



# ÇUKUROVA ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ

13-16 Aralık 2018  
ADANA

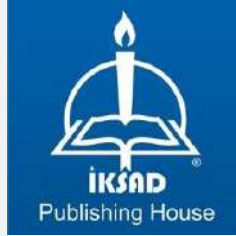


## TAM METİN KİTABI

Editörler  
Dr. Eda Rukiye DÖNBAK  
Samira Khadhraoui ONTUNÇ

ISBN 978-605-7923-36-3

# TAM METİN KİTABI



## ÇUKUROVA I. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ 13-16 Aralık 2018 Adana/TÜRKİYE

**Editörler**  
**Dr. Eda Rukiye GÖNBAK**  
**Samira Khadhraoui ONTUNÇ**

**İKSAD YAYINEVİ®**  
(TC. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI YAYINEVİ RUHSAT NUMARASI: 2014/31220)  
TÜRKİYE  
TR: +90 342 606 06 75 USA: +1 631 685 0 853  
E-mail: info@iksad.com  
www.iksad.org.tr www.iksadkongre.org

Bu kitabın tüm hakları İKSAD Yayınevi'ne aittir.  
Yazarlar etik ve hukuki olarak eserlerinden sorumludurlar.

**Iksad Publications - 2018©**

**Yayın Tarihi: 22.12.2018**

**ISBN – 978-605-7923-36-3**



## KONGRE KÜNYESİ

### KONGRE ADI

ÇUKUROVA I. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR  
KONGRESİ

### TARİHİ VE YERİ

13-16 Aralık 2018 Adana/TÜRKİYE

### DÜZENLEYEN KURUMLAR

İKSAD- İktisadi Kalkınma ve Sosyal Araştırmalar Derneği

### KONGRE BAŞKANI

Prof. Dr. Necati DEMİR

### DÜZENLEME KURULU BAŞKANI

Doç. Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU

### GENEL KOORDİNATÖR

Samira Khadhraoui Ontunç

### YABANCI ÇAĞRILI KONUŞMACILAR

Anjezë Ditmir- Kosova

Ardana BARBOSSYN- Kazakistan

Mohammed KHAN- Oman

Ahmad FAROZU - Mısır

Д. ЯРОВСКИЙ- Rusya

### KONGRE DİLLERİ

Türkçe, İngilizce, Arapça, Rusça

# BİLİM VE DANIŞMA KURULU

Dr. Alma T. AKAJANOVA  
Abay Kazak Milli Pedagoji Üniversitesi

Dr. Alia R. MASALİMOVA  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Amanbay MOLDİBAEV  
Taraz Devlet Pedagoji Üniversitesi

Dr. Ahmet KULAŞ  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Akmaral S. SYRGAKBAYEVA  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Armağan KONAK  
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Dr. Anatoliy LOGİNOV  
Ukrayna Şevçenko Lugan Milli Üniversitesi  
Dr.  
A.S. KIDIRŞAYEV  
Makhambet U. Batı Kazakistan Devlet  
Üniversitesi

Dr. Ayslu B. SARSEKENOVA  
Orleu Milli Kalkınma Enstitüsü

Dr. Bahit KULBAEVA  
S.Baybeşev Aktobe Üniversitesi

Dr. Bakıt OSPANOVA  
H.Ahmet Yesevi Uluslararası Kazak-Türk  
Üniversitesi

Dr. Bayram BOLAT  
Ömer Halisdemir Üniversitesi

Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA  
K.Zhubanov Aktobe Devlet Bölge Üniversitesi

Dr. B.K.ZAYADAN  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Botagul TURGUNBAEVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Caner KARAVİT  
Mimar Sinan Üniversitesi

Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA  
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Dr. D.K.TÖLEGENOVA  
Makhambet U. Batı Kazakistan Devlet  
Üniversitesi

Dr. Dinarakhan TURSUNALİEVA  
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Dr. Dursun KÖSE  
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Elvan YALÇINKAYA  
Ömer Halisdemir Üniversitesi

Dr. Fethi DEMİR  
Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Gulmira ABDİRASULOVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Gulşat ŞUGAYEVA  
Dosmukhamedov Atyrau Devlet Üniversitesi

Dr. G.I. ERNAZAROVA  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Hikmet DEMİRCİ  
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Dr. İsaevna URKİMBAEVA  
Abılay Han Uluslararası İlişkiler Üniversitesi

Dr. Kalemkas KALİBAEVA

Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Karligash BAYTANASOVA  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. K.A.TLEUBERGENOVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Kenjehan MEDEUBAEVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Kenan İLARSLAN  
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Dr. Keles Nurmaşulı JAYLIBAY  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Kulaş MAMİROVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Mahabbat OSPANBAEVA  
Taraz Devlet Pedagoji Üniversitesi

Dr. Maha Hamdan ALANAZİ  
Riyad Kral Abdülaziz Teknoloji Enstitüsü

Dr. Malik YILMAZ  
Atatürk Üniversitesi

Dr. Mavlyanov ABDİGAPPAR  
Kırgızistan Elaralık Üniversitesi

Dr. Maira ESİMBOLOVA  
Kazakistan Narkhoz Üniversitesi

Dr. Maira MURZAHMEDOVA  
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Metin KOPAR  
Adıyaman Üniversitesi

Dr. Mustafa METE  
Gaziantep Üniversitesi

Dr. Mustafa TALAS  
Ömer Halisdemir Üniversitesi

Dr. Mustafa ÜNAL  
Erciyes Üniversitesi

Dr. Han Nadejda  
E.A. Buketov Karaganda Devlet Üniversitesi

Dr. Osman Kubilay GÜL  
Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. P.S. PANKOV  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Rustem KOZBAGAROV  
M. Tınışbayev Kazak Araç ve İletişim Akademisi

Dr. Sarash KONYRBAEVA  
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Salima N.  
KAİRJANOVA

Dosmukhamedov Atyrau Devlet Üniversitesi

Dr. Şara MAJITAYEVA  
E.A. Buketov Karaganda Devlet Üniversitesi

Dr. Vecihi SÖNMEZ  
Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Vera ABRAMENKOVA  
Rusya Aile ve Eğitim Çalışmaları Enstitüsü

Dr. Yang ZİTONG  
Wuhan Üniversitesi

Dr. Zeynullina AYMAN  
S. Toraygrov Pavlodar Devlet Üniversitesi

Dr. Zharkyn BALTABAEVA  
Abay Kazak Milli Pedagoji Üniversitesi

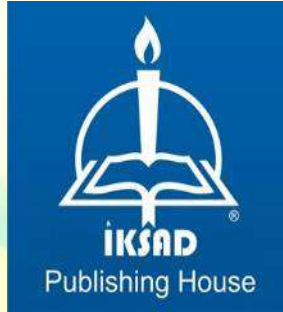
Dr. Zongxian FENG  
Xi'an Jiatong Üniversitesi

