

İNTERNET, DİJİTAL DEMOKRASİ VE BİLGİ DEZENFORMASYONU EKSENİNDE YENİ MEDYA: SOSYAL MEDYA KULLANICILARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRME

Alper ÖNEN*

Özet

İnternet demokrasisi kavramı aracın etkileşimselliği noktasında temsili demokrasiyi katılımcı demokrasiye dönüştürerek, bilgiye ulaşımın eşit bir şekilde yayılması, erişim kolaylığı ve ifade özgürlüğü gibi kazanımları ortaya koymaktadır. Lakin, üretici ve izleyici/okuyucu arasındaki sınırlar giderek saydamlaşırken dolaşıma giren enformasyonun dezenformasyona uğrama olasılığı da artmaktadır. Bu çalışma, ifade ve iletişim özgürlüğü kapsamında yeni iletişim teknolojileri ve internet çevresinde yoğunlaşan dijital demokrasiye yönelik kültürel ve eleştirel yaklaşımları ele almakla beraber, bilgi dezenformasyonu kapsamında sosyal medya üzerinden kullanıcıların demografik farklılıkları da göz önüne alınarak dolaşıma giren bilgiye ulaşma, gerçekliği kavrama, teyit etme ve paylaşma pratiklerini ölçümlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın alt amaçları ise kullanıcıların paylaşılan içeriklerin doğruluğu konusunda medyaya güvenip güvenmediklerini, içerik seçimlerinde mevcut ideolojik bilinç ve yaklaşımlarının içeriğin doğruluğu konusundaki tutumlarını etkileyip etkilemediği, sosyal medyayı yeni bir demokratik kamusal alan olarak görüp görmedikleri ve kullanıcıların eriştikleri içeriklerin doğruluğunu teyit edip etmedikleri konularını tespit etmektir. Saha araştırması kapsamında veri toplama aşamasında nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış olup, elde edilen bulgular istatistiksel yaklaşımla betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları katılımcıların demografik farklılıklara (cinsiyet, yaş, eğitim durumu) göre değişik davranış biçimleri göstermekle birlikte ağırlıklı sosyal medyayı demokratik katılımın, temsilin ve ifade özgürlüğünün yeni bir kamusal alanı olarak tanımlamalarına rağmen sosyal medya içeriklerine güvenme konusuna ihtiyatla yaklaştıklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, dijital demokrasi, dezenformasyon, doğruluk kontrolü, teyit

THE NEW MEDIA IN THE CONTEXT OF DIGITAL DEMOCRACY AND DISINFORMATION: AN EVALUATION THROUGH SOCIAL MEDIA USERS

Alper ÖNEN*

Abstract

The concept of Internet democracy based in the term “interaction” functionally can transform representative democracy into participatory democracy providing an environment for equal access to information and freedom of speech. However, when the boundaries between producer and audience/reader are getting more transparent, it is highly possible that circulating information transform into disinformation. This study focuses on both cultural and critical approaches to Internet democracy within the context of the new communication technologies and Internet environment concerning freedom of speech and communication. The sub-objectives of the research are to determine whether the users trust the media about the accuracy of the shared content, whether the current ideological awareness and approaches in the content selection affect their attitudes towards the accuracy of the content, whether as the social media is a new democratic public sphere and whether the users confirm the accuracy of the content they access. Also, the research aims to measure the practices of users about accessing information, understanding, sharing and confirming reality through social media. In the process of field research, the questionnaire technique was used as one of the quantitative research methods in the data collection stage and the findings were analyzed descriptively with the statistical approach. The results of the research indicate that participants can show different forms of behavior according to their demographic diversity (sex, age and educational status) and mostly define social media as a new public domain of democratic participation, representation and freedom of speech, but they also approach the issue of trusting social media contents with caution.

Keywords: *The new media, digital democracy, disinformation, fast checking, confirmation*

Istanbul University, Communication Faculty, PhD Student, alperonen@ogr.iu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2413-9993

İNTERNET, DİJİTAL DEMOKRASİ VE BİLGİ DEZENFORMASYONU EKSENİNDE YENİ MEDYA: SOSYAL MEDYA KULLANICILARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRME

GİRİŞ

İletişim ve bilişim devriminin bir sonucu olarak ortaya çıkan bilgi toplumunda, bilgi alışverişi ve akışındaki sınırlamalar olabildiğince genişlemektedir. Kitle iletişim araçları gelişen telekomünikasyon ve bilişim teknolojileri ile bütünleşerek daha etkileşimli, sınırsız, uzamsız ve kitlesizleştirilmiş bir yapıya sahip olmuştur. Birey edilgen durumdan etken duruma geçme imkânı bularak, bilgi toplumunun yükselişe geçtiği post endüstriyel dönemde tüketen üretici sıfatıyla sürece entegre olmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri kullanıcılara düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları olanaklar yaratan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir ortam sağlamıştır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu sanal ortam, kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi arttırması bakımından önem taşımaktadır. Kullanıcılar, yan yana bulunmadıkları, yeryüzünde herhangi bir koordinat düzlemine tekabül etmeyen bir uzamda, bir araya gelerek bir “Siber Kamusal Alan” oluşturmuşlardır. Gelişen teknolojik donanımlar ışığında giderek kullanımı yaygınlaşan siber uzamın “Siber Kamusal Alan” işlevi gördüğü de dile getirilmektedir (Timisi, 2005: 91). Ayrıca iletişim ve ifade özgürlüğü kapsamında katılımcı demokrasiye katkı sağlaması, bilgiye ulaşımın eşit bir şekilde yayılması ile erişim kolaylığı gibi kazanımlar noktasında yeni iletişim teknolojileri önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

İnternet tabanlı bilişim teknolojilerinin sağladığı olanaklarla bilgi alışverişi, bilgi akışı, erişim kolaylığı ve ifade hakkı gibi konularda sınırlamalar önemli ölçüde aşılmış olsa da mesele sadece teknolojinin nimetlerini tartışmaktan ibaret değildir. Keza, bilgi dezenformasyonu kapsamında kullanıcıların önüne konulan sınırsız bilginin içinden doğru bilgiyi tespit etme ve seçme konusundaki güçlükleri “doğruluk kontrolü” konusundaki tartışmaları beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla sosyal medya aynı zamanda önemli bir dezenformasyon mecrası olarak da tartışılmaktadır.

Yeni medyanın yarattığı etkileşimsellik ile üretici ve izleyici / okuyucu arasındaki bağın bulanıklaşması neticesinde kullanıcı tarafından üretilen

içeriklerin katılımcı yurttaş ya da yurttaş gazeteciliği bağlamında sosyal medya platformlarında yer alması bu içeriklerin veya haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır.

