu hastalığı ürettiğini ve yaydığını öne sürmüştür. İş arkadaşının konuyla alakalı kendisine WhatsApp’tan bir mesaj gönderdiğini söyleyen katılımcı telefonuna hızlıca bir göz atmış ancak bulamayınca vazgeçip denk geldiğinde iletceğini söylemiştir. Hayri ve Leyla’nın kızları Rüya ise bu tür düşüncelere katılmadığını söyleyerek itiraz etmiştir. Buna benzer bir sürü komplo teorisinin sosyal medyada kol gezdiğini belirten Rüya bu konuyla alakalı benzer içeriklere daha önce de denk geldiğini söylemiş ve bu tür içeriklere inanmama sebebini bu teorilerin mantıklı olmamaları olarak ifade etmiştir: *“Virüs eğer insan eliyle üretilmiş bir silahsa ve bu kanıtlanmışsa, kesin bir şekilde biliniyorsa sadece sosyal medyada kişisel mesajlar şeklinde değil gazetelerde, haberlerde televizyonlarda, tartışma programlarında konu geniş bir*

şekilde ele alınır ve yankı uyandırır.” Bir bilginin editoryal süreçlerin olmadığı sosyal medyada, vatandaşlar tarafından değil, haberciler ve yetkili merciler tarafından konvansiyonel medyada ele alınıyor oluşu Rüya için enformasyon değerlendirmesinde etkili olan bir faktördür.

Anket çalışmasında yanlış bilgiyle karşılaşılana medya türleri içinde en yüksek puan verilen tür “televizyondaki tartışma programları” (%31,1) olmuştur. İkinci sırada “gündüz kuşağı programları” (%29,8), üçüncü sırada ise “haber bültenleri” (26,6) bulunmaktadır. Bu anket bulgusuna rağmen, derinlemesine görüşmelerde katılımcıların televizyondan erişilen içeriklerin “gerçek” ya da “araştırılmasına gerek olmayan” bilgiler olarak değerlendiriyor olması dikkat çekicidir. Televizyona bir mecra olarak atfedilen güven ya da başka kaynaklardan alınan bilgilerin geçerliliğinin televizyondan teyit edilmesi ve televizyonda yanlış bilgi ile sık karşılaşıldığının belirtilmesi birbirini dışlayan durumlar olarak görülmemektedir. Bir mecra olarak televizyona atfedilen kurumsallık, Türkiye’de televizyonların sahiplik yapısı, siyasi kutuplaşma, gazetecilik prensiplerinin aşınması gibi konularla beraber düşünülünce çelişkili gibi görünen bu durum anlamlı hale gelmektedir.

Ağustos ve Eylül aylarında Samsun’da 4 hafta boyunca katılımcı gözlem yürütülen hanede televizyondan erişilen bilgilere şüpheyle yaklaşılması, yine de bilgi edinmek için televizyonun takip edilmesi durumu gözlemlenmiştir. Samsun’da yaşayan ve muhafazakâr bir aileden gelen, 59 yaşındaki emekli dikiş öğretmeni Meryem oturma odasında araştırmacı ile sohbeti esnasında tartışma programlarında konuşulanlar nedeniyle kafasının “karmakarışık” olduğunu, bu programlarda konuşulanların aslında komplo teorileri olduğunu söylemiştir. Meryem’in izlediği kanallar arasında TRT Haber, A Haber, Beyaz TV gibi kanallar bulunmaktadır. Tartışma programlarından eriştiği bilgilerin doğruluğu ve yanlışlığı ile ilgili düşünceleri sorulduğunda Meryem komplo teorisi olarak nitelediği bilgilerden televizyon kanallarında yer bulsalar dahi şüphe duyduğunu ancak bunları televizyonda yayımlandıkları için de “tamamen itibar edilmez” olarak görmediğini ifade etmiştir:

Ben hala şu anda tereddüdüm var, bu zamanla ortaya çıkacak. Bir şeyler dönüyor ama neden oluyor? Ne yapılmaya çalışılıyor? Anlamıyorum. Çin’de bu kadar az (vaka-ölüm) olması mümkün değil. Bazen diyorum ki bir gün pat diye ‘bitti’ mi diyecekler? Ya da bazı gerçekler yaşarsak ortaya çıkacak.

Meryem, salgının ilk iki ayından sonra kafasını “karmakarışık” yapan tartışma programlarını önceki kadar takip etmediğini ve doğru bilgi için Sağlık Bakanı’nın açıklamalarını takip ettiğini söylemiştir:

Çünkü artık herkes bir şey söylemeye başladı. O kanal bir şey çıkarıyor, bu bir şey çıkarıyor, izle izle... 1,5 ay sonra bakıyorsun bu işin cılkı çıkmaya başladı. Neyin doğru neyin yanlış olduğunu anlamadık. Sadece sağlık bakanının dediği verilere inandık.

Pek çok katılımcı doğru yanlış değerlendirmesini aşan bir şekilde televizyondan edindikleri bilgileri günlük yaşantılarında davranış ve tutum olarak hayata geçirmeye diğer mecralardan edindikleri bilgilere göre daha eğilimli görünmektedir. Bursa’da yaşayan 61 yaşındaki üniversite mezunu CHP seçmeni erkek katılımcı doktorların görüşlerini ilettikleri programları salgından önce de yakından takip ettiğini, izledikçe bilgi sahibi olduğunu ve notlar aldığını ifade etmiştir. Özellikle Covid-19 bağlamında televizyon programlarında uzmanların aktardıkları içeriklere dair doğru-yanlış değerlendirmesi yapmanın zorluğunu belirten katılımcı önerilen şeylerin işe yarayıp yaramadığını anlamak için zamana ihtiyaç olduğunu vurgulamıştır. İstanbul’da yaşayan 49 yaşındaki ilkökul mezunu, HDP seçmeni kadın katılımcı ise izlediği sabah programlarına konuk olan doktorları takip ettiğini ama her biri farklı bir şey söylediği için neye inanacağını şaşırıldığını belirttikten sonra bir sabah programından edindiği bir bilgiyi günlük yaşantısında uyguladığını söylemiştir:

Benim büyük oğlumda alerjik astım var. Maske kullanırken çok zorlanıyordu. Eve geliyordu, nefes almakta güçlük çekiyordum diyordu. Ben de dedim ki, dur bir dakika, şöyle şöyle bir haber çıkmıştı, hatta sabah programında bir doktor da söylemişti, dedim. Adını tam hatırlamıyorum ama... Dur ben sana onu deneyeyim, o çayı bir iç bakayım nasıl geliyor, iyi geliyor mu, haftada iki kere içilmesi gerekiyormuş. Ben oğlumun üzerinde denedim. İçti, sabah kalktı, “Anne gerçekten çok rahatladım” dedi. Hatta bu rahatlama 3-4 gün sürüyor... Üç günde bir yapıyorum, çok iyi geliyor. Yani öyle inandım onun gerçekten işe yaradığına. (Helin, 49)

Katılımcı gözlem çalışması, televizyondan erişilen bilgilerin tutum ve davranışlara yansımalarının gözlemlenmesine olanak vermiştir. Samsun’da yaşayan Meryem ve eşi Ahmet komşularının çocuğunun düğününden önce “evden gelin alma” seremonisini balkonlarından izlemiş, “gelin alma” törenini gereksiz ve biraz gülünç bulsalar da kendileri açısından seyirlik bir eğlence olarak görmüşlerdir. Yaklaşık 40 kişiyle ve maskesiz gerçekleştirilen töreni Ahmet ve Meryem’in 25 yaşındaki çocukları “bunları şikâyet etmek gerekmez mi” diyerek yüksek sesle eleştirmiş. Meryem çocuğunu sakinleştirmeye çalışarak, “Yok, (komşularla) yüz yüze bakıyoruz. Boş ver, gelin nasıl çıkacak, ona bakarız” demiştir. Törenin bir saati aşması, gelin apartmandan çıkarken yakılan meşalelerin dumanının buldukları balkona ulaşması,

araçlardan birinin patinaj yapması, site güvenliğinin gelecek grubu kornaya basılmaması için uyarmasına rağmen ısrarla kornaya basılması, sonunda Meryem'i de biraz sınırlendirmişse de konu kapanmıştır. Aynı akşam oturma odasında televizyon izlenirken karşılaşılan bir haber komşu çocuğunun düğün seremonisi konusunu tekrar açmıştır. A Haber'de salgına karşı tedbirsiz şekilde düğün ve kutlama yapan insanların eleştirildiği ve düğün/kutlama görüntüleri için "dehşete düşüren görüntüler" ifadesinin kullanıldığı bir haber içeriği izlenmiş, Ahmet "Bak işte aynı buradaki gibi, aynısı" diye yorumlamıştır. Haberi görmek için mutfaktan oturma odasına gelen Meryem kapının girişinde ayakta habere göz atmış ve kaşları çatık, "cık cık cık" sesi çıkardıktan sonra "Bizim insanımız böyle işte. Bizi de tehlikeye atıyorlar, karşılaştığımız zaman söyleyeceğim onlara da" demiştir. Düğün sahibi komşusu ile karşılaştığında onu uyaracağını da eklemiştir. Ahmet ve Meryem, komşuların kutlaması sırasında olduklarından daha ciddi ve öfkeli bir tavır takınmıştır. Balkonlarından töreni izlerken insanların maskesiz ve birbirlerine yakın oluşunu onaylamamakla beraber bu kutlamayı ilginç ve eğlenceli bulmuşlar, öfkelenen çocuklarını yatıştırmışlardır. Haber içeriğinde kalabalık ve tedbirsiz kutlamaların "dehşete düşen görüntüler" ifadesi ile eleştirildiğini görmelerinin ardından şahit oldukları tedbirsiz kutlamayı sert bir şekilde eleştirmişlerdir.

Anket bulguları Covid-19 sürecinde televizyona güvenin gençler arasında (%22,5) orta yaşlılara (%31,3) ve yaşlılara (%33,6) göre daha düşük olduğunu göstermektedir. Derinlemesine görüşmelerde de televizyona bir mecra olarak güven atfeden ya da televizyon programlarından edinilen korunma ve tedaviye dair bilgilere şüpheyle yaklaşırsa da günlük hayatında uygulamaya eğilimi olanlar 30 yaş ve üstü gruptan katılımcılar olmuştur. İstanbul'da yaşayan 24 yaşındaki bir katılımcı televizyondan öğrenilen korunma ve tedavi bilgilerine şüpheyle yaklaşmaktadır:

Annem haberden duymuş, "Sumak suyu iyi geliyormuş, sumak suyu yapacağım" dedi. Böyle tuhaf haberler de yanıltıcı haberler de oldu... ATV açtı sanırım. Oradan duymuş, odaya geldi koş koş "Sumak suyu iyi geliyormuş" diye... İkna ettim: "Anneciğim, öyle bir şey yok" [diye]. (Şule, 24)

Burada katılımcının sumak suyu içmenin Covid-19'dan koruyacağını dair televizyondan edindiği bilgiyi aktaran annesine müdahalesi gençlerin bu tarz bilgileri uygulamaya yaşlı ve orta yaşlılara göre daha temkinli yaklaşmasına ve uyarıda bulunmasına örnek teşkil etmektedir.

Gerek Türkiye'de gerek başka yerlerde medya kullanıcılarının haber ve bilgiye bir mecra olarak en çok televizyondan erişmeyi tercih etmeleri farklı araştırmalarla tespit edilmiştir (Newman vd., 2019, 2020). 2019 yılında Türkiye'de gerçekleştirilen niteliksel bir araştırmada medya kullanıcılarının televizyona güvenmelerinin nedenleri detaylandırılmış, katılımcıların televizyonun RTÜK tarafından denetlenmesinin

ve kanalların kurumsal yapılarının televizyon haberlerine güvenlerini tesis eden öğeler olduğu belirlenmiştir (Koçer & Bozdağ 2020). Diğer yandan Türkiye’de televizyon sosyopolitik kutuplaşmanın hem zemini hem de aracı konumundadır. Televizyona internet mecralarına göre daha fazla güven atfediliyor olsa da habere erişilen kanallar, bu kanallara ve buralardan erişilen haberlere güveni etkileyen faktörler siyasal kutuplaşmayı belirleyen ve keskinleştiren faktörlerle paraleldir. Derinlemesine görüşme katılımcıları habere eriştikleri televizyon kanallarını dünya görüşlerine göre seçtiklerini belirtmişlerdir:

Ben haberlerin benim yapıma uygun [olmasına bakıyorum]. Mesela... hükümete yakın haber siteleri, işte ATV haber, A Haber, pek güvenmiyorum açıkçası. Bakmıyorum, haberlerini görsem de mesela “Elinizi eve geldiğinizde sabunla yıkayın” gibi kesin şeyler değilse pek güvenmiyorum onlara. (Arda, 30)

Bu katılımcıların dünya görüşlerine göre takip ettikleri haber kanallarından edindikleri bilgileri daha güvenilir olarak değerlendikleri görülmektedir. Bursa’da yaşayan 61 yaşındaki ve Laik/Atatürkçü katılımcı dünya görüşü-haber kanalı tercihi paralelliğine bir örnek teşkil etmektedir:

Fox Tv'nin yayıncıları, katılan bilim adamlarının açıklamaları daha gerçekçi geliyorlar. Gazetelerden yani Cumhuriyet olsun, Sözcü olsun daha inandırıcı yayınlar yaptıklarını [düşünüyorum]. Diğer... haber bültenleri olumsuz bir şey olduğu halde direk haberlerine yansıtılmamaktadırlar. (Rasim, 61)

Kanallar ve haber mecraları arasında görece keskin tercihleri olduğunu belirten Laik/Atatürkçü katılımcılara kıyasla Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi katılımcılar başka kanallara karşı daha açık görünmektedir. İstanbul’da yaşayan 44 yaşındaki katılımcı “normal” olarak addettiği kanallara ek olarak çeşitli kanalları izlediğini ve bilgileri farklı yerlerden takip ettiğini şu şekilde belirtmektedir:

[Sadece] normal TV kanallarını izlemiyoruz, farklı kanalları da [izliyoruz]... Bizim evde Fox TV de ATV de genelde tüm kanallar açıktır. Hepsini dinleriz. Önceden beri Fatih Portakal’ı da çok dinleriz, İrfan Değirmenci’yi de çok izleriz haberlerini. İnandığımız, güvendiğimiz, soru işareti oluşturan haberler de alıyoruz. [B]akış açımız, nasıl diyeyim, bazı kanallarda takılı değil. Bir sürü kanala objektif olarak bakmaya çalışıyoruz. Yanlış da yanlış demeyi biliyoruz, gözü kapalı bu doğrudur demiyoruz, izliyoruz, takip ediyoruz. (Nisa, 44)

Televizyondan erişilen bilgiler içinde enformasyon değerlendirme araçları sorulduğunda, Manisa Turgutlu'da yaşayan ve İYİ Parti seçmeni olduğunu belirten 36 yaşındaki katılımcı televizyondan aldığı haberleri yerelde, sosyal çevresindeki sağlık çalışanlarından aldığı haberlerle teyit ettiğini belirtmiştir:

[A]ldığım bir haber eğer yerelde de destekleniyorsa, yukarıdaki haberle aşağıdaki haber tutuyorsa... Ben mesela şimdi karşımda Habertürk'ü izliyorum. Habertürk'teki haberle benim burada Turgutlu'da yerli hastaneden aldığım, doktor arkadaşlarımdan, hemşire arkadaşlarımdan aldığım haberler birbirlerini tutuyorsa, benim için güven unsuru tamamlanmıştır amenna. (Hande, 36)

Ulusal haber medyasından aldığı bilgileri “yukarısı” sosyal çevresinden, yaşananlara tanık olan sağlık çalışanlarından aldığı bilgileri “aşağısı” olarak niteleyen katılımcı “aşağıdan” gelen bilgileri otantik bilgiler olarak değerlendirmekte ve “yukarıdan” yani ulusal haber kanallarından gelen bilgileri bu bilgiler doğrultusunda anlamlandırmaktadır.

4.3.1.3. Instagram üzerinden bilgiye erişim

Derinlemesine görüşme bulgularına göre, Instagram çevrim içi platformlardan enformasyon takibi amacıyla WhatsApp'tan sonra en fazla kullanılan ikinci sosyal medya uygulamasıdır. Instagram'da Covid-19 ile ilgili bilgi/haber takibi yaptığını belirten 13 kişiden ikisi 50 yaş ve üzeridir. Anket bulgularına göre Instagram'da en fazla haber/bilgi takip edenler ve bu platforma en çok güvenenler 30 yaş altı kullanıcılar en az takip edenler 50 yaş ve üzeri kullanıcılarıdır. Özellikle 50 yaş altı grupta Instagram'ın Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın, gazetelerin ve haber siteleri hesaplarının takibi suretiyle kişisel paylaşım alanı olmasına ek olarak habere ve bilgiye erişmek amacıyla kullanıldığı gözlemlenmiştir. Türkiye genelinde Instagram'ın YouTube'dan sonra en çok ziyaret edilen sosyal medya platformu olduğu ve sosyal medya kullanıcılarının %64'ünün platformları haber almak amacıyla sık sık ve her zaman kullandığı (Teyit.org, 2019) göz önüne alındığında Instagram'ın bir haber mecrası olarak karşımıza çıkması şaşırtıcı değildir. Twitter ve Facebook'la karşılaştırıldığında Instagram üzerinden bilgiye erişenler sağlık çalışanı veya uzmanlardan ziyade politikacıları, resmî kurumları, yetkili kişileri ya da haber sitelerini takip etmektedirler:

Sağlık bakanını takip ediyorum. Yine Instagram'da Newstimes diye bir sayfa var, onu takip ediyorum. Oralardan edindiğim bilgilere göre hareket ediyorum. (Buse, 40)

Instagram'da İçişleri bakanımızı takip ediyorum, Ziya Selçuk'u takip ederim, Fahrettin Koca'yı takip ederim, kendi şahsi hesaplarını. (Seçil, 39)

Facebook'um var ama belki 2-3 aydır hiç bakmıyorum. Bazen öylesine açıp bakarım, orada da açıkçası arkadaşlarımla bile ne paylaştığına bakmadan hemen çıkıyorum. Twitter'ım da yok. Sadece Instagram, Youtube ve WhatsApp üzerinden bir şeyleri takip edebiliyorum. (Tülin, 25)

Instagram, yerel haber kaynaklarının da en fazla takip edildiği platformdur:

Instagrama genel bildirge geliyor. [Salgınla ilgili bilgileri] bu şekilde gördüğüm oluyor veya bulunduğum ilçenin belediyesini takip ettiğimde oradan görüyorum. (Tuğçe, 34, İstanbul)

Katılımcı: Özellikle Malatyalı olduğum için Malatya haberlerini de çok takip ediyorum.

Araştırmacı: Malatya haberlerini nereden takip ediyorsunuz?

Katılımcı: Facebook üzerinden, Instagram üzerinden.... Mesela Malatya Radar var, orayı takip ediyorum. Malatya haberini. Ya da böyle hani Facebook'ta geçerken bazı sayfalarda gördüğüm yeri tıklıyorum, ne yazılmış ya da yeni şeyler konmuş mu, o şekil ilgimi çekiyor. (Nisa, 44)

Turgutlu Haber diye bir sitemiz var burada. Oradan bilgi alıyorum. Gayet iyi bir güvenilir site. ...Instagram'dan takip ediyorum... Akşam üzerleri günlük paylaşım yapıyor. Virüsle alakalı [bilgiler], nasıl korunmamız gerektiğini de sık sık hikayesinde paylaşıyor. Maske takalım, mesafeye uyalım. Ondan sonra çıkan haberlerde işte biri virüse yakalanmış, tedbirsiz davranmış, çarşıya çıktığında gereken tedbirleri almamış, [bunları] paylaşıyor mesela. Detayına kadar indiği için güzel bir site. (Hakkı, 42)

Instagram'daki bir haber kaynağına güveni o hesabın takipçi sayısı olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir:

Koronavirüs Haber diye bir site var. Ben [Instagram'da] onu takip ediyorum genellikle. TRT haber var. Tabii sağlık bakanlığını da takip ediyorum. Şu an aklıma gelen bir iki site daha var benim takip ettiğim. Korona Haber diye bir site var. Orayı takip ediyorum. Katılımcısı oldukça yüksek siteler bunlar. Oradan edindiğimiz bilgilerle bu virüs sürecini geçirmeye çalışıyoruz. (Hakkı, 42)

Medya kullanıcılarının platformlarla ilgili algısı platformlar üzerinden eriştikleri bilgiye güvenlerini etkilemektedir. Manisa’da avukatlık yapan, dünya görüşünü apolitik ve milliyetçi olarak belirten 29 yaşındaki kadın katılımcı Instagram ve Twitter’da denetim ve filtreleme mekanizması olduğunu fakat Facebook’ta böyle bir mekanizma olmadığı için paylaşılan içeriklerin de “kalitesiz” ve “ciddiyetsiz” olduğunu düşünmektedir:

Facebook ciddiyet anlamında diğer sosyal medya türlerine nazaran daha düşük ve kalite standartları yönünden de daha alt segment olarak değerlendirebileceğim bir sosyal medya mecrası. En azından Twitter’da kullandığınız ya da takip ettiğiniz sayfalar ya da önümüze çıkan birtakım kısımlar, bir tık daha gerçekçi ya da daha kaliteli olabiliyor. Ama Facebook herkese hitap eden, en basitinden sosyal medyayı bırakın akıllı telefon dahi kullanmayan aile bireylerimizin dahi bir şekilde etkin olduğu ya da sağdan soldan bilgi alarak paylaşım yaptıkları, bu paylaşımların gerçek olduklarını düşündükleri ve bu şekilde kendi hayatlarını yönlendirdikleri bir platform. O yüzden Facebook’un kalitesini ya da genel anlamda vizyonun çok fazla değişebileceğini zannetmiyorum. Çok fazla insana hitap eden bir ortam... Ama Twitter ya da Instagram’da bunun bir tık daha süzgeçten geçtiğini düşünüyorum. Herkesin çok aktif olmadığını, aktif olan kesimin de birazcık daha seçici olma ihtimalinin olduğunu düşünüyorum. (Fatma, 29)

Katılımcının Facebook’la ilgili sağlık tahayyülü platformun “herkese” hitap etmesidir. Katılımcıya göre, ideal sosyal medya kullanıcılarının yanı sıra, akıllı telefon dahi kullanmayan, doğru yanlış filtresi olmadan içerik paylaşan ve bu paylaşımlarla davranışlarını yönlendiren kişiler Facebook kullanırken, Instagram ve Twitter “herkesin çok aktif olmadığı” ve kullanıcıların daha seçici olduğu platformlardır. Geniş aile bireylerinin Facebook’ta kullanıcı olması ama Twitter ve Instagram’da olmaması da platform sağlığının önemli bir özelliği olarak görülmektedir.

4.3.1.4. Twitter üzerinden bilgiye erişim

Twitter salgın süresince haber ve bilgiye erişilen sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları içinde WhatsApp ve Instagram’dan sonra üçüncü sırada gelmektedir. Katılımcıların çoğu diğer platformlardan farklı olarak “gündemi takip etmek” amacıyla Twitter kullandığını vurgulamış, Twitter hesabı olmayan bazı katılımcılar açık erişim olarak Twitter’a girip gündemi buradan takip ettiklerini belirtmişlerdir:

Twitter gündemi takip açısından biraz daha aktif olduğu için, günlük haberler vesaire [için] daha güvenilir bulduğum [ve] devamlı aktif olduğum bir mecra. (Fatma, 29)

[E]n başından beri, yıllardır, her zaman Twitter'dan haber takibi yapıyorum. (Nalan, 54)

Twitter hesabım yok. Ama normal bilgisayar üzerinden "Twitter" yazıp o günün gündemine bakıyorum. Uygulama olarak kullanmıyorum. Sadece sabahları [işe] geldiğim zaman önce [gündeme] bir bakıyorum. (Şule, 24, İstanbul)

Sosyal medyayı özellikle Twitter'ı yoğun kullanıyorum. Oradan bu konu ile ilgili haber paylaşacak olan bazı hesapları takibe almaya başladım, işte Sağlık Bakanlığı gibi veya bazı gazetelerin hesaplarını takip etmeye başladım. (Hale, 29)

Katılımcıların Twitter üzerinden bilgi erişimini ve enformasyon değerlendirmesini belirleyen faktörlerden biri platformla ilgili sağlık tahayyülleri olmuştur. Twitter haber ve bilgi kaynaklarına hesap oluşturmaksızın erişim sağlanabilen, arama özelliği ile farklı kaynaklara erişilebilen, hashtag'ler üzerinden belirli konularla ilgili içeriklere erişim sağlanabilen, izler kitlenin ve etkileşimin kâğıt üzerinde sınırsız olduğu, içeriklerin yorumlanarak sonsuz şekilde dolaşıma sokulabildiği bir platformdur (Marwick and boyd, 2011). Katılımcılar Covid-19 hakkında bilgilere Twitter üzerinden erişimlerini anlatırken bu sağlıklıklara sıklıkla atıfta bulunmakta ve sağlık tahayyülleri enformasyon değerlendirmelerini etkilemektedir.

Twitter kullanıcılara farklı görüşlere ve çeşitli haber kaynaklarına erişim imkânı vermektedir. İstanbul'da yaşayan 49 yaşındaki CHP seçmeni kadın katılımcı salgınla ilgili farklı bilgilere erişimde Twitter'ı bir araç olarak kullandığını şu şekilde ifade etmiştir:

[B]enim Twitter'dan takip ettiğim birkaç tane haber sitesi var. Birgün gazetesi, T24, Gazete Duvar, Diken. Genellikle ben oraları takip [ediyorum]. Takip ettiğim için [de] direkt olarak benim profilime onlar düşüyor. Son zamanlarda dedim ki ben hep aynı haberlerden, gazetelerden [bakıyorum] acaba başka yerlere bir baksam farklı bir şey bulur muyum falan diye. Birkaç da farklı gazeteye baktım, NTV'ye filan baktım. Korona reports diye bir tane hesap var Twitter'da, ona bakıyorum. Dünya sağlık örgütünü zaten takip ediyorum. (İdil, 49)

Televizyonda olduğu gibi, Twitter’da da erişilen bilgilerin kaynağı uzmanlar olduğunda o bilgi daha güvenilir bulunmaktadır. Facebook’ta paylaşılan içeriklerin “kalitesiz ve ciddiyetsiz” olduğunu ve kullanıcı kitlesinin “herkesi kapsadığını” ifade eden 29 yaşındaki avukat katılımcı, Twitter üzerinden eriştiği içeriklerin daha ehil ve uzman kişiler tarafından paylaşıldığını ve bu nedenle onlara güven duyduğunu, sağlıkçıların Twitter paylaşımlarının kendisi için “haber değeri” taşıdığını ifade etmektedir:

Ben eğitime çok saygı duyan bir insanım. Mesela okuduğum yazıyı ya da haberi gerçekten o işin ehli, yetkin birinin ağzından görüyorsam, profesör namıyla bir isim geçiyorsa ya da işte bir sağlıkının kullandığı bir haberse ya da Twitter’da o sektörden birinin bir paylaşımıysa ister istemez bende bir güven uyandırıyor... Twitter gibi mecralarda zaten rutin olarak haber sayfalarının dışında sağlıkçı arkadaşlarımla paylaşımları benim için haber mahiyetinde. Muhakkak karşıma çıktığı için bilinç altımda yer edinmiş oluyor. (Fatma, 29)

Bir başka katılımcı Twitter’da takip ettiği uzmanın paylaşımlarının aşı konusunda kendisini rahatlatdığını anlatmıştır:

Twitter’dan takip ettiğim uzmanlardan bir tanesi bağışıklık uzmanı bir doktor, bir tanesi de mikro biyolojiyle uğraşan birisi. Onların söylediklerini dikkatle [takip ediyorum]. Mesela aşıyla ilgili benim çok endişelerim vardı ama o hocanın [aşıyla ilgili] yazdıkları beni güvende hissettirdi. (İdil, 49, İstanbul)

Bir diğer katılımcı genetik uzmanı ağhan Kızıl’ı takibini şöyle anlatmıştır:

Mesela ağhan Kızıl var, geçenlerde bir [paylaşımına] denk gelmiştim. Onu takip ediyordum, düşüncelerine önem verdiğim araştırmacılarından biri de oydu. Hatta sokağa çıkma yasakları neden gelmiyor diye en çok eleştirenlerden biri de oydu. Aslında bu konuda fikirlerini önemsememe rağmen bu tür haberler görmek istemediğim için O’nu da takibi bıraktım. Ama başka arkadaşlarımla beğenincede paylaşımları önüme düşüyor. (Hasibe, 34)

Katılımcı Covid-19 ile ilgili içeriklerden özellikle kaçındığı dönemde ağhan Kızıl’ı takipten çıkmış olsa da platform sağlarlığı Kızıl’ın içeriklerini “nne düşürdüğü” için erişimi devam etmiştir.

İstanbul'da yaşayan 48 yaşındaki üniversite mezunu katılımcı ise tamamen güvenebileceği içeriklerin Twitter gibi platformlarda yer almadığını vurgulamaktadır:

[T]witter gibi mecralarda bu bahsettiğiniz haberleri paylaşan kişinin etiketi önemli. Ne iş yapar bu kişi, daha önceki çeşitli haberlerinde yanlışlığa düşmüş mü veya insanları kandırmış mı? Öyle bir geçmiş yoksa biraz daha güven telkin eder ama bu tür mecralardan [gelen bilgilere] yüzde yüze güven [duymuyorum]. Yüzde yüz güveneceğim haberleri bu mecralarda görmüyorum. (Ali, 48)

Salgına dair çevrim içi ya da çevrim dışı bilgilerin yanlışlığı, çürütülmesi, eleştirilmesi ya da doğrulanması Twitter üzerinden de cereyan eden tartışmalarla kamusallaşmıştır. Katılımcı, denetim ve filtreleme mekanizmalarının olduğu, bilginin daha dikey ve merkezi olarak yayımlandığı haber sitelerini daha güvenilir bulmaktadır.

Twitter'ın görünüşte hiper-demokratik doğası pek çok katılımcı için doğru bilgiye erişim açısından "karmaşıklık" yaratmaktadır. İstanbul'da yaşayan 29 yaşındaki anadili Kürtçe olan ve dindar olduğunu ifade eden kadın katılımcı şöyle açıklamıştır:

11 Mart tarihinden birkaç gün sonra genç yaşta bir sağlık çalışanı virüsten vefat etti ve virüs belirtilerine dair rahatsızlığı (Türkiye'de ilk vakanın resmî kurumlarca kabul edildiği tarih olan) 11 Mart'tan çok daha önceydi. Daha o haber bile, o tweet'i çünkü görmüştüm, aslında gördüğüm birçok şeye aslında inanmamama sebep oldu diyebilirim... Twitter inanılmaz bu konuda. Hemen herkes farklı bir şey söylüyor. Mesela bir haber paylaşılıyor, herkes haberi alıntılıyarak, kendince, bakın şu da varmış, bakın bu böyle diyor... Yani bir haberin en az yüz farklı alıntılanma biçimini görebiliyorsunuz... Twitter çok toksik bir yer. Böyle karmaşık bir de. Orada gördüğüm bir şeyle ilgili doğru ya da yanlış diye bir şeye varmam çok zor oluyor. Genelde bakıyorum, haber almış oluyorum ama doğru ya da yanlış olup olmadığından emin olamıyorum.