# ÇUKUROVA I. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ

13-16 Aralık 2018

ADANA

KONGRE YERİ: ADANA İBİS HOTEL



- Kayıt masası kongre süresince 08:00 – 17:00 saatleri arasında hizmet verecektir.
- Kaydınızı oturum saatinizden en geç yarım saat öncesine kadar yaptırabilirsiniz
- Sunum sıralaması, ara verilmesi ve oturuma ilişkin tüm hususlarda oturum başkanları tam yetkilidir.
- Katılım belgeleri oturum sonunda oturum başkanı tarafından verilecektir
- Kongre programında yer ve saat değişikliği **gibi talepler dikkate alınmayacaktır**
- Programda herhangi bir eksiklik/yazım hatası olduğunu düşünüyorsanız lütfen en geç 03 Aralık 2018 tarihine (saat 17:00) kadar email ile bilgilendirme yapınız
- Katılım belgelerindeki yazar isimleri ve bildiri isimleri programdaki gibi basılacaktır

13-16 Aralık 2018  
ADANA

**14.12.2018- CUMA**  
**SAAT 09:30 - 11:30**

<b>Salon 2, OTURUM-1</b>	<b>OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI</b>
PROF. DR. OKAN VELİ ŞAFAKLI	<b>KKTC'DE ASGARİ ÜCRETİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ</b>
PROF. DR. DERYA ÖCAL (Oturum 2. Başkanı)	REKLAM VE RİSK YÖNETİMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR AÇILIM VE DEĞERLENDİRME
DOÇ. DR. GÜLSÜM ÇALIŞIR ARŞ. GÖR. FATİH AKSOY	<b>SAHTE HABERLER HAKKINDA İZLEYİCİ PERSPEKTİFİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>
DOÇ. DR. GÜLSÜM ÇALIŞIR ARŞ. GÖR. FATİH AKSOY	SOSYAL MEDYA'DA İTİBAR YÖNETİMİ: 2018 YILI EN DEĞERLİ 5 TÜRK ŞİRKETİ'NİN TWİTTER HESAPLARININ İNCELENMESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ RAHŞAN FATMA AKGÜL	<b>REKLAM VE GRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA GERİLLA REKLAMCILIK</b>
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖZCAN TATAR	HALEP-ADANA YOLU HAKKINDA BAZI TESBİTLER
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖZCAN TATAR	<b>ADANA'YA AİT ŞERİYYE SİCİLLERİNİN TARİHİ SİNEMAYA KAYNAK OLARAK KULLANILABİLİRLİĞİNE DAİR BAZI ÖRNEKLER</b>

**14.12.2018- CUMA**  
**SAAT 12:30 - 15:00**

<b>Salon 1, OTURUM-2</b>	<b>OTURUM BAŞKANI: DR. MUSTAFA ÖZKAN</b>
DOÇ. DR. BURÇİN GÖKKURT ÖZDEMİR	<b>MATEMATİK ÖĞRETMENLERİNİN ÇOKGENLER KONUSUNDAKİ MATEMATİKSEL FORMÜLLER VE ÖZELLİKLERE İLİŞKİN KAVRAMSAL ANLAMALARI</b>
DOÇ. DR. BURÇİN GÖKKURT ÖZDEMİR	12 . SINIF ÖĞRENCİLERİNİN LİMİT SORULARINA İLİŞKİN FARKLI ÇÖZÜM YAKLAŞIMLARI
AYŞENUR YILDIZ PROF. DR. İSMET YILDIZ ÖĞR. GÖR. ALAATTİN AKYAR HASAN ŞAHİN	<b>ANALİTİK FONKSİYONLARIN YALINKATLIĞI VE KONVEKSİĞİ ÜZERİN BİR ÇALIŞMA</b>
MERVE TURHAN PROF. DR. İSMET YILDIZ HASAN ŞAHİN ÖĞR. GÖR. ALAATTİN AKYAR	TANIMLANMIŞ KOMPLEKS DEĞİŞKENLİ LOGARİTMİK FONKSİYONLARIN KONVEKS FONKSİYONLARA DÖNÜŞÜMLERİ ÜZERİNE
DR. ÖĞR. ÜYESİ TUĞBA HAN (ŞİMŞEKLER) DİZMAN (OTURUM 2. BAŞKANI) DR. ÖĞR. ÜYESİ NAİME TOZLU	<b>SOFT ÖRTÜ TABANLI ROUGH KÜMELER KULLANARAK ÇOKLU KARAR VERME PROBLEMLERİNDE BİR UYGULAMA</b>
DR. MUSTAFA ÖZKAN	MATEMATİK LOJİK ALANINA FARKLI KATEGORİLER İLE YAKLAŞIM



## ÇUKUROVA I. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ

# İÇİNDEKİLER

<b>KONGRE KÜNYESİ</b>	<b>i</b>
<b>BİLİM KURULU</b>	<b>ii</b>
<b>KONGRE PROGRAMI</b>	<b>iii</b>
<b>FOTOĞRAF GALERİSİ</b>	<b>iv</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b>	<b>v</b>

<b>Mustafa KÜPELİ</b>	
<b>KÜÇÜK HÜCRELİ DIŞI AKCİĞER KANSERLERİNDE KLİNİK EVRELEMEDE KULLANILAN PET/BT'NİN PATOLOJİK EVRELEME İLE KARŞILAŞTIRILMASI</b>	<b>1-15</b>
<b>Erhan KARAASLAN</b>	
<b>TALASEMİ MAJÖRLÜ ÇOCUKLARDA KALP HIZI DEĞİŞKENLİĞİ VE TILT TESTİNİN KALP HIZI DEĞİŞKENLİĞİNE ETKİSİ</b>	<b>16-24</b>
<b>Murat SAĞIR &amp; Olcay GENÇ &amp; Hilmi ÇOŞKUN</b>	
<b>İNŞAAT SEKTÖRÜNDE İŞ KAZASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	<b>25-29</b>
<b>Volkan Bekir YANGIN &amp; Ozgen AKALIN</b>	
<b>POZİTİF EĞİMLİ KISIMLAR İÇEREN YOLLAR İÇİN EKONOMİK SEYİR SAĞLAYACAK HIZ PROFİLLERİNİN OLUŞTURULMASI</b>	<b>30-40</b>
<b>Rüveyda KÖMÜRLÜ &amp; Cihan MEMİOĞLU</b>	
<b>İNŞAAT FİRMALARI İÇİN İHALE AŞAMASINDA İNŞAAT RİSKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	<b>41-47</b>
<b>Mutlu YILMAZ &amp; Cihan Serhat Kart &amp; Yusuf Can Çalışır</b>	
<b>TÜRKİYE'DE RÜZGÂR ENERJİSİ VE İSTİHDAMA KATKISI ÜZERİNE BİR SWOT ANALİZİ</b>	<b>48-51</b>
<b>Cihan Serhat Kart &amp; Yusuf Can Çalışır</b>	
<b>TÜRKİYE'DE SOSYAL HİZMET MEVZUATINDA COÇUK</b>	<b>52-54</b>
<b>Reyhan CAFRI &amp; Sevilay SARICA</b>	
<b>OECD ÜLKELERİNDE KADINLARIN İŞGÜCÜNE KATILIMI GELİR EŞİTSİZLİĞİNİ ARTIRIYOR MU? PANEL KANTİL REGRESYON ANALİZİ</b>	<b>55-65</b>
<b>Filiz KOYEL &amp; Nebiye YAMAK</b>	
<b>İHRACATIN TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞUNA GÖRE EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİLERİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ</b>	<b>66-75</b>
<b>Filiz KOYEL &amp; Nebiye YAMAK</b>	
<b>TÜRKİYE'DE KADIN İŞGÜCÜNE KATILIMI İLE ERKEK İŞGÜCÜNE KATILIMI: TAMAMLAYICI MI, İKAME Mİ?</b>	<b>76-87</b>
<b>Zekeriya NAS &amp; İlhan ALANTAS</b>	
<b>ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF HUMAN RESOURCES IN HOTEL INDUSTRY AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT LEVEL OF EMPLOYEES</b>	<b>88-92</b>
<b>Gülcan FERİÇOK &amp; Ziya Erdem KOÇ</b>	
<b>MİKRODALGA YARDIMI İLE YENİ BENZİMİDAZOL-SCHİFF BAZI SENTEZİ VE METAL KOMPLEKSİNİN İNCELENMESİ</b>	<b>93-98</b>
<b>Gürkan GUNAY &amp; Ziya Erdem KOÇ</b>	
<b>ASETOGUANAMİN SCHİFF BAZLARININ SENTEZİ VE BAZI METAL KOMPLEKSLERİNİN İNCELENMESİ</b>	<b>99-103</b>
<b>Esra KAPLAN &amp; Ziya Erdem KOÇ</b>	