Yeni İletişim Teknolojileri Ekseninde Dijital Demokrasi

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve bu teknolojilerin günümüzde yaygın kullanımı ile gelişen bilgisayar dolayımı iletişim, politikadan ekonomiye sanattan eğitime kadar gündelik hayatı önemli ölçüde etkilemektedir. Bilişim ve iletişim teknolojilerinin geldiği bu aşama, demokratik toplum pratiklerini değişime, var olan siyasi yapıları ve ilişkileri dönüşüme zorlamaktadır. Böylelikle yeni medyanın vatandaştan vatandaşa ve müzakere çerçevesinde şekillenen, yöneten ile yönetilen arasındaki bağlantıları güçlendiren, güçlü bir demokrasinin gerçekleşmesine katkıda bulunacağı savları tartışılmaya başlamıştır (Gibson ve Ward 2000; Brundidge ve Rice, 2009; Lilleker vd., 2011). Bu durum bir etkileşim kanalı olan internetin toplumsal ve siyasal tahayyüller için önemli bir araç olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır.

“Günümüzde gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıdır” (Habermas, 2004: 95). İnternet kullanımının yaygınlaşması ve gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi sebebiyle “Kamusal Alan” kavramı tartışmaları da yeniden şekillenmeye başlamıştır. Kullanıcılar, yan yana bulunmadıkları, yeryüzünde herhangi bir koordinat düzlemine tekabül etmeyen bir uzamda, bir araya gelerek bir “Siber Kamusal Alan” oluşturmuşlardır (Timisi, 2005: 91). Bu sanal ortam, kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi arttırması bakımından önem taşımaktadır. Dolayısıyla geleneksel zaman ve mekân sınırlamalarından sıyrılma, bilgiye ulaşımın eşit bir şekilde yayılması, erişim kolaylığı ve ifade özgürlüğü gibi kazanımları noktasında yeni iletişim teknolojileri katılımcı demokrasiye katkı sağlamaktadır (Timisi, 2003: 184).

Elektronik demokrasi fikrinin öncülerinden olan Masuda, Computopia (1985: 620–634) isimli makalesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin merkezi politika ve yönetimin etkisi olmaksızın işlerin yürütülmesine olanak sağlayacağını dolayısıyla merkezi yönetim politikalarının yerini katılımcı demokrasi ve yerel yönetim sistemlerinin alacağını öngörmektedir. Masuda, katılımcı demokrasiye geçişe doğru evirilen süreci sıradan yurttaşın davranış kalıplarının değişmesi ile açıklamaktadır.

Toffler temsili demokrasinin bunalım yaşadığından ve sanayi toplumu içinde yer alan siyasi sistemlerin ihtiyaçları karşılama yetersiz olduğundan

bahsetmektedir. Temsili demokrasinin tüm katmanlarında ve biçimlerinde güçlü bir kriz gözlemlenmektedir. Bu noktada Toffler yarı-doğrudan temsile vurgu yaparak, süreci temsili sistemden kendi kendimizi temsil etme sistemine geçiş olarak tanımlar (Toffler'dan akt. Timisi, 2003: 186). Toffler'a göre bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda politik bir devrim yaşanmış ve 3. Dalga Uygarlığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, kolektif kararlar vermek ve uygulamak için kullanılan tüm araçların yenilenmesi gerekmektedir. Toffler'ın sözünü ettiği 3. Dalga Uygarlığı toplumunda, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, kolektif kararların alınabilmesini sağlayan imkânlar sunmaktadır ve elektronik ortamlarda yürütülen bir "elektronik müzakere" alanı ortaya çıkmaktadır (Toffler, 2008: 482, 518-519).

Mc Lean ise temsili demokrasinin sınırlılıklarını aşmak için yeni iletişim teknolojilerinden yararlanmayı önermiştir. Ona göre temsili demokrasiye doğrudan demokrasinin yöntemleri getirilebilir (Mc Lean, 1986: 143). Elektronik oy verme, doğrudan bilgisayar temelli bilgi teknolojileri ile önemli bir kesimin enformasyona ulaşımı sağlanabilmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri etkileşimi ön plana çıkaran araçlar olmaları noktasında güçlü bir demokrasinin yaratılması için önemli bir potansiyel taşımaktadırlar. Solop'a göre yeni enformasyon teknolojileri e-devlet uygulamaları ve web siteler aracılığı ile hükümet politikaları hakkında bilgi vermek, çevrimiçi politik hareketliliği sağlamak ve internet oylaması gibi vatandaşın, devlet ve demokrasinin aygıtları ile bütünleşmesini sağlamaktadır. "Çevrimiçi gruplarla ve diğer organizasyonlarla, web siteleri ve sosyal ağlar üzerinden yönetenle yönetilenin birbirine ulaşması mümkün hale gelmiştir" (Solop, 2001).

Abramson da etkileşimli sistemlerin demokrasi için önemli olduğunu vurgulamaktadır. Çağdaş demokrasilerin kriz sebepleri olarak aday merkezli bir siyasal süreci, paranın politikada yönlendirici güç olması, medyanın siyasal alan merkezinde yer alması gibi nedenleri belirtmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşimci ve ademi-merkezleşme yapıları nedeniyle demokrasinin sınırlarını genişleteceğini belirtmektedir (Abramson, 1988: 104).

Etkileşim, doğrudan ve katılımcı demokrasi için önemli bir kavramdır. Yeni iletişim teknolojileri ve internet çevresinde yoğunlaşan elektronik demokrasi istemleri yeni iletişim teknolojilerinin doğrudan ve güçlü bir demokrasiye imkân verecek niteliklere sahip olduğunu ileri sürerken, literatürde modern toplum ve demokrasilerin kitle iletişim araçlarının yaydığı bilgi temeli üzerine şekillendiğini ve bu araçların zamanla bir takım politik, ekonomik sebeplerle kitleyi pasif hâle getirdiğini belirten eleştirel

görüşler de yer almaktadır. Eleştirel yaklaşıma göre internet yeni dünya düzeninde eşitsizlikleri derinleştirmektedir. İnternet teknolojisinin yeni bir sömürgecilik anlayışının uzantısı olduğunu öne süren yaklaşımlara göre bu durum sömürgeciliğin post-fordist üretim tarzı içinde gelişen küreselleşme söylemi altında gizlenmektedir (Timisi, 2003: 211).

“Kapitalist toplumlardaki kaynakların üretimi, dağıtımı ve tüketimini karşılıklı düzenleyen toplumsal ilişkilerin özellikle de iktidar ilişkilerinin incelenmesi” (Mosco, 1996: 25) noktasında yeni iletişim teknolojileri de tekelleşme eğilimi göstermektedir. Mosco’ya göre yeni iletişim teknolojilerinin kapasitelerinin keşfedilmesi geleneksel iletişim araçlarının ticarileşmesi sürecine benzer bir paralellik gösterecektir. Dolayısıyla durum yeni iletişim araçları demokratik bir geleceğe dair bir umut sunmamaktadır.