(Hale, 29)

Twitter'da ilk vaka açıklandıktan kısa bir süre sonra hayatını kaybeden eczacıya dair haberler katılımcının gözünden resmî kurumların salgının başlangıç tarihi ile ilgili söylemiyle çelişmektedir. Katılımcı Twitter'dan eriştiği ve resmî açıklamalara ters düşen enformasyon dolayısıyla Twitter'dan eriştiği içeriklere güveninin azaldığını belirtmektedir.

Dünya görüşünü dindar olarak ifade eden, Hatay'da yaşayan bir katılımcı Twitter'ın sağlarlığını bir "akıntı" olarak tanımlamaktadır:

İlk zamanlar Twitter'dan bayağı takip ediyordum. Hatta sadece koronavirüs ile ilgili paylaşımlar yapan hesaplara takip ettim. Sağlık Bakanı'ndan tutun da enfeksiyon hastalıkları ile ilgili uzmanları takip ederken buldum kendimi. Normalde ilgimi çekmeyecek konularla ilgilenir buldum... Her zaman kendi takip ettiğimiz hesaplardan tweet'ler düşmüyor önümüze, onların beğendiği tweet'ler de düşüyor. Bakıyorum, kim beğenmiş bunu diye. Ona göre ilgimi çektiği oluyor. Bunlar da, fikirce önem verdiğim, taraflı olmayacağını düşündüğüm, mesafe alabilecek, illa bir görüşe ya da bir gruba mesafe almaktan bahsetmiyorum, yanlış habere ya da bazen troll hesaplara [mesafeden bahsediyorum]... Bazen bir öfke oluyor ve bakıyorsunuz herkes yazmış. Öfke değil de bir akıntı gibi düşünün denizde. Twitter'da böyle şeyler olabiliyor, bir anda herkesin [bir konu hakkında] yazdığını görüyoruz.

Katılımcı Twitter'da akıntıya kapılmadan suyun üzerinde kalmak için yaptıklarını şu şekilde açıklamaktadır:

Akıntıya kapılmadan ya da illa o anki reflekslerle, ani tepkilerle davranmayacağını bildiğim ve duruşuna, çizgisine önem verdiğim insanların yazdıklarına, takip ettiği kişilere, beğendiği, retweet ettiği tweet'lere daha çok odaklanıyor olabilirim... İster istemez kendimiz bu kişileri seçiyoruz, bildiğimiz kişiler üzerinden gidiyorsunuz. Bende öyle oldu. Muhtemelen benim takip ettiğim insanlardan önüme düşen [paylaşımlarını] gördüğüm hesaplar işte... Bakıyordum, işte kimdir, necidir, paylaşım yaparken nasıl paylaşıyor, işte dayandığı veriler var mı yok mu?... Derya Unutmaz gibi hekimler ya da tıp alanında çalışan, araştırmalarına devam eden... insanları takip ediyordum. Özellikle onların yaptığı paylaşımlar kamu kuruluşlarınca paylaşılan haberlerden ya da verilerden farklıydı. Onların yaptığı uyarılarla Bilim Kurulu'nun yaptığı uyarılar farklıydı. Zaten Bilim Kurulu pek çok kişi ve kurumca da eleştirildi. Derya Unutmaz'ı diyelim ki gördüm, bu alanla ilgili çalışmaları var, araştırmaları var falan. Muhtemelen bir şeye dayanarak yazıyor. Ondan sonra onun etkileşimde olduğu hesaplar da önüme düşüyor ve paylaşımlarını da zaten görmüş oluyorum. Bunlar muhtemelen yine birbirleri ile de sosyal medya üzerinden etkileşim halinde olan... İşte bazen böyle birbirlerinin tweet'ine yorum yaptıklarını falan gördüğüm kişilerdi (Hasibe, 34).

Katılımcı takip ettiği ve güvendiği uzmanların beğenileri, yorumları ve paylaşımları vesilesiyle onların etkileşimde olduğu başka kişilerin paylaşımlarına erişmektedir.

Katılımcıların enformasyon değerlendirmeleri sonucunda attıkları adımları da sağlıklar tahayyüllerinin belirlediği görülmektedir. İstanbul'da yaşayan HDP seçmeni katılımcı yanlış bilgi paylaşan hesapları takipten çıktığını ya da sessize aldığını ifade etmiştir:

Daha çok Facebook'ta [yanlış] haberlere denk geldim. Çok az WhatsApp'ta ve biraz da Twitter'da bunları gördüm. Ama şöyle, ben sosyal medya kullanırken yalan yanlış bilgi veren ya da tutarsız, çelişkili, yalan yanlış hurafeye dayalı bilgileri paylaşan hesapları ya takipten çıkıyorum ya sessize alıyorum. Böyle böyle takip ettiğim nitelikli bir kitle oluştu. [Yanlış haberleri] ilk başta çok görüyordum, şu an az görüyorum. [D]ediğim gibi bu eleme yöntemine bağlıyorum. (Mahmut, 33)

4.3.1.5. Facebook üzerinden bilgiye erişim

Anket bulgularına göre, salgınla ilgili bilgi edinmek için kullanılan çevrim içi mecra ve platformlar arasında Facebook %37,6 ile beşinci sıradadır. 30 yaş altı katılımcılar arasında Facebook kullanımı genele göre düşüktür (%24). Yine anket bulgularına göre, Covid-19 salgını süresince Facebook'ta yanlış bilgiyle her gün ve günde birkaç kez karşılaştığını söyleyenlerin toplamı %35'tir. 18-29 yaş arası kullanıcıların Facebook'ta yanlış bilgi ile karşılaşma oranı genele göre yüksektir (%46). Gençlerin Facebook'u kullanım ve platforma güven oranının düşük olması derinlemesine görüşmelere katılan 18-29 yaş aralığındaki kişilerce platformun zaman içindeki "prestij kaybı" olarak nitelendirilmiştir. Facebook'un her kesimden, çok fazla kişiye hitap ediyor olması, aile bireylerinin ve akrabaların Facebook'ta bulunması yanlış bilgiyle karşılaşma sorununa ek olarak katılımcılar tarafından gündeme getirilmiştir.

Facebook'u "alt segment" kullanıcıların bulunduğu bir platform olarak niteleyen, Manisa'da avukatlık yapan 29 yaşındaki kadın katılımcıya benzer bir şekilde İstanbul'da yaşayan 29 yaşındaki üniversite mezunu erkek katılımcı da Facebook'u hayatında gereksiz görmeye başladığını, kaynağı ya da dayanağı olmayan bilgiler yüzünden hesabını kapatmayı düşündüğünü ifade etmiştir:

Facebook'ta çok fazla işte özlü sözler gibi, hiçbir kaynağı, dayanağı olmayan, bir kişi üstüne atıfta bulunulmuş ama onun bir sözü değil, bir çalışması değil, veriye dayanan bir şey değil. Böyle şeyleri paylaşmaya başladıkça insanlar [Facebook'ta olmayı] gereksiz görmeye başladım. (Onur, 29).

Katılımcının Facebook'la ilgili olumsuz düşüncelerini akrabalarından gelen arkadaşlık istekleri etkilemektedir. Katılımcının Facebook'u hala kapatmamasının nedeni platform üzerinden ilişki kurduğu ve çevrim dışı olarak görüşemediği arkadaşlarıdır.

Uşak'ta yaşayan 24 yaşındaki üniversite mezunu erkek katılımcı Facebook'u üye olduğu kitap grupları nedeniyle "mecburiyetten" açık tuttuğunu ancak Facebook'a doğru bilgiye erişmek için güvenmediğini, komplo teorileriyle en çok Facebook'ta karşılaştığını ifade etmiştir:

[Yalan haberleri] en çok Facebook'ta gördüm ben... Facebook'ta özellikle işte bunlar Batı'nın bize oyunları... en çok bunları görüyorum. Özellikle akraba çevremden çok fazla bu. Biz imanımızla (Gülüyor) bu sürecin üzerinden geliriz filan diye daha çok öyle haberler. (Metin, 24)

Anket bulgularına göre, 50 yaş üzeri kişilerin %33'ü Facebook'ta yanlış bilgiyle sık sık karşılaştıklarını belirtmiştir. Derinlemesine görüşmelere katılan 50 yaş üzeri kişilerin genç katılımcılara göre Facebook'tan eriştikleri bilgileri daha az sorguladıkları belirlenmiştir. Manisa'da yaşayan, dünya görüşünü laik, Atatürkçü olarak belirten ilk okul mezunu 50 yaşındaki kadın katılımcı virüs salgınının dünya nüfusunu azaltmak için ortaya çıktığına dair bilgiye Facebook'tan eriştiğini belirtmiştir:

...dünyanın nüfusu yaşlandı, yaşlı bir nüfus çok fazlaştı. Hasta bir nüfus var. Artık birileri bu yaşlı nüfusu ve sağlıksız insanları yok ederek dünyayı daha taze bir şekilde devam ettirmek istiyor. Böylesine bir şey de düşündüm bir ara, yani belki çok mantıksız ama nasıl girdiysem ben de böyle bir şeyin içine girdim. (Hüsna, 50)

Katılımcı Facebook'ta karşılaştığı bu içeriği, mantıksız olma ihtimalini düşünse de kabul etmektedir. Aynı katılımcı Facebook'un doğruluk denetçileri ile iş birliği yaparak uyguladığı yanlış bilginin buzlanmasının da dikkatini çektiğini belirtmiştir:

Facebook'ta bazı içerikler... buzlanmıştı. Bilmiyorum belki sizler de karşılaşmışsınızdır, bilginiz vardır. Sansürlenmiş, üzeri böyle buzlanmış, altta haberi biraz görebiliyoruz, ne haberi olduğunu görebiliyoruz fakat üst buzlanmış ve işte bu teyitçiler tarafından teyit edilmiştir yanlış haber diye... Bu tarz bir şey mantıklı geldi bana. Ne güzel işte bak bu haber yanlışmış, ben hiç doğru mu yanlış mı diye aramayacağım diye... (Hüsna, 50)

Facebook'un yanlış bilgi ile mücadele için geliştirdiği içerik moderasyonu teknikleri Facebook'a mesafeli yaklaşan genç katılımcılarda karşılık bulmaktaysa da platformda eriştikleri bilgileri daha az sorgulayan 50 yaş üzeri katılımcılar tarafından fark edilebilmektedir.

4.3.2. Yanlış Bilgi Tanımları

Covid-19 salgını bağlamında yanlış bilgiyi toplumsal, kültürel, siyasal bağlam içine yerleştirmek ve yanlış bilginin kullanıcılar açısından işlevlerini analiz etmek için öncelikle yanlış bilgi kavramını medya kullanıcılarının gözünden anlamak gerekmektedir. Bu doğrultuda anket katılımcılarına “Yanlış bir bilgiyi/haberi nasıl tanımlarsınız? Nasıl bir bilgi/haber gözünüzde o içeriğin doğruluğundan şüphe ettirir?” şeklinde açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. Derinlemesine görüşmelerde katılımcılara yanlış bilgiyi nasıl tanımladıkları, hangi durumda bir bilginin doğruluğundan şüphe ettikleri sorulmuş, katılımcıların yanlış bilgi tanımları niteliklendirilmiştir. Açık uçlu anket sorusuna verilen yanıtları kodlarken kullanılan dört ana kategori (siyasal, metinsel, tanıdık/sosyal ve kredibilite) görüşmelerdeki yanıtları yorumlarken de kullanılmıştır. Kod kategorileri aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 58. Yanlış bilgi kod kategorileri

Ana Kod Kategorileri	Anahtar kelime örnekleri
Siyasal (Political)	Yanlı/tarafli- Güven- Siyasal/Siyaset- Hükümet- Dünya Görüşü- Kaynak
Tanıdık/Sosyal (Familiar/Social)	Tanıdık/Bildik- Benim Bildiklerim- Takip Edilen- Yakınlarımdan Gelen- Dünya Görüşüm- Kaynak
Metinsel (Textual)	İçerik- Veri- Bilimsel Veri- Görsel- Doğrunun Tekilliği- Tutarlı/çelişkili- Kaynak
Özcül kredibilite (Ethos)	Kaynak- Uzman- Resmi Kurum- Bilimsellik- Mantık

Anket çalışmasında katılımcılar ara kategorilerle birlikte toplamda en çok “metinsel” öğeler üzerinden (bilginin veriye dayanması, kendi içinde tutarlı olması, kaynağının belli ya da görselinin olması gibi) yanlış bilgi tanımlamasında bulunmuşlardır. Metinsel öğelere derinlemesine görüşmelerde de sıklıkla referans verilmiştir. Diğer yandan yanlış bilgi “metinsel,” “tanıdık/sosyal,” “kredibilite” öğeleri üzerinden tanımlanırken dahi “siyasal” öğeler katılımcıların anlatılarında bazen bir arka plan olarak bazen de doğrudan bir referans olarak belirgindir. Yanlış bilgiyi siyasal öğeler üzerinden anlamlandırırken hükümete destek vermeyen ve dünya görüşünü laik, ulusalcı, sosyal demokrat, sosyalist, anarşist, feminist gibi ifadelerle belirten katılımcılar “hükümet yanlısı,” “yandaş,” “ana akım” gibi kavramları sık sık

kullanmıştır. Dünya görüşünü feminist, sosyalist olarak tanımlayan kadın katılımcının sözleri buna bir örnektir:

İktidar yanlısı medya ya da muhalif medya... bunun ayrımı benim için çok çok önemli. Çünkü iktidar medyasının gerçekleri yansıtmadığını düşünüyorum (Işıl, 29).

Hükümete destek vermesinden bağımsız olarak dünya görüşünü dindar, milliyetçi, muhafazakâr, ülkücü, liberal gibi ifadelerle belirten katılımcılar “güven” kavramı ve “vaka sayısı” tartışmaları dolayısıyla enformasyon tanımlamalarını nitelendirmiştir. Kahramanmaraş'ta yaşayan 24 yaşındaki dindar katılımcının sözleri buna örnektir: “Ne kadar bir şüphe ile yaklaşsak ta yine dönüp dolaşıp [Bakanlığın paylaştığı] aynı veri kaynağını kullanıyoruz. Tamam belki yüzde yüz güvenmiyorum ama yüzde yüz asla doğru değildir [de] diyemiyorum” (Esmâ, 24).

Derinlemesine görüşmelerde katılımcıların Covid-19 bağlamında yanlış bilgi tanımları genel anlamda Türkiye'nin kutuplaşmış siyaset ve medya ortamına paralel olarak şekillenmiştir. Haber medyasının şirketlerden oluşan küçük bir ağın elinde toplanması, ana akım medyada gazetecilik prensiplerinin siyasi ve ticari çıkarların gerisine atılması, alternatif mecraların ve onlara talebin yükselmesi üzerinden somutlaşan Türkiye'de medya kutuplaşması haber tüketiminin parçalı, ayrılmış bir yapıya bürünmesine neden olmuştur (Kırdemir 2020). Ayrılmış haber tüketimi, katılımcıların yanlış bilgi tanımlarında “dünya görüşüme uygun,” “benim yapıma ters düşen,” “yandaş medya,” “hükümet medyası,” “benim mantığım” gibi ifadelerin merkezietini açıklamaktadır. Diğer yandan yanlış bilgi, örneğin verilere dayanmaması, kaynağının belli olmaması, görselinin olmaması gibi metinsel öğelerle tanımlandığında dahi siyasal kutuplaşma katılımcıların ifadelerinde bir arka plan olarak görülmektedir. Covid-19 bağlamında farklı şekillerde sık sık gündeme gelen ve yurttaşların salgınla ilgili algı ve deneyimlerini doğrudan etkileyen hasta ve vaka sayısı tartışmaları yanlış ve doğru bilgi tanımlamalarının somutlaştığı konular olmuştur. Katılımcıların hemen hepsi hasta ve vaka sayılarının resmi kurum ve kişilerce şeffaf şekilde açıklanmadığına dair farkındalık belirtmiştir. Dünya görüşünü laik, ulusalcı, sosyal demokrat, sosyalist, anarşist, feminist gibi ifadelerle belirten katılımcılar sayılarla ilgili resmî açıklamaları yanlış bilgi tanımlarının merkezine yerleştirirken, dünya görüşünü dindar, milliyetçi, muhafazakâr, ülkücü, liberal gibi ifadelerle belirten katılımcılar sayıların gerçeği yansıtmadığını düşündüklerinde dahi resmî kurumların açıklamalarına güven atfetmekte ve kamuya verilen bilgilerin eksik ve yanlış olmasını meşru zemine oturtmaktadır. Anket katılımcılarına benzer şekilde, derinlemesine görüşme katılımcıları da enformasyon değerlendirmelerinde verilerin öneminden sıklıkla bahsetmiştir. Ancak kullanıcıların gözünde bilginin doğruluğuna işaret eden veriden kasıt dünya görüşleri üzerinden farklılık göstermektedir.

Ayrıışmış haber tüketimi ve siyasi kutuplaşma üzerinden şekillenen medya ekolojisi, haber kaynaklarının siyaset-basın paralelliğine göre doğru ve yanlış olarak ayrılmasını beraberinde getirmektedir. İstanbul'da yaşayan dünya görüşünü feminist, sosyal demokrat olarak tanımlayan 49 yaşındaki kadın katılımcı şöyle anlatmıştır:

Şahsen okuduğum yazılarda devletten gelenlere ya da [devlete] bağlı kurumlardan gelen haberlere hiç inanasım gelmiyordu. Cumhuriyet gazetesinde okuduklarım ya da Halk TV'de, Fox TV'de gördüklerime daha çok inanasım geliyordu. Ama devlet kurumundan gelen hiçbir habere inanasım gelmiyordu (Helin, 49).

Ayrıışmış haber tüketiminin ve siyasal kutuplaşmanın Covid-19 özelinde yanlış bilgi tanımlarını çerçevesiyor olması katılımcı gözlem yürütülen hanelerde de gözlemlenmiştir. Samsun'da yaşayan Ahmet ve araştırmacı arasında geçen diyalog kutuplaşmış medyanın bireylerin haber değerlendirmesini ve doğru-yanlış ayrımını yönlendiriyor olmasına çarpıcı bir örnektir (Saha notları, 29 Ağustos 2020). Araştırmacı akşamüstü Ahmet ve Meryem ile yürüyüş yaparken salgından konu açmak maksadıyla sosyal medyada gördüğü bir haberden bahsetmiştir. Haberde, Cumhuriyet gazetesinde çalışan gazeteci Seyhan Avşar Covid-19 tedavisi gördüğü, Murat Dilmener Acil Durum Hastanesi'nde verilen birkaç zeytin ve bir küçük parça peynirden oluşan kahvaltının fotoğrafını Twitter hesabından paylaşmış ve verilen menüyü, "İnsanlar bu beslenme ile mi sağlıklarına kavuşacaklar?" notu ile eleştirmiştir. Araştırmacı bu bilgiyi aktarırken henüz yalnızca bir gazetecinin hastanede verilen yetersiz kahvaltayı sosyal medya hesabından paylaştığını söylemesine, gazetecinin ve çalıştığı gazetenin adını vermemesine rağmen Ahmet, "Muhalefetten biri söylemiştir onu" demiştir. Haber Ahmet'e inandırıcı gelmemiştir. Araştırmacı bunun nedenlerini sorduğunda Ahmet bu haber gerçek olsa haberlerde bu iddia ile karşılaşmış olacağını söylemiştir. Ahmet'in haber tüketimi öğle ve akşam olmak üzere günde iki defa Haber7 web sitesinden, akşamları da genellikle TRT Haber üzerinden gerçekleşmektedir. Ahmet'in tüketim tercihleri siyasi görüşlerini temsil etmesinin yanı sıra yetiştirilme tarzı ve dünya görüşüne uygun düşmektedir. Gerçek haberleri kendi takip ettiği kaynaklardan eriştiği bilgiler olarak görmektedir. Bunlara uygun olmayan bilgileri muhalefet kutbundan geliyor diye değerlendirmekte, itibar etmemekte ya da baştan reddetmektedir.

Dünya görüşünü muhafazakâr olarak tanımlayan 34 yaşındaki kadın katılımcı ise izleyicisi olduğu A Haber'e de artık şüpheyle yaklaştığını ve tüm haberlerin abartılı olduğunu söylemiştir.

Tamam mesela A Haber'den seyrettiğim bir şeye de artık bir tereddütle yaklaşıyorum çünkü çok doğru mu değil mi, bu konuda bir tereddüttüm oluyor. Ya da bir Fox'u seyrettiğimde de acaba yüzde yüz doğru mu yoksa sırf eleştirmek için mi yapılıyor gibi bir şey oluyor kafamda. Artık bu yüzden kanal seçiminde bile çok seçici oluyoruz. Zaten televizyonda bunun sıkıntısını yaşamıyoruz ama seyrettiğinde böyle "acaba" oluyor. Hatta belki çoğu haber doğru olmasına rağmen artık içimizde bir inançsızlık oturdu için ya "Ya zaten gerçek değildir" ya da "Abartıyorlardır", "Gerçeği söylemiyorlardır" gibi bir algı ister istemez oluştu (Esmâ, 34).

Haber medyasına ve bir bilgi türü olarak habere güvensizliği bu şekilde örneklendiren Esmâ önünde sonunda doğru bilgi için Sağlık Bakanlığı'nın açıklamalarına başvurmakta ve Bakanlık'tan gelmeyen haberleri yanlış olarak nitelemektedir:

Yanlış bilgi... olur olmaz bir insandan duyduğum söz... veya işte bakanlıktan gelmeyen haberlere çok fazla itibar etmiyorum (Tuğçe, 34).

Pek çok katılımcı salgın sürecinde bir noktada salgınla ilgili doğru bilgi kaynağı olarak Sağlık Bakanlığı'na yöneldiğini, Bakanlık'ın açıklamalarını bir referans olarak gördüğünü ifade etmiştir. Salgının Mart-Haziran ayları arasındaki ilk döneminde sonraki dönemine kıyasla kaynağı resmî kurum ve kişiler olan enfomasyona daha çok güven duyulmuştur. Özellikle Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın açıklamaları salgının ilk döneminde görece doğru kabul edilmiş, dünya görüşü ve siyasal eğilim fark etmeksizin salgının seyri ile ilgili doğru bilgi edinmek için Koca'nın açıklamaları takip edilmiştir. Eylül-Ekim aylarında gerçekleştirilen görüşmeler sırasında katılımcılar salgının ilk dönemini geriye dönük değerlendirmiş, küresel boyutta bir salgının ve bunun getirdiği bilinmezliğin resmi kurum ve kişilerce açıklanan verilere yaklaşımlarını belirlediğini ifade etmiştir. İstanbul'da yaşayan, kendisini dindar olarak ifade eden 44 yaşındaki kadın katılımcı (Nisa, 44) açıklanan verilere güveninin yaz başına kadar sürdüğünü belirtmiştir. Hatay'da yaşayan, anadili Kürtçe olan 34 yaşındaki dindar katılımcı salgının kendi gözünde ayrıştırıcı bir konu olmadığını şöyle vurgulamıştır.

Bir de Covid'de şöyle bir şey var... o kadar da yanlı bakmanız olası değil... [Bizi] taraflara bölecek, ayrıştıracak bir konu değil (Hasibe, 34).

Hasibe, salgının ayrıştırıcı olmayışını o dönem devam eden Azerbaycan-Ermenistan çatışması üzerinden detaylandırmış, haber kaynaklarında bu çatışmaya "açık şekilde milliyetçi bir yerden" bakıldığını "kimlerin çıkarına olduğu bilinmeyen bir savaşa şakşakçılık" yapıldığını ancak salgının "böyle yanlı ya da ayrımcı, ötekileştirici bir dil kullanılabilecek bir konu" olmadığını belirtmiştir. İstanbul'da

yaşayan, anadili Kürtçe olan bir başka dindar, kadın katılımcı salgının ilk döneminde resmî kurumlardan ve haber kaynaklarından gelen bilgileri doğru kabul ettiğini ve başta birleştirici olduğunu varsaydığı salgının siyasal doğasına dair sonradan farkındalık yaşadığını anlatmıştır:

En büyük [mesele], daha önce hiç böyle bir şeyin içinde olmamış olma. Pandemi nasıl yürütülür, bir ülke nasıl bir politika izler, mesela sayıları az veya çok göstermek o ülkeyi...ekonomik, siyasi, sosyolojik, birçok açıdan nasıl etkiler, tahmin edemeyeceğim şeylerdi bunlar. Haberleri yapmanın, yanlış veya doğru bilgi vermenin veya politik davranmanın ne kadar önemli olduğunu bilmiyordum. Yani olduğu gibi yansıtılacağını düşünüyordum. Çünkü bu bir pandemi ve bir ölüm kalım meselesi gibi. Başlarda çok fazla yalan, yanlış bilginin olabileceğini düşündüren bir şey yoktu. Fakat süreçte aslında pandemide bile söylenebilecek şeylerin, yapılabilecek haberlerin arka planda çok fazla sebebinin olabileceğini gördüm. En başta idrak edemediğim şey buydu. Belki bu yüzden [haberlerin, bilgilerin] doğruluğuna inanıyordum (Hale, 29).

Başta salgının birleştirici olduğunu düşünen ve süreç içerisinde bu fikirlerinin değiştiğini ifade eden katılımcıların yanı sıra haberlere ve resmi verilere en baştan itibaren güvenmediğini belirten katılımcılar da olmuştur. İstanbul'da yaşayan, dünya görüşünü komünist olarak ifade eden 29 yaşındaki erkek katılımcı güvensizliğini şöyle açıklamıştır:

[İ]lk günden beri zaten Türkiye'nin bütün çevresinde olup Türkiye'de olmamasından başlayıp, daha sonra kontrol altına aldıklarını söyleyip ikinci dalganın yaşanmadığı söylenip, iste aşçı çalışmalarının yapıldığının söylenmesi... hepsine acı bir tebessümle yaklaştım açıkçası. Zaten en başından beri güvenmiyordum. Yıllardır devletin resmî açıklamalarına güvenmiyorum. O yüzden hiç şaşırmadım. Hani beklentimin altında bile kaldı yaptıkları açıklamalar, o yüzden sakince yaklaştım (Onur, 29).

İzmir'de yaşayan, dünya görüşünü feminist, hümanist olarak tanımlayan 60 yaşındaki CHP seçmeni kadın katılımcı salgın bağlamında resmi kurum ve kişilere enformasyon kaynağı olarak güvensizliğini devlete karşı salgın öncesinden gelen güvensizliği ile açıklamaktadır:

[A]çıkçası Türkiye'de uzun zamandır resmi kanallardan gelen veriler şüpheyle bakıldığı ve hep aksini ispatlayan bazı şeyler ortaya çıktığı için... baştan ön yargılı yaklaşıyorsunuz. Bir yandan güvenmek istiyorsunuz çünkü oradaki veriler daha iyimser, size iyi geliyor. Ama diğer taraftan da

o verilerin doğru olmadığını kanıtlayan... veriler var. Onun için haliyle güvensiz davranıyorsunuz (Nesrin, 60).

Derinlemesine görüşme katılımcılarının dünya görüşü fark etmeksizin hepsi salgın sürecinde bir noktada resmi kurum ve kişilerce açıklanan hasta ve vaka sayılarına şüpheyle yaklaştıklarını belirtmişlerdir. Dünya görüşünü dindar olarak tanımlayan, Kahramanmaraş'ta yaşayan 24 yaşındaki kadın katılımcı Sağlık Bakanlığı'nın paylaştığı verilere dair şüphesini şöyle dile getirmiştir:

...küçük bir ihtimal ama aklımıza geliyor veriler gizleniyor mu gibi bir düşünce ... Ne kadar şüphe ile yaklaşırsak da sanırım yine dönüp dolaşıp aynı veri kaynağını kullanıyoruz. Tamam belki yüzde yüz güvenmiyorum ama yüzde yüz asla doğru değildir de diyemiyorum. Yine... veri kaynağı olarak Sağlık Bakanlığı'nın paylaştığı [verileri görüyorum] (Esmâ, 24).

Bu duruma istisna olan katılımcı Manisa'da yaşayan, dünya görüşünü dindar ve milliyetçi olarak belirten 46 yaşındaki lise mezunu kadın (Melis) katılımcıdır. Melis Fahrettin Koca'nın tüm açıklamalarına Mart ayından beri sarsılmayan bir güven duyduğunu, Bakan'ı "bir baba gibi" gördüğünü belirtmiştir. Sosyal medyada karşılaştığı bir enformasyonu doğru ya da yanlış olarak değerlendirirken verilerin Bakan'ın ağzından çıkan verilere yaslanmasının en önemli kriteri olduğunu belirtmiştir. Melis tüm katılımcılar içinde tek istisnadır.

Laik, Atatürkçü, ulusalcı ve hak savunucusu katılımcılar resmi verilere güven duymadıklarını doğrudan ifade etmektedir. Dünya görüşünü Atatürkçü ve anarşist olarak tanımlayan 54 yaşındaki emekli kadın hemşire salgının güncel boyutunun nedenini resmî kurumların kamuya verdiği yanlış bilgiler olarak görmektedir:

Aslında birinci dalga hız kazandı bana kalırsa. Bu da hükümetin ya da bakanlığın verdiği yalan yanlış bilgilerden oldu, çünkü halk baştan savdı. Ölüm sayıları veya hastalık sayıları saklanınca, abartılıyor, o kadar da değil filan dendi... Bu yalan da hem insanların canına hem ekonomiye bence büyük bir darbe vurdu. Yani [bu] yalanın bu kadar büyük bir sonucu oldu. Çok büyük bir yalandı (Nalan, 54).

Muhafazakâr, dindar ve milliyetçi katılımcılar verilerle ilgili şüphelerini belirtseler de verilerin şeffaf olmamasını farklı şekillerde meşrulaştırmakta, kendi gözlerinden tutarlı bir anlam kurgusu oluşturmaktadırlar. Kars'ta yaşayan 30 yaşındaki dindar katılımcı yetkili mercilerin bilginin doğruluğu

konusunda kendisinde güven tesis ettiğini ve salgınla ilgili bilgileri doğrulamak için Sağlık Bakanlığı'nın verilerine başvurduğunu belirttiikten sonra şöyle devam etmiştir:

Fakat yüzdeler olarak, %100 güveniyorum değil. %90, %80'lere düşüyor bazen. Ama genelde, çoğunlukla güveniyorum yani. Bazen güvenmediğim kısımlar da oluyor... (Arda, 30).