<b>BIOCHEMICAL COMPOSITION OF BLUEFISH (<i>POMATOMUS SALTATRIX</i> LINNAEUS, 1766)</b>	<b>241- 245</b>
<b>Ozdal GOKDAL &amp; Vadullah EREN &amp; Ahmet CEYLAN &amp; Okan ATAY</b>	
<b>DOĞUM MEVSİMİNİN KIVIRCIK ERKEK KUZULARININ ERGENLİK ÇAĞI ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE ETKİSİ</b>	<b>246-256</b>
<b>Ufuk KARADAVUT &amp; Omer SOZEN</b>	
<b>KIRŞEHİR İLİNDE YETİŞTİRİLEN KURU FASULYE (<i>Phaseolus vulgaris</i> L.) BİTKİLERİNE AİT PROJEKSİYON ÇALIŞMASI</b>	<b>257-261</b>
<b>Ufuk KARADAVUT &amp; Omer SOZEN</b>	
<b>BAZI YEREL KURU FASULYE GENOTİPLERİNİN TOHUM VE ENDOSPERM ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN KANONİK KORELASYON İLE BELİRLENMESİ</b>	<b>262-267</b>
<b>Ömer SÖZEN &amp; Ufuk KARADAVUT &amp; Mehmet YAĞMUR</b>	
<b>ORTA KIZILIRMAK VADİSİNDEN TOPLANAN RENKLİ YEREL KURU FASULYE ALT ÖRNEKLERİNİN KALİTATİF VE KANTİTATİF ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	<b>268-278</b>
<b>Derya OÇAL</b>	
<b>REKLAM VE RİSK YÖNETİMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR AÇILIM VE DEĞERLENDİRME</b>	<b>279-289</b>
<b>Gülsüm ÇALIŞIR &amp; Fatih AKSOY</b>	
<b>SAHTE HABERLER HAKKINDA İZLEYİCİ PERSPEKTİFİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	<b>290-301</b>
<b>Gülsüm ÇALIŞIR &amp; Fatih AKSOY</b>	
<b>SOSYAL MEDYA'DA İTİBAR YÖNETİMİ: 2018 YILI EN DEĞERLİ 5 TÜRK ŞİRKETİ'NİN TWİTTER HESAPLARININ İNCELENMESİ</b>	<b>302-314</b>
<b>Rahşan Fatma AKGÜL</b>	
<b>REKLAM VE GRAFİK TASARIM BAĞLAMINDA GERİLLA REKLAMCILIK</b>	<b>315-323</b>
<b>Ozcan TATAR</b>	
<b>HALEP-ADANA YOLU HAKKINDA BAZI TESBİTLER</b>	<b>324-326</b>
<b>Burçin GÖKKURT ÖZDEMİR</b>	
<b>12. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN LİMİT SORULARINA İLİŞKİN FARKLI ÇÖZÜM YAKLAŞIMLARI</b>	<b>327-342</b>
<b>Burçin GÖKKURT ÖZDEMİR</b>	
<b>MATEMATİK ÖĞRETMENLERİNİN ÇOKGENLER KONUSUNDAKİ MATEMATİKSEL FORMÜLLER VE ÖZELLİKLERE İLİŞKİN KAVRAMSAL ANLAMALARI</b>	<b>343-355</b>
<b>İsmet YILDIZ &amp; Alaattin AKYAR &amp; Ayşenur YILDIZ &amp; Hasan ŞAHİN</b>	
<b>ANALİTİK FONKSİYONLARIN YALINKATLIĞI VE KONVEKSİĞİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA</b>	<b>356-361</b>
<b>Mustafa OZKAN</b>	
<b>MATEMATİK LOJİK ALANINA FARKLI KATEGORİLER İLE YAKLAŞIM</b>	<b>362-364</b>
<b>Mustafa OZKAN</b>	
<b>FARKLI ÜRETEÇLER İLE BELİRLENEN KODLAR</b>	<b>365-368</b>
<b>Mehmet MERKEPÇİ</b>	
<b>PARMAKIZI TABANLI PERSONEL TAKİP SİSTEMİ</b>	<b>369-374</b>
<b>Nesip AKTAN &amp; Emine OZGUR</b>	
<b>NULLUK DAĞILIMINA SAHİP HEMEN HEMEN <math>\alpha</math>-KOSİMPLİK MANİFOLDLAR ÜZERİNDE İKİNCİ MERTEBEDEN PARALEL TENSÖRLER</b>	<b>375 - 381</b>
<b>Kemal KAYA &amp; Yakup HAMEŞ</b>	
<b>HİDROJEN YAKIT HÜCRELİ ARAÇLARDA KULLANILAN DC/DC DÖNÜŞTÜRÜCÜLER</b>	<b>382-387</b>
<b>Kemal KAYA &amp; Yakup HAMEŞ</b>	
<b>HİDROJEN YAKIT HÜCRELİ ARAÇLARDA KULLANILAN SÜPERKAPASİTÖR TEKNOLOJİSİ VE KONTROL STRATEJİSİ</b>	<b>388-393</b>
<b>Öğr. Gör. Ufuk ELİBÜYÜK &amp; Prof. Dr. İbrahim ÜÇGÜL</b>	
<b>AKDENİZ'DE BULUNAN ADALARIN YENİLENEBİLİR ENERJİ ADASI OLARAK KULLANIMI 2: SARİBELEN ADASI ÖRNEĞİ</b>	<b>394-400</b>
<b>Ufuk ELİBÜYÜK &amp; Meliha OKTAV BULUT</b>	

# ÇUKUROVA I. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ TAM METİN BİLDİRİ



13-16 Aralık 2018 Adana/TÜRKİYE

## SAHTE HABERLER HAKKINDA İZLEYİCİ PERSPEKTİFİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

THE VIEWER PERSPECTIVE ABOUT FAKE NEWS:  
A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

**Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR**

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Gümüşhane  
gulsumcalisir@gumushane.edu.tr ; gulsumcalisir@yahoo.com

**Arş. Gör. Fatih AKSOY**

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Gümüşhane  
fatih.aksoy@gumushane.edu.tr ; arsfatihaksoy@yahoo.com

### ÖZET

Bilgi çeşitliliğinin çok olması ve bilginin yayılmasının hızlı olduğu bu çağda sahte haberler bütün dünya için küresel bir sorun haline gelmiştir. Hem basılı hem de dijital medyada çarpıtılmış ya da yanlış bilginin kısa sürede milyonlarca kullanıcı tarafından paylaşılıp, yayılması dünyada ciddi etkileri yaratabilecek potansiyele sahiptir. Dolayısıyla sahte haberler; ekonomik, sosyal ve politik krizlere neden olabilmektedir. Aynı zamanda sahte haberlerle gerçekler manipüle edilerek kitlelerin algılarının yönetilmesi de söz konusu olabilmektedir.