Kamusal eylemin gücünü aldığı bir arada olma biçiminin teknolojik alana kayması sonucunda kolektif eylem zayıflamıştır. Bu eleştiriye göre internet kapitalizmin yeniden yapılanmasında bir üst yapı görevi görmektedir. İnternetin demokratik potansiyelinin eleştirisi noktasında, yeni iletişim teknolojilerinin kolektif eylemi zayıflattığını belirten Breslow, bu teknolojilere dayalı örgütlenme biçimlerini karşılaştırmaktadır. Breslow’a göre fordist sanayide işçiler aynı mekân içinde etkileşim halindedirler. Dijital makinelere dayalı bir örgütlenme biçiminde ise işçiler makinenin kendisi ile iletişim halindedir ve diğer işçilerle ortak deneyimlere maruz kalma ortadan kalkmıştır. Bu durum da dayanışmayı ortadan kaldırmaktadır (Breslow,1997: 253).

Kültür ve iletişim endüstrileri açısından bakıldığında küresel enformasyon otoyolları, küresel sivil toplumu geliştirmekten çok var olan anti-demokratik yapıyı derinleştirmektedir. Ulus ötesi şirketler aracılığıyla küresel enformasyon sürecinde tekelciliğin artması ve dünya nüfusunun enformasyon zengini ve yoksulu olarak belirli bir nitelik alarak bağımlılık ilişkilerinin yeniden güçlü bir biçimde üretilmesi durumu söz konusudur. Schiller’a göre mevcut üretim, dağıtım ve gösterim pratikleri bu yapıyı sürdürmeye hizmet etmektedir. Schiller küresel enformasyon otoyollarının ve verinin özgür akışı önermesinin Amerikan yayılmacılığını gizleyen bir ideoloji olduğunu söylemektedir (Schiller’den akt. Timisi, 2003: 220).

Bilgi Dezenformasyonu ve Doğruluk Kontrolü

Bilgi ve iletişim teknolojileri, bireylerin belirli ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmıştır (Lievrouw, 2010, 247). Yeni medyaya dair araçlar, bir ortamda bilgi aktarmak için kullanılan önemli araçlardır (Crosbie, 2002). Yeni iletişim ve bilişim teknolojilerinin sağladığı olanaklarla bilgi alışverişi, bilgi

akışı, erişim kolaylığı ve ifade hakkı gibi sınırlamalar önemli ölçüde aşılmış olsa da bilgi dezenformasyonu kapsamında bireyin önüne konulan sınırsız bilginin içinden doğru bilgiyi tespit etme ve seçmesi konusundaki güçlükler “doğruluk kontrolü” konusundaki tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bir bilgi kaynağı olarak sosyal ağlar günümüzde, dezenformasyonun en fazla olduğu alanlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Bu durum ise, dijital mecradan alınan bilginin doğruluğu konusunda şüpheleri arttırmaktadır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013: 337-338). Dolayısıyla sosyal medya aynı zamanda önemli bir dezenformasyon mecrası olarak da tartışılmaktadır.

Haber basit bir tanıklık hadisesidir ve tanık olan kişi tanık olduğu olayı mümkün olduğunca yalın ve tarafsız bir biçimde muhatabına aktarmaya çalışır. Bu aktarma işi kitlesel bir araçla yapıldığında kamu yararına yönelik bir işleve sahip olur. Geleneksel gazetecilik pratikleri içerisinde gelişen tanıklık ve deneyimin yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı etkileşimsellikte beraber üretici ve izleyici/ okuyucu arasındaki fark bulanıklaşmaktadır (Durna ve diğerleri, 2019). Kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin yurttaş gazeteciliği bağlamında sosyal medya platformlarında özellikle alternatif medya kuruluşları eliyle yer alması, sosyal medya içeriklerinin / haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır (Güz ve diğerleri, 2017). Dünya üzerinde bugün internet ve telefon ile bilgi akışının sağlanmadığı bir yer neredeyse kalmamıştır. Bu yüzden yeni medya söz konusu olduğunda dezenformasyon da kaçınılmaz olmaktadır (Askhita, 2016). Haberlerin doğruluğunu sorgulamak amacıyla Türkiye’de Doğruluk Payı, Yalansavar, Teyit.org ve Malumatfuruş gibi girişimler fact checking (doğruluk kontrolü) yaparak, yeni medya ile gelen dezenformasyona karşı durma çabasında dırlar (Foça, 2016). Haber medya içerikleri taklit edilerek eksik bilgi ya da yanlış bilgi vermeye yönelik oluşturulan ve editoryal değerlendirmeden yoksun olan içerikler yalan haber ve sahte haber (fake news) olarak adlandırılmaktadır (David, 2018). Geleneksel medya araçlarında ortaya konan haberler belirli kriterlerden ve editoryal düzenlemelerden geçtiği için ifade ettiği bilgi çoğu zaman sorgulanmazken günümüzde internet ortamları üzerinden yaygınlaşan yalan haberler de okuyucular tarafından çoğu kez sorgulanmamakta ve doğru kabul edilmektedir. Bu sebeple birçok alanda farklı amaçlarla kullanılan yalan haberlerin son zamanlarda özellikle politik ve siyasi alanlarda kullanımı ön plana çıkmaktadır (Yerlikaya; Toker, 2019). Yalan haber üretiminin maddi (tıklanma ve reklam geliri elde etmek) ve ideolojik (siyaseten karşı adayı karalama ve desteklenen aday üzerinden kamuoyu yaratma) olmak üzere temel iki amacı bulunmaktadır.

Konvensiyonel siyaset yapma biçimlerinde yaşanan dönüşüm siyasi aktörleri yeni siyasi iletişim modellerine yönlendirmiştir. Daha geniş kitlelere

ulaşma amacıyla kullanılan sosyal medya araçları aynı zamanda etkileşimli yapıları dolayısıyla siyasi parti ve yöneticileri tarafından vazgeçilmez araçlar haline gelmişlerdir. Bilgi teknolojilerindeki dönüşüm ve gelişmeler belli riskleri de beraberinde getirmiştir. Keza, sosyal medya küresel alanda siyasete ve seçmen davranışlarına etki eden manipülatif bir araç olarak da görülmektedir. Özellikle manipülatif ya da yalan haber üretiminin kamuoyundaki yansımaları göz önüne alındığında dezenformasyon ve misenformasyonun gücüne dair tehlike daha çok ortaya çıkmaktadır.

Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2018 yılı için açıkladığı raporda Türkiye dezenformasyon ve sahte haberlerin en çok görüldüğü ülke olarak yer almaktadır. Bununla birlikte rapora göre Türkiye'deki kullanıcılar yetkililerle sorun yaşama ihtimali noktasında internette siyasi görüşlerini açıklamaktan çekinmektedirler (Journo, 2018).