Katılımcı resmî açıklamalara güven konusunda kendi ifadesinde ortaya çıkan çelişkiyi Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın kişiliği üzerinden çözümlenmektedir:

Araştırmacı: Yanlış-doğru ayrımını yaparken sizin için nasıl mekanizmalar çalışıyor? Bir bilginin yanlış olduğunu size düşündüren nedir?

Katılımcı: *...söyleyen kişiye bakıyorum. Hani güvenilir mi, toplumda güvenilir olan bir insan mı? Onların da verileri bazen yanlış oluyor ama genel itibarıyla çabuk ortaya çıkıyor... Bazen hükümet verileri mesela, işte diyorlar ki "1100 vakamız var". Ben Kars'ta yaşıyorum, biliyorum ki 70 vaka sadece Kars'ta var. Türkiye'yi hesaplayınca yanlış olduğu ortaya çıkıyor.*

Araştırmacı: Sizce toplumda güvenilen birilerinin özellikleri neler?

Katılımcı: *Genelde toplum tarafından özellikle sevilen, [toplumun] çoğunluğu tarafından, karşıt görüşlerden de olsa sevilen, saygı duyulan kişiler... Sağlık Bakanı mesela, onun verilerine güveniyorum, özellikle bilgilerine güveniyorum. Bazen verileri yanlış olarak paylaşabiliyorlar. Onu da yani, o kısmını atlıyorum...* (Arda, 30).

Koca'nın toplumun farklı kesimleri tarafından sevilen, güvenilen birisi olması verileri "bazen" yanlış paylaşıyor olsa da katılımcının gözünde bunu "atlanabilecek" bir durum haline getirebilmektedir.

Sayıların şeffaf açıklanmadığına dair şüphe muhafazakâr, dindar ve milliyetçi katılımcılar tarafından, ana akım medya söylemlerine paralel şekilde, devletin yönetmesi gereken başka boyutlar olması üzerinden meşrulaştırılmaktadır. Dünya görüşünü Atatürkçü ve milliyetçi olarak tanımlayan, AKP seçmeni 39 yaşındaki kadın katılımcı resmi olarak açıklanan "vaka sayısının doğruluğuna asla inanmadığını" belirtmiştir. Katılımcı verilerin eksik açıklanmasını "yanlış bir gidişat" olarak nitelese de devlet açısından yapılması gerekenin bu olduğunu eklemiştir:

Sağlık Bakanı'nı tek geçirim, bence [süreci] çok güzel yönetti. Bazı bilgiler eksik paylaşıldı, odur budur, hiç o kısmına girmiyorum, çünkü böyle olması gerekiyor ki böyle oluyor. Bir bildiği vardır devletin başına sağlık bakanı olarak getirildiğine göre... Fahrettin Koca [konunun] her tarafını düşünmek zorunda. Eğitimi düşünmesi gerekiyor, ekonomiyi düşünmesi gerekiyor, Bilim Kurulu'na ters düşmemesi gerekiyor... Herkesi idare etmek zorunda şu anda (Seçil, 39).

Katılımcı Sağlık Bakanlığı'nın açıkladığı verilerin doğru olmadığını düşünmesine rağmen, "devletin bir bildiği vardır," yurttaşların iyiliği için yapılması gerekeni yapıyordur diyerek anlam dünyasında tutarlılık sağlamaktadır. Seçil gibi, Manisa'da yaşayan 40 yaşındaki AKP seçmeni Buse de "sayılarla turizm açısından ya da okullar açısından oynanıyor gibi geliyor ama oynansa da çok fazla oynanmıyor. Hani bunu onla falan çarpın diyorlar ya o yalan mesela" diyerek vaka sayıları değiştirilse de bunun minimal olduğunu ve devletin olması gerekeni yaptığını ifade etmektedir.

Açıklanan resmi sayılara dair şüpheye rağmen resmi kişi ve kurumlara karşı devam eden güvenin meşrulaştırılması Samsun'da katılımcı gözlem yürütülen hanede de not edilmiştir. 26 Ağustos günü Meryem, apartman komşusu Sultan'ı kahve içmek için evinin balkonunda ağırlamaktadır. Meryem, Sultan'a, sabah ayakkabı tamircisine uğrayıp daha önce bıraktığı sandaletleri aldığından bahsetmiş ve tamirciden duyduğu bir bilgiyi iletmiştir. Buna göre bir gün önce Samsun'da iki kişi covid-19 nedeniyle hayatını kaybetmiş, ölen kadının ve belediye meclisinden bir üyenin cenazeleri tamir dükkanına yakın camiden o sabah kaldırılmıştır. Meryem, kelimeleri vurgulayarak, "İki kişi... Bire bir iki kişi duyduk. Çünkü 42 kişiden ikisi..." demiş ve bir elini dirsekten bükülmüş şekilde sallayarak, "Daha kim bilir kaç kişi?.." diye eklemiştir. Bunun üzerine iki kadınla beraber balkonda kahve içen araştırmacı Meryem'e gerçekteki vaka ve ölümlerin açıklanan resmî rakamlardan daha yüksek olduğundan şüphesi olup olmadığını sormuştur. Meryem gerçek ve açıklanan rakamların farklı olabileceğini ifade etmiştir. Ancak bu Bakanlık'ın sadece Türkiye'nin gerçekleri saklamak adına yaptığı bir şey değildir. Meryem'e göre, eğer rakamlar saklanabiliyorsa Türkiye dâhil birçok ülke bu zamana kadar zaten bazı şeyleri saklamıştır. Meryem resmî verilere karşı duyduğu şüpheye rağmen devam eden güvenini "rakamlar saklanıyorsa da her yerde saklanıyor" diyerek meşrulaştırmaktadır.

Katılımcılar yanlış bilgi tanımlamalarında haber ya da bilgi metnine içkin özellikleri sıklıkla ön plana çıkarmışlardır. Metinsel (*textual*) kategori altında kodlanan bu ifadelerde yanlış bilgi, "içinde veri olmayan, tutarlı olmayan, çelişkili, görseli olmayan, abartılı ya da asparagas olan veya hurafelere dayanan" içerikler olarak yer almıştır. Katılımcıların metinsel öğelere verdikleri referanslar çoğu zaman siyasal arka plan üzerinde somutlaşmıştır.

Dünya görüşünü sosyal demokrat olarak tanımlayan, CHP seçmeni 48 yaşındaki lise mezunu kadın katılımcı resmî açıklamalardaki tutarsızlık ve Bilim Kurulu üyelerinin açıklamaları üzerinden örneklendirerek yanlış bilgi tanımlaması yapmıştır:

[R]esmi açıklamaların birbirinden tutarsızlığı... İlk başlarda belki de tutarsızlık çok fazla göze çarpmıyordu ama şimdi... göze çarpıyor. [B]ir yoğunluktan bahsediyorlar, işin ciddiyetinden bahsediyorlar ama ölüm sayılarındaki ya da vaka sayılarındaki tutarsızlıklar... artık bir şeylerin yerine oturmuş olması gerekiyor. Veriler dikkat çekmeye başladı [bu] süreç ile bağlantılı olarak... Bilim Kurulu üyeleri bile kendi aralarında çelişkili ifadelerle konuştukları vakit, onların söylediklerini bu sefer duymamaya başladım. Tutarsızlık hissettiğim yerde ben artık duymamaya başlıyorum. Dolayısıyla tutarlılık, yani konuşulan sözler, uyarılar, kurallar birbirleri ile hep uyumlu olduğu vakit, tutarlı olduğu vakit doğruluk payı yüksek gibi geliyor (Refika, 46).

İstanbul'da yaşayan 34 yaşındaki ilkokul mezunu, muhafazakâr kadın katılımcı bilginin doğruluğunu eşlik eden görsel üzerinden tanımlasa da salgın bağlamında en doğru bilgi olarak Sağlık Bakanlığı'ndan gelen bilgileri düşündüğünü belirtmiştir:

Mesela Pendik TV'de bir fotoğraf paylaşılıyor [ya da] birebir bulduğumuz ilçeden fotoğraf paylaşılıyor. [V]eya bir hastanenin acil servisinin olduğu yerlerden resimler geliyor. O şekilde doğruluğuna daha çok inanıyoruz açıkçası. Bu, herhangi birinin çekmiş olduğunu bir fotoğraf bile olsa az çok inanıyoruz. Ama tabii ki genelde Sağlık Bakanlığında gelen haberlere daha çok itibar ediyoruz (Tuğçe, 34).

Katılımcıların yanlış bilgi tanımlamalarında bir haber metni ve başlığı arasındaki tutarsızlık referans noktasıdır. 48 yaşındaki erkek katılımcı şöyle açıklamıştır:

Mesela "Koronanın aşısı bulundu" gibi manşet atılıyorsa insan şu gözle bakıyor: "Tamam, yırttık bu işten." İlk başta [böyle] düşünüyorsunuz ama içeriğini okuduğunuzda daha aşının birkaç aşaması olduğu, daha bir dünya yol kat edilmesi gerektiği gibi bilgileri, haberin içeriğinde bile buluyorsunuz (Ali, 48, İstanbul).

Ali başlık ve içerik arasındaki tutarsızlığı bir grup mecraya atfetmiş ve bu mecralardan sosyal medyada yayılan içerikleri yanlış bilgi olarak nitelendirmiştir:

Bazı haber mecraları var, “son dakika haber” gibi, çok asparagas görüyorum oralarda. [H]aberin başlığında, örnek veriyorum, Covid-19 değil ama, emeklilere müjde şu kadar para ödenecek gibi [ifadeler görüyorsunuz]. İçeriğini okuduğunuzda hiç alakası olmayan, ödemenin çok dar bir kesime, çok az sayıda insana yapıldığını haberin detayında öğreniyorsunuz bunu. Bu tür sitelerde bir kere böyle bir haber görünce zaten hemen şüphe oluşuyor bende. Zaten doğru kabul etmiyorum bu tür yerleri de. Burada şu amacı seziyorum: Ben bu manşeti atayım, insanlar tıklasınlar, benim tıklanma sayım artsın gibi bir tuzak haber görüyorum burada. O yüzden de bu mecraların ciddiyeti bana pek şey gelmiyor, ciddi gelmiyor bu mecralar bana. Onları zaten çok fazla takip etmiyorum... (Ali, 48, İstanbul).

Başlıkla haber metni arasındaki tutarsızlık katılımcının rutin olarak takip ettiği bir haber kaynağında karşısına çıktığında, kaynağa karşı güvensizlik yaratmaması ya da takip davranışında değişiklik oluşturmaması Samsun'da muhafazakâr bir hanede yürütülen katılımcı gözlem sırasında not edilmiştir. Araştırmacı ve 59 yaşındaki Meryem akşam saatlerinde oturma odasında telefonlarından haber takip etmektedir. Meryem karşılaştığı haberleri sesli olarak okumaya başlamıştır: “8. ve 12. sınıflar 21 Eylül'de yüz yüze eğitime başlıyormuş. Birinci sınıflar da duruma göre başlayabilirmiş. (...) Ece Erken korona yüzünden çocuğunu okula göndermeyecekmış. Onun çocuğu küçük herhalde...” Az sonra heyecanlı bir şekilde, oturduğu yerde doğrulup elini araştırmacıya doğru sallayarak “Bak!” demiş fakat birkaç saniye sonra bu heyecanlı hâli kaybolmuştur: “Ha, bu başka habermiş.” Haber7.com sitesinin ana sayfasındaki bir haber görselinde Türkiye haritasında Karadeniz bölgesinin bir kısmı farklı renkle işaretlenip görselin üstüne “PEŞ PEŞE AÇIKLAMALAR”, “75 İL İÇİN SARI KODLU UYARI” başlıkları eklenince Meryem, bunun koronavirüse dair bir haber olduğunu düşünmüş ve farklı renkle işaretlenen illerden birinin Samsun olması sebebiyle endişe yaşamıştır. Fakat haberin içeriğine göz atınca bu haberin, farklı renkle gösterilen iller dışında tüm Türkiye'de hava sıcaklığının arttığını anlatan bir haber olduğunu görmüştür. Araştırmacı haber sitesinin atılan başlıkta koronavirüs gibi daha mühim bir haber izlenimi verdiğini düşündüğünü söylemiştir. Meryem hak verdiğini gösterir şekilde başını öne arkaya doğru sallamıştır. Araştırmacı bu durumun Meryem'de haber sitesine karşı güvensizlik yaratıp yaratmadığını sormuş ve eklemiştir: “Sonuçta bunu yapan, okunmak için korona haberlerini de çarpıtabilir.” Meryem rutin olarak takip ettiği haber sitesini bu hususta savunmamıştır. Ancak gözlüklerinin üstünden araştırmacıya bakarak omuzlarını silkmiş ve tüm medyayı kast ederek “Hepsi yapıyor” demiştir. Meryem'e göre bu tür yanıltmalar tüm haber sitelerinin yaptığı şeylerdir.

Yanlış bilgi tanımlamalarında “tanıdıkların” kaynaklık ettiği içerikler doğru bilgiyle eş tutulmaktadır. Dünya görüşünü feminist ve hümanist olarak belirten, Ağrı’da yaşayan 25 yaşındaki katılımcı tanıdığı çevreden aldığı bilgilerle resmi kaynaklardan yapılan açıklamaları doğru-yanlış ikiliğine paralel şekilde birbirine karşıt olarak tanımlamıştır:

[T]anıdığım çevreden birileri söyleyince daha çok güveniyorum nedense. Medyaya, bakanların açıklamalarına nedense güvenmiyorum çünkü belki ülke ekonomisi etkilenmesin diye falan böyle şeyler yapıyor olabilirler diye düşünüyorum. Ama tanıdığım kişiler söyleyince ve yaşadıklarını da bildiğim için daha çok inanıyorum. Mesela hastanede çalışan tanıdıklarımın paylaşımları beni daha çok inandırıyor (Tülin, 25).

Sosyal çevrede tanıdık olan sağlık çalışanları anket bulgularına paralel olarak pek çok derinlemesine görüşme katılımcısı tarafından doğru bilginin kaynağı olarak tanımlanmaktadır. İstanbul’da yaşayan 44 yaşındaki dindar kadın katılımcı şöyle belirtmiştir:

Bilim insanlarına güvenmeye çalışıyoruz... Birebir doktor, hemşire komşularımızdan aldığımız bilgi ile hareket etmeye çalışıyoruz (Nisa, 44).

Manisa’da yaşayan 50 yaşındaki Laik kadın katılımcı da benzer şekilde ifade etmiştir:

[İlk] zamanlar her habere inanıyorduk, yani doğru gibi, mantıklı gibi geliyordu fakat daha sonra o kadar çok bu tür haberlerle karşılaşınca artık bu yanlıştır [demeye başladık]. Mesela ben bakıyordum vaka sayısı şu diye bir haber var önümde paylaşım yapılmış fakat yanımdaki sağlıkçı arkadaşarımdan duyuyorum ki, bu Manisa’da mümkün değil olamaz. Çünkü bizim bulunduğumuz yerdeki hastanede üç kat birden Covid’ten kapandı, doldu. Yataklarımız dolu deniyordu. Yani o zaman bu tür şeyleri görerek bu tür haberlerin artık gördüğümde yanlış olduğunu anlıyordum (Hüsna, 50).

Samsun’da yürütülen katılımcı gözlem çalışmasında yakın çevreden sağlık çalışanlarının doğru bilginin kaynağı olarak düşünülmesi not edilmişse de yakın plan bir bakış sağlık çalışanlarının verdiği bilgilerin resmi bilgilerle çelişkili olmasının Sağlık Bakanlığı’na duyulan güveni zedelediğini göstermektedir. Meryem ve Ahmet’in komşusu Sultan Meryem’in evine kahve içmeye geldiğinde sağlık çalışanı olan kızı ve damadından aldığı bilgilerden bahsetmiştir. Sultan salgına dair haberleri ağırlıklı olarak televizyondan takip etmiş muhafazakâr bir kadındır. Sosyal medya için ise “mesafeli bir ilişkimiz var” demektedir. Sağlık Bakanı’nın genel olarak doğru bilgilendirme yaptığını düşünmektedir. Ancak bakanın açıklamalarından

şüpheye düştüğü zamanlar olduğunu belirtmiş, bu zamanlarda sosyal medyayı bilgi edinmek için kullandığını söylemiştir: “Arada (bakanın açıklamaları hakkında) 'acaba mı?' dediğim zamanlarda sosyal medyadan Türk Tabipler Birliği'ne, bir de Bilim Kurulu var, oradaki hocaların da ne söylediğine baktım.” Sultan, Ayasofya'nın cami olarak ibadete açılmasından sonra orada toplanan kalabalığın ardından vaka sayısında artıştan bahsedilmemesinden şüphesini tetikleyen örnek olarak bahsetmiş, bu konuda Türk Tabipler Birliği'nin açıklamalarını da takip ettiğini ama genel olarak Sağlık Bakanlığı'nın açıklamalarını takip ettiğini, inandırıcı bulduğunu söylemiştir. Sultan Ayasofya'nın ibadete açılmasından sonra bakanlık tarafından açıklanan veriler hakkında şüpheye düşmesinin bir nedeni olarak sağlık çalışanı olan kızı ve damadının söylediklerini göstermiştir: “Mesela ben hasta sayısının çoğaldığını düşündüğüm zamanlarda, Ayasofya'nın açılışından sonra, [kızım ve damadım] 'şu anda resmi rakamlara inanmayın, resmi istatistikler doğru değil' dediler.” Ama Sultan'a göre doktor olan kızı ve damadı bunu ancak ailelerine açıklayabilmişlerdir. Sultan, doktorların üzerlerindeki siyasi baskı nedeniyle kamuoyuna açıklama yapsalar görevden el çektirilebileceklerini düşünmektedir. Sultan, doktor olan kızı, damadı ve kardeşinin eşinden öğrendiği kadarıyla bu salgın sürecinde doktorların iyi korunmadığını düşünmektedir. Özellikle salgının başlarında maske, siperlik gibi ekipman konusunda hastanelerde çok sıkıntı yaşandığını öğrenmiştir. Yine salgının ilk zamanlarında kızı ve damadı, maskeleri kendi paralarıyla internette fahiş fiyatlara satın alıp kullanmışlardır. Ancak Sultan Sağlık Bakanlığı'nı genel olarak başarılı bulduğunu yinelemiştir. Bakanlığın insanları salgın konusunda çok iyi bilgilendirdiğini düşünmektedir. İnsanların salgın konusunda dikkatli olmadıklarından yakınmıştır: “İnsanlarımız din-le-mi-yor-lar! Çok güzel anlatıldı, bilgilendirmede bir yanlışlık yok. Gerçekten çok güzel bilgilendirildi insanlar. Ya anlama kabiliyetlerinde bir sıkıntı var ya da dinlemiyorlar.” Sultan, bireylerin sorumsuzluğuna televizyonda gördüğü bir haberden örnek vermiştir: “‘Ölürsem ölürüm' demiş. Geçen gün gene televizyonda vardı, tartışma geçmiş de 'maskeni tak' demiş biri, karşıdaki takmamış. 'Ölürsem ölürüm' demiş, 'Sana ne?' demiş.” Sultan sağlık çalışanı olan kızı ve damadı aracılığıyla eriştiği bilgiyi güven duyduğu resmi kurum ve kişilerden verilen enformasyonla iç içe değerlendirmekte ve oluşan çelişkiyi egemen siyasi retoriğe paralel şekilde yurttaşların tedbirlerle ilgili bireysel sorumsuzluğu üzerinden çözümlenmektedir.

4.3.3. Bilgiyi İşleme Mekanizmaları

Katılımcılara yanlış bilgiyi nasıl tanımladıklarının yanı sıra bir bilginin doğru olup olmadığını anlamak için neler yaparsınız sorusu da yöneltilmiştir. Burada katılımcıların günlüklerine girdikleri belirgin örnekler gündeme gelmiş ve enformasyon değerlendirmelerinde kullanılan etkin bilgi işleme mekanizmaları not edilmiştir. Buna göre birbiriyle iç içe de geçebilen üç temel bilgi işleme mekanizması not edilmiştir: Sosyal çevreden edinilen bilgi üzerinden işlemek, metinden yola çıkarak bilgiyi farklı kaynaklardan kontrol etmek, platform sağlarığı üzerinden bilgiyi işlemek.

Anket bulgularına göre doğruluğundan şüphe edilen bir enformasyonla karşılaşıldığında yakın çevreye danışmak en sık sergilenen davranıştır (%78). Derinlemesine görüşmelerde tüm dünya görüşleri, yaş grupları ve eğitim seviyesinden katılımcılar bilgiyi işledikleri bir mekanizma olarak sosyal çevreleriyle etkileşimlerinden ve tanıdıklarından edindikleri bilgilerden söz etmişlerdir. Pek çok örnekte resmi vaka sayılarının sosyal çevrelerinden edindikleri enformasyonla çelişmesi katılımcıların resmi sayılara güvenini düşüren bir faktördür. İstanbul'da yaşayan dünya görüşünü Atatürkçü, muhafazakâr olarak belirten 34 yaşındaki kadın katılımcı Sağlık Bakanlığı'nın açıklamalarına koşulsuz güven duyduğunu belirtmiş olsa da hastanede çalışan yakınlarından Bakanlık açıklamaları ile çelişen bilgiler almaktadır:

Hastanede çalışan arkadaşlarımız var, onlar bize [söylüyor]. Hiç de gösterildiği gibi değil, hastaneler çok dolu, birçok vaka sayısı hani işte yüz ise elli deniliyor veya işte 10 ise 9 deniliyor ama her yer çok dolu gibi... Yani hastanelerde [yatarken] bile bize uyanan yakınlarımız var. Sizler dikkat edin, insanlardan uzak durun gibi. İster istemez bunları da görüp duyunca, bir de hani, tanıyıp bildiğiniz güvenilir insanlar olunca, ister istemez inanıyoruz yani (Tuğçe, 34).

Katılımcı, Sağlık Bakanlığı verilerini gerek çalışan statüsünde gerekse hasta olarak hastanelerin içinden bilgi veren, tanıyıp güvendiği insanlardan edindiği enformasyon üzerinden "ister istemez" işlemektedir.

İstanbul'da yaşayan, dünya görüşünü feminist, yurtsever olarak niteleyen, anadili Kürtçe olan 24 yaşındaki kadın katılımcı da akrabalarının yaşadığı köyden aldığı haberler üzerinden vaka sayısı bilgisini işlemektedir. Günlüğüne yanlış bilgi olarak girdiği resmi sayıları Mardin'deki sosyal çevresinden gelen bilgilerle örtüşmediği için yanlış olarak değerlendirmiştir:

[G]ünlük vaka sayıları üzerinden gidersem, mesela bizimkilerle konuşunca çoğu zaten Covid testinin pozitif çıktığını söylüyor. Bir gün içinde mesela sadece [bizim] köyden 5-6 kişinin pozitif

çıkıldığını söylüyorlar. Ama [resmi] vaka sayılarına bakınca 17 çıkıyor. Yani sadece Mardin'in bir köyünde 5-6 kişi çıkıyor ama Türkiye genelinde 17 yazıyor. Bu inandırıcı gelmiyor (Şule, 24).

Anadili Kürtçe olan 29 yaşındaki kadın katılımcı benzer şekilde sosyal çevresinden edindiği bilgiler doğrultusunda resmi sayılarla ilgili enformasyonu işlediğini belirtmiştir:

Anadolu'da bir şehirde bir hastanede çalışan yakın arkadaşımın annesi orada bile günlük olarak 200-300 kişi olduğunu söylemişti. [O]rada, o birimde çalışıyorum, diyor. İlk elden, güvenebileceğim insanlar bunlar. Hep şeyi düşünüyordum, eğer böyleyse Türkiye genelinde 1500 vaka nasıl oluyor? Hani orası küçük sayılabilecek bir yer gibi düşünüyordum. O yüzden o haberi gördüğümde tamam, evet buymuş sebebi dedim. Zaten en başından beri benim verilen sayılara inanmam çok mümkün değildi, şüphelerle yaklaşıyordum (Hale, 29).

Hasta ve vaka sayısı arasındaki ayrımın kamuya yansıdığı günlerde gerçekleştirilen bu görüşmede katılımcı sosyal çevresinden edindiği bilgiler dolayısıyla geriye dönük olarak Bakanlık verilerini düşünmüştür.

Manisa'da yaşayan, dünya görüşünü ülkücü, İslamcı olarak belirten, İYİ Parti seçmeni 36 yaşındaki kadın katılımcı yukarıdakiler ve taban arasında bilginin otantikliği üzerinden inşa olan bir hiyerarşiden bahsetmektedir:

Şimdi şöyle, biz taban oluyoruz doğal olarak toplumun merkezindeyiz. Yaşıyoruz, görüyoruz... E şimdi üst bölgedeki, tavandaki [...] yöneticilerin verdiği rakamların ya da onların verdiği herhangi bir haberin [...] Mesela Turgutlu'da, Turgutlu Devlet Hastanesi'nde olanlar bitenler... Hepimizin [orada] çalışan bir tanıdığı, bir eşi dostu var... Haberleri kıyaslıyoruz yani genel yukarıdan verilen haberlerle, haber her ne olursa olsun, tabandaki yani halkın verdiği sonuçlar hiçbir şekilde birbirini tutmuyor. Tutmadığı için de doğal olarak zaten bu bir güven kaybettiriyor (Hande, 36)

Metinden yola çıkarak bilgiyi farklı enformasyon kaynaklarından kontrol etmek bir diğer bilgi işleme mekanizmasıdır. Mevzu bahis metnin kaynağından farklı enformasyon kaynakları genel olarak kullanıcıların medya ekosistemlerinde temasta oldukları kaynaklardır.

29 yaşındaki komünist katılımcı farklı kaynaklar kullanarak bilgiyi işlediğini kelle paça içmenin hastalığa iyi geldiği iddiası üzerinden örneklendirmektedir:

Kelle paça içmek Covid'e iyi geliyor. Bunu... Türk Tabipler Birliği'nin açıklamaları daha sonra diğer diğer siyasi görüşüme yakın haber kaynaklarının açıklamaları, bazen köşe yazıları, röportajlar... Bunlara istinaden bir paylaşım varsa onları okuyorum. Zaten şöyle bir yaklaşımım var genelde yani bilimsel bir veriye dayanmıyorsa, bir araştırmaya dayanmıyorsa o haber benim için soru işaretidir ve düşünülmesi gereken bir şeydir. Ki bir de belki önyargı da olabilir bu tabii, paylaşan insanların diğer paylaşımlarına da bakıyorum (Onur, 29).

İYİ Parti seçmeni olan ülkücü, İslamcı katılımcı enformasyon kaynağını haber ekosisteminde iktidar mekanizmaları ile kurduğu ilişki üzerinden değerlendirdiğini belirtmiştir:

[Kıyaslama yaparken] haberi aldığım kaynakları daha çok önemsiyorum. Bu kaynaklar baskı altında olan kaynaklar mıdır? Yani, yani üst kademeye şirinlik yapıp da halka bu şekilde [bilgi] vermeye çalışan bir kaynak mıdır? Yoksa kendi özgür iradesiyle yalanı yanlış olduğu gibi verebilme çabası içerisinde olan bir kaynak mıdır? (Hande, 36).

Kars'ta yaşayan 30 yaşındaki liberal katılımcı enformasyonu resmi bilgi kaynakları ve uzun süredir takip edip güvendiği kaynaklar üzerinden işlediğini belirtmiştir:

Bazen valilik hesaplarına bakıyorum. Özellikle bazı şeyler var, hesaplar var, tanıdığım, tanıdığım demeyeyim de uzun süredir takip ettiğim. İşini ciddiyetle yapan kişilere bakıyorum. İnternette bakıyorum açıkçası, uydurma mı değil mi çok çabuk ortaya çıkıyor. Genelde valiliklerin açıklamalarına, şuna buna bakıyorum. "Böyle değilmiş" diyorum veya... (Arda, 30).

34 yaşındaki muhafazakâr kadın katılımcı farklı kaynaklara Google arama motoru üzerinden eriştiğini ifade etmiştir:

Google'ı açtığımda birkaç tanesine bakarım. Birkaç tane haber kanalına veya nasıl liste önüme geliyorsa ona bakarım. Hepsine ayrı ayrı bakarım. Hangisi daha ağır basıyorsa, hangisi daha mantığa yatıyorsa, hangisinin doğruluk oranı ağır basıyorsa, hani beyinsel olarak o zaman ona göre hareket ederim herhalde (Tuğçe, 34).

Katılımcı arama motorundan önüne gelen kaynakları doğruluğu ağır basanlar ve ağır basmayanlar olarak sınıflandırmakta ve kendisine yakın gelen, mantığına yatan kaynakları doğru kabul ederek enformasyon değerlendirmesi yapmaktadır.

Katılımcıların enformasyon işleme mekanizmaları arasında sosyal medya ağlarındaki etkileşimin ve platformların sağlamlığının öne çıktığı görülmektedir. Aşağıdaki katılımcılar bir haberin ya da bilginin altındaki yorumlara bakarak enformasyonun doğru olup olmadığını anlamaya çalıştıklarını belirtmiştir.

[H]aberin altındaki yorumları okumaya başlamıştım. Yorumlarda bir yerde mutlaka bu haber yalan haberdir işte bak şu link doğrudur falan diye karşıma geliyor (Hüsna, 50).

[D]oktorların birkaç paylaşımını gördüm, o doktorların diğer paylaşımlarına geriye doğru gider bir bakarım. Altındaki yorumlara bakarım. Yorumlarda başka doktorlar onu çürütecek bir şey veriyse, o zaman bir soru işareti olur (Nalan, 54).

[B]en altta genelde yorumlara bakıyorum, adamlar yazıyor... Yorumlarda gösteriyorlar, işte bu görüntü daha önce İran'da çekilmiş falan diyorlardı. Orada mesela, "Haaa... Anladım" diyordum yani. Yorumların çoğu "Bu uydurma" diyorsa ben de "Evet, bu uydurmadır" diyorum açıkçası (Arda, 30).

Aşağıdaki katılımcılar için bir hesabın takipçi sayısı hesaptan yayılan bilginin doğruluğunu göstermemekte hatta şaibeli olduğuna işaret edebilmektedir.

Takipçi sayısının çok fazla olması beni her zaman biraz daha düşünmeye yöneltiyor. Çünkü Türkiye'de popülist yaklaşmadığın sürece takipçi sayısının çok artacağını düşünmüyorum. Gerçekçi yaklaşırsan takipçi sayısı çok daha az olacaktır. İnsanların hoşuna gitmiyor çünkü gerçekçi yaklaşımlar. O yüzden takipçi sayısı çoksa ben biraz daha ikircikli bakıyorum (Onur, 29).