Reuters Institute tarafından yayınlanan 2018 Dijital Haber Raporu'na göre Türkiye, en çok sahte habere maruz kalan ülke olmaktadır. Bu verilerden yola çıkarak bu çalışmada katılımcıların sahte haber ile ilgili bakış açıları değerlendirilmiştir. Bu çalışmada 'sahte haber' kavramının katılımcı için ne ifade ettiğini, sahte haberi ayırt edici özellikleri bilip bilmediğini ve her habere eleştirel şekilde yaklaşıp yaklaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların sahte haber olgusunu kısmen bildikleri görülmüştür. Fakat sahte haberin ayırt edici özellikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sahte Haber, Basılı Medya, Dijital Medya, İzleyici Perspektifi, Türkiye.

### ABSTRACT

In this age of information diversity and rapid dissemination of information, fake news has become a global problem for the whole world. Distorted or false information in both printed and digital media which shared and spread by millions of users in a short time has a potential of creating serious effects in the world. Thus, the fake news may cause economic, social and political crises. At the same time, it is possible to manage the perceptions of the masses by manipulating the facts with false news.

According to the 2018 'Digital News Report' published by the Reuters Institute, Turkey is the country which is the most exposed to fake news. Based on the mentioned data, this study try to evaluate participants' perspectives regarding the fake news. This research was carried out to determine what the fake news concept means for the participants, whether the participants know the distinctive features of fake news and approach each news critically or not. The findings of the study suggest that the participants partially know the concept of fake news. However, it was inferred that they do not have enough information about the distinctive features of the fake news.

**Key Words:** Fake News, Printed Media, Digital Media, Viewer Perspective, Turkey

## 1. GİRİŞ

Medya, tek ya da çift yönlü iletişimin sağlandığı gazete, dergi, radyo, televizyon ya da sosyal medya mecraların genel adıdır. Dolayısıyla medya, insanların dünyadan haberdar olmasını sağlayan iletişim araçlarıdır. Söz konusu araçlar, kullanım şekillerine ve iletişim yönlerine göre geleneksel ve sosyal medya olarak isimlendirilmektedir.

Kamuoyunun toplumsal, ekonomik, siyasal olaylardan haberdar olabilmek için geleneksel ya da sosyal medyaya başvurmaktadır. Özellikle bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte kamuoyu medya aracılığıyla binlerce habere maruz kalmaktadır. Maruz kalınan bu haberlerin gerçekliği tartışma konusu olmaktadır. Çünkü gerçekliği tartışılan haberler, önemli ekonomik, siyasal ya da toplumsal olayları tetikleyebilmektedir. Dolayısıyla adı geçen haberlerin kamuoyunun algılarını yanlış şekilde yönlendirmesi mümkündür.

Son dönemlerde sahte haberlerin (fake news) yaygınlaşması ile birlikte izleyicilerin ya da okuyucuların maruz kaldıkları haberlerin gerçekliği ciddi şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Sahte haberde hikâyenin kendisi, doğrulanabilir gerçekler, kaynaklar veya alıntılar olmadan üretilir (<https://guides.lib.umich.edu/fakenews>). Dolayısıyla izleyici kitlesi tarafından gazeteciliğin ya da haberlerin kalitesi, güvenilirliği ve etkisi sorgulanmaya başlanmıştır. Aynı zamanda gerçek zamanlı video manipülasyon teknolojisi yaygınlaşması ile birlikte sahte haber daha fazla yaygınlaşacağı ve etkilerinin daha büyük olacağını belirtmek mümkündür. Gerçek zamanlı video manipülasyon teknolojisinde öncelikle "kaynak" ve "hedef" olmak üzere iki yüz belirleniyor. Sonrasında ise kaynağın yüz hareketleri izlenerek, "ağız içi" baz alınarak hedefe aktarılıyor. Bu işlemler gerçek zamanlı olarak yapılıyor (<https://www.sabah.com.tr/>). Bu durum ise sahte haberin inandırıcılığını daha fazla arttırmaya sebep olmaktadır ve sahte haberin kontrolünü iyice zorlaştırmaktadır. Fakat sahte haberlerin etkisini azaltmak için çeşitli önlemler alınması gerekmektedir. Bu önlemlerin ilki izleyici kitlesinin sahte haber konusunda bilinçlenmesi ve farkında olmasıdır.

Reuters Institute tarafından yayınlanan 2018 Dijital Haber Raporu'na göre Türkiye, en çok sahte habere maruz kalan ülke olmaktadır (<https://www.raporlar.org>). Bu verilerden yola çıkarak bu çalışmada katılımcıların sahte haber ile ilgili bakış açıları değerlendirilmiştir. Bu çalışmada 'sahte haber' kavramının katılımcı için ne ifade ettiğini, sahte haberi ayırt edici özellikleri bilip bilmediğini ve her habere eleştirel şekilde yaklaşıp yaklaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

## MEDYA

Medya, geniş topluluklara seslenen ve bu topluluklar içinde bilgi, haber, düşünce alışverişini sağlayan araçlardır (Cereci ve Özdemir, 2015: 3). İnsanların bilgi edinme, çevresi ve dünyasından haberdar olmak istemesi, iletişim kurmak istemesi, sosyalleşme ihtiyaçları vb. toplumsal eylemleri gerçekleştirme ihtiyacı duymaktadır. Medya ise bu ihtiyacı gidermekte olan iletişim araçlarıdır.

Medya kitlelerin bu ihtiyaçlarını karşılarken ihtiyaçların kime göre, ne amaçla karşıladığı önemli bir durum olmaktadır. Çünkü günümüzde medya izleyici kitlesinin ihtiyaçlarını karşıladığı görünse de arka planda daha farklı durumlar söz konusu olmaktadır. Çünkü geçmişte olduğu gibi bugün de medyanın temel görevi gündemi çıkar gruplarının ihtiyaçlarına göre belirlemek ve kitleleri bu yönde ikna etmektir. Bunu gerçekleştirmek için her zaman kitle iletişim araçlarını hâkimiyetleri altında tutmaktadırlar. Özellikle iletişim teknolojilerinin her geçen gün daha fazla gelişimiyle birlikte, medya topluları denetim altında tutmak, yönlendirmek için iletişim araçlarını birer silah olarak kullanmaktadır. Kitlelerin neyi tüketeceklerinden, neyi düşüneceklerine kadar topluma ait birçok unsur medya tarafından belirlenmektedir (Ünür, 2016: 154). Dolayısıyla medyanın kitlelerle paylaştıkları gerçeklerin çoğu manipüle edilmiş olmaktadır. Çünkü medya kitlelerin medyanın istediği şekilde düşünmesi istenmektedir. Bunu sağlamak için de haberlerden çok fazla

yararlanılmaktadır. Ekonomik, sosyal ve kültürel davranışların değişimini sağlamak için gerçekliği manipüle edilmiş ya da suni ortamda yaratılmış gerçekler ile oluşturulan haberler kullanılmaktadır.