Türkiye'de özellikle seçim döneminde yalan haber oranının artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bağımsız haber doğrulama sitesi olan teyit.org'a iletilen "şüpheli haberler" Haziran ayındaki genel seçimler sırasında yüzde 80 oranında artış göstermiştir. Bu artışta seçim dönemlerinde yaşanan kutuplaşmanın da etkisinin büyük olduğunu ifade eden DW Türkiye Yazı Şefi Gülin Çavuş, bu süreçte en çok karşılaşılan yalan ya da yanlış bilgi akışlarının ise mülteciler ve göçmeler ile ilgili iddialar, seçime giren adaylara montaj, seçim güvenliğinden şüphe etme, asimetrik propaganda ve çeşitli komplolar ile ilgili konular olduğunu belirtmektedir (T24, 2019).

Son dönemde ise dezenformasyonun en çok görüldüğü konu korona virüsü ile ilgili yapılan haberlerdir. Aralık 2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan koronavirüs bugüne kadar 100 binlerce kişinin ölümüne sebebiyet verdi. Bu süreçte sosyal medyada komplo teorileri, spekülasyon ve dezenformasyon da en az virüs kadar hızlı yayıldı. Çinlilerin yeme alışkanlıklarından, biyolojik silah iddialarına, casusluk söylentilerinden, hastalığın aşısının bulunduğu söylentilerine kadar pek çok asılsız paylaşım dolaşıma girdi (Journo, 2020)

Doğru haber alma ve Fact Checking, yurttaşlar ya da sosyal medya bağlamında konuşulursa kullanıcılar için bir haktır. Sosyal medya doğru haber almak bir yana doğru olan haberi çarptırarak ya da tamamen yalan haberlerin yayılmasını sağlayarak zararlı bir işlev de üstlenebilmektedir. Keza doğruluğu belli olmayan birçok haber/içerik sosyal medya üzerinden kitlelere yayılabilmekte, bilgi yoğunluğu ve kirliliği kullanıcıların doğru haber alma hakkına zarar verebilmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırma ifade ve iletişim özgürlüğü kapsamında yeni iletişim teknolojileri ve internet çevresinde yoğunlaşan dijital demokrasiye yönelik farklı yaklaşımları ele almakla beraber bilgi dezenformasyonu kapsamında sosyal medyada kullanıcıların dolaşıma giren bilgiye ulaşma, gerçekliğini kavrama, teyit etme ve paylaşma pratiklerini ölçümlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında farklı yaş, cinsiyet ve sosyokültürel yapılardan gelen sosyal medya kullanıcılarının dolaşıma giren haberlere yönelik sergiledikleri davranış pratikleri dezenformasyon ve misenformasyon bağlamında ele alınarak, bu kullanıcıların haberlerin içeriği konusunda “doğruluk kontrolü” sağlayıp sağlamadıkları saptanmaya çalışılmıştır.

Saha araştırması kapsamında veri toplama aşamasında nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Çalışmanın evreni Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya araçlarından en az birini kullanan 200 örneklemden oluşturmaktadır. Anket çalışması yapılırken, örneklem seçiminde genelleme üzerinden evreni temsil edebilme olasılığına sahip katılımcılar seçilerek seçkisiz (rastgele) örneklem yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek; 2016: 115). Katılımcılara Google Anket uygulaması üzerinden sorular yöneltilmiştir. Araştırma soruları beşli değerlendirme ve cevaplama kategorilerine göre likert ölçeğe uygun bir şekilde hazırlanmıştır (Likert, 1932: 5-20).

Araştırma Soruları:

AS1: Kullanıcılar paylaşılan içeriklerin doğruluğu konusunda sosyal medyaya güveniyorlar mı?

AS2: Kullanıcılar kendi mevcut ideolojik bilinç ve tutumları sosyal medya içeriklerinin doğruluğu konusundaki tutumlarını ne derece etkilemektedir.

AS3: Kullanıcılar sosyal medya üzerinden erişmiş oldukları haberlerin doğruluğunu teyit ediyorlar mı?

AS4: Kullanıcılar sosyal medyanın demokratik katılımın, temsilin ve ifade özgürlüğünün yeni bir kamusal alanı olduğu düşüncesine katılıyorlar mı?

Ele alınan bu 4 araştırma sorusu araştırmanın amacına uygun olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgular istatistiksel yöntemle ele alınmıştır. Sayısal veriler açıklanırken de nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışmasına 200 kişi katılmıştır. Katılımcıların demografik yapılarına bakıldığında 102 kadın katılımcı %51'lik kısmı oluştururken 95 erkek katılımcı ise %47,5'lik kısmı oluşturmaktadır. Ayrıca 2 katılımcı %1'lik oranla cinsiyetini belirtmezken, 1 katılımcı ise %0,5'lik oranla LGBTİ birey olarak ankette yer almıştır.

TÜİK'in 2018 yılı rakamlarına göre Türkiye'de internet kullanan

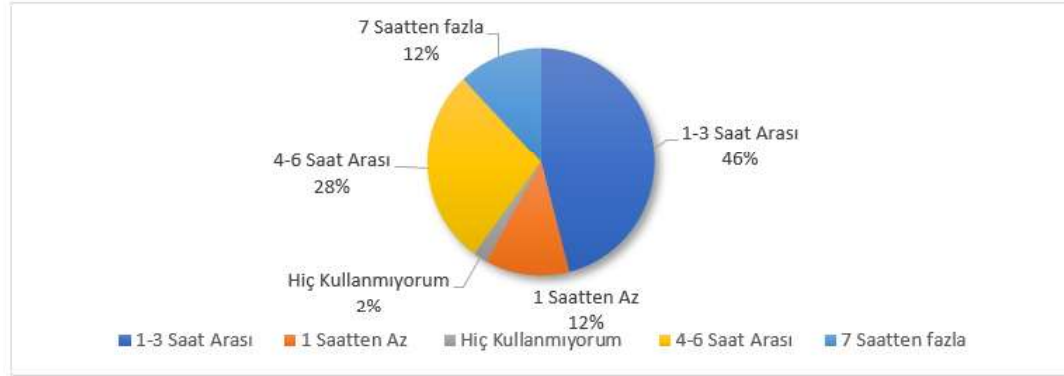
DEMOGRAFİK TABLO		KATILIMCI SAYISI	YÜZDELİK ORAN %
CİNSİYET	KADIN	102	51%
	ERKEK	95	47.5%
	LGBT	1	0.5%
	BELİRTMEK İSTEMİYORUM	2	1%
YAŞ DAĞILIMI	18-24	33	16.5%
	25-34	77	38.5%
	35-44	37	18.5%
	45-54	32	16%
	55 ve Üstü	21	10.5%
EĞİTİM DURUMU	İLKOKUL	14	7%
	ORTAOKUL	14	7%
	LİSE	47	23%
	ÖNLİSANS	21	10.5%
	LİSANS	78	39%
LİSANS ÜSTÜ (YL, DOKTORA)	26	13%	

Tablo 1. Demografik Özellikler

bireylerin oranı yüzde 72,9'a ulaşmıştır. Araştırmaya göre bilgisayar ve internet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %68,6 ve %80,4 iken, kadınlarda %50,6 ve %65,5'dir (Dijilopedi, 2018)