Mavi tikliler sanırım en çok etkileşim alan ve takipçisi olanlar. Ama çok saçma sapan paylaşımları olan mavi tiklileri bildiğim için açıkçası ona bakmıyorum. Daha popüler hesaplar [olduklarını] düşünüyorum, hatta belki onlara karşı önyargılı bile olabilirim (Hasibe, 35).

Platformların Covid-19 bağlamında kullanıma soktuğu yanlış ya da şüpheli bilgileri işaretleme gibi içerik moderasyonu yöntemleri ya da yanlış haberlerin yayılımını azaltmaya yönelik sürtünme mekanizmaları

katılımcılar tarafından gündeme getirilmemiştir. Bir istisna Manisa’da yaşayan 50 yaşındaki Hüsna’dır. Facebook’un yanıltıcı ve yanlış içerikleri işaretliyor olması Hüsna’nın dikkatini olumlu bir uygulama olarak çekmiştir. Hüsna virüsün Çin’de laboratuvar ortamında üretildiği ve yaşlı nüfustan kurtulmak için dünyaya yayıldığı gibi yanlış bilgilere Facebook ve WhatsApp üzerinden eriştiğini de ifade etmiştir.

4.3.4. Yanlış Bilgi Karşısında Davranışlar

Derinlemesine görüşme katılımcılarına Covid-19 ile ilgili haber ve bilgileri sosyal medya platformlarında ya da mobil mesajlaşma uygulamaları aracılığı ile paylaşım pratikleri sorulmuştur. Medya günlüklerinde “yaptığınız paylaşım” sorusuna 164 cevap alınmıştır. Günlükte WhatsApp paylaşımları ayrı bir soru olarak sorulmuştur. 28 günlük girişinde WhatsApp paylaşımları not edilmiştir. Derinlemesine görüşmelerde ise paylaşım kod grubu altında en fazla alıntılanan kod WhatsApp paylaşımı olmuştur. Görüşmelerde katılımcılara WhatsApp üzerinden salgınla ilgili paylaşım yapıp yapmadıkları, yaptıkları paylaşımları kimlerle yaptıkları, ne tarz içerikler paylaştıkları ve hangi motivasyonlarla paylaşımında buldukları soruları yöneltilmiş, verilen cevaplar günlük örnekleri üzerinden detaylandırılmıştır. WhatsApp, sağlığı ve Türkiye’de ve dünyada yüksek kullanım oranı itibariyle mezenformasyonun yayılımını anlamak için önemli bir iletişim kanalıdır. WhatsApp’ta mesaj içerikleri uçtan uça şifreli olarak iletilmektedir. Hesaplar mobil telefon numaralarına ilintilidir. İletişim, bireysel ya da 254 kişiye kadar genişleyebilen grup sohbetleri üzerinden gerçekleştirilir. Katılımcıların WhatsApp üzerinden çevrim içi iletişimlerini tasvir ederken kullandıkları ifadeler uygulamanın sağlığı bağlamında anlamlıdır. Bir katılımcının WhatsApp’ta ailesi, yakın çevresi ve arkadaşlarıyla “görüştüğünü” ifade etmesi dikkat çekicidir. Katılımcı uygulamaya dair sağlık tahayyülünü yüz yüze ve senkron iletişim enstantaneleri için kullanılan “görüşme” ifadesi üzerinden açık etmiştir. WhatsApp artan şekilde haber erişimi için kullanılan bir mecra haline gelmiştir (Newman vd., 2020). Diğer yandan, sağlığı itibariyle WhatsApp araştırmacılar için gözlemlenmesi zor bir iletişim alanıdır. Derinlemesine görüşmeler WhatsApp üzerinden yayılan enformasyona dair kritik bir iç görü sağlamaktadır.

Katılımcılar salgının ilk döneminde daha yoğun gerçekleşen bilgi arayışı ve erişimine paralel olarak mecra fark etmeksizin bu dönemde daha sık paylaşım yaptıklarını belirtmiştir. Salgına dair bilinmezliklerin yoğun olduğu ilk aylarda kullanıcıların sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla olan biteni anlamlandırma çabası içerisine girmesi doğaldır. Buna paralel olarak mart, nisan ve mayıs aylarında mezenformasyonun yayılımı yoğun olmuştur (Teyit, 2020). Aynı şekilde katılımcıların büyük bir kısmı mayıs sonrasında gelen “normalleşmeler” ile beraber paylaşım sıklıklarının da azaldığını belirtmiştir. 36 yaşındaki, İYİ Parti seçmeni kadın katılımcı salgının ilk dönemlerindeki WhatsApp paylaşımlarını mezenformasyonun yoğun olması farkındalığıyla geriye dönük olarak değerlendirmektedir:

İlk aylarda... yalan yanlış bir sürü haberler... İşte Türk kanı, Türk geni hastalığa geçit vermez... Yok işte yediklerimiz içtiklerimiz. Hatta bununla ilgili benim de düşüncem vardı. Yani aslında yurt dışında ya da diğer ülkelerde daha çok böyle hazır yiyecekler tüketiyorlar, biz daha böyle homidi gırtlak konumundayız. Ben de WhatsApp'ta çok paylaştım bunu mesela ilk zamanlarda... Şimdi böyle düşününce, bazıları eksik yanlış olabiliyor yani aslında (Hande, 36).

Pek çok katılımcı gibi Hande'nin de WhatsApp üzerinden etkileşimde olduğu sosyal gruplar çeşitlidir. Bire bir iletişimin yanı sıra Hande çok sayıda arkadaş ve akraba grubuna dahildir. Hande dahil olduğu geniş grupların heterojen gruplar olduğunu ifade etmiştir:

...yakın arkadaş grubum çok az kişiden oluşuyor ama büyük arkadaş gruplarım da var. Farklı çalışma arkadaşlarımızdan da oluşuyor bazıları. Aile gruplarımız var bu arada. İşte kuzenler grubum var mesela, yirmi beş, otuz kişilik. Ya da işte babamın kuzenleri falan var. Onların da grupları var onlara da alıyorlar beni. Böyle çok yönlü biri olduğum için bir sürü grubun içindeyim... O yüzden de zaten çok fazla haber alma şansımız oluyor, her görüşten, her durumdan, her düşünceden. İyi ya da kötü kendimize göre paylaşımlar görüyoruz evet (Hande, 36).

Katılımcıların paylaşımlarıyla ilgili günlüklerinde gerçekleştirdikleri 164 girişin %70'i aile/akraba ve arkadaşlarıyla yaptıkları paylaşımlardır. Derinlemesine görüşmelerde katılımcıların aile/akraba ve arkadaşlarıyla en çok WhatsApp dolayısıyla çevrim içi iletişim kurdukları tespit edilmiştir. Covid-19 bağlamında gruplarda paylaşımı yapılan ve katılımcıların görüşmelerde söz ettiği içerikler iki ana başlıkta toplanmaktadır: Koronavirüsten korunmak için beslenme, hijyen, mesafe tedbirleri ve vaka sayıları. Bunların yanı sıra virüsün kökenine (5G teknolojisi) ve aşı çalışmalarına (aşıyla çip takılacak olması) dair problematik enformasyon WhatsApp gruplarında dolaşıma girmektedir. 50 yaşındaki Hüsna daha sonra sorgulasa da salgının başında inandığı virüsün dünyanın yaşlı nüfusunu yok etmek için insan eliyle üretildiği gibi komplo teorilerini Facebook'ta görmüş, bu içerikler kendisine ayrıca WhatsApp arkadaş gruplarından gönderilmiştir:

İşte yaşlı nüfus çok fazlaştı. Hasta bir nüfus var. Artık birileri bu yaşlı nüfusu ve sağlıksız, insanları yok ederek bir şekilde dünyayı yeniden daha bir taze bir şekilde devam ettirmek istiyor gibi. Böylesine bir şey de düşündüm bir ara yani belki çok mantıksız ama nasıl girdiysem ben de böyle bir şeyin içine girdim. Genelde Facebook üzerinden veya Whatsapp'tan arkadaşlar bak işte bu böyle böyle, bu bir plandır, işte böyle böyle bir şeydir falan diye [gönderdiler] (Hüsna, 50).

36 yaşındaki İYİ Parti seçmeni üniversite mezunu Hande de üst üste aynı metinlerin, güvendiği kişilerden gelmesi sonucunda virüsün insan eliyle laboratuvarda yapıldığına inandığını söylemiştir:

O kadar böyle ve aynı şeyler gelince ya da paylaşımlardan böyle güvendiğim kişilerin paylaşımları... Çin'deki vakalarla ilgili oradan kaçan bir doktorun işte Amerika'ya sığındığı, işte onun verdiği demeçler falan. Yani (virüsün) tamamen kurgu olduğu ve hani ülkeler bunu kendi demek ki vatandaşlarına ve de diğer vatandaşlara demek ki bu zulmü görebiliyorlar ki, demek ki bazı şeyler göze alındı ki bu savaşta da her şey mubahtır deyip bunu onayladılar demek ki ve yayılmasına da şimdi... Onunla ilgili haberleri ben bir Facebook'tan görmüştüm bir de WhatsApp grubundan görmüştüm yine aynı şekilde. Hatta birkaç gün arayla böyle şey yaptım, yani dedim ki neden doğru olmasın ki? (Hande, 36)

61 yaşındaki CHP seçmeni üniversite mezunu Rasim de koronavirüsün insan eliyle üretildiğine dair içeriği Almanya'da yaşayan kuzeninin kendisine gönderdiğini, teoriyi Facebook ve WhatsApp'ta da gördüğünü, sonrasında da kendi arkadaş grubuyla paylaştığını ifade etmiştir:

Mesela şöyle söyleyeyim şu an mesela belli olamayan açısından daha önce yazdığım da vardır. 5G teknolojisini unutturmak için veya arka planda kalmasını sağlamak için şey var. 5G mevzusu ile belki insanların kontrolü daha fazla olacak. Efendim işte etkilenmeleri daha fazla olacak... Şu anda o sistem kuruluyor öyle söyleyeyim başta Çin'de. Çin'de zaten başladı. İkinci plana atmak için bu korona hatta insan eliyle çıkarıldığı yönünde işte Çinli bir bayan doktorun, Amerika'ya iltica eden bir bayan doktorun bir... yani bu yarasalardan değil normal insan eliyle çıkarılmış, yaygınlaştırılmış bir uygulama, beyanı var. Ha ne kadar doğrudur onu zaten zaman gösterecek veya biraz daha netleşecek durum o zaman ortaya çıkacak (Rasim, 61).

Problematik enformasyonun paylaşımı salgının ilk döneminde sonraki dönemine göre daha yoğun olarak yapılmıştır. İstanbul'da yaşayan 29 yaşındaki üniversite mezunu erkek katılımcı WhatsApp akraba gruplarında paylaşılan beslenme hakkındaki içeriklerin salgının seyriyle gösterdiği değişimi şu şekilde ifade etmiştir:

(İlk aylardan sonra) şunu yiyoruz, bunu içiyoruz gibi paylaşımlar yapılmaya başlandı... Limon suyu iyi geliyormuş, iste Karadut şurubu çok iyiymiş diye. Bunların hepsinin sonunda ikna olduk hep beraber diyeyim yani bağışıklık için evet önemli olduğuna ama hastalığı yani Covid-19'a karşı

korumadığı ama direncimizin yüksek tutulması gerektiğine dair böyle bir ortak noktada ikna olduktan sonra haber paylaşımlarını çok şükür ki bitirdik (Onur, 29).

Manisa'da yaşayan 40 yaşındaki kadın katılımcı beslenme ve hijyenle ilgili devam eden WhatsApp grup paylaşımlarını ve günlük hayatta bu önerileri uyguluyor oluşunu şöyle anlatmıştır:

Aile gruplarında çok atıyoruz birbirimize ve her duyduğumuzu da yalan değil yani alıyoruz. (Gülüyor). C vitamini, D vitamini, meyve, turşu, ne aklınıza gelirse. Dezenfektan. Dezenfektanı çok araştırdım. En güzel bir marka buldum. İnanıyorum yani koruduğuna. Onu kullanıyorum... Zaten normalde de hani birbirimize bir şey duyduğumuzda bir marka duyduğumuzda hani ailemle olsun birbirimizle Instagram'dan ya da WhatsApptan ya da telefonla. Hep beraber aldık, aldığımız şeyleri genelde (Buse, 40).

İstanbul'da yaşayan, üniversite mezunu 33 yaşındaki Kürt katılımcı salgının ilk döneminde gruplarda paylaştığı tedbir önerilerini "kamu spotu" olarak nitelemiştir:

Ya da ilk başlarda şey vardı, maske kullanımı ile alakalı, sosyal mesafe ile alakalı, daha çok kamu spotu olabilecek şeyleri WhatsApp'tan ya da mesaj üzerinden, başka uygulamalar üzerinden paylaştığımı hatırlıyorum (Mahmut, 33)

WhatsApp üzerinden dolaşıma giren vaka sayısı ile alakalı içerikler çoğunlukla kişilerin yaşadıkları şehir ve ilçeler üzerinden gerçekleşmiştir:

Arkadaşlarımla konuşuyordum WhatsApp'tan. Üniversiteden arkadaşlarımla... bunun dışında bir lise arkadaşlarımla... Mesela orada herkes farklı şehirlerdeydi. Ben sonuçta Doğubeyazıt'tayım, bir arkadaşım İstanbul'daydı, bir arkadaşım Denizli'deydi. Bu şekilde herkes şehrindeki vaka sayılarını... söylüyordu. Bu şekilde başka şehirlerde gidişatın nasıl olduğu hakkında konuşuyorduk (Tülin, 25).

...Turgutlu Manisa'ya bağlı bir ilçe. Manisa çok çok daha büyük ama işte Turgutlu'daki vaka sayısının Manisa'nın on katı olduğuna dair bir haber okuduğumda onun linkini kopyalayıp kendi aile grubuma attım mesela. Hani bu şekilde kendi gördüğüm işte haberleri link ya da ekran görüntüsü yoluyla da en yakınlarıma atıyorum. Kendim de atıyorum, onlardan da bu tarz şeyler alıyorum evet (Fatma, 29).

WhatsApp grupları kullanıcılar arasında vaka sayılarına dair müzakerenin de gerçekleştiği iletişim ortamları olmuştur:

Vaka sayısı, hemen her günkü tabloyu neredeyse ilk bir ay ya da iki ay sürekli olarak yakın arkadaşlarımla veya ailemle paylaşıyordum. Veya onlar atıyordu. Ve her gün o haberin yapıldığı ilk dakikalar veya ilk bir saat içinde bu haber mutlaka paylaştığım bir haber oluyordu. Yorumluyorduk, daha iyiye, daha kötüye gittiğine dair, vesaire (Hale, 29).

WhatsApp *polimedya* kuramının sahada somutlaştığı bir mecradır. Kullanıcılar aile, arkadaş ve sosyal çevreleriyle WhatsApp üzerinden enformasyon paylaşımında bulunurken farklı medyalar ve yüz yüze iletişim arasında gidip gelmekte ve sağlıklar tahayyülleri ve sosyal değerlendirmeleri doğrultusunda tercihlerde bulunmakta, hareket etmektedirler. İstanbul'da yaşayan, emekli hemşire olan 54 yaşındaki kadın katılımcı enformasyon dolaşımı sırasında platformlar ve uygulama arasındaki geçişkenliği ve tercihleri şöyle değerlendirmektedir:

WhatsApp'tan, eğer bir yerde görmüşsek ki arkadaşlarım genelde Facebook takip ederler, onların Twitter'ları yok, onlar ya da yurt dışındaki kuzenlerim WhatsApp gruplarına Facebook'tan gördükleri haberleri koyuyorlar... Gazetelerden veya televizyonlardan veya yine Facebook'tan. WhatsApp'tan bana onları yolluyorlar. Eğer ben de inandırıcı bulursam WhatsApp grubumdaki diğer arkadaşlarıma, bana paylaşım geldiğinde onları da öbür gruplara paylaşıyordum. Ne gibi haberler bunlar? İşte İzmir'de şu kadar vaka varmış, bu kadar kişi ölmüş ama yayınlanan bugünkü açıklamada buydu gibi... (Nalan, 54).

Ağustos ve Eylül aylarında 4 hafta boyunca katılımcı gözlem yürütülen hanelerde katılımcıların WhatsApp paylaşımları, *polimedya* ortamındaki tercihleri, takipçi tahayyülleri ve ona mukabil geliştirdikleri iletişim stratejileri üzerinden gözlemlenmiştir. Manisa Turgutlu'da kaydedilen örnekte WhatsApp üzerinden iletişimin yüz yüze, çevrim dışı iletişim olaylarıyla iç içe geçmesi ve enformasyon paylaşımının sosyal işlevleri gözlemlenmiştir. Leyla'nın kardeşi Nalan ve eşi Serhan'ın evlerinin bahçesinde geniş ailenin katılımıyla düzenlenen kutlama yemeğinde Hayri ve Leyla da bulunmaktadır. Ağaçlarla dolu bahçenin tam ortasında uzunca bir masa kurulmuştur. Çeşitli yemeklerin olduğu masada aile grubu oturmaktadır. Gruba en son katılan Rüya'nın eşi Serkan elinde taşıdığı siyah poşetle bahçeye gelmiş ve şişeleri masanın ortasına koyarken gülerken "Size koronanın ilacını getirdim" demiştir. "Dalga geçme benimle!" diyerek kaşları çatık fakat gülümser bir vaziyette damadı Serhan'a çıkmıştır. Serkan gün içinde Hayri'nin kendisine alkolün koronavirüse yakalanmayı engellediğini anlatan bir içeriği WhatsApp'tan

gönderdiğini anlatmıştır. Serkan mesajda bir görselin olduğunu ve görselde bilim insanlarının yaptıkları araştırmalar sonucunda rakının koronavirüse karşı koruyucu özellik taşıdığına öne sürüldüğünü dile getirmiştir. Serkan kayınpederinin içmek için bahane aradığını söylemiş ve Hayri ile şakalaşmaya devam etmiştir. Covid-19 ile ilgili WhatsApp'tan paylaşılan mezenformatif bir içerik çevrim dışı iletişimde katılımcılar arasındaki sosyal ilişki üzerinden şakalaşmaya konu olmuştur.

WhatsApp ile karşılaştırıldığında Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformlarında paylaşım yapan katılımcıların sayısı düşüktür. Sosyal medyada Covid-19 ile ilgili içerik paylaşan katılımcılar arasında 50 yaş üzeri katılımcıların daha çok Facebook'ta, 50 yaş altı katılımcıların ise ağırlıklı olarak Instagram'da paylaşım yaptığı görülmektedir. Twitter'da paylaşım yaptığını söyleyen grup yaş olarak heterojendir. Twitter'da Covid-19 hakkında paylaşım yapan katılımcılar arasında dindar, muhafazakâr katılımcı bulunmamaktadır. Twitter'da paylaşım yapan katılımcıların tamamı bu paylaşımları retweet ya da beğeni olarak yapmışlardır. Paylaşılan içerikler uzmanların değerlendirmeleri ile kan, plazma vb. bağış çağrılarıdır:

Retweet yapıyorum... [B]enim takip ettiğim insanlar da takip ettiğim insanları takip ettikleri için onların zaten bunlardan haberi oluyordur... [Ben] sadece takip ediyorum retweet yapıyorum, beğeni yapıyorum (Nermin, 62).

Twitter'da hocaların dediklerinden mesela Ankara'da sayılar çok arttı, Ankara Wuhan falan gibi şeyleri retweet ediyordum (İdil, 49, İstanbul).

Haber paylaşımı noktasında çok aktif olduğumu söyleyemem... sadece işte sosyal çevremde plazma ihtiyacı olan ya da birtakım meslektaşlarımla yakınlarının ihtiyacı olduğu kan grubu şu olan kişiye plazma, iyileşmiş on dört günlük karantina süreci bitmiş birinden plazma ihtiyacı ya da kan ihtiyacı vardır tarzındaki haberleri [paylaştım] ama işte koronanın günlük seyriyle alakalı ya da ona dair haberlerle ilgili bir paylaşım yapmadım bu zamana kadar (Fatma, 29).

Fatma salgının seyriyle ve vaka sayılarıyla ilgili paylaşımları WhatsApp'tan yapmaktadır. Twitter'dan ise sosyal sorumluluk olarak nitelendirdiği bağış çağrılarını paylaşmaktadır. Twitter'ın açık bir platform olması, WhatsApp'ın kapalı ve görece özel bir mecra olması pek çok katılımcı için mecralarda paylaşılacak konuların tasnifine neden olmaktadır. Kullanıcıların platformlarla ilgili sağlık tahayyülü paylaşımlarının niteliğini de etkilemektedir. 2019 yılında yerel seçimler öncesinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, sosyal medya kullanıcıları müzakereye olduğu kadar gözetime ve siyasi tartışmalara

da açık olan Twitter gibi platformlarda paylaştıkları konuları dikkatle seçmektedir. Bu konular daha çok kapsayıcı, herkesi ilgilendirecek konular arasından seçilmektedir (Koçer & Bozdağ, 2020). Covid-19 bağlamında vaka sayıları, salgının seyri, sağlık hizmetleri gibi konuların siyasallaşmış olması, sosyal platformlarda siyasi tartışmalardan kaçınan kullanıcıların bu konuları WhatsApp mecrasına taşımalarına neden olmuştur.

Sağlarlık tahayyülü katılımcıların platformlar arasındaki anlık geçişlerini de etkilemektedir. Manisa Turgutlu'da yaşayan Leyla ve Hayri İstanbul'a seyahat etmişlerdir. Leyla telefonundaki HES (Hayat Eve Sığar) uygulamasından İstanbul'da bulunduğu bölgeyi niteleyen "çok Yüksek Riskli" yazısını araştırmacıya göstermektedir. Araştırmacı, uygulamaya neden girdiğini sorduğunda Leyla arkadaşlarının merak ettiğini söylemiş, uygulama içinde "çok yüksek riskli" yazısının ekran görüntüsünü alıp WhatsApp'taki arkadaş grubuna iletmiştir. Arkadaşlarına WhatsApp aracılığıyla iletildiği ekran görüntüsünü az sonra Instagram hesabında hikâye olarak paylaşmıştır. Nedenini soran araştırmacıya Turgutlu'daki takipçilerinin Covid-19 olayının ciddiyetini kavramaları için paylaşımda bulunduğunu öne sürmüştür. Uygulamalar arası tercihi ise kolaylığın etkili olduğunu ileten katılımcı Instagram'la fotoğraf paylaşmanın Facebook'tan daha kolay olduğunu düşündüğü için paylaşımını buradan gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

WhatsApp'ta veya sosyal medya platformlarında Covid-19 ile ilgili haber ve bilgileri dolaşıma sokan katılımcılar için paylaşım motivasyonları nelerdir? Bu soruya verilen cevaplar çeşitli olmakla beraber bilgilendirmek, uyarmak, korumak ve sosyalleşmek başlıklarının önce çıktığı gözlemlenmiştir. Serkan'ın şakalaşmak için Hayri'ye alkolün koronavirüsten koruduğuna dair bilgiyi göndermesi sosyalleşme motivasyonuna bir örnektir. 36 yaşındaki Hande de sosyalleşme motivasyonu ile paylaştığı içerikleri "İşin aslı bazen espriye dönük yönleri de paylaştım. Yani zaten ağır bir süreç en azından biraz daha böyle eğlence babında..." şeklinde ifade etmiştir.

50 yaşındaki ilk okul mezunu CHP seçmeni kadın katılımcı arkadaş çevresiyle yaptığı paylaşımların nedenini bilgilendirmek, haber vermek, korumak olarak açıklamıştır. 40 yaşındaki AKP seçmeni lise mezunu kadın katılımcı da çevresine bilgi vermek amacıyla paylaşım yapmaktadır:

Koruduğuna inandığım şeyleri [paylaşıyorum]... Bağışıklığımızı kuvvetlendirmemiz önemli. E benim kendi kullandığım şeyi ya da içtiğim şeyi, beni koruyan şeyi başkasına niye bilgilendirmeyim yani? (Buse, 40).

Erkek katılımcılar paylaşım motivasyonlarını bilgilendirmek, uyarmak, yönlendirmek ifadeleriyle açıklamaktadır. 57 yaşındaki üniversite mezunu erkek katılımcı buna örnektir:

...çevreme, arkadaşlarıma, aileme veya akrabalarımıza. [O]nları uyarmak adına, yayılması için. Yani o kişiyi belki de kamçılacaktır... O açıdan yapıyorum... (Samet, 57).

Kadın katılımcılar paylaşım motivasyonlarını daha çok rahatlatmak, destek olmak, korumak olarak ifade etmiştir. 48 yaşındaki lise mezunu kadın katılımcı bir örnektir:

Nasıl ben de bir kafa karışıklığı olabiliyorsa çevrendeki insanların da o karışıklığı yaşadığını biliyorum, duyuyorum. Ben böyle benim gözüme, yüzüme çarpan bir haber olduğu vakit bunu paylaşarak o çevrendeki insanların da o anlamda biraz daha bilgilendirilmesini ve aydınlanmasını istiyorum. O maksatla paylaşıyorum.... (Eldiven kullanımı ile ilgili bir video izledikten sonra) bir an böyle rahatladım. Bu rahatlama hissini başka arkadaşlarımla yaşamayı düşüncesi ile paylaştım (Refika, 48).

Katılımcıların paylaşımları enformasyon değerlendirilmelerinden bağımsız şekilde gerçekleşebilmektedir. Bu durumlar enformasyon paylaşımının sosyal işlevleri hakkında kritik iç görüş sağlamaktadır. Manisa'da yaşayan üniversite mezunu 29 yaşındaki kadın katılımcı aile grubundaki paylaşımlarını şu şekilde detaylandırmıştır:

Katılımcı: Manisa çok daha büyük ama Turgutlu'da vaka sayısı Manisa'nın on katı olduğuna dair bir haber okuduğumda onun linkini kopyalayıp aile grubuna attım. Böyle haberleri link ya da ekran görüntüsü olarak yakınlarıma atıyorum. Kendim de atıyorum, onlardan da bu tarz şeyler alıyorum.

Araştırmacı: Bu bahsettiğiniz haberle ilgili bir doğruluk değerlendirmesi yapmış mıydınız?

Katılımcı: Aslında tamamen içgüdüsel şekilde, koruma içgüdüsüyle, özellikle anne babamı evde kalmaya [ikna etmek için] yaptığım [bir şey] ... Biz bir şekilde sosyal hayatın içindeyiz ama onların mecburiyetleri yok, keyfiyetin önüne geçebilmek adına, biraz tedirgin olmalarını sağlamayı vazife gibi hissediyorum. Öyle bir haber görünce de istemsiz bir şekilde elim kopyalayıp onlara gönderiyorum. Onları... korkutmak adına... zaten yanlırsa da... çok değerlendirmeden direkt gönderiyorum (Fatma, 29)

Fatma için bu paylaşımda esas olan hedeflediği sosyal nokta yani anne ve babasını evde kalmaya ikna etmektir. Enformasyonun doğru ya da yanlış olması bu amaç için düşünülmesi gereken bir durum değildir.

Benzer bir sosyal hedef güden Nalan da aile üyeleri ve arkadaşları “akıllansın” ve tedbirlere uysun diye paylaşımda bulunduğunu ifade etmiştir:

Marmara’da acilde çalışan arkadaşım bize şu kadar vaka geldi, dokuzuncu katı açtık, ertesi gün sekizinci katı açtık dediyse evet bu inandırıcı bilgi çünkü bu arkadaşımın yalan söylemediğini düşünüyorum. O zaman o doğru haberi ben de arkadaşarımla, diğer gruplarla paylaştım... Ailedekiler akıllansın [diye paylaştım] Sağda solda gezmesinler. O dönemde annem abimle yaşıyordu. Aile grubumdan bunları paylaşırsam, görüp olayın ciddiyetine vakıf olabilirler [dedim]. Hem ailem hem arkadaşarım veya işte komşulararımla paylaşma nedenim hep olayın ciddiyetini herkesin anlayabilmesi için (Nalan, 54).

Doğru yanlış değerlendirmesinin askıya alınabildiği, korumak, korkutmak, rahatlatmak gibi sosyal hedeflerin, işlevlerin önceliklendirildiği paylaşımların yanında, katılımcılar doğru bilginin yayılımı motivasyonu da paylaşım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Nermin doğru olduğunu düşündüğü vaka sayılarını Twitter’da paylaşmış ve bunu doğru bilgiyi yaymak için yaptığını ifade etmiştir. Paylaşımının bilgi kaynağı üzerindeki olası etkisi de paylaşım motivasyonunun temelindedir:

Sağlık Bakanlığı’nın verdiği veriler var, bir de Tabipler Odası’nın verileri var. ...Öyle olunca tabii görüyorsunuz, fark ediyorsunuz oradaki farkı, o zaman şey yapıyorum retweetliyorum, çünkü bak bu doğru değil. Eğer takip etmeyen varsa... mesela diyelim ki işte Tabipler Odası, hep onun üstünden gidiyorum. ...retweet yaparsam o da şöyle diyecek bence ‘bak işte takip edilip, retweet yapılıyor, ben buna devam edeyim, demek... yayılıyor.’ Bu çok önemli doğru bilgi için (Nermin, 62).

Mezenformasyona karşı uyarıda bulunmak katılımcılar tarafından sık belirtilen bir paylaşım motivasyonudur. Uyarma ve düzeltmenin mezenformasyonun yayılımını yavaşlatma potansiyeli üzerine gelişen bir literatür bulunmaktadır (Lewandowsky vd., 2012). Mezenformasyon doğrulama yanlılığının olduğu siyasi konularla ilgili ise düzeltilmesi daha zor olabilmekte, hatta düzeltme aksiyonları olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Thorson, 2016; Nyhan & Reifler 2010). Diğer yandan, özellikle sağlıkla ilgili konularda düzeltme aksiyonlarının işlerliğini kanıtlayan önemli çalışmalar da mevcuttur (Bode & Vraga, 2015, 2016; Vraga & Bode, 2017a, 2017b; Van der Meer & Jin, 2019). Bu çalışmalar düzeltmenin işlerliği için nereden, kimden geldiğinin ve hangi platformda gerçekleştiğinin önemini vurgulamaktadır. Örneğin,

Vraga & Bode (2017a) Hastalık Kontrol Merkezi (CDC) gibi sağlık kuruluşlarının düzeltici müdahalede başka kurum ve kişilerden daha etkili olduğunu ortaya koymuştur. Van der Meer & Jin de (2019) hükümet temsilcileri ve haber kuruluşlarından gelen düzeltmenin olumlu etkisini belirtmişlerdir. Bir diğer araştırmalarında Vraga & Bode (2017b) ekran sosyal medya kullanıcılarından gelen düzeltmenin yanlış bilgi yayan bireyler üzerindeki platformlara göre farklılaşan etkisini tespit etmişlerdir. Düzeltmenin işlerliğinde platformlarla ilgili sağlık tahayyüllerinin ve sosyal kurguların rolü olduğu kesindir. Düzeltmenin işlerliğini arttırmak için en önemli adımlardan biri kullanıcıların gözünden uyarı ve düzeltme davranışlarını anlamaktır.