Haber, gerçek dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkında en son, en yeni ve ilgi çekici enformasyondur şeklinde ifade edilmektedir. (Dursun, 2003:63'ten akt. Ünlüler, 2016:140). Haberler, gerçekleşen ya da gerçekleşecek olan güncel bir olayın raporudur (Harcup and O'Neill, 2017: 1470). Haberin birçok tanımı bulunmaktadır. Fakat bu tanımların içerikleri incelendiğinde hepsinde bir gerçeklik ifadesi ve bir olayın, durumun olduğu görülmektedir. Fakat haberlerde gerçekliğin dezenformasyona uğrayarak sunulduğu ya da gerçekliği kanıtlanamayan bilgilerle yapıldığını çok görmekteyiz. Bu haberler ise 'sahte haber' kavramı ile ifade edilmektedir.

## SAHTE HABER

Sahte haberler özellikle sosyal medyanın gelişimi ile birlikte çok yaygın olmaya başlamıştır. Günümüzde sosyal medya, kişiselden siyasete kadar birçok türde içerikle besleniyor (Posetti vd., 2018: 16). We are social tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre; Dünyada 3,19 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (<https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>). Bu insanlar her gün düzenli olarak sosyal medya hesaplarına girerek, yorum yapmakta, bilgi paylaşmakta, fotoğraf ya da video yüklemektedir. Dolayısıyla bilginin bu boyutlarda üretildiği ve dolaşıma sokuldu bu mecralarda bilgilerin güvenilirliği azalmaktadır (Törenli ve Kıyan, 2018: 33).

Sahte haberler, bilerek kitlelerin yanlış bilgilendirilmesi ya da okuyucuyu, izleyiciyi aldatmak için oluşturulan haberler, hikâyelerdir. Aslında sahte haberler sadece gerçek olmayan hikâyelerin sunulması değildir. Bunun yanı sıra gerçekliğin manipüle edilmesi, yanlış bilgiler ile kamuoyunun yönlendirilmesi de sahte haberlere girmektedir. Sahte haberler, kitlelerin görüşlerini etkilemek, politik bir gündemi teşvik etmek ve kamusal gücü etkilemek amacıyla yaratılmaktadır (Wardle, 2017). Sahte haberlerin izleyiciler ya da okuyucular üzerinde bu etkisinin kırılmasını sağlamak için mutlaka sahte haber kavramının ne olduğunu, sahte haberlerin hangi alanlarda ve nasıl karşısına çıktığını bilmesi gerekmektedir. Yani izleyici kitlesi her habere mutlaka eleştirel şekilde bakmalıdır. Bu nedenle alt başlıklarda sahte haber türlerine ve sahte haberlerin nasıl tespit edildiğine dair bilgilere yer verilmektedir.

### Sahte Haber Türleri:

Dijital medyanın sosyal, politik ve kültürel etkileri üzerine araştırmaları olan Simeon Yates sahte haber türlerini şu şekilde açıklamaktadır (Yates, 2016):

- 1-) Klikbait (Tıklama Tuzağı): Bu haberler daha fazla web sitesi ziyaretçisi kazanmak ve web siteleri için reklam gelirlerini arttırmak için bilerek üretilen hikayelerdir.
- 2-) Propaganda: Kitleleri bilerek yanlış yönlendirerek, belirli bir siyasi ya da gündem konusuna teşvik etmek amacıyla gerçekleştirilen haberlerdir.
- 3-) Hiciv- Parodi: Bir çok website ve sosyal medya hesabı eğlence ve parodi için sahte haber hikayeleri yayınlıyor. Örneğin: Zaytung.
- 4-) Dikkatsiz Gazetecilik: Bazen muhabirler ya da gazeteciler güvenilirmez bilgi içeren bir bilgiyi kontrol etmeden yayınlaması ile oluşan haberlerdir.
- 5-) Yanıltıcı Başlıklar: Tamamen yanlış olmayan bilgilerin yanıltıcı ve sansasyonel başlıklar kullanılarak bozulabilmektedir. Bu tür haberlerde haber içeriği okunmadan sadece haberin başlığı ve küçük görselleri sosyal medya da paylaşılarak hızla yayılmasına neden olan haberlerdir.

6-) Önyargılı Haberler: Birçok insan kendi inançlarını, politik görüşü ve hayat tarzını doğrulayan ya da bunlara ters düşen haberlere yönlendirilmektedir. Bu haberlerin sahte haber olma ihtimali düşünmeden ve eleştirmeden kabul edilen haberlerdir.

### Sahte Haberleri Belirleme Kriterleri

Çevrimiçi durumlarda sahte haberlerin anlaşılabilmesine yardımcı olacak bazı kriterler bulunmaktadır. Bu kriterler şunlardır (IFLA. 2018):

1-) Detaylı Bakmak: Haber detaylı şekilde incelenmesi gerekmektedir. Haber kaynağı kontrol edilmelidir. Haber kaynağı bilindik ve güvenilir kaynak olup olmadığına bakılmalıdır. Kaynağa aşına olunmadığı zaman yazarı araştırılmalıdır.

2-) Başlığın Ötesine Bakmak: Bir haberin başlığını okumak yeterli olmamaktadır. Sadece başlık okunarak kendi fikirleri ile örtüştüğü nedeniyle inandırıcı olduğu düşünülmemelidir. Tüm haberi kontrol edin. Birçok sahte haber dikkat çekmek için sansasyonel ve şok edici başlıklar kullanmaktadır.

3-) Haberi Diğer Kaynaklardan Kontrol Etmek: Haberi yayınlayan diğer bilindik kaynaklar var mı? Haberde herhangi bir kaynak var mı? Var ise, güvenilir oldukları ya da mevcut oldukları kontrol edilmelidir. Yayınlayan haberi bu kaynakların gerçekten destekleyip desteklemediği belirlenmelidir. Aynı zamanda diğer kaynaklar olarak konu ile ilgili uzmanlar takip edilmeli ve birden fazla farklı iletişim kanallarından haberin doğruluğu tespit edilmelidir.

4-) Haberde Yer Alan Gerçekleri Kontrol Edin: Sahte haber genellikle yanlış tarihler, yanlış mekanlar, değişmiş zaman çizelgeleri içerirler. Bu nedenle haber içerisinde yer alan mekan, zaman bilgileri kontrol edilmelidir. Aynı zamanda haberin yayınladığı tarihin güncel mi ya da eski mi olduğu belirlenmelidir.

5-) Kendi Önyargılarınızı Kontrol Edin: İzleyici ya da okuyucu bir haberi okurken, objektif şekilde kendi görüşlerinden ve inançlarından arınmış olarak okuması gerekmektedir. Önyargılar haberlerin farklı şekilde değerlendirilmesine yol açmaktadır.