Katılımcıların yaş sıralamalarına bakıldığında ise %38,5'lik (77 kişi) bir oranla 25-34 yaş arasındakiler en büyük oranı oluşturmaktadır. Ardından %18,5'lik (37 kişi) bir oran ile 35-44 yaş arası katılımcılar gelmektedir. %16,5'lik (33 kişi) kısım 18-24 yaş arası katılımcıları oluştururken, %16'lık (32 kişi) kısım 45 – 54 yaş arasını ve son olarak %10,5'lik (21 kişi) kısım ise 55 yaş ve üzeri katılımcıları oluşturmaktadır. Son 10-15 yılda dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler nesiller arasında çeşitli farklılıklara yol açmaktadır. Bu davranışların önemli bir kısmını internet ve sosyal medyanın kullanımına yönelik tepkisel ve davranışsal farklılıklar oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarını ele aldığımızda %39'luk (78 kişi) kısmını lisans mezunu katılımcılar oluşturmaktadır. Bu durumu takiben %23'lük (47 kişi) kısım lise mezunu, %13'lük (26 kişi) lisans üstü mezunu (Master, PhD), %10,5'lik (21 kişi)

ön lisans mezunudur. Geri kalan %7'lik (14 kişi) ortaokul ve diğer %7'lik (14 kişi) ise ilkokul mezunu katılımcıların oranlarını oluşturmaktadır.



Tablo 2. İnternette Ortalama Vakit Geçirme Süresi

İnternette ortalama vakit geçirme süresine bakıldığında katılımcıların %46'lık (94 kişi) kısmı günde 1-3 saat arası internet kullandıklarını belirtirken, %28'lik (56 kişi) kısım 4-6 saat, %12'lik bir kısım (24 kişi) 7 saatten fazla ve %12'lik (24 kişi) diğer kısım 1 saatten az internet kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %2'lik (2 kişi) kısmı ise neredeyse hiç internet kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

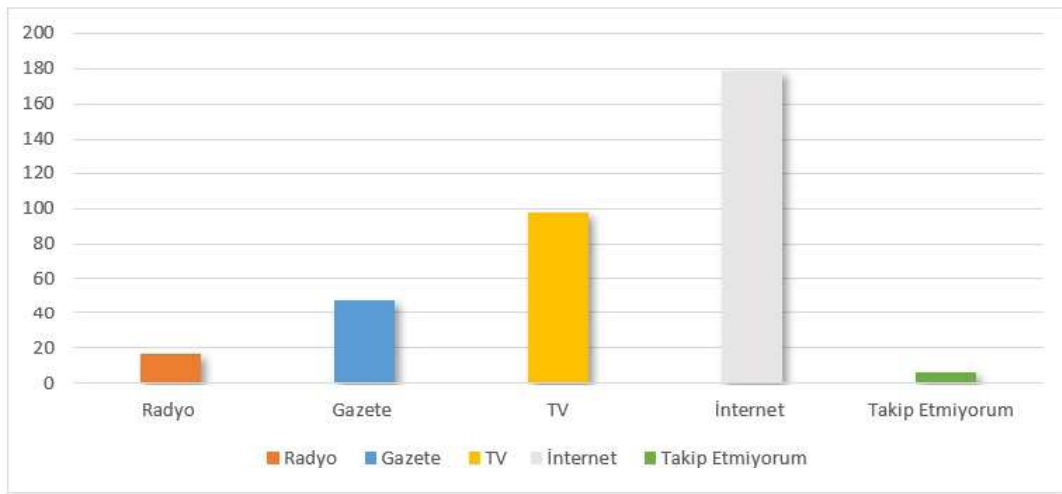
İnternette ortalama vakit geçirme süresi cinsiyet bazında 4-6 saat ve 7 saatten fazla kullanım oranı ile ele alındığında ise katılımcıların %51,5'lik (49 kişi) kısmını erkekler, %31'lik (32 kişi) kısmını kadınlar oluşturmaktadır. İnternet kullanmadığını belirten katılımcılar ise %2'lik (2 kişi) kısım ile erkeklerdir.

Aynı araştırma 18-24 yaş arası genç ve 25-34 yaş arası yetişkin katılımcıların %58 (116 kişi) oran ile üst yaş gruplarına göre internette daha fazla zaman geçirdikleri durumunu ortaya koymaktadır. Yaş seviyeleri yükseldikçe kullanıcıların internette geçirdikleri vakit azalma göstermektedir.

Kullanıcıların eğitim durumları göz önüne alındığında ön lisans, lisans ve yüksek lisans mezunlarının %95,2'lik (125 kişi) kısmı internette 1-3 saat ve üzeri vakit geçirirken, 1 saat ve altı internette vakit geçirenlerin oranı %4,8'dir (6 kişi). Bu oran ilkokul, ortaokul ve lise mezunları üzerinden değerlendirildiğinde ise katılımcıların %75'lik (55 kişi) kesimi 1-3 saat ve

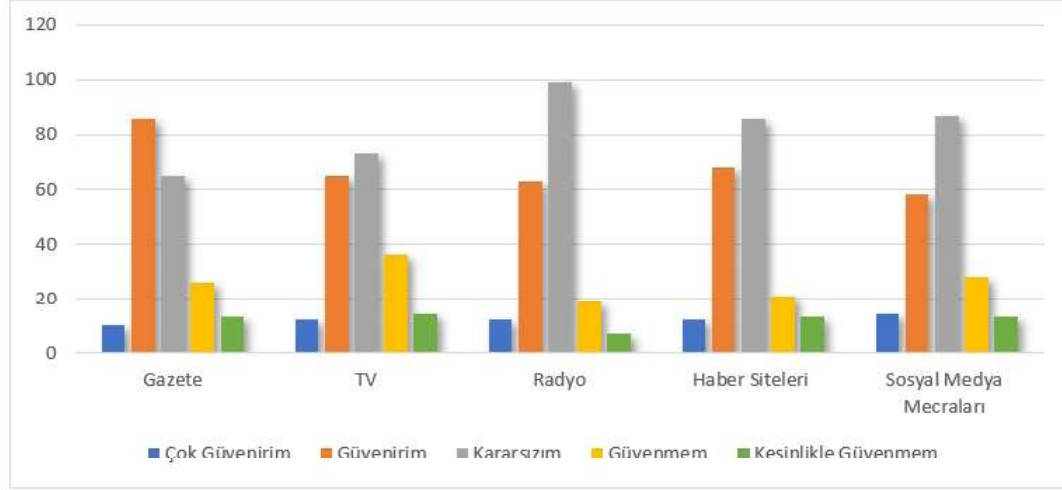
üzere, %25'lik (20 kişi) kesimi ise 1 saat ve altı sürelerde internette vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Online istatistik portalı Statista'nın Mart 2019 verilerine göre Türkiye kullanıcı oranı ile dünyada en çok internet kullanan 12. ülke olarak ön plana çıkmaktadır. 2013 yılında Türkiye'de internet kullanıcı sayısı 36,6 milyon iken 2019 yılında bu rakam 56 milyon kişi sayısına yükselmiştir (Statista, 2019).