Anket bulgularına göre, sosyal medyada paylaştığı yanlış içerikten dolayı birini bir veya birden fazla kez uyardığını söyleyenler genel toplamın %34'ünü oluşturmaktadır. Bu bulgudan yola çıkarak, her üç kişiden birinin yanlış içerik paylaştığını düşündüğü birisine en az bir kez uyarıda bulunarak dezenformasyonu sınırlı da olsa yavaşlatabilecek şekilde harekete geçtiği söylenebilir. Erkekler kadınlara göre, 18-29 yaş diğer yaş gruplarına göre daha fazla uyarıda bulduklarını ifade etmiştir. İlköğretim ve altı ile lise mezunu olanlar arasında anlamlı bir farklılık olmasa da en fazla uyardığını belirten grup üniversite mezunlarıdır. Gelir seviyesinde en çok orta gelirli sosyal medyada paylaşılan içeriğin yalan ya da abartılı olduğu konusunda uyarıda bulduklarını belirtmişler. Uyarma davranışına yaş ve dünya görüşü ekseninde bakıldığında, laik / Atatürkçü / sosyal demokrat 30 yaş altı kişilerin çevrelerini daha çok uyardığı görülmektedir. Aynı yaş aralığında dindar / milliyetçi / muhafazakarların uyarma davranışının daha düşük olduğu görülmektedir. Uyarma davranışı, ilk bakışta katılımcıların dezenformasyona karşı mücadele pratiğini işaret etmektedir. 33 yaşındaki, üniversite mezunu erkek katılımcı bu motivasyonla hareket ettiğini şöyle ifade etmiştir:

[D]iyelim bir haber paylaşılıyor, şu an aklıma örnek gelmedi, yanlış olduğunu %100 bildiğimiz bir şey. Teyit.org bir açıklama yaptığı zaman ya da bu bilginin yanlış olduğuna dair bir dosya hazırladığı zaman bu yanlış haberi paylaşanlara o haberi atıyorum. Yani, “Bunu böyle düşünüyorsun, bunu böyle paylaştın ama asıl doğrusu bu” (diyerek) gönderdiğim oldu. Ya da ilk başlarda şey vardı, maske kullanımı ile alakalı, sosyal mesafe ile alakalı, daha çok kamu spotu olabilecek şeyleri WhatsApp'tan ya da mesaj üzerinden, başka uygulamalar üzerinden paylaştığımı hatırlıyorum. Yani direkt yanlış haber, eksik haber paylaşanlara göndermiştim, onları bir nevi düzeltmek adına, “Böyle yapıyorsunuz ama şu da var” hatırlatması yapmak [için] (Mahmut, 33).

Katılımcı uyarma yöntemi olarak doğrulama kuruluşu Teyit.org'un hazırladığı içerikleri ya da "kamu spotu" niteliğinde bilgilendirici içerikleri yanlış bilgi paylaşan kişilere iletmektedir.

Rossini vd.'nin (2020) mezenformasyona karşı akran uyarısı ile ilgili çizdiği çerçeve derinlemesine görüşmelerde gözlemlenen uyarma motivasyonları ve yöntemlerini aydınlatmaktadır. Rossini vd. uyarıyı, uyarıya şahit olma, uyarıya maruz kalma ve uyarıyı gerçekleştirme olmak üzere üç başlıkta incelemektedir. Bu davranışlar platformlara ve kullanıcıların sosyal ilişkilerine göre şekillenmekte ve farklılaşmaktadır. Uyarı davranışını gerçekleştiren katılımcılar uyardıkları kullanıcılar üzerinde eğitim, politik duruş ve yaş üzerinden üstünlükleri olduğunu varsayabilmektedir. Ağrı'da diyetisyen olarak çalışan 25 yaşındaki üniversite mezunu katılımcı uyarı davranışını uzmanlığında temellendirmektedir:

Instagram'da beslenme ile ilgili yanlış olduğunu bildiğim, özellikle tanıdığım, samimiyetimin olduğu kişileri uyardığımdır oluyordu. Uyarılarda bulunuyordum... Kendi alanımda bildiğim şeyler zaten, doğru-yanlışta varabiliyordum (Tülin, 25).

İstanbul'da yaşayan, dünya görüşünü sosyalist olarak belirten 62 yaşındaki kadın katılımcı yanlış olduğunu düşündüğü enformasyon karşısında enformasyonu paylaşan kişiyi uyarmasını politik duruşu ile ilişkilendirmektedir:

Yazıyorum kendisine.... Eğer soru soracaksam soruyorum, değilse de kendi görüşümü yazıyorum. Bu böyle olmalı ya da olmamalı diye yazıyorum. Böyle tepki koyuyorum. Hani bir anlamda Twitter kahramanlığı gibi bir şey ama tabii eylemlere de gidiyorum o ayrı... Ama söylüyorum, yani yazıyorum (Nermin, 62).

29 yaşındaki erkek katılımcı akraba gruplarındaki kişileri mezenformasyon konusunda uyardıysa da ilerleyen zamanlarda uyarı davranışından vazgeçmiş ve kendi deyimiyle "cahille sohbeti kesmiştir:"

Akraba grubumuzdan atılan bana saçma ve değersiz gelen içerikler çok fazlaydı ilk üç ay hatta. [B]ir yerde okumuş işte, Kelebek Yaşam'da bir köşe yazarı yazmış. C vitamini alırsanız [hastalığa] yakalanmadan Covid-19'u geçirebilirsiniz diye... Özellikle bir akrabamız var, ondan ne haber gelirse hırısından hemen haberi araştırıp, kaynağına bakıp, ki genelde ana akım medyadan veya birilerinin söylediği Facebook'ta paylaşılmış özlü sözler gibi kaynağı ve doğruluğu olmayan sözlerdi. Bunların üzerine bir araştırma çabasına girmiştik. Bulduğum haberleri WhatsApp üzerinden atıyordum fakat daha sonra ben de yıldım galiba (Onur, 29, İstanbul).

Katılımcının uyarı davranışını “hırsı” tetiklemekte, enformasyon değerlendirmesi konusunda üstünlük varsaymaktadır. Uyarma yöntemi bahsi geçen enformasyonu ve kaynağını araştırıp doğru bilgiyi grupta paylaşmaktır.

Aile ve akraba gruplarında uyarı gerçekleştirme davranışından söz eden bir diğer katılımcı gruptaki yaşlıların sık sık “saçma olduğu her yerinden belli olan” bilgiler paylaştığını ifade etmiştir:

...Özellikle ilk zamanlarda... Şu kovid kapmış, vefat etmiş, şu böyle olmuş falan. Hatta ben gruptan birini uyardım. Dedim ki lütfen dedim hani böyle belli olmayan, yalanlığı doğruluğu belirlenmemiş haberleri gönderip kaygımızı arttırmayalım dedim (İdil, 49, İstanbul).

60 yaşındaki üniversite mezunu kadın katılımcı da akraba gruplarında hekimlerin uyarılarına ve yaşlıların gençler tarafından uyarılmasına şahit olmuştur:

Aile (grubunda) koronaya ne iyi gelir gibi bazı aile üyelerinin gönderdiği, soğan, sarımsak, sirke misali... yani ben değil, ben artık 60 yaşındayım. Üçüncü kuşak diyelim, yani yirmili, otuzlu yaşlarda olan aile üyeleri ve hekim olanlar özellikle uyarıyorlar. Böylece yani yanlış bilgi de bir şekilde ortaya çıkmış oluyor (Nesrin, 60).

Nesrin 60 yaşında olduğu için uyarma davranışında bulunmadığını, uyarıyı gerçekleştirenlerin gençler olduğunu vurgulamıştır. Oysa ki gerek WhatsApp'taki arkadaş gruplarında gerekse Facebook'ta yanlış bilgi ile karşılaştığında uyarıyı gerçekleştirdiğini ifade etmiştir:

[B]ana göre yanlış olduğunu düşündüğüm, kaynağı olmayan bir bilgi görürsem (Facebook'ta) özelden yazıyorum. Bunun kaynağı yok, şu tür bilgiler var ayrıca, bir değerlendir istersen diye... WhatsApp'ta da olabiliyor bazen. Orda bir grup içinde olduğumuz için açıkça yazabiliyoruz. Bunun kaynağı ne? Biraz atmasyon gibi geliyor diye. Sonra atan arkadaş araştırıyor ve bazen hakikatten çıkıyor yani. Kusura bakmayın diye ve böylece anlaşılmış oluyor. Sadece ben değil oradaki bütün arkadaşlarda genelde böyle bir duyarlılık var.

Anket bulgularına göre sosyal medyada mezenformasyon paylaştığı için uyarılanların oranı %10'dan azdır. Derinlemesine görüşmelerde çevrim içi paylaşımından dolayı uyarıya maruz kaldığını söyleyen bir katılımcı olmuştur. 50 yaşındaki ilk okul mezunu kadın katılımcıyı bir yakını paylaşımının yanlış bilgi olduğu konusunda uyarmıştır. Uyarı karşısında katılımcı paylaşımını silmiştir.

4.3.5. Sosyal Medya Regülasyonu

Araştırma verilerinin oluşturulduğu Ağustos-Ekim aylarında gündemde olan sosyal medya regülasyonu ve 1 Ekim’de yürürlüğe giren sosyal medya yasası derinlemesine görüşmelerde gündeme getirilmiş ve katılımcılara yasa hakkındaki ve bazı sosyal ağların Türkiye’de temsilcilik açmama kararları ile ilgili düşünceleri sorulmuştur. Anket bulgularına paralel olarak görüşmelerde de katılımcıların yarısı yasayı desteklemediğini ifade etmiştir. Katılımcıların çoğunluğu yanlış bilgi ile mücadele edilmesini gerektiğini vurgularken, hükümet politikalarına güvenmedikleri için sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesini desteklemediklerini belirtmişlerdir. Genel olarak sosyal medya regülasyonunun ve özel olarak 1 Ekim 2020’de yürürlüğe giren sosyal medya yasasının medya kullanıcıları tarafından değerlendirilmesi sosyal medyanın ve çevrim içi mecraların denetimine dair son on yıldır devam eden tartışmalardan ve hükümet uygulamalarından bağımsız değildir. 62 yaşındaki lise mezunu HDP seçmeni Nermin sosyal medya yasasını asla istemediğini ve sansürün her türüsüne karşı olduğunu ifade etmiştir. Nermin’e göre devletin sosyal medyayı denetlemesi sansür anlamına gelmektedir. 48 yaşındaki lise mezunu CHP seçmeni Refika yasaya destek vermemesini hükümete güvensizliği ile açıklamaktadır:

Güven duygusu tam oluşabilmiş olsaydı, kesinlikle evet derdim ama güven duygusunda eksiklik var, neye göre bu bilgilerin doğruluğunu seçecekler, yanlışlığını belirleyecekler... Güven duygusu tam olmadığı için açıkçası bu uygulamanın çok da yerinde olmayacağını düşünüyorum ama yapacaklarsa da artık bu anlamda bilgilenmek adına daha çok emek vereceğiz diye düşünüyorum o zaman.

29 yaşındaki üniversite mezunu Hale dünya görüşünü dindar olarak tanımlayan ve anadili Kürtçe olan bir katılımcıdır. Hale de gündemdeki yasaya şüpheyle yaklaşmaktadır:

Bu konuda biraz şey gibi geliyor bana, karmaşık diyebilirim. Çünkü tam olarak bunun için mi yapılıyor çok emin olamıyorum. Sosyal medya kısıtlaması diyoruz değil mi? Yani bazı şeyler kısıtlanacak, bazı paylaşımlar. Hani içeriğini bilmiyorum, ben sadece gündemde yansıtıldığı kadarını takip edebildim. Ama bu haberlerin yayılımı başta en çok devlete veya bakanlıklara zarar verdiği için aslında kendi lehlerine bir hareketmiş gibi geliyor bana daha çok. Yanlış haber yayılımının halkta yarattığı sorun değil de özellikle oraya yansiyabilecek bir sonucu daha fazla etkilediği veya öyle bir olumsuzluğu daha çok tetiklediği için böyle bir karar aldıklarını düşünüyorum. Böyle bir şeyle yaklaşıyorum ben.

29 yaşındaki üniversite mezunu CHP seçmeni Fatma ve 50 yaşındaki ilk okul mezunu CHP seçmeni Hüsna sosyal medya düzenlemesini bilmediklerini söylemelerine rağmen yasanın tarafsız ve şeffaf uygulanacağına dair şüpheleri olduğunu belirtmişlerdir:

Açıkçası ben [bu] gündemi de sizden duydum şu anda. Bu tarz birtakım kısıtlamaların olduğunu biliyordum ama bu kadar net bir şekilde, haberdar değildim. Şimdi bunu tabii çift taraflı olarak değerlendirmek gerekiyor. Ben hani toplumda bir bilgi kirliliği olmasını da istemiyorum ama bunu ne amaçla yaptıkları da çok önemli yani hani bunun denetimi ve işte denetiminin akabinde bir takım yaptırımlarla karşılaşılması gerçekten toplumu korumak adına yapılıyorsa bir sıkıntı yok ama tamamen kendilerini korumaya odaklıysa örnek veriyorum işte günlük vaka sayılarının yalan olduğuyla ilgili bir haber kısıtlamaya tabii tutulacaksa ya da işte evine korona pozitif çıktığı halde toplu taşımayla dönmeye yönlendirildiğini söyleyen bir vatandaşın paylaşımı bir şekilde engelle karşılaşacaksa gibi gibi, hani bu tamamen toplumdaki huzur ve sükunu ve inancı arttırmak adına olacaksa yani mevcut sisteme, hükümete ya da siyasi bir ideolojik zeminde olacaksa, bunun çok fazla gerekli olmadığını insanların bilgi ve haber paylaşım noktasında özgür kalması gerektiğini düşünürüm ama tabii ki tam anlamıyla insanları özellikle inanacak büyük bir kesimi yanlış bir şekilde yönlendirecek paylaşımlar ciddi bir süzgeçten geçebilecekse hani bu şeffaflık sağlanabilecekse ve biz de bu güveni hissedebileceksek bunun doğru uygulandığına dair ancak o zaman desteklerim ama maalesef ben ilk ihtimalin daha yüksek olacağını düşünüyorum yani kısıtlamaya, baskılamaya yönelik olacağını düşündüğüm için açıkçası çok doğru bir şekilde uygulanabileceğini de düşünmüyorum (Fatma, 29)

Valla o konuda çok detaylı bir bilgim yok aslında... Bu denetleme yapılsın ama denetleme neye denetleme yani. Şimdi devletin, hükümetin fikrine göre yapılacaksa o biraz farklı ama adil bir denetleme yapılacaksa gerçekten, her kesime her şeye göre bir denetleme yapılacaksa tamam zararı olacak şeyler varsa belirli bir ölçüde yapılabilir ama bu kendi çıkarları uğruna kendi amaçları uğruna bir tarafın işine yarayacaksa bilmiyorum. O zaman pek desteklemiyorum, onaylamıyorum yani (Hüsna, 50).

Sosyal medyanın hükümet tarafından denetlenmesine olumlu yaklaşan katılımcıların hepsi dünya görüşünü dindar, muhafazakâr olarak tanımlamıştır. Sosyal medya yasasının medyada ve siyasette yaygın olarak konuşulma biçimlerine paralel olarak bu katılımcılar yasaya desteklerini şahsa hakaret ve müstehcenliğin önlenmesi üzerinden açıklamışlardır. 39 yaşındaki lise mezunu AKP seçmeni Seçil ve 42 yaşındaki ilk okul mezunu AKP seçmeni Hakkı şöyle ifade etmiştir:

Saçma sapan, açık saçık videolar paylaşılmamalı mesela. Çok affedersiniz, sosyal medya fenomeni dedikleri insanlar var mesela. Gerçekten... İleri görüşlü bir insanımdır, şey değilimdir ama bazılarına gerçekten çok öfkeleniyor insan ister istemez. Denetlenmesinden yanayım kesinlikle. Saçma sapan şeyler çünkü bazıları. Dediğim gibi, engellenmemeli, şunu istemem asla: Şeriat olan bir ülkeymiş gibi, artık Instagram'ı kaldırdık, Facebook'u kapattık... Asla, böyle bir şey olursa bu ülke onu kaldıramaz bence insanlar. Olmamalı çünkü o kadar çok alıştı ki insanlar. Ama ne olmalı? Şu anda da aslında yapılıyor, atıyorum ben bir şey gördüğüm zaman, saçma sapan bir video ya da paylaşım gördüğüm zaman "şikayet et" kısmı var ya, ben orayı tuşlayıp şikayete edebiliyorum. Hani ne oluyor? Atıyorum, Instagram'a gidiyor şey, Instagram gerekli görürse, uygun görürse senin şikayetini kaldırıyor ya, (-) devlet de bunu yapabilir. Yani birisi rahatsız olduğu bir şeyi şikâyet etmeli ve bu denetlenmeli. Bu aslında eskiden de vardı bildiğim kadarıyla, yok muydu? (Seçil, 39)

Yani bu bence doğru bir karar gibi geliyor bana çünkü aile ve şahsa yönelik hakarete varan şeylerin önüne geçilmesi gerekiyor ki böyle bir önlem işe yarayacaksa bence de yarar. Olması gerekiyor bence. Yani bu şeylerin. Devletin verdiği kararın. ...Bence arkasındayım ben de (Hakkı, 42).

5. SONUÇLAR, FAALİYET ÖNERİLERİ VE PROJE ÇIKTILARININ YAYILIMI

5.1. Sonuçlar

Niceliksel ve niteliksel tekniklerin bir arada kullanıldığı karma yöntemle dayanan bu araştırma, COVID-19'a ilişkin internet içerikleri, yanlış bilgi ve haberin yayılımının Türkiye'deki dinamiklerini anlamayı amaçlamış ve aşağıdaki sorulara cevap aramıştır:

7. COVID-19 salgını bağlamında Türkiyeli medya kullanıcıları salgınla ilgili bilgi ve haber içeriklerine hangi mecra ve platformlardan ulaşmaktadır?
8. Türkiyeli medya kullanıcılarının salgın ile ilgili bilgi ve haber içeriklerinin doğruluğuna olan güven ve güvensizliklerini ne belirlemektedir?
9. Türkiyeli medya kullanıcıları COVID-19 salgını ile ilgili yanlış bilgiyi nasıl tanımlamakta ve yanlış/doğru bilgiyi nasıl tespit etmektedirler?
10. Türkiyeli medya kullanıcılarının salgınla ilgili şüpheli bir bilgiyi doğrulamak için kullandıkları mekanizmalar nelerdir?
11. Türkiyeli medya kullanıcıları yanlış olduğunu düşündükleri bilgiyle ne yapmaktadırlar (paylaşmak, kaynağa bildirmek, hiçbir şey yapmamak vs.)?
12. Yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim seviyesi ve dünya görüşü COVID-19 özelinde yanlış bilgi algısı ve yayılımını nasıl etkilemektedir?

Araştırmanın sonuçları şunlardır:

- 1- **Covid-19 salgınıyla birlikte, medya kullanıcılarının haber ve bilgi tüketimi salgın öncesine göre artmıştır.** Bunda sosyal hayatın sınırlanmasının, kamusal hayatın dış mekanlardan özel alanlara çekilmesinin, evde kal çağrılarının doğrultusunda sosyalleşme mekanlarının evler olmasının ve dolayısıyla bilgi müzakeresinin sanal ortama taşınması belirleyici olmuştur. Haber ve bilgi tüketiminin artmasındaki diğer önemli etken Covid-19 salgınının, hastalığın seyri, bulaşması ve tedavisinin yurttaşlar açısından belirsizliklerle dolu olmasıdır. Belirsizliğin egemen olduğu kriz durumlarında haber ve bilgi tüketiminin artması beklenen bir durumdur. Yaş ilerledikçe Covid-19 döneminde haber takibindeki artış oranı azalmaktadır. Salgınla beraber dünya görüşünü Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi olarak ifade edenlerin haber takip sıklığı diğer dünya görüşü gruplarına göre en çok artmıştır. Salgın öncesi ve salgın sürecinde haber ve bilgi tüketim yoğunluğu farkının yanı sıra salgının Mart-Mayıs arasındaki ilk dönemi ile görece "normalleşmenin" yaşandığı Mayıs sonrasındaki dönem arasında da farklar bulunmaktadır. Bu araştırmanın verileri Ağustos-Ekim ayları arasında toplanmıştır. Mayıs öncesi ve sonrası arasında

medya kullanıcılarını haber ve bilgi tüketimindeki farklar derinlemesine görüşme verileriyle de ortaya konmuştur. Buna göre Mayıs sonrası dönemde Covid-19 hakkındaki bilgi ve haber tüketiminde salgının ilk dönemine göre düşüş yaşanmış, medya kullanıcıları tükettikleri haber ve bilgilere daha seçici yaklaşmışlardır.

- 2- Salgın sürecinde Covid-19 hakkındaki haber ve bilgiye erişim çevrimiçi sosyal ağlar ve televizyon üzerinden gerçekleşmiştir. Mecraların habere ve bilgiye erişim için kullanım sıklığında salgınla birlikte artış yaşanmıştır.** Televizyona bir bilgi kaynağı olarak artan rağbetin önemli nedenlerinden biri evde geçirilen sürenin artmış olması ve televizyonun geleneksel olarak ev alanına ait bir kitle iletişim aracı olmasıdır. Bir diğer neden, televizyona dair sağlık tahayyülüdür. Televizyon yanlış bilgi yayımına dair iç denetim mekanizmalarının görece var olduğu ve işletildiği bir mecraadır. Kullanıcılar bu nedenle de bilgiye erişim ve bilginin doğrulanması için televizyonu tercih etmektedir. Diğer yandan televizyon yanlış bilginin kaynağı olabilen bir mecraadır. Yanlış bilgi televizyon aracılığıyla dolaşıma girip yayılabilmektedir. Ancak televizyona atfedilen kurumsallık ve denetim mekanizmaları televizyondan yayılan problematik enformasyonu görünmez hale getirmektedir. Dolayısıyla televizyon mezenformasyon yayılımına diğer mecralara, örneğin sosyal medyaya göre daha etkin ve yaygın şekilde aracı olabilmektedir. Pek çok medya kullanıcısı televizyondan edindiği bilgileri günlük yaşantısında hayata geçirmeye diğer mecralardan edindikleri bilgilere göre daha eğilimli görünmektedir.

Salgın döneminde çevrimiçi sosyal ağlar haber kaynağı olarak kullanılmıştır. Çevrimiçi mecralar arasında WhatsApp mesajlaşma uygulaması salgınla ilgili bilgi edinmek için en çok kullanılan kanal olmuştur. Bilgi alışverişinin kişilerarası iletişim modunda ve çevrim dışı iletişimle kesişerek gerçekleştiği WhatsApp'ın en çok kullanılan sosyal mecra oluşu Covid-19 döneminde salgınla ilgili bilgi edinmek için tercih edilen kaynaklarda “yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler” ve “yakın sosyal çevrenin” ilk sıralarda olmasına paraleldir. Medya kullanıcıları salgınla ilgili bilgileri en çok yakın sosyal çevrelerinden ve yaşananlara tanık olduğunu belirten kişilerden almayı tercih etmişlerdir. Yaşananlara tanık olan kişilerin tıp uzmanları olması ve bu uzmanların sosyal çevreden ya da kamusal alandan tanınan kişiler olması aktarılan bilginin medya kullanıcıları tarafından otantik olarak algılanmasını sağlamıştır.

- 3- Salgın sürecinde medyaya güven düşmüştür.** Son yıllarda yapılan araştırmalarda Türkiye’de özellikle konvansiyonel medyaya duyulan güvenin çok düşük olduğu ortaya konulmuştur (Newman vd., 2018). Covid-19 salgını sırasında hali hazırda düşük olan medyaya güvende

minimal de olsa bir düşüş yaşanmıştır. Diğer yandan 18-29 yaş grubunun konvansiyonel medyaya güven derecesi salgın sürecinde artmıştır. 50 yaş üstü medya kullanıcılarının ise dijital yerli, alternatif mecralara güveninde artış görülmüştür. Salgın sürecinde en çok güvenilen haber ve bilgi kaynakları olarak yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler ve sosyal çevre ön plana çıkmıştır. Mart 2020'den itibaren gerek sosyal medyada gerekse konvansiyonel medyada görülen Covid-19 hakkındaki bilgi kirliliği, bilgi kaynağının yaşananlara tanık olmasının ve sosyal çevreden olmasının katılımcıların gözünden bilginin otantikleştirilmesi açısından merkezi bir yer edinmesine neden olmuştur. Diğer yandan, sosyal çevreden olan ve yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler de salgınla ilgili bilgi kirliliğini arttırabilmektedir.

4- Salgın döneminde açıklamalarına en çok güvenilen ilk üç kişi ve kurum Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, Türk Tabipleri Birliği ve Bilim Kurulu üyeleridir. Bu kişi ve kurumların açıklamalarına duyulan güven dünya görüşlerine göre farklılık göstermektedir. Fahrettin Koca'nın salgınla ilgili açıklamalarına duyulan güven Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup içerisinde en yüksek Hak savunucuları arasında ise en düşüktür. Araştırmanın niteliksel bulguları özellikle Eylül ayı itibariyle hasta ve vaka sayılarının kamuya şeffaf şekilde paylaşılmamasına dair tartışmalar üzerinden Koca'ya güvenin tüm dünya görüşü gruplarında düşmüş olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu bulgulara göre Dindar/Milliyetçi/Muhafazakâr grup Sağlık Bakanlığı'nın açıkladığı verilere güvensizlik belirtmelerine rağmen hasta ve vaka sayılarını kendi gözlerinden tutarlı bir anlatı içerisinde yerleştirerek rasyonalize etmektedir. Bu anlatılarda öne çıkan unsurlar devletin gerekeni yapacağı, zaten pek çok ülkenin sayıları doğru açıklamadığı, yetkililerin sayıları doğru vermemesinin ülkenin refahını sağlamak için meşru olduğudur.

5- Sosyal ağlar arasında katılımcıların gözünden yanlış bilgiyle en çok karşılaşılan platform Facebook, geleneksel medya türleri arasında ise tartışma programlarıdır. Ancak yanlış bilgiyle karşılaşılan platformlar ve geleneksel medya türleri platformlara atfedilen anlamlara paralel olarak yaş grupları ve dünya görüşü grupları arasında farklılaşmaktadır. 30 yaş altı medya kullanıcıları en sık Facebook'ta yanlış bilgi ile karşılaşmaktadır. 18-29 yaş grubu kullanıcıların bu platformu kullanım sıklığı diğer gruplara göre düşüktür. Buna rağmen Facebook ve yanlış bilgi arasında kurulan bağlantı Facebook'un gençlerin gözündeki "prestij kaybı" ile ilişkilidir. Bu prestij kaybı Facebook'un her kesimden, çok fazla kişiye hitap ediyor olması, aile bireylerinin ve akrabaların Facebook'ta bulunması üzerinden ifade edilmekte ve yanlış bilgiyle karşılaşma sorununa ek olarak gündeme gelmektedir. Facebook'ta en sık yanlış bilgiyle karşılaştığını ifade eden dünya görüşü grubu Hak savunucularıdır. Laik/Atatürkçü/Sosyal

Demokratlar için yanlış bilgiyle en sık karşılaşılan platform Facebook'tur. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler ise en sık Twitter'da yanlış bilgi ile karşılaşmaktadır. Tüm çevrimiçi mecralar için yanlış bilgi ile en sık karşılaştığını ifade eden grup da Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olmuştur. Geleneksel mecralarda televizyon tartışma programları yanlış bilgiye en sık rastlanılan tür olarak ortaya çıkmıştır. Hemen arkasından gündüz kuşağı programları ve haber bültenleri gelmiştir. Dünya görüşü grupları arasında geleneksel medyada yanlış bilgi ile karşılaştığını en az belirtenler Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olmuştur.

6- Medya kullanıcılarının gözünden yanlış bilginin tanımı haber metninin özellikleri, haber kaynağının özellikleri, içeriğin ve kaynağın tanındıklığı ve kişinin siyasi eğilimleri ile örtüşen mesajlar içerip içermemesi üzerinden yapılmaktadır. Kullanıcılar yanlış bilgi tanımlarını en çok da haber-bilgi metnine içkin öğeler üzerinden oluşturduklarını ve doğru-yanlış ayrımında verinin önemini ifade etmektedirler. Kaynağı belli olmayan, içinde veri, kanıt, görsel bulunmayan, tutarsız, çelişkili bilgiler kullanıcının gözünden yanlış bilgi olarak tanımlanmaktadır. Ancak kullanıcıların gözünde bilginin doğruluğuna işaret eden veriden kasıt dünya görüşleri üzerinden farklılık göstermekte, Türkiye'nin kutuplaşmış siyaset ve medya ortamına paralel olarak şekillenmekte ve metinsel öğelere verilen referanslar çoğu zaman kutuplaşmış siyasal arka plan üzerinde somutlaşmaktadır. **Her ne kadar veri, kanıt, tutarlılık gibi metinsel öğeler kullanıcıların gözünden yanlış bilgi tanımlarında merkeziyse de kullanıcılar dünya görüşüne uygun olmayan haber ve bilgilere şüpheyle yaklaşmakta, dünya görüşüne uygun olmayan haber kaynaklarını takip etmemekte ve eğer haber takip edilen bir kaynaktan gelmediyse ona güvenmemektedir. Bu durum kutuplaşmış medya ortamının getirdiği ayrılmış haber tüketim alışkanlıklarının bir sonucudur.** Enformasyon değerlendirmesinin siyasallaşmış olması kullanıcılarca fark edilmeyen bir norm haline gelmekte, metinsel özelliklere söylemsel atıf doğrulama yanlılığını görünmez kılmaktadır.

7- Medya kullanıcılarının yarısından çoğu Covid-19 hakkında eriştikleri bilgilerin doğruluğunu kontrol etmemektedir. Koronavirüs salgınına yanlış bilgi salgının eşlik ettiği ve mezenformasyonun halk sağlığını tehdit ettiği pandemi ortamında bilgiyi kontrol etme sıklığındaki düşüklük dikkat dikkat çekicidir. Dünya görüşünü hak savunuculuğu üzerinden tanımlayan grup diğerlerine göre bilgiyi en sık kontrol eden gruptur. En az kontrol eden grup ise Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi grup olmuştur. Covid-19 ile ilgili bilgi ve haberlerin doğruluğunu en çok kontrol edenler 18-29 yaş grubudur. Bu grup içinde Dindar/ Muhafazakâr /Milliyetçi kullanıcılar ile Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat kullanıcılar arasında keskin bir fark bulunmaktadır.

Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat gençlerde kontrol / teyit davranışı yaygındır. Eğitim ve gelir seviyesi açısından üniversite seviyesi ve üst gelir grubu bir bilginin doğruluğunu/yanlışlığını en fazla kontrol ettiğini söyleyen gruplardır.