6-) Hiciv ya da Parodi: Bazen haberlerin hiciv ya da parodi şeklinde olup olmadığı anlaşılmamaktadır. Bu nedenle haber kaynağı kontrol edilmelidir. Hiciv ya da parodi şeklinde haberler üretip üretmediklerine bakılmalıdır.

7-) Uzmanlara Sorun: Belirtilen haber konusunda uzman olan kişilere konuyu sorun ya da varsa doğrulama sitelerine başvurun.

Dünyada sosyal medyanın yaygın kullanılması ile birlikte sahte haberin sayısı ciddi şekilde artmıştır. Sahte haberlerin birçok alanda kontrol edilemeyen etkisi ortaya çıkmıştır. Örneğin; Amerika seçimlerinde 19 ana akım medyanın ürettiği haberler, bunlara gösterilen tepkiler ve yorumlar 7,367,000 iken sadece Facebook'ta yapılan sahte haberler ile ilgili 8,711,000 paylaşım, tepki ve yorum üretilmiştir (<https://www.buzzfeednews.com>).

Görsel-1: Amerika Seçimlerinde Facebook Sahte Haber Paylaşımı-Tepki-Yorum Sayısı

Kaynak: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.yqKLOKV5Qe> E.Tarihi: 14.11.2018

Bu veriler değerlendirildiğine bu kadar sayıdaki bilginin kontrol edilmesinin zor olması nedeniyle insanlar bağımsız olarak kontrol etmek için sorumluluk almalıdır. Bu sorumluluğun oluşturabilmesi için de öncelikli olarak insanları sahte haber kavramı ile ilgili farkındalık yaratıp bilinçlenmesini sağlamak gerekmektedir. Aynı zamanda her habere eleştirel şekilde bakabilmesi için öncelikle duygusal kuşkuculuğu oluşturmak gerekmektedir.

## 2. YÖNTEM

Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte dünyanın her hangi bir yerinde yaşanan bir olayın çok kısa sürede bütün dünyada duyulması mümkün hale gelmiştir. Özellikle internet ve sosyal medyanın gelişimi sayesinde çok fazla bilgi üretilip, kısa sürede dünyaya yayılmaktadır. Sosyal medya ortamında ise herkesin bilgi üretebildiği, paylaşabildiği ve yorum yapabildiği bir ortam olduğundan dolayı milyonlarca bilgi dünyada dolaşmaktadır. Bu bağlamda yayılan bilgiler doğruluğu tartışma konusu haline gelmiştir. Bu bağlamda geleneksel medya ve sosyal medya aracılığıyla elde edilen bilgilerden yapılan haberlerinde ne kadar gerçek olduğu şüpheli olmaktadır. Bu nedenle dünyada ekonomik, sosyal, siyasi krizleri yaratabilecek binlerce sahte haber oluşturulmakta ve dünya kamuoyu ile paylaşılmaktadır. Bu durumun ise kontrolünün sağlanması için devletler, STK'lar, geleneksel medya, sosyal medya sahipleri ciddi çalışmalar yapması gerekmektedir. Öncelikle yapılması gereken ise, sahte habere karşı farkındalık ve insanların bilinçlenmesini sağlamak. Böylece her bir insan izlediği ya da okuduğu sahte haberin denetleyici olacaktır.

Bu çalışmadaki temel amaç, 'sahte haber' kavramının katılımcı için ne ifade ettiğini, katılımcının sahte haberi ayırt edici özellikleri bilip bilmediğini ve her habere eleştirel şekilde yaklaşım yaklaşmadığını tespit etmektir. Araştırmada gereksinim duyulan katılımcılara kartopu yöntemiyle ulaşılmıştır. Örnekleme, Gümüşhane Üniversitesi'nde okuyan 5 erkek ve 5 kadın olmak üzere 10 kişiden oluşmuştur. Bu katılımcılar ile birlikte Ekim 2018 tarihinde yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada; yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sahip oldukları belli seviyedeki standartlığı ve esnekliği sebebiyle, anketlerdeki gibi belirli bir sınırlılığı ortadan kaldırarak konular hakkında derinlemesine bilgi edinmeyi sağlaması nedeniyle nitel araştırmalarda çok sık kullanılmaktadır. (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 133).

## 3. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, çalışmada cevap aranan alt başlıklara ve katılımcıların ifadelerinden alıntılara yer verilmektedir. Ayrıca çalışmada katılımcıların gizliliği için isimleri ve soy isimleri kodlanarak verilmektedir. Çalışmada elde edilen bilgilere dair alt başlıklar aşağıda sunulduğu gibidir.

### Kullanılan Haber Kaynakları:

Bu çalışmanın temel amacı daha önce de belirtildiği üzere 'sahte haber' kavramının katılımcı için ne ifade ettiğini, katılımcının sahte haberin ayırt edici özelliklerini bilip bilmediklerini ve her habere eleştirel şekilde yaklaşım yaklaşmadıklarını katılımcıların görüşlerine başvurarak tespit edebilmektir. Bu amaç doğrultusunda konu ile ilgili görüşülen toplam on kişinin ilk olarak kullandıkları haber kaynaklarını öğrenmek hedeflenmiştir. Çünkü sahte haberin en fazla yaygınlaşmasının sebebi olarak sosyal medya gösterilmektedir. Literatüre bakıldığında sahte haberler özellikle sosyal medyanın gelişimi ile birlikte çok yaygın olmaya başlamıştır. Günümüzde sosyal medya, kişiselden siyasete kadar birçok türde içerikle beslenmektedir (Posetti vd., 2018: 16). Bu nedenle katılımcıların haber edindikleri kaynakların ağırlıklı olarak sosyal medya ya da internet odaklı olup olmadığını tespit etmek amacıyla ilk soruyu kullanılan haber kaynakları oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında görüşülen kişilerin sayıca büyük çoğunluğu haber edinme kaynaklarının internet üzerinden gazeteler, mobil uygulamalar; sosyal medya üzerinden de Instagram, Twitter olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra geleneksel medyanın temel unsurlarından olan TV haberlerini de takip ettiğini belirten dört katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların kullandığı haber kaynaklarının ağırlıklı olarak internet odaklı ve sosyal medya ağırlıklı olduğu görülmektedir. Elde edilen bu veriler, yukarıda da yer alan literatür bilgilerini desteklediğini göstermektedir.