Tablo 3. Güncel Haberlerin Takip Edildiği Mecralar

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre katılımcıların %89'luk (179 kişi) orandaki büyük bir kısmı haberleri ağırlıklı internet ve sosyal ağlar üzerinden takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bu oranı sırasıyla %49'luk (98 kişi) oranla televizyon, %48'lik (48 kişi) oranla gazeteler ve %8,5 (17 kişi) oranla radyodan takip eden katılımcılar izlemektedir. Haber takip etmeyenlerin oranı ise %3 (6 kişi) seviyesindedir. Elde edilen bulgular yaş sıralaması üzerinden değerlendirildiğinde güncel haberleri internetten takip etme oranı %89 ile 18-23, 24-34 ve 35-44 yaş arası kesimde yoğun olarak gözlemlenmektedir. Bu oranı takiben 45-54 yaş arası katılımcıların internetten haberleri takip etme oranı %28 iken 55 ve üstü yaş grubunda ise bu oran %9,5 kalmıştır.



Tablo 4. Haber Kaynaklarına Güvenme Oranı

Haber mecralarına güven konusunda katılımcıların %46'lık (94 kişi) kısmı gazete içeriklerine güvenirken, %19,5'lik (39 kişi) kesimi güvenmiyor. Kararsızların oranı ise %32,5 (67 kişi) olarak yer almaktadır.

Televizyon haberleri konusunda katılımcıların %38,5'lik (77 kişi) kısmı içeriklere güvenmekteyken, %25'lik (50 kişi) kesim güven duymamaktadır. Kararsızların oranı ise %36,5 (73 kişi) seviyesindedir.

Radyo haber içerikleri konusunda katılımcıların %37,5'lik (73 kişi) kesimi içeriklere güvenirken, güvenmeyenlerin oranı %13 (28 kişi) seviyesindedir. Kararsızların oranı ise %49,5 (99 kişi) oranındadır.

Habersitelerigüvenilirliğikonusundakatılımcıların%40'lık(80kişi)kesim içeriklere güven duyarken, %16,5'lik kesim (16 kişi) güvenmediğini beyan etmektedir. Kararsızların oranı ise %52 (104 kişi) olarak gözlemlenmektedir.

Sosyal medya mecralarına güven konusunda ise katılımcıların %36'lık (72 kişi) içeriklere güvenirken, %20,5'lik (41 kişi) kesimi güvenmiyor. Kararsızların oranı ise %43,5 (87 kişi) oranındadır. Mecralara göre haber kaynaklarına güvenme oranları ele alındığında en yüksek güvenilirlik oranı %46'lık oran ile gazetelerdedir. Gazeteleri sırasıyla %40'lık oran ile haber siteleri, %38,5 ile televizyon, %37,5 ile radyo ve son sırada ise %36'lık oran ile sosyal medya içerikleri takip etmektedir.

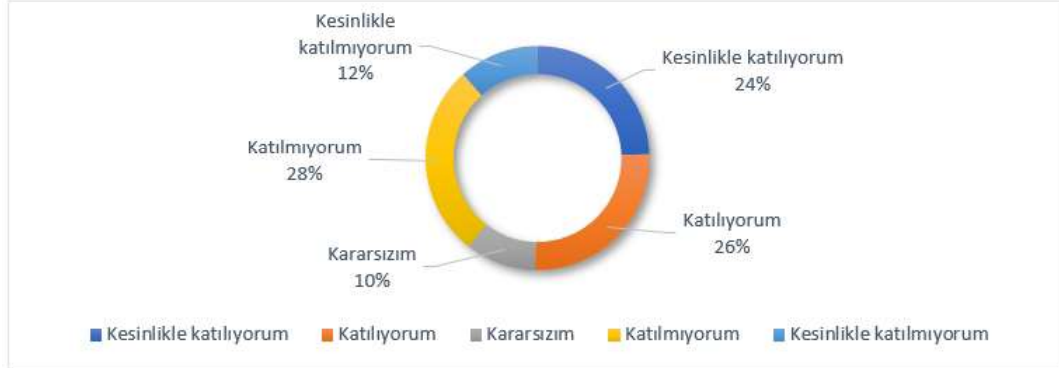
İnternet temelli dijital platformlar üzerinden değerlendirildiğinde sadece

haber siteleri ve sosyal medya mecralarına olan güven %37 oranındadır. Katılımcıların %11'lik (22 kişi) kesimi bu mecralarda çıkan haberlere hiç güvenmezken, %52'lik (104 kişi) kesim ise kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamında 18-24 ve 25-34 yaş arası katılımcıların %34'lük kesimi haber siteleri ve sosyal medyaya diğer mecralara oranla daha çok güvendiklerini, 35 yaş ve üstü kullanıcıların ise %24.3'lük bir güven oranıyla daha çekimser kaldıkları gözlemlenmiştir.

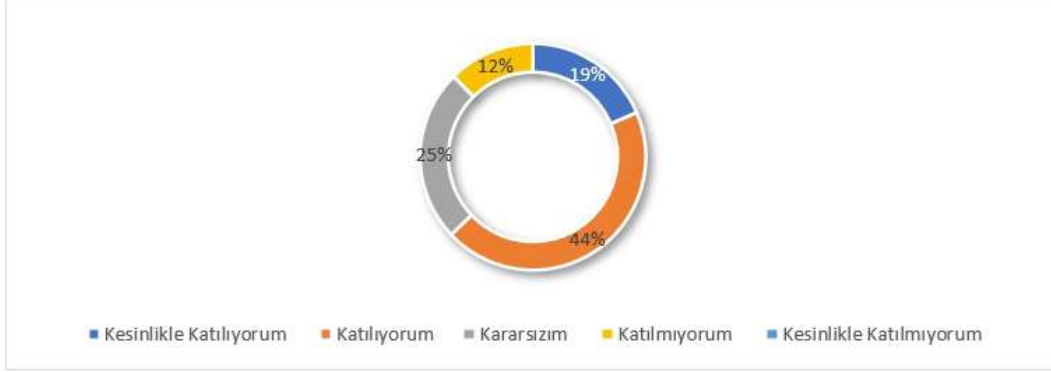
İnternet kullanımı ve sosyal medya kullanımı konularını eğitim durumu üzerinden değerlendirdiğimizde haber siteleri ve sosyal medya mecralarına güven konusu ilkökul, ortaokul ve lise mezunlarında %30 iken, ön lisans, lisans ve üstü mezunlarında %20 oranındadır.