8- Medya kullanıcıları enformasyon değerlendirmeleri sırasında birbiriyle iç içe de geçebilen bilgi işleme mekanizmaları kullanmaktadırlar. Bunlardan en başat olanlar yakın sosyal çevreye sorarak bilgi işlemek, haber metninin özellikleri üzerinden bilgi işlemek, bilgiyi farklı kaynaklardan kontrol etmek ve platform sağlamlığı üzerinden bilgiyi işlemektir. Şüpheli bilgi ile karşılaşıldığında alınan aksiyonlar arasında en fazla sergilenen davranış yakın sosyal çevreye danışmaktır. Medya kullanıcılarının yaklaşık yarısı şüpheli bir bilgi ile karşılaştıklarında bu bilgiyi yakınları ya da takipçileri ile paylaşmaktadır. Bu durumda şüpheli bilginin çevrim içi ya da yüz yüze dolaşıma girme oranı yüksektir.

Şüpheli bilgi karşısında bilgiyi güvenilen haber kaynaklarından doğrulamak, yayıncının ve paylaşan kişinin kim olduğuna bakmak, yakın çevreye danışmaktan sonra en sık sergilenen davranışlardır. Bu mekanizmaların sık kullanılıyor oluşu yanlış bilgi tanımlarında sık referans verilen metinsel öğelerle (veri, kanıt, tutarlılık vs.) çelişmektedir. Kullanıcılar yanlış bilgiyi metinsel öğelerle tanımlamalarına rağmen bilgiyi işlerken bilgiye ve kaynağına tanındık ve yakın olma ile güven duymayı ön plana çıkarabilmektedir. Burada güven haber kaynağının kişinin dünya görüşüne ve siyasi yönelimine yakınlığı üzerinden somutlaşmaktadır.

Yanlış olduğundan şüphelenilen haberi, kaynağını, kullanılan dili ve görsellerini detaylı bir şekilde incelediğini söyleyenler daha çok 30 yaş altı gençler ve üniversite seviyesinde eğitilmiş kullanıcılarıdır. Dünya görüşü gruplarında Hak savunucuları diğer gruplara göre bilgiyi farklı öğeleriyle daha sık detaylı bir şekilde incelemektedir. Bu davranış Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçilerde en düşüktür. Şüpheli bilgi ile karşılaşıncı en az sergilenen davranış tüm gruplarda “teyit.org/ doğrula.org, fullfact gibi bilgi doğrulama platformlarına başvurmadır.”

Kullanıcılar platform sağlamlığı üzerinden de bilgiyi işlemektedir. Örneğin, sosyal platformlarda gördükleri haberin altındaki yorumları okumak ya da haber kaynağının platformdaki takipçi sayısına bakmak haberlerin doğru olup olmadığını tespit ederken kullanılan işleme mekanizmalarındandır.

9- Medya kullanıcıları Covid-19 ile ilgili bilgi ve haberleri Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformlarından ziyade WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla yakın sosyal çevreleri ile paylaşmaktadır. WhatsApp gruplarında paylaşımı yapılan içerikler iki ana başlıkta toplanmaktadır: Koronavirüsten korunmak için hijyen, mesafe tedbirleri, beslenme tavsiyeleri ve vaka sayıları. Bu başlıklara ek olarak virüsün kökenine (5G teknolojisi) ve aşı çalışmalarına (aşıyla çip takılacak olması) dair problematik enformasyon WhatsApp gruplarında sıklıkla dolaşıma girmektedir. Kullanıcılar aile, arkadaş ve sosyal çevreleriyle WhatsApp üzerinden enformasyon paylaşımında bulunurken farklı medyalar ve yüz yüze iletişim arasında gidip gelmekte ve sağlık tahayyülleri ve sosyal değerlendirmeleri doğrultusunda tercihlerde bulunmakta, hareket etmektedirler. WhatsApp'ta veya sosyal medya platformlarında Covid-19 ile ilgili haber ve bilgileri dolaşıma sokan katılımcılar için başat paylaşım motivasyonları bilgilendirmek, uyarmak, korumak ve sosyalleşmektir. Bu sosyal hedeflerle hareket eden kullanıcıların paylaşımları enformasyon değerlendirmelerinden bağımsız şekilde gerçekleşebilmekte, doğru yanlış değerlendirmeleri askıya alınabilmektedir.

10-Medya kullanıcılarının yaklaşık yarısı yanlış bir bilgiyle karşılaştıklarında kayıtsız kalmaktadır. Kayıtsız kalma davranışını sosyal çevre ile paylaşım ve siteden, platformdan ya da hesabı takipten çıkış yapma davranışları takip etmiştir. Son olarak araştırma ve sorgulama davranışları gelmektedir. Sosyal çevre ile yanlış bilginin paylaşımı mesajlaşma uygulamaları aracılığı ile, telefon görüşmelerinde veya yüz yüze yapılmaktadır. Yanlış olduğu düşünülen haber ve bilgiler yakın çevre ile bilgiyi müzakere etmek ve yanlış konusunda uyarmak amacıyla da paylaşılmaktadır.

10 medya kullanıcılarından biri paylaştığı bir içeriğin yanlış olduğunu ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu paylaştığı bilginin yanlış olduğunu kabul etmiş kişilerin oranı olduğu için oldukça yüksektir. 18-29 yaş grubu, 30-49 ve 50+ gruba göre daha az oranda yanlış olduğu ortaya çıkan bilgi paylaştığını belirtmişlerdir. İlköğretim ve altı eğitim seviyesinde olanlar diğer gruplarla karşılaştırıldığında yanlış olduğu ortaya çıkan daha fazla paylaşım yapmıştır. Bu, 50 yaş üstünün ve ilk öğretim ve altı eğitim seviyesinin yanlış bilgi paylaştığını daha çok fark ettiği ve bu farkındalığı anket çalışmasında söze döktüğü şeklinde yorumlanabilir. 50 yaş üstü grubun yanlış bilgi paylaşımı konusunda diğer kullanıcılar tarafından daha sık uyarıldığı niteliksel safhanın bulgularındandır.

11- Medya kullanıcılarının üçte biri sosyal medyada yanlış bilgi paylaştığını düşündüğü kişileri uyarılmaktadır. Her üç kişiden birinin yanlış bilgi paylaştığını düşündüğü birisine en az bir kez uyarıda bulunarak mezenformasyonu sınırlı da olsa yavaşlatabilecek şekilde harekete geçtiği söylenebilir. En çok uyarıda bulunanlar gençler, üniversite seviyesinde eğitimliler ve orta gelir seviyesindeki kullanıcılardır. Uyarma davranışına yaş ve dünya görüşü ekseninde bakıldığında, Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokrat 30 yaş altı kişilerin çevrelerini daha çok uyardığı görülmektedir. Aynı yaş aralığında Dindar/Milliyetçi/Muhafazakarların uyarma davranışının daha düşük olduğu görülmektedir. Uyarma davranışı mezenformasyona karşı mücadele potansiyelini işaret etse de yapılan uyarının niteliği ve koşulları uyarının mezenformasyona karşı gücünü belirlemektedir. **Uyarı davranışını gerçekleştiren kullanıcılar uyardıkları kullanıcılar üzerinde eğitim, politik duruş ve yaş üzerinden üstünlükleri olduğunu varsayabilmekte, bu varsayımlar uyarıların dilini ve tonunu belirlemekte ve uyarılan kullanıcılar üzerinde olumsuz etki yaratmakta ya da etkisiz olabilmektedir.**

12- Medya kullanıcıları bilgi kirliliği ile mücadelede “sağlık çalışanlarını” başarılı bulmaktadır.

Sahada çalışan sağlık uzmanlarının bilgi kirliliği ile mücadele etme gibi bir görev alanları olmamasına rağmen görevleri arasında toplumu bilgilendirmek olan ulusal ve uluslararası kurumlardan bilgi kirliliği ile mücadelede daha başarılı bulunması dikkat çekicidir. Salgın süresince gerek Sağlık Bakanlığı'nın gerekse Dünya Sağlık Örgütü'nün salgının seyri, hastalığın bulaşma yolları ve virüsten korunma ve tedavi yöntemleri hakkında kendi içinde çelişen açıklamaları olması bilgi kirliliği ile mücadeleyi zayıflatmıştır.

Salgının ilk günlerinden itibaren salgına eşlik eden infodemi ile mücadele kapsamında sosyal medya platformları tarafından birtakım uygulamalar gündeme getirilmiştir. Bu uygulamalar mezenformasyonun sosyal medyada yayılımını azaltmaya ve doğru bilginin görünürlüğünü arttırmaya yönelik anti-viral algoritmalar gibi teknolojik müdahaleleri ve içerik moderasyonu gibi özenetim uygulamalarını kapsamaktadır. Sosyal medya platformlarının mezenformasyonla mücadele için uyguladıkları özenetim mekanizmaları genel olarak medya kullanıcıları tarafından yeterince bilinmemektedir. 18-29 yaş her üç medya kullanıcılarından biri sosyal medya platformlarını bilgi kirliliği ile mücadelede başarılı bulmaktadır. Gelir seviyesi ve eğitim düzeyi arttıkça sosyal medyayı bilgi kirliliği ile mücadelede başarılı bulma oranı artmaktadır. Dünya görüşleri içerisinde Hak savunucularının neredeyse yarısı sosyal medya platformlarını bu konuda başarılı bulduğunu belirtmiştir.

13-Sosyal medya regülasyonu ve 1 Ekim’de yürürlüğe giren yasa sosyal medyanın ve çevrimiçi mecraların denetimine dair son on yıldır devam eden tartışmalardan ve hükümet uygulamalarından bağımsız gerçekleşmemektedir. Sosyal medya yasası hakkındaki bilgi düzeyi genelde düşüktür. Ancak medya kullanıcılarının yarısından çoğu bu yasayı desteklememektedir. Yasayı destekleme ya da desteklememe tutumları farklı dünya görüşü gruplarında bilgi düzeyinden bağımsız bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin yasayı bilme oranı Hak savunucuları arasında %37 olmasına rağmen bu grupta yasayı desteklemeyenlerin oranı %64,7’dir. Aynı şekilde, yasayı bildiğini ifade eden Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçilerin oranı %27 iken bu grupta yasayı desteklediğini belirtenlerin oranı %38,7’dir.

“Sebepler her ne olursa olsun sosyal medya platformlarının kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir” ifadesi en yüksek puanlanan ifade olmuştur. Bu ifadeye Laik/Atatürkçü/Sosyal Demokratlar ve Hak savunucularının yaygın olarak katılması ifade özgürlüğünün kısıtlanması ve sansür uygulamaları konularında bu kesimlerin hükümete yönelik var olan eleştirel tutumunu yansıtmaktadır. Bu gruplar içerisinde hükümetin bu konudaki politikalarına güven duymayanlar ve düzenlemenin arkasında başka bir ajanda olduğunu düşünenler çoğunluktadır.

Yanlış bilgi ile mücadelede sosyal medya düzenlemesi ve denetlemesi için devletin etkin rol almasına daha olumlu yaklaşan grup Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler olsa da bu grupta da sosyal medya platformlarının kapatılmasına destek sınırlıdır. Egemen söyleme paralel olarak bu grupta sosyal medyada kişilere hakaretin önüne geçilmesi ve müstehcenliğin engellenmesi gibi sebeplerle devlet denetimi savunulmaktadır. Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçiler arasında yaşa bağlı olarak regülasyona yaklaşım anlamında belirgin farklar bulunmaktadır. Özellikle regülasyonların tek taraflı olduğu durumlarda (Covid-19 ile ilgili yanlış bilgilerin önüne geçilmesi amacıyla sosyal medya hesaplarına erişim engeli getirilebilir / Devletler sosyal medya platformlarına yönelik regülasyonlarda bulunabilir / Covid-19 ile ilgili bilerek ya da farkında olmadan yanlış bilgi paylaşımında bulunan hesaplar kapatılmalı/askıya alınmalı) 18-29 yaş grubunun 30 yaş üstü ile benzer düşünmedikleri görülmektedir. Öte yandan, regülasyonların hükümet tarafından tek taraflı hayata geçirilmediği, sosyal medya şirketleri ile müzakere ile gerçekleştiği durumlara yaklaşım muhafazakâr gençlerde daha olumlu görünmektedir. Başka bir deyişle Dindar/Muhafazakâr/Milliyetçi gençler regülasyon konusunda 30 yaş üstüne göre hükümetin daha müzakereci hareket etmesi gerektiğini düşünmektedir.

5.2. Faaliyet Önerileri

Bu araştırmanın uzun vadeli hedeflerinden biri literatürden edindiği bilgiler ışığında, bağlamsal, derinlikli ve kullanıcıların anlam dünyalarını merkeze alan, karma yöntemle oluşturulmuş bir veri seti üzerinden Türkiye özelinde problem önleyici faaliyet önerilerinde bulunmaktadır. Türkiye’de mezenformasyonun yayılımını kolaylaştıran, hızlandıran ve kullanıcıları yanlış bilgiye karşı kırılgan kılan problem alanları çoğuldu. Yanlış bilgiye karşı dayanıklılık bir sistem meselesidir. Dayanıklılık bireylerin ötesinde kurumları, toplumsal yapıları ve siyasal organizasyonları da içine alan bir potansiyeldir ve farklı seviyelerin birbiriyle etkileşimi ve birbirine desteği sonucunda arttırılabilir. Yanlış bilgiye karşı önleyici faaliyet önerileri de mikro, mezo ve makro seviyeleri gözeterek geliştirildiği takdirde etkili olma potansiyeli taşır. COVID-19 salgını bağlamında yanlış bilgi ile mücadelenin başlangıç noktalarından biri doğru bilginin yayılımını hızlandırmak, buna olanak sağlamak olmalıdır. Makro seviyede resmi kurum ve kişilerin mezenformasyonla mücadeledeki ilk rolü salgına dair bilgilerin kamu ile şeffaf paylaşımıdır. Devlet kurumlarının mezo ve mikro seviyedeki çözüm alanlarında da rol alması kaçınılmazdır. Bu çözüm alanlarından bazıları eleştirel düşünce temelli medya okur yazarlığının arttırılması, yanlış bilginin tarafsız tanımı ve sonuçları hakkında bilgilendirme, dijital yayıncılar için etik kodların ve özdenetim kurumlarının oluşturulmasıdır.

Siyasal kültüre ve toplumsal yapılaraya sirayet eden ve bireyleri yanlış bilgiye karşı kırılganlaştıran kutuplaşma, ayrışmış haber tüketimi, siyasallaşmış medya gibi faktörlerin kısa vadede dönüşümü mümkün değildir. Burada devlet yetkilileri ve resmî kurumlara yönelik öneri kamu iletişiminin şeffaf, anlaşılır ve siyasi kutuplaşmanın etkilerinden arınarak yapılmasıdır. Diğer yandan, iletilen mesajların farklı hedef kitle gruplarına göre özelleştirilmesi ve çeşitli kanalların kullanılması önemlidir. Araştırmanın bulgularına göre, farklı yaş grupları, eğitim seviyesi, cinsiyet, gelir seviyesi grupları resmi enformasyonla farklı ilişki kurmaktadır. Bu nedenle bu gruplara yönelik mesajlar ve mesajların iletim kanalı farklılaştırılmalıdır. Diğer yandan farklı dünya görüşlerine sahip bireyler resmi merciler tarafından açıklanan enformasyona farklı yaklaşabilmektedir. Fakat araştırma bulguları özellikle Eylül 2020 sonrası dönemde dünya görüşlerini aşan bir biçimde resmi kaynaklara güvensizlik oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada resmi mercilerin güveni tesis etmek için atabileceği adımların başında enformasyonun şeffaf biçimde kamulaştırılmasının sağlanmadı gelmektedir.

Araştırma bulgularından yola çıkarak geliştirilmesi önerilen bir diğer çözüm alanı özdenetimdir. Hukukçu Angela J. Campbell (1999:714) özdenetimi şu şekilde tanımlamaktadır:

Spektrumun bir ucunda özdenetim ifadesi son derece dar anlamda hükümetin düzenleme/denetleme yetkisini resmî olarak başkalarına aktardığı örnekleri işaret eder. Diğer uçta ise tüketici taleplerine cevap vermek, etik değerleri hayata geçirmek, ya da endüstrinin itibarını arttırmak gibi herhangi bir nedenle özel sektörün kendi kendini düzenleme/denetleme ihtiyacı gördüğü durumları kapsar.

Bu tanımı sadeleştirmek için özdenetim ifadesini parçalara ayırmak gerekebilir. Buradaki “öz” aktörü imler. Özdenetim ifadesindeki denetimin aktörü kimdir sorusunun cevabı da oldukça karmaşıktır. Öz burada medyanın kendisine işaret eder. Ve esasen medya, kullanıcıyı da kapsayan çok katmanlı bir kurumlar, kişiler, süreçler ve pratikler bütünüdür. Denetim ise aktörün yaptıklarının düzenlenmesini ve kontrolünü kapsar. Denetim üç tamamlayıcı ögeden oluşur: yasama, uygulama ve yaptırım hükmü verme. Özdenetim, bu üç ögenin hepsi değilse de önemli bir kısmının aktörlere (bu bağlamda medyaya) bırakıldığı, devletin alacaksa da sadece sınırlı bir biçimde rol aldığı sistemdir. Campbell'a göre, özdenetim sisteminin operasyonel olarak tanımlanabilmesinin ve görece etkili çalışmasının beş koşulu bulunmaktadır: endüstrinin istekli oluşu, devletin düzenleme konusundaki yetisi (güvenilirliği de buraya eklenebilir), ölçülebilir standartların varlığı ve kullanılması, kamunun sürece katılımı ve endüstrinin yapısı.

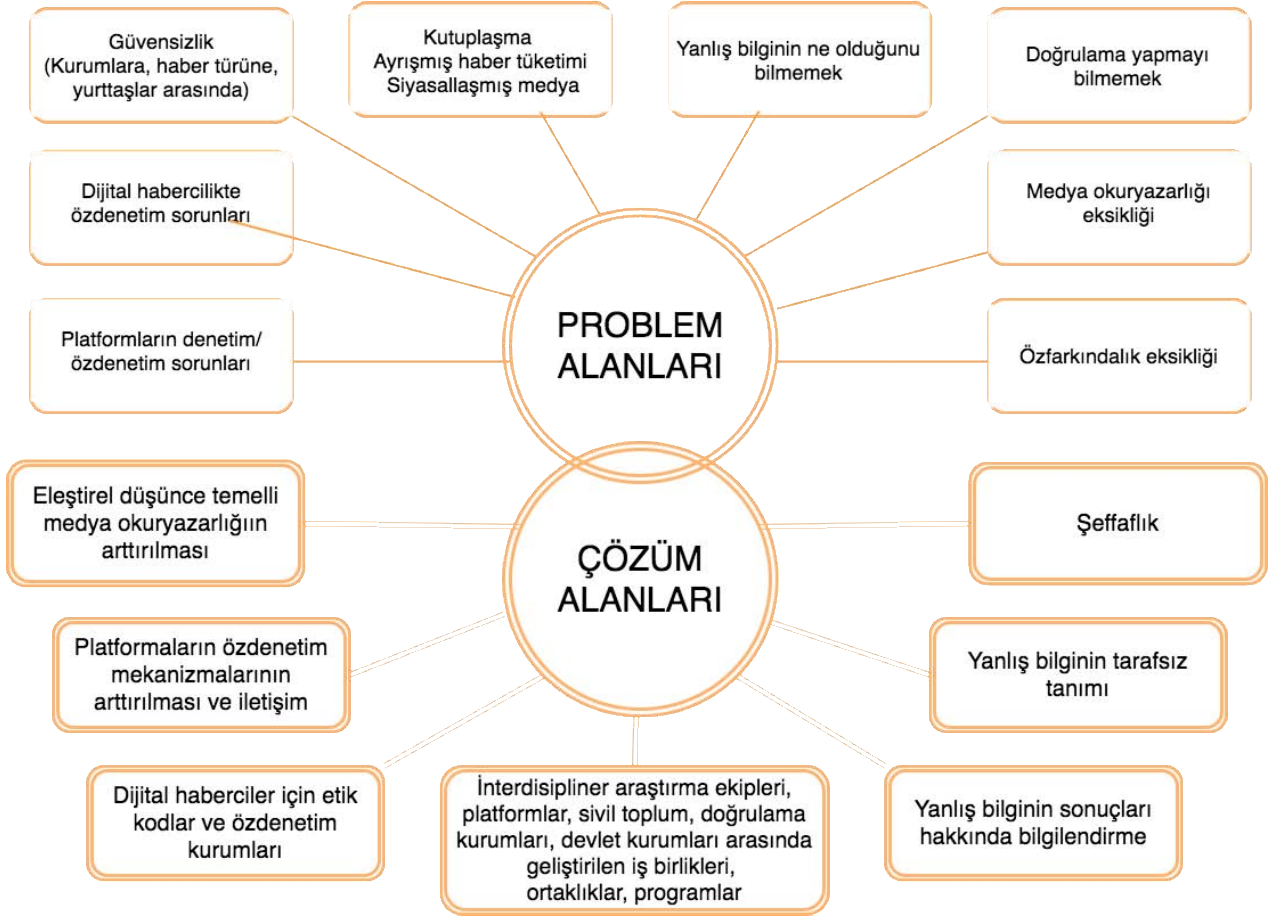
Araştırmanın bulguları iki paydaş grubu üzerinden özdenetim konusunu öne çıkarmaktadır: Sosyal medya platformları ve dijital yayıncılar. Sosyal medya platformları anti-viral algoritmalar ve içerik moderasyonu gibi farklı özdenetim mekanizmalarını özellikle de pandemi bağlamında hayata geçirmektedir. Fakat bu mekanizmalar Türkiyeli medya kullanıcıları tarafından yeterince bilinmemektedir. Platformların bu mekanizmaların kullanıcılara iletişimini daha güçlü ve yoğun bir biçimde yapması gerekmektedir. Diğer yandan, konvansiyonel basın alanında uzun zamandır gündemde olan ve tartışılan, geliştirilen özdenetim uygulamaları dijital yayıncılar için de ele alınmalıdır. Uluslararası medyada örnekleri bulunan dijital yayıncılar için internet haberciliğine has konuları kapsayacak etik kodlar yazılması ve özdenetime rehberlik edecek meslek kuruluşları tarafından düzenleyici kurumlar oluşturulması Türkiye özelinde de gündeme gelmeli ve hiç değilse bir referans noktası olarak düzenlemeler yapılmalıdır. Ombudsmanlık dijital bağlam için tanımlanmalı ve dijital okur temsilciliği kavramı tartışılmaya başlanmalıdır.

Bu araştırmadan çıkan faaliyet önerilerinden biri interdisipliner araştırma ekipleri, platformlar, yayıncılar, sivil toplum kuruluşları, doğrulama platformları ve devlet kurumları arasında iş birlikleri, ortaklıklar ve ortak programlar geliştirilmesidir. Bu ortaklıklar bir sistem sorunu olan yanlış bilgiye karşı sürdürülebilir müdahaleleri yeşertecektir. Bu doğrultuda araştırma ekibi Covid-19 ve Toplum çağrısı kapsamında desteklenen başka proje ekipleriyle ilişkilmiş ve düzenlenen çalıştaylar ve

toplantılarda araştırma bulgularını paylaşmıştır.

Mezenformasyonla mücadelenin en önemli ayaklarından biri mikro düzeyde bireylerin medya okur yazarlığı seviyesinin yükseltilmesidir. Bu araştırmanın bulguları doğrultusunda geliştirilmesi önerilen en çözüm alanı eleştirel medya okur yazarlığıdır. Medya okur yazarlığı eğitimleri sadece yeterlikler edindirmek değil, bilgiye erişim, bilgiyi analiz etme, içerik üretme ve yayma konularında eleştirel düşünerek ve özdüşümsel bakış açısıyla pratik geliştirme kapasitesini arttırmayı hedeflemelidir. Medya okur yazarlığı eğitimleri eleştirel düşünce ile yaratıcı medya üretimini birleştiren deneysel pratiklere alan açmalıdır. Yanı sıra, bireylere sosyal medya mimarisi, algoritma ve büyük veri konusunda bütünsel ve uygulamalı eğitimler sağlanmalı; bu konulara eleştirel yaklaşım geliştirmek ve teknolojinin finansal kazanç ya da siyasi sömürü için değil toplumsal adalet için kullanım olanaklarına alan açmak hedeflenmelidir. Araştırma yürütücüsü bu doğrultuda Bilgi Üniversitesi tarafından yürütülen TurkuazLab ve Infodemi Eğitimi programının daveti ile medya okuryazarlığı konusunda önerilerini paylaşmıştır. Ayrıca NATO tarafından desteklenen yanlış ve dayanıklılık eğitiminde iki saatlik bir seminer vermiştir. Bir eleştirel medya okuryazarlığı eğitim programının oluşturulması için Avrupa Birliği Erasmus+ başvurusu için hazırlıklar da devam etmektedir.

Şekil 40. Problem Alanları ve Çözüm Önerileri



5.3. Proje Çıktılarının Yayılımı

Araştırma bulgularının paylaşımı ve yayılımı düzenlenen kapanış toplantısı, katılan çevrimiçi etkinlikler ve yayınlara katılım ile gerçekleştirilmiştir. Proje önerisinde 6. ayda iki ayrı gün olarak belirtilen basın toplantısı ve akademisyenlerle toplantı birleştirilerek 24 Ocak 2021 tarihinde saat 11:00'da çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Akabinde Sabah, Agos, Sputnik Türkiye ve Bianet.org gibi farklı temsiliyetleri olan pek çok basın yayın organında araştırmaya dair haberler yapılmıştır. Medyascope.tv'de Özel Yayın ve Sivil Meydan programlarında araştırma bulguları aktarılmıştır. DW Türkçe için hazırlanan kutuplaşma ve mezenformasyon konusunda yürütücü bilgi vermiştir. Doğrulama kuruluşu Teyit.org'un podcast programı T cetveli'nde, TurkuazLab podcast ve NewsLabTurkey'nin YouTube yayınında bulgular paylaşılmıştır.

Araştırma önerisinde de yer alan websitesi ve sosyal medya hesapları halen etkin bir biçimde kullanılmaktadır. www.infodemilab.com adresinde araştırmaya ait bilgiler paylaşılmıştır. Facebook ve Twitter'da infodemilab olarak yer alan hesaplarda araştırmının aşamaları ve bulgularının yanı sıra araştırma hakkında çıkan haberler, yayınlar ve etkinlikler duyurulmaktadır. Yanı sıra, infodemi ile ilgili haberler ve bazı literatür de bu hesaplardan paylaşılmaktadır. Diğer yandan proje önerisinde yer almayan bir podcast serisi gerçekleştirilmiştir. Infodemilab'ın 6 bölümlük bu podcast serisinde salgın bağlamında mezenformasyonun farklı yüzleri araştırmacılar, doğrulama kuruluşları temsilcileri ve medya pratisyenleri ile masaya yatırılmıştır. Podcast yayınları sosyal medyadan duyurulmuştur. Çıktıların paylaşımının ve yayılımının yanı sıra bu yayınlar infodemi konusunda interdisipliner ve intersektörel temasların artırılması için önemsenmiştir.

6. KAYNAKÇA

- Austin, L. & Yan, J. (2017). Social media and crisis communication: Explicating the social-mediated crisis communication model. In A. Dudo & L. Kahlor (Eds.), *Strategic Communication: New Agendas in Communication* (pp. 163–186). Routledge.
- Aydoğdu, I, Karaarslan, I. (2018). Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri : News Consumption Practices Transforming During Transition To Online Journalism : A Research Conducted On Adults Abstract. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 241–259.
- Bastani, P., & Bahrami, M. A. (2020). COVID-19 Related Misinformation on Social Media: A Qualitative Study from Iran. *Journal of Medical Internet Research*. <https://doi.org/10.2196/18932>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Berg, M., & Hepp, A. (2018). A Qualitative Network Approach to Transmedia Communication. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (Issue December, pp. 455–463). The Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351054904-50>
- Bessi, A., Zollo, F., Del Vicario, M., Puliga, M., Scala, A., Caldarelli, G., Uzzi, B., & Quattrociocchi, W. (2016). Users polarization on Facebook and Youtube. *PLoS ONE*, 11(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159641>
- Binark, M. (2014). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ayrıntı Yayınları.
- Bird, S. E. (2011). Are we all producers now?: Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4–5), 502–516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>

- Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media. *Journal of Communication*, 65(4), 619–638. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>
- Bozdağ, Ç. (2016). *Türkiye’de Yeni Medya Kullanım Eğilimleri Araştırma Raporu*. <https://docplayer.biz.tr/26648656-Turkiye-de-yeni-medya-kullanim-egilimleri-arastirmasi.html>
- Boztepe, T. H., & Yıldız, E. (2019). Sağlığa İlişkin Risklerin Önlenmesi Bağlamında Sağlık İletişimi Kampanyalarının ve Yeni Medyanın Rolü. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2(2), 111–133. <https://doi.org/10.33464/dorduncukuvvet.582332>
- Brady, J. T., Kelly, M. E., & Stein, S. L. (2017). The Trump Effect: With No Peer Review, How Do We Know What to Really Believe on Social Media? *Clinics in Colon and Rectal Surgery*, 30(4), 270–276. <https://doi.org/10.1055/s-0037-1604256>
- Brennen, J. S., Simon, F. M., & Nielsen, R. K. (2020). Beyond (Mis)Representation: Visuals in COVID-19 Misinformation. *The International Journal of Press/Politics*, 194016122096478. <https://doi.org/10.1177/1940161220964780>
- Brennen, S. J. Felix M. Simon, Philip N. Howard, and R. K. N., & Key. (2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation | Reuters Institute for the Study of Journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Bruns, A. (2008). The future is user-led: The path towards widespread produsage. *Fibreculture Journal*, 11, 1–10. <http://eprints.qut.edu.au/7520/>
- Bulut, E., & Yörük, E. (2017). Digital populism: Trolls and political polarization of Twitter in Turkey. *International Journal of Communication*, 11(September 2013), 4093–4117.
- Campbell, J. (1999). Self-Regulation and the Media. *Federal Communications Law Journal*. 51(3)
- Carey, J. M., Chi, V., Flynn, D. J., Nyhan, B., & Zeitzoff, T. (2020). The effects of corrective information about disease epidemics and outbreaks: Evidence from Zika and yellow fever in Brazil. *Science Advances*, 6(5). <https://doi.org/10.1126/sciadv.aaw7449>
- Caroline, J. (n.d.). *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*.
- Davies, G. (2020). Coronavirus misinformation on WhatsApp is going viral, despite steps to combat its spread. *ABC News*. <https://abcnews.go.com/Health/coronavirus-misinformation-whatsapp-viral-steps-combat-spread/story?id=69688321>
- Dikkol, S., Çakır, H., Uzel, N., & Aytaç, O. (2019). Türkiye’de Yapılan Facebook Araştırmalarına Yönelik Eleştirel Bir Değerlendirme. *Moment Journal*, 6(2), 428–446. <https://doi.org/10.17572/mj2019.2.428446>
- Fake News and Anthropology: A Conversation on Technology, Trust, and Publics in an Age of Mass Disinformation | PoLAR: Political and Legal Anthropology Review*. (2019). <https://polarjournal.org/2020/02>

- Gesser-Edelsburg, A., Diamant, A., Hijazi, R., & Mesch, G. S. (2018). Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: A controlled experiment. *PLoS ONE*, 13(12), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0209505>
- İhlas Haber Ajansı. (2020). *Medyada salgınla ilgili 96 yanlış bilgi yayıldı*. İhlas Haber Ajansı. <https://www.ihha.com.tr/haber-medyada-salginla-ilgili-96-yanlis-bilgi-yayildi-838274/>
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In M. Durham & D. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies* (pp. 163–174). Blackwell. <https://doi.org/10.1525/REP.2019.145.1.107>
- Hall, S. (1980). Cultural Studies: Two Paradigms, Culture, Ideology and Social Process. In *Routledge Handbook of Interpretive Political Science* (pp. 57–72). <https://doi.org/10.7146/kok.v37i107.22019>
- Innes, M., Dobрева, D., & Innes, H. (2019). Disinformation and digital influencing after terrorism: spoofing, truthing and social proofing. *Contemporary Social Science*, 1–30. <https://doi.org/10.1080/21582041.2019.1569714>
- Brennen, S. J. Felix M. Simon, Philip N. Howard, and R. K. N., & Key. (2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation | Reuters Institute for the Study of Journalism*. Reuters Instit
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. In *New York University Press*. New York University Press. <https://doi.org/10.1177/0894439307306088>
- Katz, E., Blumer, J., & Gurevitz, M. (1973). Uses and Gratifications Research. In *The Public Opinion Quarterly* (Vol. 37, Issue 4, pp. 509–523).
- Kırdemir, B. (n.d.). *TÜRKİYE'DE DİJİTAL HABER ORTAMI Kutuplaşma, Sosyal Medya ve Yükselen Trendler*. Retrieved December 1, 2020, from <http://www.gmfus.org/publications/dimensions-polarization-turkey>,
- Koçak, A., & Bulduklu, Y. (2010). Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), 5–17.
- Koçak, A. (2001). *Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma*. Selçuk University.
- Koçak, A., & Terkan, B. (2010). *Medya ve yaşlılar : yaşlıların medya izleme davranışları ve motivasyonları*. Çizgi Kitapevi.
- Koçer, S. (2019). An Anthropological Vantage Point on Post-Truth Culture. In B. Baybars-Hawks & S. Uzunoğlu (Eds.), *Polarization, populism, and the new politics : media and communication in a changing world* (pp. 6–13). Cambridge Scholars Publishing.
- Koçer, S., & Bozdağ, Ç. (2020). News Sharing Repertoires on Social Media in the Context of Networked Authoritarianism: The Case of Turkey”. *International Journal of Communication*, 40, 5292-5310.