Katılımcılara kullanılan bu haber kaynaklarının tercih edilme sebepleri sorulduğunda kolay kullanım, güncel olayları anında takip edebilme ve haberler ile ilgili anında bildirim alma şeklinde cevaplara ulaşılmıştır. Belirtilen kullanım nedenleri, sosyal medya ve gazetelerin mobil uygulamalarını kapsadığını söylemek mümkündür. TV haber kaynaklarını kullanan az kişideki katılımcı ise, TV haberlerinin daha güvenilir olduğunu düşündükleri için tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların, kullanılan haber kaynakları ve bu kaynakları tercih etme sebepleri ile ilgili görüşleri aşağıda yer almaktadır:

“Gündemden haberdar olmak için daha çok gazetelerin web sitelerini ve Instagram’ı kullanıyorum. Bunun yanı sıra bazen TV haberlerine de bakıyorum. Özellikle haber edinmede internet ve sosyal medyayı kullanıyorum. Çünkü bu ortamlara anında ulaşabiliyorum ve sürekli güncelleştiriliyorlar.” (HM)

“Telefonuma indirdiğim bazı gazetelerin mobil uygulamalarını, Twitter ve Instagram’ı haber kaynağı olarak tercih ediyorum. Gazetelerin mobil uygulamaları sayesinde anlık bildirimler ile gündemden haberdar oluyorum. Ayrıca sosyal medyanın haber tarzı ve güvenilirliği tercih etmeme sebep olmaktadır.” (NA)

“Sosyal medyadan Instagram’ı haber kaynağı olarak kullanıyorum. Bunun yanında ulusal ve uluslararası konularda bilgi almak için ilgili gazetelerin mobil uygulamalarını kullanıyorum. Bu kaynakları, günlük, güncel ve Avrupa’dan daha çok bilgi sahibi olmamı sağladıkları için seçiyorum.” (KB)

“Yoğun olarak TV haberlerini kaynak olarak tercih ediyorum. Çünkü haber konusu ile ilgili somut şeyleri görmek bana daha inandırıcı geliyor. Dolayısıyla güvenilir olduğunu düşünüyorum. Bunun yanı sıra Youtube ve Instagram’ı da haber kaynağı olarak kullanıyorum.” (NB)

Katılımcıların görüşleri değerlendirildiğinde haber kaynağı olarak tek kaynak kullanmadıkları görülmüştür. Farklı kaynaklardan haber edinme gereksinimlerini karşıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

#### Sahte Haber:

Bu başlıkta katılımcıların sahte haberi nasıl tanımladıklarını tespit etmek amaçlanmıştır. Katılımcılara sahte haberi tanımlamaları istenmiştir. Katılımcıların sahte haber ile ilgili tanımlarında yer alan bazı kavramların literatür ile örtüştüğü görülmektedir. Katılımcılar sahte haberi tanımlarken en çok taraflı ve yanlış bilgi ifadesini kullanmışlardır. Bunun yanı sıra kullanılan ifadeler ise, ‘yönlendirmek’, ‘kandırmak’, ‘gerçekliği olmayan’ şeklindedir. Sahte haberleri New York Times, internette okurları ya da izleyicileri kandırmak için kasten hazırlanmış, hayali hikâyeler olarak ifade etmektedir. Politifact, sahte haberleri izleyici ya da okuru kandırmak için tasarlanmış içerikleri olarak tanımlamaktadır ([https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news\\_website](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news_website)). Fakat katılımcıların sahte haber kavramını tam olarak ifade edemediklerini de söylemek mümkündür. Çünkü sahte haber kavramı içerisinde yalan, yanlış, manipüle edilmiş, kurgulanmış bilgiler yer almaktadır. Katılımcıların sahte haber tanımlamalarında bu bilgilerin hepsini ya da çoğunu bir arada kullandığı görülmüştür.

“Bana göre sahte haber, tamamen olmayan bir olayın sunulmasıdır. Gerçeği olmayan olaylardır.” (EK)

“Sahte haber, içerisinde yalan barındıran haberdir. Kısacası yalan haberdir.” (AG)

“Sahte haber, belli bir kriterin faydasına olacak olan haberlerdir.” (KK)

“Haberi yapan kişinin düşüncelerini yansıtıyorsa ve taraf tutuyorsa bana göre sahte haberdir.” (DD)

“İnsanları kandırmak ve farklı yöne yönlendirmek için yapılan haberlerdir.”

Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların sahte haber ile ilgili fikir sahibi olduklarını söylemek mümkündür. Bunun ile birlikte sahte haber kriterleri hakkında ne kadar bilgi sahibi olduklarını

öğrenmek ise, katılımcıların okudukları ya da izledikleri haberlerin sahte olup olmadıklarının ne kadar farkında olduklarını tespit etmeye yardımcı olacaktır. Bu nedenle bir sonraki başlıkta sahte haber ile gerçek haberi ayırt edebilecek kriter ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

**Sahte Haber ile Gerçek Haberi Ayırt Edebilmek İçin Kullanılan Kriterler:**

Katılımcılara ayırt edici kriterler sorulmadan önce gerçek haberin özelliklerinin ne olduğu sorulmuştur. Katılımcılar tarafından gerçek haber kaynağı için birçok özellik belirtilmiştir. Çoğunlukla birbirlerinden farklı özellikleri anlattıkları görülmüştür.

Bazı katılımcılar gerçek haberin kanıtlanabilir olması gerektiğini ifade etmiştir:

“Gerçek haberin temel özelliği kanıtlanabilen; yani gerçekten yaşanmış olandır.” (AA)

“Kesin doğruluğu olan haberdir. Kesin bilgiyi yansıtır ve böylece kanıtlanabilir haberdir.” (HM).

Bazı katılımcılar gerçek haberin temel özelliklerine vurgu yaparken kaynağının gerçek olması, yazarın güvenilir olması üzerinde durmuştur:

“Haberleri okurken ya da izlerken haberin kim tarafından yapıldığına bakarım. Aynı zamanda haberi yazan kişinin güvenilir bir kişi olup olmadığına bakarım. Dolayısıyla bunlar gerçek haberi ayırt etmemi sağlamaktadır.” (KB)

“Bana göre gerçek haberin temel özelliği kaynağının kim olduğudur. Çünkü güvenilir olan bir kaynaktan gelen bir haber ise benim için güvenilir olan bir gerçek haberdir.” (NA)

Gerçek haberin açık ve objektif olmasını ise katılımcılar aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

“Gerçek haber, objektif olmalıdır. Kendi fikirlerini katmaması ve taraf tutmaması gerekmektedir.” (DD)

“Haberlerin gerçekliğini bakıldığında, haberler net ve açık olmalıdır. Gerçeklerin bir kısmı saklanıp o şekilde bizlere sunulmamalıdır.” (NB)

“Tarafsız ve doğru olmalıdır. Gerçek haber, açık şekilde ve insanlar yanlış yönlendirmeyecek bilgilere yer vermesi gerekmektedir.” (HD)

Gerçek haberlerin temel özelliklerinin bilinmesi aslında sahte haberlerin de ayırt edilmesini sağlamaktadır. Katılımcıların görüşlerine bakıldığında gerçek haber ile ilgili özellikleri kısmi olarak bildikleri şeklinde belirtmek mümkündür.

Bir sonraki sorumuz ise katılımcıların kendilerine göre sahte haberi ayırt edebilecekleri kriterlerinin olup olmadığı ile ilgili olmuştur. Katılımcıların çoğu sahte haber ile ilgili temel kriterlerinin haber kaynağına bakmak ve diğer haber kaynaklarından belirtilen haberin araştırılması olarak belirtmişlerdir.

“Öncelikle hangi TV kanalından ya da haber kaynağından çıktığına bakarım. Sonra başka kaynaklardan haberin doğruluğu için araştırma yaparım.” (HD).