Cinsiyet temelinde bakıldığında ise kadınlar %18'lik (19 kişi) oran ile erkeklere kıyasla dijital mecralara daha temkinli yaklaşmaktadırlar. Erkek kullanıcıların dijital mecralara yönelik güven oranı %22'dir (21 kişi).



Tablo 5. Siyasi Görüşe Yönelik İçerik Üretimi

Araştırma sosyal medya mecralarında katılımcıların medya içeriklerini seçerken ve tükettiklerinde kendi siyasi görüşlerine yakın olan içerikleri %56,5'lik (113 kişi) bir oranda ağırlıklı tercih ettiklerini göstermektedir. Bu duruma katılmayanların oranı %29 (58 kişi) iken kararsızlar %14,5'lik (29 kişi) seviyesindedir. İçerik tüketimi ve seçimi süreci farklı eğitim statüleri üzerinden değerlendirildiğinde ise lisans ve üstü mezunlarda etki durumu %56 iken, lise ve altı katılımcılarda %57 oranındadır.



Tablo 6. Yeni Bir Kamusal Alan Olarak İnternet

Sosyal medyanın kullanıcının kendini özgürce ifade edebildiği ve pek çok konuda katılım sağlayabildiği demokratik bir kamusal alan olduğunu düşünen katılımcıların oranı %60,5 (121 kişi) oranındadır. %15,5 (31 kişi) bu görüşe katılmadığını ifade ederken, kararsızların oranı %24 (48 kişi) seviyesindedir.



Tablo 7. İnternet Ortamında Bilgi Dezenformasyonu

Araştırma kapsamında sosyal medya mecralarında dolaşıma sokulan haberlerin bilgi kirliliği yarattığını düşünen katılımcıların oranı %48 (96 kişi) seviyesindedir. %21'lik (24 kişi) kısım bu görüşe katılmazken, %31'lik (62 kişi) oranda katılımcı ise çekimser kalmaktadır. İnternet ortamı ve bilgi dezenformasyonu konusunu katılımcıların kullanım oranları üzerinden değerlendirdiğimizde ise internette 3 saatten fazla zaman geçirdiğini belirten kullanıcılar %58 oranla dezenformasyona maruz kaldıklarını belirtirken, 1 saat ve altında vakit geçirenlerin oranı ise %47'dir.



Tablo 8. Haber Doğrulama Platformlarının Bilinirliği

Ankete katılan kullanıcıların %42'lik (85 kişi) kısmı haber doğrulama platformları (teyit.org, yalansavar, doğruluk payı vb.) hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtirken, %38'lik (76 kişi) bölümü bu platformlarla ilgili bir bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %20'lik (39 kişi) kesiminin ise bu platformlar ve kullanımlarına yönelik bilgilerinden emin olmadıkları gözlemlenmiştir.



Tablo 9. Haber Doğrulama Platformlarına Başvurma

Doğruluğundan emin olmadıkları içerikler konusunda doğrulama platformlarına başvuracağını belirten katılımcıların oranı %46 (90 kişi) seviyesindedir. Katılımcıların %37'lik (75 kişi) kısmı ise haber teyidi konusunda bu platformlarda herhangi bir kontrol sağlamayacağını belirtmiştir. Aynı zamanda ankette %17'lik (35 kişi) kısım bu duruma yönelik çekimser davranmıştır. Eğitim durumuna göre değerlendirildiğinde bilgiyi teyit eden katılımcıların yüzde %48'lik kısmını ön lisans ve üstü mezunlar oluştururken, lise ve altı grupların teyit etme oranı %41'dir. Yaş üzerinden

değerlendirildiğinde ise 18-24 ve 25-34 yaş arası kullanıcıların %47'lik kısmı, 35 ve üstü katılımcıların ise %42'lik kesimi içeriklerin doğruluğu konusunda doğrulama platformlarına başvurmaktadır.

SONUÇ

Yeni iletişim ve bilişim teknolojilerinin sağladığı olanaklarla bilgi alışverişi, bilgi akışı, erişim kolaylığı ve ifade hakkı gibi sınırlamalar önemli ölçüde aşılmış olsa da sınırsız bilginin içinden doğru bilgiyi tespit etme ve seçme konusundaki güçlükler sosyal medyanın önemli bir dezenformasyon mecrası olarak da tartışılmasına sebep olmaktadır. Bu dezenformasyona yönelik kullanıcılar demografik farklılıklarına göre sosyal medya ortamlarında dolaşıma giren içeriklere karşı farklı davranış biçimleri ortaya koymaktadır. Farklı yaş grupları üzerinden ele aldığımızda teknolojinin içine doğan ya da entegre olan kesimler gündelik alışkanlıkları konusunda internete daha bağlıyken, bu teknolojiyi öğrenmeye ve adapte olmaya çalışan kesimlerin daha güvenilir buldukları geleneksel yollardan bilgiye ulaşma çabası içerisinde oldukları gözlemlenmiştir. Sonuçlara göre yaş skalası düştükçe ve eğitim seviyesi yükseldikçe internette geçirilen süre artmaktadır. Aynı zamanda internette uzun zaman geçiren kullanıcılar diğer kullanıcılara oranla daha fazla dezenformasyona maruz kaldıklarını düşünmektedirler. Cinsiyet temelinde ise erkekler kadınlara oranla internette daha uzun zaman geçirmektedirler.

Geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da olay ya da gerçekliğin yeni bir dille inşa edilmesi ve temsil ettiği ideolojiyi yeniden yapılandırarak okuyuculara /izleyicilere sunması durumu söz konusudur. Olaylara ya da gerçeklere yönelik anlam inşa etme çabası toplumun her kesiminde söylemsel mücadelelerin yaşanmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla içeriklerdeki dil, söylem ve ideoloji kullanıcıların medya içeriğini seçme, paylaşma ve dolaşıma sokma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Araştırma sosyal medya mecralarında katılımcıların medya içeriklerini seçerken ve üretirken / tüketirken kendi siyasi görüşlerine yakın olan kaynakları ağırlıkla tercih ettiklerini ve aynı zamanda bir yankı odasına maruz kaldıklarını ortaya koymaktadır. Bu durum da bilgi dezenformasyonu kapsamında içeriğin nesnellliğini, yansızlığını ve gerçekliğini tehdit eden bir unsur olarak öne çıkabilmektedir. Özellikle, üretici ve izleyici / okuyucu

arasındaki sınırın ortadan kalkmasıyla beraber üretilen içeriklerin yurttaş gazeteciliği bağlamında sosyal medya platformlarında yer alması haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır. Keza doğruluğu belli olmayan birçok haber/içerik sosyal medya üzerinden kitlelere yayılabilmekte, bilgi yoğunluğu ve kirliliği kullanıcıların doğru haber alma hakkına zarar verebilmektedir. Sosyal medya üzerindeki enformasyon akışı bir bilgi bombardımanı şeklinde her geçen gün artarken bilgi dezenformasyonu kapsamında sunulan bilginin içinden doğru olanları tespit etmek de bir o kadar güç bir hal almaktadır.