- Konda. (2019). *Televizyonla Değişen Algılar, Sosyal Medyanın Yükselişi ve 10 Yıllık Medya Serüvenimiz 2008-2018*. https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/12/KONDA_MedyaRaporu_HT2018.pdf
- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., Zarka, J., Traboulsi, C., Akl, E. W., & Baddour, K. (2020). Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3), e7255. <https://doi.org/10.7759/cureus.7255>
- Küçük Kurt, M., Hazar, Ç. M., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı*. 6(1), 37–50.
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2), 1–14. <https://doi.org/10.1177/2056305115610141>
- Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. SAGE Publications, Inc.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest, Supplement*, 13(3), 106–131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- Li, Y.-J., Shen, X.-L., Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2019). *Literature review on health misinformation on social media Health Misinformation on Social Media: A Literature Review Completed Research Paper*. http://pacis2019.org/wd/Submissions/PACIS2019_paper_263.pdf
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*,. Harcourt Brace and Company.
- Livingstone, S. (2003). Book Section The changing nature of audiences : from the mass audience to the interactive media user. In Valdivia (Ed.), *Companion to Media Studies* (Issue August 2003, pp. 337–359). A. Oxford: Blackwell Publishing.
- Lobato^{1*}, E. J. C., Powell², M., Padilla¹, L., & Holbrook¹, C. (n.d.). *Willingness To Share Covid-19 Misinformation*.
- Madianou, M., & Miller, D. (2012). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- Marwick, A. E. (2018). *GEORGETOWN LAW TECHNOLOGY REVIEW WHY DO PEOPLE SHARE FAKE NEWS? A SOCIOTECHNICAL MODEL OF MEDIA EFFECTS*. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Milligan, C. (1), & Bartlett, R. (2). (2019). Solicited diary methods. In Liamputtong P. (Ed.), *Handbook of Research Methods in Health Social Sciences* (pp. 1447–1464). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_15

- Neff, G., & Nagy, P. (n.d.). *Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory*. <https://doi.org/10.1177/2056305115603385>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Newman, N., Richard Fletcher, W., Schulz, A., Andi, S., & Kleis Nielsen, R. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*.
- Newman, N with Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos, D. A. L. L. and R. K. N. (2017). *The Reuters Institute's Digital News Report 2017*
- Newman, N., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Reuters Institute Digital News. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- News, B. (2020). *Coronavirus: Fake news crackdown by UK government - BBC News*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/technology-52086284>
- NTV. (2020). *Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'dan 'Gizli Belge' Açıklaması*. NTV. Retrieved April 27, 2020, from https://www.ntv.com.tr/turkiye/saglik-bakani-fahrettin-kocadan-gizli-belge-aciklamasi,IPwl33GxykijOU23pDY_Bg
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>
- Özarlan, H., & F. Nisan. (2011). Kullanımlar ve Doymalar Perspektifinden Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Gümüşhane Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 23–43.
- Özçetin, B. (2010). Kullanımlar ve Doymalar'dan İzlerle Soslolojisine: Türkiye'de İzlerle Çalışmaları. *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 9–37.
- Picone, I. (2016). Grasping the Digital News User. *Digital Journalism*, 4(1), 125–141.
- Picone, I. (2017). Conceptualizing media users across media: The case for media user/use as analytical concepts. *Convergence*, 23(4), 378–390. <https://doi.org/10.1177/1354856517700380>
- Rosengren, K. E., Wenner, L. A., & Palmgreen, P. (1985). *Media gratifications research: current perspectives*. SAGE Publications.
- Rossini, P., Stromer-Galley, J., Baptista, E. A., & Veiga de Oliveira, V. (2020). Dysfunctional information sharing on WhatsApp and Facebook: The role of political talk, cross-cutting exposure and social corrections. *New Media & Society*, 146144482092805. <https://doi.org/10.1177/1461444820928059>
- Saka, E. (2020). *Social Media and Politics in Turkey : A Journey Through Citizen Journalism, Political Trolling, and Fake News*. Lexington Books.

- Şener, O., & Erbaysal, T. (2019). Manipüle Edilmiş Enformasyonel Bir Vitrin ve Populisy Bir Enformasyon Alanı Olarak Twitter. *Moment Dergi*, 6(2), 492–515.
- Şenol, Y., & K. Avcı. (2019). Sağlık Alanında Kamu Kurumlarının Sosyal Medya Kullanımına bir Örnek: Sağlık Bakanlığı 2017 Yılı Twitter Hesabının İncelenmesi. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 20(2), 52–57.
- Sloan, L., & Quan-Haase, A. (2017). *The SAGE handbook of social media research methods*. SAGE Publications.
- Spies, S. (2019). *Contexts of Misinformation*. Mediawell Social Science Research Council. https://mediawell.ssrc.org/literature-reviews/contexts-of-misinformation/versions/1-0/#How_are_new_technologies_reinforcing_or_countersing_echo_chamber_effects
- Tamer, Z., Daşlı, Y., & Biçer, E. (2019). Sağlık İletişiminde Yeni Yaklaşımlar : Dijital Medya Kullanımı New. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 42–52.
- Teyit.org. (2020). *Pandem Sürecinde Yanlış Bilgi Sorunu: Yanlış Bilgi, Haber Tüketim ve Teyit Etme Davranışları*.
- Thorson, E. (2016). Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480. <http://10.0.4.56/10584609.2015.1102187>
- Tosyalı, H., & Sütçü, C. S. (2016). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 3–22.
- UNHCR. (2018). *UNHCR Türkiye İstatistikleri - UNHCR Turkey*. <https://www.unhcr.org/tr/unhcr-turkiye-istatistikleri>
- Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Sağlık İletişimi Özel Sayı*, 14.
- Van der Meer, T. G. L. A., & Jin, Y. (2019). Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source. *Health Communication*, 35(5), 560–575. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1573295>
- Vosoughi, S. (1), Roy, D. (1), & Aral, S. (2). (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Vraga, E., & Bode, L. (2018). I do not believe you: how providing a source corrects health misperceptions across social media platforms. *Information Communication and Society*, 21(10). <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1313883>
- Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using Expert Sources to Correct Health Misinformation in Social Media. *Science Communication*, 39(5), 621–645. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1075547017731776>
- Wagner, M. C., & Boczkowski, P. J. (2019). The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism*, 7(7), 870–885. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1653208>

- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: on journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878. <http://10.0.4.56/1461670X.2018.1492881>
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Social Science & Medicine*, 240. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Report to the Council of Europe*, 108. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Welsh, A. (2020). *Twitter updates misinformation rules again to fight 5G coronavirus truthers*. Retrieved April 27, 2020, from <https://mashable.com/article/coronavirus-5g-misinformation-twitter-guidelines>
- WHO. (2020). *Novel Coronavirus(2019-nCoV) Situation Report - 13*. World Health Organization. Retrieved April 27, 2020, from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>
- WHO. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Myth busters*. World Health Organization. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>
- Wiseman, V., Conteh, L., & Matovu, F. (2005). Using diaries to collect data in resource-poor settings: questions on design and implementation. *Health Policy and Planning*, 20(6), 394–404.
- Yıldız, E., & Smets, K. (2019). Internet Trolling in “Networked” Authoritarianism: A Qualitative Content Analysis of Tweets by Regime Supporters and “Ak Trolls” in July 2016. *Middle East Journal of Culture & Communication*, 12(3), 348–368. <http://10.0.4.139/18739865-01203003>
- Yıldızgörür, R. M., & Eroğlu, E. (2019). Sosyal Medyaya Yönelik Güvenilirlik Algısının Bilgi Paylaşma Davranışıyla İlişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 358–378.

7. EKLER

7.1. EK1 ANKET FORMU

Onam Metni:

“Covid-19 Bağlamında Türkiye’de Yanlış Bilgi Yayılımını Medya Kullanıcılarının Gözünden Anlamak ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geliştirmek” adlı bu bilimsel araştırma; TÜBİTAK 1001-Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenen bir SOBAG Projesi kapsamında yürütülmektedir. Bu araştırma, COVID-19’a ilişkin internet içerikleri, yanlış bilgi ve haberin yayılımının Türkiye’deki dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Bu araştırmanın içeriği, araştırmacılar tarafından yalnızca akademik konferanslarda, akademik yayınlarda ve araştırmanın temelini oluşturan proje çalışmasında, akademik araştırma amaçlı olarak kullanılacaktır. 29677 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu çerçevesinde kişisel verilerin güvenliği ve saklanması temin edilecektir. Araştırma sırasında ve sonrasında katılımcıların anonimliği korunacak ve katılımcıların gerçek isimleri kullanılmayacaktır. Benzer biçimde katılımcıların kimliklerinin anonimliğini riske atabilecek herhangi bir kişisel bilgi açıklanmayacaktır. Toplanan verilerde herhangi bir şekilde, katılımcının gerçek isimlerinin anlaşılabilir olması durumunda gerekli düzenlemeler araştırmacılar tarafından yapılarak, katılımcının anonimliği sağlanacaktır. Çalışmadan toplanan veriler, güvenli ve yalnızca proje yürütücüsü ve proje asistanlarının erişimine açık olacak biçimde korunacaktır. Katılımcı ve araştırmacı tarafından gerçekleştirilecek görüşme, telefonla iletişim biçiminde olacaktır. Çalışmada yer alan sorular, herhangi bir hassas bilgi toplanmasına yönelik değildir. Bu açıdan araştırmanın, katılımcıların rahatsızlık duyacakları bir nitelikte olmadığı ve olası herhangi bir risk taşımadığı düşünülmektedir. Fakat olası bir rahatsız hissetme durumunda, araştırmadan istediğiniz an, araştırmanın istediğiniz aşamasında çekilmekte ve araştırma için sağladığınız verileri geri çekmekte özgürsünüz. Araştırma kapsamında, araştırmacı tarafından yöneltilecek tüm soruları yanıtlama zorunluluğunuz bulunmamaktadır. Yanıtlamaktan rahatsızlık duyduğunuz herhangi bir soru olması halinde, yanıtlamayı reddetmekte serbestsiniz. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak istemeniz veya araştırmayla ilgili sorularınız olması halinde araştırmanın yürütücüsü Doç. Dr. Suncem Koçer’e size sağlanacak iletişim bilgilerinden ulaşabilirsiniz.

Katılım Beyanı:

Bu çalışmaya gönüllülük esasına dayalı olarak, tamamen kendi rızamla katılıyorum. Araştırmaya katkımın yalnızca bu akademik araştırma amacıyla kullanılacağını anlıyorum. Araştırmaya devam etmek istemem halinde, araştırmanın herhangi bir aşamasında çalışmadan çekilebileceğim ve sağladığım verileri geri çekebileceğim konusunda araştırmacı tarafından bilgilendirildim. Tüm bu bilgiler doğrultusunda, çalışmaya katılmaya rızam olduğunu sözlü olarak beyan ederim.

SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİLER:

1. Görüşmenin yapıldığı il **[SORMADAN İŞARETLEYİN]** **[12 İL LİSTE]**:

- 1) Antalya
- 2) Adana
- 3) Ankara
- 4) Bursa
- 5) Çanakkale
- 6) Diyarbakır
- 7) Erzurum
- 8) İstanbul
- 9) İzmir
- 10) Kayseri
- 11) Samsun
- 12) Trabzon
- 13) Van
- 14) Diğer: _____

2. Cinsiyet **[SORMADAN İŞARETLEYİN]**

- [1] Kadın
- [2] Erkek

3. Doğum yılınız nedir?

3.1. Yaş grubu **[OTOMATİK OLARAK OLUŞTURULACAK]**

- [1] 18 - 29
- [2] 30 – 44
- [3] 45 – 64

4. Medeni durumunuz nedir?

- [1] Bekâr
- [2] Evli
- [3] Boşanmış/Eşi vefat etmiş

4. 1. Kaç çocuğunuz var?

- a. Çocuğum yok
- b. _____

5. Hanenizde siz dahil kaç kişi yaşıyor? _____

6. Hanenizde kimler yaşıyor? **(Birden çok seçenek işaretlenebilir)**

- [] Eşim
- [] Kardeşim

- Çocuğum/çocuklarım
- Annem
- Babam
- Büyükannem
- Büyükbabam
- Damadım
- Gelinim
- Torunum
- Amcam / Dayım
- Halam / Teyzem
- Kardeşimin eşi (Eniştem, yengem)
- Kuzenim
- Ev arkadaşıım (Akrabam olmayan kişi)
- Diğer akrabalar

7. Bir aylık hane geliriniz yaklaşık ne kadardır?

- [1] 0-499 TL arası
- [2] 500-999 TL arası
- [3] 1000-1999 TL arası
- [4] 2000-2999 TL arası
- [5] 3000 – 3999 TL arası
- [6] 4000 – 4999 TL arası
- [7] 5000 – 6999 TL arası
- [8] 7000 TL ve üstü

8. Eğitim durumunuz nedir?

- 1) İlkokul Terk
- 2) İlkokul Mezunu
- 3) Ortaokul Mezunu
- 4) Lise Mezunu (Normal, Düz, Anadolu)
- 5) Lise Mezunu (Meslek)
- 6) 2 Yıllık Yüksek Okul Mezunu
- 7) Üniversite Mezunu (Açık Öğretim)
- 8) Üniversite Mezunu (Normal Öğretim)
- 9) Lisans Üstü ve Doktora

9. Devam eden bir öğrenciliğiniz var mı?

- 1) Evet, var
- 2) Hayır, yok

10. Çalışma durumunuzu öğrenebilir miyim?

- [1] Emekli
- [2] Gelir getiren bir işi yok, çalışmıyor
- [3] Ücretli, tam zamanlı maaşlı çalışan

- [4] Ücretli, yarı zamanlı maaşlı çalışan
[5] Kendi hesabına çalışan, serbest meslek, nitelikli uzman

11. Yaşadığınız mahallenin ekonomik gelir düzeyini nasıl tanımlarsınız?

- [1] Düşük gelir
[2] Orta Gelir
[3] Yüksek Gelir

KİMLİK VE HAYAT TARZI

12. En son seçimlerde hangi partiye oy verdiğiniz?

- [1] Oy kullanmadım.
[2] AKP
[3] CHP
[4] HDP
[5] MHP
[6] İyi Parti
[7] Diğer....
[8] Belirtmek istemiyorum.

13. Anneniz kendi annesi ile hangi dilde konuşurdu?

- 1) Türkçe
2) Kürtçe
3) Zazaca
4) Arapça
5) Ermenice
6) Rumca
7) Lazca
8) Belirtmek istemiyorum
9) Diğer (Lütfen Belirtin): _____

14. Aşağıdaki toplumsal konuların ne kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?

	Çok önemli	Oldukça Önemli	Önemli	Az önemli	Önemli Değil
İnsan Hakları /Ayrımcılık	1	2	3	4	5
Gelir Adaletsizliği / İstihdam	1	2	3	4	5
Eğitim Eşitsizliği	1	2	3	4	5
Sağlık Sistemi	1	2	3	4	5
Hayvan Hakları	1	2	3	4	5
İnanç Hakları	1	2	3	4	5

Çevre ve İklim	1	2	3	4	5
Mülteci Hakları	1	2	3	4	5
Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği / Kadın Cinayetleri	1	2	3	4	5

15. Bir dine inanıyor musunuz?

[1] Evet, inanıyorum

[2] Hayır, inanmıyorum **[18. SORUYA GEÇİN]**

16. Dini kimliğinizi nasıl tanımlarsınız?

17. Mezhebinizi nasıl tanımlarsınız?

18. Kendinizi yakın gördüğünüz dünya görüşünü nasıl tanımlarsınız? **[EN FAZLA 2 SEÇENEK]**

[ROTASYON]

- Anarşist
- Apolitik
- Atatürkçü
- Aktivist
- Çevreci
- Dindar
- Feminist – Kadın Hareketi
- Hayvan hakları savunucusu
- İslamcı
- Laik
- Ulusalçı
- Milliyetçi
- Muhafazakâr
- Ülkücü
- Sosyal demokrat
- Liberal
- Komünist
- Sosyalist
- Yurtsever (Kürt Hareketi)
- Diğer (Lütfen belirtiniz): _____

19. Sayacağım mekanları sosyalleşmek için ne derece tercih ettiğinizi 1 hiç tercih etmem ve 5 hep tercih ederim olacak şekilde puanlar mısınız?

ROTASYON	1 Hiç Tercih Etmem	2	3	4	5 Hep Tercih Ederim
[1] Kendi evim	1	2	3	4	5
[2] Parklar	1	2	3	4	5
[3] AVM	1	2	3	4	5
[4] Kafeler/ Kahveler	1	2	3	4	5
[5] Arkadaş ve aile evleri	1	2	3	4	5
[6] Bar ve gece kulüpleri	1	2	3	4	5
[7] Üye olunan dernek/parti lokalleri	1	2	3	4	5
[8] Camiler ve ibadethaneler	1	2	3	4	5
[9] Belediye tesisleri/ Sosyal tesisler	1	2	3	4	5

20. Doğduğunuz şehirden farklı bir şehirde mi yaşıyorsunuz?

- [1] Evet
[2] Hayır

İNTERNET / SOSYAL MEDYA ERİŞİM

21. Hanenizde internet erişimi var mı?

- 1) Var
2) Yok

22. Son 3 ay içerisinde hiç internete girdiniz mi?

- 1) Evet, girdim
2) Hayır, girmedim

23. Hanenizde internete erişimi sayacaklarımdan hangisi veya hangileri ile sağlanıyor? **[Uygun olan tüm seçenekleri belirtiniz.]**

- Masaüstü bilgisayar (PC)
 Dizüstü Bilgisayar (Laptop)
 Tablet
 Akıllı Telefon
 Smart TV
 Diğer (**Lütfen Belirtin**): _____

COVID 19 SÜRESİNCE MEDYA KULLANIM VE GÜVEN

24. Basılı gazete alırmısınız?

- 1) Her gün düzenli olarak gazete alırım
2) Arada sırada gazete alırım
3) Hiç gazete almam

25. Covid-19 salgını öncesinde ne sıklıkla haber takibi yapıyordunuz?

- [1] Günde birkaç kez
- [2] Günde bir kez
- [3] Nadiren
- [4] Asla

26. Covid-19 salgını döneminde haber takibinizde, salgın öncesi döneme göre bir değişiklik yaşadığınızı düşünüyor musunuz?

- [1] Evet, eskiye göre daha sık takip ediyorum.
- [2] Hayır, haber takibi sıklığında bir değişiklik olmadı.
- [3] Evet, eskiye göre daha az takip ediyorum.

27. Koronavirüs salgınından önce haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ederdiniz? Okuyacağım kaynakları 1 "Hiç tercih etmezdim" ve 10 "Hep tercih ederdim" olacak şekilde puanlar mısınız?

	Salgın öncesinde
	Takip düzeyi
Basılı Gazete	
Televizyon	
Radyo	
Dergi	
Google Arama Motoru	
CNNTürk, Hürriyet, NTV gibi geleneksel haber kaynaklarının internet siteleri	
Medyascope, Gazete Duvar, Onedio gibi yalnızca dijital haber kaynakları	
Twitter, Facebook, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya platformları	
Whatsapp grupları	
Ailemden, arkadaşlarımdan duyduğum haberler	

28. Koronavirüs salgını sürecinde haberleri ve bilgileri nereden almayı tercih ediyorsunuz? Okuyacağım kaynakları 1 "Hiç tercih etmiyorum" ve 10 "Hep tercih ediyorum" olacak şekilde puanlar mısınız?

	Salgın sırasında
	Takip düzeyi
Basılı Gazete	
Televizyon	
Radyo	
Dergi	
Google Arama Motoru	

CNNTürk, Hürriyet, NTV gibi geleneksel haber kaynaklarının internet siteleri	
Medyascope, Gazete Duvar, Onedio gibi yalnızca dijital haber kaynakları	
Twitter, Facebook, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya platformları	
Whatsapp grupları	
Ailemden, arkadaşlarımdan duyduğum haberler	
Yaşananlara tanık olduğunu belirten kişiler	

29. Koronavirüs salgınından önce sayacağım bilgi kaynaklarına ne derece güvendiğinizi 0 “Hiç güvenmezdim” ve 10 “Son derece güvenirdim” olacak şekilde 0’dan 10’a kadar puanlar mısınız?

	Salgın öncesinde Güven Düzeyi
Basılı Gazete	
Televizyon	
Radyo	
Dergi	
Google Arama Motoru	
CNNTürk, Hürriyet, NTV gibi geleneksel haber kaynaklarının internet siteleri	
Medyascope, Gazete Duvar, Onedio gibi yalnızca dijital haber kaynakları	
Twitter, Facebook, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya platformları	
Whatsapp grupları	
Ailemden, arkadaşlarımdan duyduğum haberler	

30. Koronavirüs sırasında sayacağım bilgi kaynaklarına ne derece güvendiğinizi 0 “Hiç güvenmiyorum” ve 10 “Son derece güveniyorum” olacak şekilde 0’dan 10’a kadar puanlar mısınız?

	Salgın sırasında Güven Düzeyi
Basılı Gazete	
Televizyon	
Radyo	
Dergi	
Google Arama Motoru	
CNNTürk, Hürriyet, NTV gibi geleneksel haber kaynaklarının internet siteleri	
Medyascope, Gazete Duvar, Onedio gibi yalnızca dijital haber kaynakları	
Twitter, Facebook, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya platformları	
Whatsapp grupları	
Ailemden, arkadaşlarımdan duyduğum haberler	

31. Covid-19 salgını sırasında en sık izlediğiniz TV kanalı hangisidir?

- 1) 360
- 2) A SPOR TV
- 3) A2
- 4) AHABER
- 5) ArtıTV
- 6) ATV
- 7) BEYAZ TV
- 8) CNN TURK
- 9) DISNEY CHANNEL
- 10)DIYANET TV
- 11)DMAX
- 12)FOX
- 13)HABER TURK
- 14)HALK TV
- 15)KANAL 7
- 16)KANAL D
- 17)Medyascope
- 18)MINIKA COCUK
- 19)NTV
- 20)SHOW TV
- 21)STAR TV
- 22)TELE 1
- 23)TEVE2
- 24)TGRT HABER
- 25)TLC
- 26)TRT 1
- 27)TRT 2
- 28)TRT BELGESEL
- 29)TRT COCUK
- 30)TRT HABER
- 31)TRT KURDI
- 32)TRT MUZIK
- 33)TRT SPOR
- 34)TTV
- 35)TV8
- 36)TV8,5
- 37)TVT
- 38)ULKE TV
- 39)Diğer: _____

32. Covid-19 salgını sırasında en sık okuduğunuz /takip ettiğiniz gazete hangisidir?

- 1) Gazete Okumuyorum
- 2) Akşam
- 3) Aydınlık
- 4) Birgün
- 5) Cumhuriyet
- 6) Diriliş Postası
- 7) Gazete Duvar
- 8) Güneş
- 9) Habertürk
- 10) Hürriyet
- 11) Hürses
- 12) İstiklal
- 13) Karar
- 14) Korkusuz
- 15) Milat
- 16) Millî Gazete
- 17) Milliyet
- 18) Ortadoğu
- 19) Posta
- 20) Sabah
- 21) Şok
- 22) Sol
- 23) Sözcü
- 24) Star
- 25) T24
- 26) Takvim
- 27) Türkiye
- 28) Vatan
- 29) Yeni Akit
- 30) Yeni Asır
- 31) Yeni Asya
- 32) Yeni Birlik
- 33) Yeni Mesaj
- 34) Yeni Şafak
- 35) Yeni Yaşam
- 36) Yeniçağ
- 37) Yurt
- 38) Diğer: _____

33. Covid-19 salgını döneminde aşağıdaki çevrimiçi platformları salgınla ilgili bilgi edinmek için ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

- 1) Hiç kullanmıyorum
- 2) Yılda birkaç kez
- 3) Ayda 1 kez
- 4) Haftada 1 kez
- 5) Haftada birkaç kez
- 6) Hergün
- 7) Günde birkaç kez

	Hiç Kullanmıyorum	Yılda birkaç kez	Ayda 1 kez	Haftada 1 kez	Haftada birkaç kez	Hergün	Günde birkaç kez
Facebook	1	2	3	4	5	6	7
Instagram	1	2	3	4	5	6	7
Youtube	1	2	3	4	5	6	7
Mesajlaşma uygulamaları (Whatsapp, Telegram, Snapchat vs.)	1	2	3	4	5	6	7
Twitter	1	2	3	4	5	6	7
Ekşisözlük ve diğer sözlükler	1	2	3	4	5	6	7
Google, Yandex							
Çevrimiçi Haber/Gazete/Dergi Siteleri							
Kullanıcı içerikleri yayınlayan siteler (Onedio, Listelist, vb.)	1	2	3	4	5	6	7

34. Okuyacağım çevrimiçi platformlarda COVID-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz? 1 "Hiç karşılaşmıyorum" ve 5 "Çok sık karşılaşıyorum" olacak şekilde puanlar mısınız?

	Hiç karşılaşmıyorum	Nadiren karşılaşmıyorum	Orta derecede	Sık karşılaşmıyorum	Çok sık karşılaşmıyorum
Facebook	1	2	3	4	5
Instagram	1	2	3	4	5
Youtube	1	2	3	4	5
Mesajlaşma uygulamaları (Whatsapp, Telegram, Snapchat vs.)	1	2	3	4	5
Twitter	1	2	3	4	5

Ekşisözlük ve diğer sözlükler	1	2	3	4	5
Google, Yandex	1	2	3	4	5
Çevrimiçi Haber/Gazete/Dergi Siteleri	1	2	3	4	5
Kullanıcı içerikleri yayınlayan siteler (Onedio, Listelist, vb.)	1	2	3	4	5

35. Okuyacağım platformlarda COVID-19 salgını hakkında yanlış bilgi olarak algıladığınız şeylerle ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz? 1 “Hiç karşılaşmıyorum” ve 5 “Çok sık karşılaşıyorum” olacak şekilde puanlar mısınız?

	Hiç karşılaşmıyorum	Nadiren karşılaşıyorum	Orta derecede	Sık karşılaşıyorum	Çok sık karşılaşıyorum
Televizyon haber bültenler	1	2	3	4	5
Televizyon tartışma programları	1	2	3	4	5
Kamu spotları	1	2	3	4	5
Gazete haberleri	1	2	3	4	5
Köşe yazıları	1	2	3	4	5
Gazetelerin hafta sonu ekleri	1	2	3	4	5
Uluslararası haber kaynakları (BBC gibi)	1	2	3	4	5
Belgeseller	1	2	3	4	5
Gündüz kuşağı programları	1	2	3	4	5
Reality Showlar (Survivor, Masterchef gibi)	1	2	3	4	5

COVID 19 SÜRESİNCE YANLIŞ BILGI VE DOĞRULAMA PRATİKLERİ

36. Yanlış bir bilgiyi / haberi nasıl tanımlarsınız? Nasıl bir haber gözünüzde o içeriğin doğruluğundan şüphe ettirir?

--

37. Hangi durumda bilginin doğruluğundan şüphe edersiniz? Okuyacağım durumlardaki şüphe düzeyinizi 1 “Hiç şüphe etmem” ve 10 “Son derece şüphe etmem” olacak şekilde puanlar mısınız?

	1 Hiç şüphe	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Son derece
Resmi kurumdan gelmemesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tanımadığım birinden gelmesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kaynağının tanınmış/kurumsal olmaması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İçerisinde verinin olmaması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Görselinin olmaması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Takipçisi az biri tarafından paylaşılmış olması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Takip ettiğim bir haber mecrasından gelmemesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İmzalı bir haber (gazeteci tarafından yapılmış) olmaması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dünya görüşüme uygun olmaması	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

38. Covid-19 ile alakalı bilgi ve haberlerin doğruluğunu/yanlışlığını ne sıklıkla kontrol ediyorsunuz? 1 “Hiç kontrol etmem” ve 5 “Her zaman kontrol ederim” olarak şekilde puanlar mısınız?

1 Hiç kontrol etmem	2	3	4	5 Her zaman Kontrol ederim
1	2	3	4	5

39. Covid-19 salgını süresince karşılaştığınız içeriklere ilişkin okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı 1 “Hiç katılmıyorum” ve 10 “Son derece katılıyorum” olacak şekilde puanlar mısınız?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Haber olarak yayınlandıysa bilginin doğru olması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Okuduğum haberin/bilginin geçerliliğini sorgulamıyorum çünkü internetteki her şey genelde doğru.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yetkili kişilerden / Resmi kuruluşlardan gelmediyse bilginin doğruluğundan şüphe duyarım.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tanımadığım kişilerden geldiyse bilginin doğruluğundan şüphe duyarım	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dünya görüşüme yakın olmayan bir kaynaktan gelen bilginin şüpheli olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gördüğüm çoğu şeyi görmezden geliyorum çünkü çoğu haberin/bilginin yanlış olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Her şeyi her zaman sorguluyorum çünkü internetteki her şey hakkında şüpheliyim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bilgi/haberin sunumunda görsel kullanılmadıysa şüphe duyarım	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bilgi/haberin sunumunda veri kullanılmadıysa şüphe duyarım	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

40. Covid-19 ile alakalı güvenmediğiniz ya da doğruluğundan şüphelendiğiniz bir içerik ile karşılaştığınızda size sayacağım davranışlarının hangilerini sergilersiniz?

	Evet	Hayır
URL adresine bakmak.	1	2
Güvenilir bir bilgi olup olmadığını görmek için paylaştan kişinin kim olduğuna bakmak.	1	2
Güvenilir bir bilgi olup olmadığını görmek için yayıncının kim olduğuna bakmak.	1	2
Güvenilir bir bilgi olup olmadığını görmek için kaynağına bakmak.	1	2
Bilginin doğruluğunu kontrol etmek için yakın çevreye danışmak. (Ailem, arkadaşlarım, iş arkadaşım gibi)	1	2
Bilginin doğruluğunu kontrol etmek için güvenilen haber kaynaklarına bakmak.	1	2
Yanlış olduğundan şüphelenilen haberi, kaynağını, kullanılan dili ve görselleri detaylı bir şekilde incelemek.	1	2

Yetkili mercilerden bilginin doğruluğunu kontrol etmek. (Sağlık bakanı, TTB, WHO)	1	2
teyit.org/ doğrula.org, fullfact gibi bilgi doğrulama platformlarına başvurmak.	1	2
Yanlış yanıtıcı bir içerik ile karşılaşıldığında yanlış bilgi paylaşan hesabı ya da içeriği doğrudan şikâyet etmek.	1	2
Yanlış yanıtıcı bir içerik ile karşılaşıldığında yanlış bilgiyi yakınlar ya takipçiler paylaşmak.	1	2
Yanlış yanıtıcı bir içerik ile karşılaşıldığında karşılaşılan site ya da sosyal medya kullanımını sınırlandırmak.	1	2

41. Covid-19 ile ilgili paylaştığınız ancak yanlış olduğu ortaya çıkan bir içerik paylaştınız mı?

[1] Evet, paylaştım.

[2] Hayır, paylaşmadım.

42. Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada yaptığınız bilgi/haber paylaşımı başkaları tarafından doğru olmadığı yönünde eleştirildi mi?

[1] Paylaştığım haberin tam olarak doğru olmadığı söylendi.

[2] Paylaştığım haberin abartılı olduğu söylendi.

[3] Paylaştığım haberin tamamen uydurma olduğu söylendi.

[4] Bunların hiçbirisi başıma gelmedi.

43. Son 3 ay içerisinde Covid-19 sürecinde sosyal medyada paylaştığı içeriğin yalan ya da abartılı olduğu konusunda herhangi birini uyardınız mı?

[1] Hayır, uyarmadım

[2] Evet bir kez uyardım

[3] Evet, biden çok kez uyardım

44. Covid-19 ile ilgili olarak okuyacağım haberlerden herhangi birini çevreniz ile sosyal medya üzerinden veya yüzyüze olarak paylaştınız mı?

	1 Hayır paylaşmadım	2 Sadece sosyal medyadan paylaştım	3 Sadece yüzyüze paylaştım	4 Hem sosyal medyadan hem yüzyüze paylaştım
Covid-19 Çin'de laboratuvarında üretilmiş biyolojik bir silahtır	1	2	3	4
Koronavirüs hastalığı 5G teknolojisiyle ilişkilidir	1	2	3	4
Koronavirüs aşısıyla insanlara çip takılacak	1	2	3	4
Koronavirüs salgınını devletler olduğundan büyük göstermektedir	1	2	3	4
Devletler vaka sayılarını olduğundan düşük göstermektedir	1	2	3	4
C vitamini Covid-19'a karşı koruyucu etkiye sahiptir.	1	2	3	4

Müslüman ülkeler temizliğe önem verdiği için Korona virüsten diğer ülkelere göre daha az etkilenmişlerdir	1	2	3	4
İşkembe / kelle paça çorbası içmek Covid-19'a karşı bağışıklığı güçlendirir.	1	2	3	4
Sigara içenlerin Korona virüse yakalanma tehlikesi daha azdır.	1	2	3	4
Türk geni korona virüsünden etkilenmez.	1	2	3	4
Tuz ile gargara yapmak koronavirüs mikrobunu öldürür.	1	2	3	4

45. Aşağıda yer alan aktörlerin Covid-19 ile ilgili bilgi kirliliğiyle mücadelede ne kadar başarılı olduklarını değerlendirir misiniz? 1 "Hiç başarılı değil" ve 10 "Oldukça başarılı" olacak şekilde puanlar mısınız?

	1 Hiç Başarılı Değil	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Son Derece Başarılı
Bilgi Doğrulama Kuruluşları (Teyit, Fullfact vs.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arama Motorları (Google, Yandex, Bing)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Politikacılar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gazeteciler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cumhurbaşkanlığı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sağlık Çalışanları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İç İşleri Bakanlığı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sağlık Bakanlığı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sosyal Medya Platformları (Facebook, Twitter, Whatsapp vs.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sivil Toplum Örgütleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dünya Sağlık Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Türk Tabipler Birliği gibi meslek örgütleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yurttaşlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yabancı Basın / Yabancı Ajanslar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Medya Kuruluşları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

46. Sayacağım kişilerin ve kurumların yaptığı açıklamalara Covid-19 süresince ne derece güvendiğinizi 1 "Hiç güvenmiyorum" ve 10 "Son derece güveniyorum" olacak şekilde puanlar mısınız?

	1 Hiç güvenmiyorum	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Son derece güveniyorum	Fikri m Yok
Fahrettin Koca	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Süleyman Soylu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Recep Tayyip Erdoğan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Meral Akşener	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Kemal Kılıçdaroğlu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Devlet Bahçeli	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Pervin Buldan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ali Babacan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Mithat Sancar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ahmet Davutoğlu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Berat Albayrak	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Bilim Kurulu Üyeleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Türk Tabipler Birliği	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Desteklediğim partinin belediye başkanları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Destiklemediğim partinin belediye başkanları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

47. Okuyacağım sosyal medya araçlarındaki Covid-19 ile ilgili içeriklere ne derece güvendiğinizi 1 “Hiç güvenmiyorum” ve 10 “Son derece güveniyorum” olacak şekilde 1’den 10’a kadar puanlar mısınız?

	1 Hiç	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Son derece	11 Fikrim Yok
Facebook	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Instagram	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Youtube	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Mesajlaşma uygulamaları (Whatsapp, Telegram, Snapchat vs.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Twitter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ekşisözlük ve diğer sözlükler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Google, Yandex	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Çevrimiçi Haber/Gazete/Dergi Siteleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Kullanıcı içerikleri yayınlayan siteler (Onedio, Listelist, vb.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

48. Covid-19 bağlamında ortaya çıkan bilgi kirliliğiyle mücadele etmek için sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesine yönelik bazı ifadeler okuyacağım. Bu ifadelere ne derece katıldığınız 1 “Hiç katılmıyorum” ve 5 “Son derece katılıyorum” olacak şekilde puanlar mısınız?

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum ne	Katılıyorum	Son derece katılıyorum
Devlet ve Sosyal medya şirketleri Covid-19 hakkında çıkan yanlış bilgilere karşı birlikte mücadele etmelidir	1	2	3	4	5
Covid-19 ile ilgili yanlış bilgilerin önüne geçilmesi amacıyla sosyal medya hesaplarına erişim engeli getirilebilir	1	2	3	4	5
Devletler sosyal medya platformlarına yönelik regülasyonlarda bulunabilir	1	2	3	4	5
Covid-19 ile ilgili bilerek ya da farkında olmadan yanlış bilgi paylaşımında bulunan hesaplar kapatılmalı/askıya alınmalı	1	2	3	4	5
Sebepler her ne olursa olsun sosyal medya platformlarının kapatılması özgürlüğün kısıtlanması anlamına gelir	1	2	3	4	5
Sosyal medyada yanlış bilgi kirliliğine karşı cezai Hükümlerin artırılması gerekiyor.	1	2	3	4	5
Yetkililerin daha hızlı aksiyon alabilmeleri için yetkilerinin artırılması gerekiyor	1	2	3	4	5
Şirketlerin (Facebook, Twitter, vs.) yasalara uymamaları halinde para cezasına çarptırılmaları gerekir	1	2	3	4	5
Şirketlerin Türkiye’de temsilcilik açması zorunlu hale getirilmeli	1	2	3	4	5

49. Sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasayı ne derece bildiğinizi düşünüyorsunuz? 1 “Hiç bilmiyorum” 3 “Orta derecede biliyorum” ev 5 “Son derece biliyorum” olacak şekilde puanlar mısınız?

1 Hiç bilmiyorum	2	3	4	5 Son derece biliyorum
1	2	3	4	5

50. Bildiğiniz / hatırladığınız kadarı ile sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi / regüle edilmesine yönelik yasanın neler içeriyor?

51. Sizce sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi / regüle edilmesine yönelik yasa tasarı hangi gerekçe ile hükümetin gündemine geldi?

52. Sosyal medyanın devlet tarafından denetlenmesi/regüle edilmesine yönelik meclisten geçen yasayı ne derece destekliyorsunuz? 1 “Hiç desteklemiyorum” 3 “Ne destekliyorum ne desteklemiyorum” ev 5 “Son derece destekliyorum” olacak şekilde puanlar mısınız?

1 Hiç desteklemiyorum	2	3	4	5 Son derece destekliyorum
1	2	3	4	5

53. Meclisten geçen sosyal medya yasasından beklentileriniz nelerdir?

7.2. EK 2 DÜNYA GÖRÜŞLERİ FAKTÖR ANALİZİ

Faktör Analizi (Rotated Component Matrix)

	Rotated Component Matrix (a)								
	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Laik	-0.73	-0.15	-0.05	0.02	-0.08	-0.31	-0.05	-0.06	0.09
Atatürkçü	-0.69	-0.18	-0.10	0.13	-0.04	0.28	0.01	-0.01	-0.01
Dindar	0.16	0.75	-0.02	-0.05	-0.07	-0.10	-0.02	-0.05	-0.11
İslamcı	0.07	0.73	-0.04	0.03	-0.04	0.04	0.02	-0.02	0.19
Yurtsever (Kürt Hareketi)	0.08	-0.04	0.78	0.02	-0.04	-0.03	-0.04	0.06	0.01
Komünist	0.01	-0.01	0.78	0.04	-0.01	0.00	0.00	-0.07	-0.05
Milliyetçi	0.17	-0.12	-0.10	-0.73	-0.09	0.24	-0.11	-0.07	0.03
Muhafazakâr	0.08	0.12	-0.07	-0.57	0.01	-0.27	-0.07	-0.07	-0.26
Çevreci	0.34	-0.12	-0.18	0.53	0.10	0.00	-0.31	-0.07	-0.25
Feminist – Kadın Hareketi	0.05	-0.09	-0.02	0.00	0.66	-0.12	0.25	0.01	0.10
Hayvan hakları savunucusu	0.14	-0.12	-0.08	0.23	0.62	-0.07	-0.14	-0.20	-0.11
Apolitik	0.33	-0.27	-0.09	0.19	-0.54	-0.30	0.21	-0.39	0.09
Ülkücü	0.01	-0.04	-0.04	-0.03	-0.11	0.85	0.03	-0.09	-0.02
Liberal	-0.07	0.05	0.02	0.01	0.12	0.02	0.69	-0.17	-0.11
Anarşist	0.10	-0.05	-0.07	0.04	-0.05	0.01	0.65	0.20	0.01
Sosyalist	0.31	-0.22	0.08	-0.03	0.09	-0.08	0.06	0.64	0.27
Sosyal demokrat	-0.13	0.06	-0.10	0.17	-0.20	-0.07	0.02	0.62	-0.30
Ulusalçı	-0.06	0.08	-0.06	0.05	-0.01	-0.02	-0.09	-0.03	0.81

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

7.3. EK 3 MEDYA GÜNLÜĞÜ

"Covid-19 Bağlamında Türkiye'de Yanlış Bilgi Yayılımını Medya Kullanıcılarının Gözünden Anlamak ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geliştirmek" isimli bu bilimsel araştırma; TÜBİTAK 1001-Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenmektedir.

Araştırmanın amacı Covid-19 Pandemisi süresince karşılaşılan yanlış bilgilerin yayılımını ortaya çıkararak, bu dolaşımın resmini çizmektir.

Bu araştırmanın içeriği, proje yöneticisi ve araştırmacılar tarafından yalnızca akademik konferanslarda, akademik yayınlarda ve araştırmanın temelini oluşturan proje çalışmasında, akademik araştırma amaçlı olarak kullanılacaktır. 29677 sayılı kişisel Verilerin Korunması Kanunu çerçevesinde kişisel verilerin güvenliği ve saklanması temin edilecektir. Araştırma sırasında ve sonrasında katılımcıların anonimliği korunacak ve katılımcıların gerçek isimleri kullanılmayacaktır. Benzer biçimde katılımcıların kimliklerinin anonimliğini riske atabilecek herhangi bir kişisel bilgi açıklanmayacaktır. Toplanan verilerde herhangi bir şekilde, katılımcının gerçek isimlerinin anlaşılabilir olması durumunda gerekli düzenlemeler araştırmacılar tarafından yapılarak, katılımcının anonimliği sağlanacaktır. Çalışmadan toplanan veriler, güvenli ve yalnızca proje yürütücüsü, proje araştırmacıları ve proje asistanlarının erişimine açık olacak biçimde korunacaktır.

Çalışmamıza katıldığınız için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Suncem Koçer Çamurdan

Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

1. Bugün hangi sosyal medya platformlarında koronavirüs hakkında hangi içeriklerle karşılaştınız? Lütfen karşılaştığınız içeriklerin bağlantı adreslerini ya da metin içeriklerini karşılaştığınız platformların karşısındaki kutulara kopyalayabilir misiniz?

- Facebook: _____
- Twitter: _____
- Instagram: _____
- Youtube: _____
- WhatsApp: _____
- Telegram: _____
- Snapchat: _____
- Eksisozluk ve diğer sözlükler: _____
- Diğer: (Lütfen Belirtin) : _____

Koronavirüsle İlgili Yanlış Bilgiler

2. Bugün sosyal medyada koronavirüsle ilgili doğru olmadığını düşündüğünüz bir bilgiyle karşılaştınız mı? Lütfen bu bilgilerin bağlantı adreslerini veya metinlerini kutulara kopyalayabilir misiniz?

Birinci içerik	
İkinci içerik	
Üçüncü içerik	
Dördüncü içerik	
Beşinci içerik	

3. Bu bilgi ve haberlerin varsa ekran görüntülerini yükleyebilir misiniz? (Lütfen en fazla 5 dosya yükleyin)

4. Bu bilginin doğru olmadığını nasıl anladınız? Kısaca bahseder misiniz?

5. Bilginin doğru olmadığını anladığınızda ne yaptınız? Yaptıklarınızdan aşama aşama bahsedebilir misiniz?

Doğruluğuna Güvenilen Bilgiler

1. Bugün sosyal medyada koronavirüsle ilgili doğru olduğunu düşündüğünüz hangi bilgi/haberlere denk geldiniz? Bu haberlerin bağlantı adreslerini ya da metinlerini aşağıdaki kutulara kopyalar mısınız?

Birinci içerik	
İkinci içerik	
Üçüncü içerik	
Dördüncü içerik	
Beşinci içerik	

2. Bu bilgi ve haberlerin varsa ekran görüntülerini yükleyebilir misiniz? (Lütfen en fazla 5 dosya yükleyin)

3. Sosyal medyada koronavirüsle ilgili doğru olduğunu düşündüğünüz bilgileri nereden ve/ya kimden gördünüz?

- Ailemden / Akrabalarımın hesaplarından
- Arkadaş çevremın hesaplarından
- Sosyal medyadaki popüler kişilerden / fenomenlerden / sanatçılardan
- Haber kanallarının hesaplarından (Ntv, CNNTürk, Sputnik vs.)
- Gazetelerin hesaplarından
- Sivil toplum kuruluşların veya uluslararası kuruluşların hesaplarından
- Kamu kurumlarının hesaplarından (bakanlıklar, valilikler, belediyeler vb.)
- Siyasetçilerin hesaplarından

- Diğer: (Lütfen belirtin): _____

4. Bu bilgilerin doğru olduğunu nasıl anladınız? Kısaca bahseder misiniz?

--

Yapılan Paylaşım

5. Bugün sosyal medyada koronavirüs hakkında kaç adet bilgi ya da haber paylaştınız?

6. Bu bilgi ve haberleri nerede ve kimlerle paylaştınız?

- Tüm takipçilerim
- Ailem / akrabalarım
- Arkadaşlarım
- Komşularım
- İş arkadaşlarım / okul arkadaşlarım
- Hobi grupları gibi diğer gruplar
- Diğer: (Lütfen belirtin)

7. Paylaştığınız bilgi/haberlerin konusu ve kaynağı neydi? Lütfen kısaca bahseder misiniz?

--

8. Bilgiyi/haberi kimden ve nerde gördünüz? Lütfen kutulara bu bilgi ve haberlerin kaynağını yazar mısınız?

--

9. Bilgiyi/haberi ne amaçla paylaştınız? Lütfen kısaca bahseder misiniz?

--

10. Peki WhatsApp üzerinden paylaştığınız bir bilgi / haber oldu mu? Olduysa metinlerini aşağıdaki kutulara kopyalar mısınız?

Birinci içerik	
İkinci içerik	
Üçüncü içerik	
Dördüncü içerik	
Beşinci içerik	

11. WhatsApp üzerinden paylaştığınız bilgi ve haberlerin varsa ekran görüntülerini yükler misiniz? (Lütfen en fazla 5 dosya yükleyin)
12. Bu haberleri paylaştığınız WhatsApp grupları kimlerden oluşuyor? Bu grupları nasıl tanımlarsınız?

13. Bugün sosyal medyada koronavirüsle ilgili gördüğünüz içerikleri yüz yüze kimlerle paylaştınız?
 - Ailem / Akrabalarım
 - Arkadaşlarım
 - İş arkadaşlarım / Okul arkadaşlarım
 - Komşularım
 - Diğer (Esnaf, taksi şoförü, bakkal, manav vb.)

7.4. EK 4 DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORU SETİ

Onam Metni:

“Covid-19 Bağlamında Türkiye’de Yanlış Bilgi Yayılımını Medya Kullanıcılarının Gözünden Anlamak ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geliştirmek” adlı bu bilimsel araştırma; TÜBİTAK 1001-Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenen bir SOBAG Projesi kapsamında yürütülmektedir. Bu araştırma, COVID-19’a ilişkin internet içerikleri, yanlış bilgi ve haberin yayılımının Türkiye’deki dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Bu araştırmanın içeriği, araştırmacılar tarafından yalnızca akademik konferanslarda, akademik yayınlarda ve araştırmanın temelini oluşturan proje çalışmasında, akademik araştırma amaçlı olarak kullanılacaktır. 29677 sayılı kişisel Verilerin Korunması Kanunu çerçevesinde kişisel verilerin güvenliği ve saklanması temin edilecektir. Araştırma sırasında ve sonrasında katılımcıların anonimliği korunacak ve katılımcıların gerçek isimleri kullanılmayacaktır. Benzer biçimde katılımcıların kimliklerinin anonimliğini riske atabilecek herhangi bir kişisel bilgi açıklanmayacaktır. Toplanan verilerde herhangi bir şekilde, katılımcının gerçek isimlerinin anlaşılabilir olması durumunda gerekli düzenlemeler araştırmacılar tarafından yapılarak, katılımcının anonimliği sağlanacaktır. Çalışmadan toplanan veriler, güvenli ve yalnızca proje yürütücüsü ve proje asistanlarının erişimine açık olacak biçimde korunacaktır. Katılımcı ve araştırmacı tarafından gerçekleştirilecek görüşme, telefonla iletişim biçiminde olacaktır. Çalışmada yer alan sorular, herhangi bir hassas bilgi toplanmasına yönelik değildir. Bu açıdan araştırmanın, katılımcıların rahatsızlık duyacakları bir nitelikte olmadığı ve olası herhangi bir risk taşımadığı düşünülmektedir. Fakat olası bir rahatsız hissetme durumunda, araştırmadan istediğiniz an, araştırmanın istediğiniz aşamasında çekilmekte ve araştırma için sağladığınız verileri geri çekmekte özgürsünüz. Araştırma kapsamında, araştırmacı tarafından yöneltilecek tüm soruları yanıtlama zorunluluğunuz bulunmamaktadır. Yanıtlamaktan rahatsızlık duyduğunuz herhangi bir soru olması halinde, yanıtlamayı reddetmekte serbestsiniz. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak istemeniz veya araştırmayla ilgili sorularınız olması halinde araştırmanın yürütücüsü Doç. Dr. Suncem Koçer’e size sağlanacak iletişim bilgilerinden ulaşabilirsiniz.

Katılım Beyanı:

Bu çalışmaya gönüllülük esasına dayalı olarak, tamamen kendi rızamla katılıyorum. Araştırmaya katkımın yalnızca bu akademik araştırma amacıyla kullanılacağını anlıyorum. Araştırmaya devam etmek istemem halinde, araştırmanın herhangi bir aşamasında çalışmadan çekilebileceğim ve sağladığım verileri geri çekebileceğim konusunda araştırmacı tarafından bilgilendirildim. Tüm bu bilgiler doğrultusunda, çalışmaya katılmaya rızam olduğunu sözlü olarak beyan ederim.

Derinlemesine Görüşme Soruları

Demografik Özellikler

- Kısaca kendinizden bahseder misiniz?

Günlük Çalışması ile İlgili Süreç Değerlendirmesi

- Günlük çalışmasına katıldığınız bu bir haftalık süreci nasıl değerlendirirsiniz? Sizce nasıl geçti?

Bilgiye Erişim

- Türkiye’de Covid-19 vakasının ilk kez görüldüğü 11 Mart tarihinden itibaren, covid-19 salgını ile ilgili içerikleri nerelerden takip ediyorsunuz? Ne tür içerikler daha çok dikkatinizi çekiyor?

İşleme Mekanizması

- Çevrimiçi platformlarda bir içerik ile karşılaştığınızda, o içeriğe güveninizi belirleyen faktörler nelerdir?
- Takip ettiğiniz bir hesabın doğrulanmış olması (mavi tik), takipçi sayısının fazla olması gibi teknik özellikler, o hesaba güveninizi etkileyen faktörlerden midir?
 - Hayır ise; sosyal ağ sitelerine tür teknik özellikler getirilirse o sitelere güveniniz artar?
- WhatsApp üzerinden Covid-19 ile ilgili size gelen içerikleri nasıl bir doğru yanlış süzgecinden geçiriyorsunuz?

Yanlış Bilgi

- Sizce yanlış bilgi ne demektir?
- Çevrimiçi platformlarda covid-19 ile ilgili bir bilgi ya da haber ile karşılaştığınızda onun yanlış bir bilgi ya da haber olduğunu nasıl anlıyorsunuz?

Paylaşım

- Sosyal ağ sitelerinde Covid-19 ile ilgili paylaşım yaptınız mı?
 - Evet ise; bu paylaşımları kimlerle hangi mecralar aracılığı ile yaptınız?
 - Hayır ise; yüz yüze paylaşımında bulundunuz mu?
- Covid-19 ile ilgili paylaşım yapma motivasyonunuz neydi?

Uyarı

- Covid-19 ile ilgili sosyal ağ sitelerinde yaptığınız bir paylaşımın yanlış bilgi içerdiğine dair herhangi biri tarafından uyarıldınız mı?
 - Evet ise, tepkiniz nasıl oldu?
 - Hayır ise, böyle bir durum ile karşılaştığınızı farz edersek tepkiniz nasıl olurdu?

Komplo Teorileri

- Çevrimiçi platformlarda covid-19’un Çin tarafından üretilen yapay bir virüs olduğu ya da covid-19 aşısı ile insanlara çip takılacağı şeklindeki komplo teorileri ile karşılaştınız mı?
 - Evet ise; bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Vaka Sayıları

- Sağlık Bakanı Fahrettin Koca ve Türk Tabipler Birliđi arasındaki hasta vaka tartışmalarını takip ettiniz mi? Bu konu ile ilgili dūřünceleriniz nelerdir?
- Covid-19 testi pozitif çıkan bir yakınınız oldu mu?
 - Evet ise; bu haberi nasıl öğrendiniz?

Sosyal Medya Regülasyonu

- Yanlış bilgi yayılımına karşı İletişim Başkanlığı tarafından Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı kuruldu. Ayrıca, Temmuz ayında sosyal medya regülasyonu ile ilgili yasa taslağı TBMM'de kabul edildi. Bu süreçleri takip ettiniz mi?
 - Evet ise; bu konu hakkında ne dūřünüyorsunuz?
 - Hayır ise; sosyal ađ sitelerinin devlet tarafından denetlenmesi ile hakkında ne dūřünüyorsunuz?

EK 5 KATILIMCI GÖZLEM ONAM METNİ

"Covid-19 Bağlamında Türkiye'de Yanlış Bilgi Yayılımını Medya Kullanıcılarının Gözünden Anlamak ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geliştirmek" isimli bu bilimsel araştırma; TÜBİTAK 1001-Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenmektedir.

Araştırmanın amacı Covid-19 Pandemisi süresince karşılaşılan yanlış bilgilerin yayılımını ortaya çıkararak, bu dolaşımın resmini çizmektir. Araştırmada kullanılan tekniklerden biri de katılımcı gözlemdir. Buna göre araştırma asistanı katılımcıların gündelik yaşantılarında medya kullanımını gözlemleyecektir.

Bu araştırmanın içeriği, proje yöneticisi ve araştırmacılar tarafından yalnızca akademik konferanslarda, akademik yayınlarda ve araştırmanın temelini oluşturan proje çalışmasında, akademik araştırma amaçlı olarak kullanılacaktır. 29677 sayılı kişisel Verilerin Korunması Kanunu çerçevesinde kişisel verilerin güvenliği ve saklanması temin edilecektir. Araştırma sırasında ve sonrasında katılımcıların anonimliği korunacak ve katılımcıların gerçek isimleri kullanılmayacaktır. Benzer biçimde katılımcıların kimliklerinin anonimliğini riske atabilecek herhangi bir kişisel bilgi açıklanmayacaktır. Toplanan verilerde herhangi bir şekilde, katılımcının gerçek isimlerinin anlaşılabilir olması durumunda gerekli düzenlemeler araştırmacılar tarafından yapılarak, katılımcının anonimliği sağlanacaktır. Çalışmadan toplanan veriler, güvenli ve yalnızca proje yürütücüsü, proje araştırmacıları ve proje asistanlarının erişimine açık olacak biçimde korunacaktır. Çalışmada yer alan sorular ve gözlem konuları, herhangi bir hassas bilgi toplanmasına yönelik değildir. Bu açıdan araştırmanın, katılımcıların rahatsızlık duyacakları bir nitelikte olmadığı ve olası herhangi bir risk taşımadığı düşünülmektedir. Fakat olası bir rahatsız hissetme durumunda, araştırmadan istediğiniz an, araştırmanın istediğiniz aşamasında çekilmekte ve araştırma için sağladığınız verileri geri çekmekte özgürsünüz. Araştırma kapsamında, araştırmacı tarafından yöneltilecek tüm soruları yanıtlama zorunluluğunuz bulunmamaktadır. Yanıtlamaktan rahatsızlık duyduğunuz herhangi bir soru olması halinde, yanıtlamayı reddetmekte serbestsiniz.

Teşekkürler.

Doç. Dr. Suncem Koçer Çamurdan

Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

TÜB TAK
PROJE ÖZET B LG FORMU

Proje Yürütücüsü:	SUNCEM KOÇER ÇAMURDAN
Proje No:	120K658
Proje Ba lı ::	Covid-19 Ba lamında Türkiye'de Yanlı Bilgi Yayılımını Medya Kullanıcılarının Gözünden Anlamak ve Önleyici Faaliyet Önerileri Geli tirmek
Proje Türü:	1001 - Ara tırma
Proje Süresi:	6
Ara tırmacılar:	
Danı manlar:	
Projenin Yürütüldü ü Kurulu ve Adresi:	KAD R HAS Ü.
Projenin Ba langıç ve Biti Tarihleri:	01/07/2020 - 31/12/2020
Onaylanan Bütçe:	82590.0
Harcanan Bütçe:	74026.53
Öz:	<p>Dünya Sa lık Örgütü (DSÖ) Aralık 2019'da dünya gündemine ta ınan Covid-19 salgınına yanlı bilgi salgınının da (infodemic) e lik etti ini duyurmu tur. 21. yüzyılın en büyük sa lık krizi olan COVID-19 salgınının ba arılı bir eilde yönetilmesi davranı ları yönlendirecek do ru bilgilerin kitlelere ileti imi ile mümkündür. Yanlı bilginin sosyal medya platformları üzerinden ve mesajla ma uygulamaları aracılı ıyla yayılım mekanizması virüsün yayılım ekline paralellik göstermektedir. Bu ara tırma, COVID-19'a ili kin internet içerikleri, yanlı bilgi ve haberin yayılımının Türkiye'deki dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Medya kullanıcılarının sa lık konulu yanlı bilgiyi ki sel ve toplumsal ba lamları içerisinde nasıl yorumladıkları ve anlamlandırdıkları yanlı bilginin yayılmasında kullanıcıların oynadıkları rolü anlamının anahtarıdır. Bireylerin yanlı bilginin yayılmasında oynadıkları rolü derinlikli olarak anlamak etkili müdahale ve tedbir stratejilerinin de temelini olu turmalıdır.</p>
Anahtar Kelimeler:	nfodemi, yanlı bilgi, karma yöntem, kutupla ma, bilgi kirlili i ile mücadele
Fikri Ürün Bildirim Formu Sunuldu Mu?:	Hayır