Katılımcılar sosyal medyanın yapısı dolayısıyla demokratik katılımın, temsilin ve ifade özgürlüğünün yeni bir kamusal alanı olabileceği durumu kabul etseler de sosyal medya içeriklerine güvenme konusuna belli bir oranda ihtiyatla yaklaşmaktadırlar. Bu noktada doğruluğundan emin olmadıkları içerikler konusunda doğruluk payı, yalansavar, teyit.org, gibi haber doğrulama platformlarının varlığından haberdar olan katılımcıların oranı %42, başvuru oranı ise %46 seviyesindedir. Haber doğrulama platformlarının kullanım oranları demografik farklılıklar gözetildiğinde yüksek eğitim seviyesi ve alt yaş skalasına göre artış göstermektedir. Sonuçlara göre yaş skalası düştükçe ve eğitim seviyesi yükseldikçe doğrulama platformlarının kullanım oranı artmaktadır. Cinsiyet bazında ise kadınlar erkeklere oranla bilginin teyidi noktasında daha temkinlidir.

Sonuç olarak medya okur yazarlığı kapsamında aracın kullanıcısı olan bireyin doğru bilgiyi ayırt edebilme, seçme ve kontrolünü sağlamaya yönelik sorumluluklarını yerine getirmesi kapsamında bilgilendirilmesi, doğrulama platformlarının ise bilinilirliklerini ve mevcut potansiyellerini daha fazla kullanıcıya ulaştırması bilgi kirliliğinin önüne geçilmesi gayreti noktasında önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Abramson, J.B., Arterton, F.C. ve Orren, G.R. (1988). *The Electronic Commonwealth: The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics*. New York: Basic Books.

Askhita, H. (2016). Disinformation in News Reporting in the Current Crisis of Syria. Web: <https://blogs.sub.uni-hamburg.de/ifla-newsmedia/wp-content/uploads/2016/04/Askhita-Disinformation-in-News-Reporting-in-the-Current-Crisis-of-Syria.pdf>. Erişim Tarihi: 05.05.2020.

Breslow, H. (1997). Civil Society, Political Economy, and the Internet. Web: https://www.researchgate.net/publication/262283091_Civil_society_political_economy_and_the_Internet. Erişim: 25 Aralık 2019.

Crosbie, V. (2002). What is New Media?. Web: www.digitaldeliverance.com. Erişim Tarihi: 25.07.2019.

David M. Lazer vd., "The Science of Fake News", *Science*, Cilt: 359, Sayı: 6380, (2018), s. 1094.

Dijilopedi. (2018). TÜİK - Türkiye'nin İnternet Kullanım Alışkanlıkları Raporu. Web: <https://dijilopedi.com/tuik-turkiyenin-internet-kullanim-aliskanliklari-raporu/> Erişim Tarihi: 04 Temmuz 2019.

Foça, A. m. (2016). Avrupa'da fast-checking: doğrulama demokrasinin yeni bekçisi mi?. Web: <https://teyit.org/avrupada-fact-checking-dogrulama-demokrasinin-yeni-bekçisi-mi/> Erişim Tarihi: 10.07.2019.

Gibson, R ve Ward, S. (2000). A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites, *Social Science Computer Review* 18: 301-319.

Gündüz, U. ve Pembecioğlu, N. (2013). "Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya". *Yeni Medya Üzerine: Yeni İletişim Teknolojileri İçinde* (ss. 311-338). Müge Demir, (Ed.), İstanbul: Litera-Türk Yayınları.

Güz, N. Yegen, C. ve Yanık, H. (2013). New Media as news and Information Source: Sample of Mus Province. 3rd International Conference.

Habermas, J. (2004). "Kamusal Alan". *Kamusal Alan İçinde* (ss. 95-102). Meral Özbek (Ed.), İstanbul: Hil Yayınları.

Hall, R. Stahl, B., (2014). "Metalaştırmaya Karşı: Üniversite, Bilişsel Kapitalizm ve Yeni Gelişen Teknolojiler", *Marx Geri Döndü*, Ankara, Nota Bene.

Journo. (2018). Reuters raporu: Türkiye yalan haber ve dezenformasyonda zirvede. <https://journo.com.tr/turkiye-yalan-haber-dezenformasyon> Erişim tarihi: 01.07.2019.

Journo, (2020). Sosyal medya platformlarının yalanla mücadelesi: Corona virüsü neyi değiştirdi. <https://journo.com.tr/sosyal-medya-corona-virusu> Erişim tarihi: 11.02. 2020.

Lievrouw, A L. (2010). New Media Design and Development: Diffusion of Innovations v Social Shaping of Technology. In *Handbook of New Media – Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, Updated Student Edition.

LIKERT, Rensis. (1932-1933), A Technique for the Measurement of Attitudes, *Archives of Psychology*, Vol: 22, USA.

Yoneji Masuda (1985) *Computopia, The Microelectronics Revolution*, T. Forester (ed), Oxford: Basil Blackwell, UK, pp. 620–634.

Mosco, Vincent, (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, London: Sage.

Netchitailova, E. (2018). Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi. (Çev. Filiz Aydoğan). Prof. Dr. F. Aydoğan (E.d) *YENİ MEDYA KURAMLARI* (s.1-22). İstanbul: Der yayınları.

Pensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon*, MCB University Pres, Vol:9, No:5, October.

Solop, F. (2001). Digital Democracy Comes of Age: Internet Voting and the 2000 Arizona Democratic Primary Elections. *PS: Political Science & Politics* 34, 289-93.

Statista. (2019). Number of Internet users in Turkey from 2013 to 2019. Web: <https://www.statista.com/statistics/369725/internet-users-turkey/>. Erişim Tarihi: 03.07.2019.

T24. (2019). Seçim Öncesi Türkiye'nin Yalan Haber Sınavı. Web: <https://t24.com.tr/haber/secim-oncesi-turkiye-nin-yalan-haber-sinavi,811308>. Erişim Tarihi: 01.07.2019.

Tezcan Durna; Mutlu Binark; Günseli Bayraktutan (2019). *İletişim Hakkı ve Yeni Medya Tehitler ve Olanaklar*. (1-11), Ankara: UM:AG Vakfı Yayınları.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. İstanbul: Dost Yayınevi.

Timisi, N. (2005). "Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanların Girişi", Mutlu Binark, Barış Kılıçbay (Der.), *İnternet, Toplum, Kültür* (89-106), Ankara: Epos Yayınları.

Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi*, (Çev: Selim Yeniçeri), Koridor Yayınları, İstanbul.

Yerlikaya, T. ve Toker, S. (2019). "Seçim Manipülasyonları ve Yalan Haberler 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri". Web: <https://www.setav.org/rapor-secim-manipulasyonlari-ve-yalan-haberler-31-mart-2019-yerel-secimleri/> Erişim Tarihi: 10.07.2019.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları, 6. Baskı, Eskişehir.