“Öncelikle haber üzerinde düşünmek gerekiyor. Araştırmak gerekiyor. Tek bir kaynaktan haber alınmaması gerekiyor. 5-6 kaynaktan bakarak haberin doğru olup olmadığı öğrenilebilir.” (KK)

“Başka haber kaynaklarında var mı? İnternette farklı kaynaklara bakarım gerçek mi, değil mi, diye.” (EK)

“Benim için haberin gerçekliğinde kaynak önemlidir. Haberi sunan kaynağın kim olduğuna bakarım” (NB)

Yukarıda belirtilen görüşlere göre, katılımcıların sahte haber ile ilgili belirttikleri haber kaynağı ve diğer haber kaynakları kriterleri literatürde de yer almaktadır. Fakat katılımcıların sahte haber ile ilgili olan diğer kriterler hakkında çok fazla bilgi sahibi olmadığı görülmektedir. Aynı zamanda bir önceki gerçek haberin özellikleri ile ilgili sorulara verilen cevaplarda katılımcıların sahte haber ile



gerçek haberi ayırt edebilecek kriterlere çok fazla hakim olmadıklarını gösterir niteliktedir. Literatürde yer alan sahte haber kriterlerinde; detaylı bakmak (haber kaynağının bilinirliği ve güvenilirliği), başlığın ötesine bakmak, haberi diğer kaynaklardan kontrol etmek, haberde yer alan gerçekleri kontrol edin, önyargılarınızı kontrol edin, hiciv ya da parodi yer almaktadır (IFLA. 2018). Dolayısıyla bu kriterlere bakıldığında, katılımcıların daha çok haber kaynağı ve diğer haber kaynakları kontrol etme kriterleri üzerinde durduğu görülmüştür.

#### Sahte Habere Maruz Kalmak:

Reuters Institute tarafından açıklanan Dijital Haber Raporu'nda Türkiye'nin en çok sahte habere maruz kalan ülke olduğu belirtilmektedir (<https://www.raporlar.org>). Bu durumda haber izleyicileri ya da okuyucuları olarak haberlere karşı her zaman kuşku ile bakılması gerekmektedir. Bu nedenle katılımcılara sahte habere maruz kaldıklarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Buradaki amaç, katılımcıların haberlerin sahte olabilme ihtimalini düşünerek şüphe ile yaklaşp yaklaşmadığını tespit etmektir.

Bütün katılımcıların sahte habere maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Sahte habere maruz bırakılma nedenleri sorulduğunda ise en çok 'yanlış bilgilendirilmek', 'düşünceleri yönlendirmek' ve 'destek almak' için olduğunu söylemektedirler:

"Kesinlikle sahte haberlere maruz bırakıldığımızı düşünüyorum. Çünkü bizzat köyümde yaşanan bir olayın gerçekliği ulusal haberlerde farklı şekilde sunulduğunu gördüm. Köyde yaşanan olayların bir kısmı saklanmıştı. Böylece insanlar yanlış yönlendirildi." (AA)

"Maruz kaldığımızı düşünüyorum. Örneğin; ülke ekonomisinin kötü olmasına rağmen sunulan haberlerin farklı şekilde ve ekonominin gerçek durumunu yansıtmayacak şekilde verilmesidir. Bu durum insanları yanlışla sürüklemektedir." (KB)

"Fikirlerimizi, düşüncelerimizi yönlendirmek amacıyla sahte habere maruz bırakılıyor." (AG)

"Birçok sahte haber var. Bu haberler ile insanların düşünceleri yönlendirilerek kendileri gibi düşünmeleri sağlamak içindir." (HB)

"Bir olay olduğunda medya bu olayı bizlere farklı şekilde sunuyor. Çünkü kamuoyu oluşturmak ve insanları kendi taraflarına çekmek için yalan haber yapıyorlar." (DD)

Sahte haber ile mücadele için oluşturulan First Draft web sitesinin kurucusu olan Dr. Wardle (2017) sahte haberlerin üretilmesinin temel sebeplerini şu şekilde açıklamaktadır: Yanlış bilgiler ile kamuoyunun yönlendirilmesi sağlamak, kitlenin düşüncelerini etkilemektir ve kamuoyu desteğini almaktır. Literatür alanında belirtilen bu bilgiler ile katılımcıların düşüncelerinin birebir örtüşüğünü söylemek mümkün hale gelmiştir. Bu verilere bakıldığında çalışma kapsamında yer alan katılımcıların neden sahte habere maruz kaldıklarının farkında oldukları görülmektedir. Aynı zamanda bütün katılımcılar bu soru başlığında hem fikir oldukları sonucuna varılmıştır.

#### Sahte Haberin En Çok Yapıldığı Alanlar:

Dünya genelinde sanal haber platformları ve sosyal medya mecraları nedeniyle global çapta bir artış yaşayan sahte ve yanıltıcı haberler pek çok ülke için ciddi etkileri olmaya başlamıştır. Sosyal, siyasal ve ekonomik alanlarda verdiği zararlar ile ciddi olayların yaşanmasına neden olmaktadır. Amerika'da siyasi danışmanlık şirketi olan Cambridge Analytica'n Facebook verilerini kullandığı haberleri, ABD başkanlık seçimlerinden, Brexit referandumuna kadar pek çok olayda yanıltıcı, kışkırtıcı haber ve dezenformasyonun kullanıldığı belirtilmiştir (<https://tr.euronews.com>). Dünya geneline bakıldığında sahte haberin özellikle siyasal alanda olduğu görülmektedir. Siyasal alanda gerçekleştirilen bu haberlerin ise etkisinin de büyük olduğu görülmektedir.

Sahte haberlerin en çok yapıldığı alanların sorulduğu katılımcıların verdikleri cevaplar yukarıdaki bilgileri destekler niteliktedir. Bütün katılımcıların en çok sahte haberin yapıldığı alan olarak siyasal

alanı belirtmişlerdir. Bunun yanında bazı katılımcılar ekonomik alanda da sahte haberin yapıldığını ifade etmiştir. Katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Sahte haberin siyasi alanda çok fazla olmaktadır. Çünkü kamuoyu desteğini sağlamak için birbirlerini yalan haberler ile karalamaktadırlar. Aynı zamanda belli ideolojik düşünceye sahip sıradan insanlarda siyasi alanlarda sahte haberler üretmektedir. Çünkü sosyal medya sayesinde herkes kolayca haber üretebilir ve kısa sürede yayabilmektedir.” (EK)

“Siyasi alanlar sahte haberlerin yapılmasındaki en uygun ortamlardır. Çünkü siyasi alanın yapısı buna uygundur. İnsanları yönlendirmek için her zaman sahte habere ihtiyaç duyuyorlar. Bunun yanı sıra ekonomik alanda da sahte haberlerin yapıldığını düşünüyorum. Örneğin; enflasyonun yüksek olmasına rağmen düşük şekilde gösterilmesi bir sahte haberdir.” (KB)

“Benim düşünceme göre siyasi alanlarda çok fazla olmaktadır. Çünkü bu haberler ile insanları kendi düşüncelerine yönlendirmeye çalışıyorlar.” (NB)

“Çoğu alanda bu tarz haberler yapılmaktadır. Fakat siyasi alanlarda daha fazladır. Çünkü toplumu yönlendirmek ve desteğini almak için yapamayacakları şeyleri bile yapacakmış gibi haber yapıyorlar. Özellikle sosyal medya siyasi haberlerin üretimi için çok uygun bir ortamdır. Zaten de bu ortamlarda çok fazla siyasi sahte haber çıkmaktadır. Bunun yanı sıra ekonomik alanda da sahte haberlerin yapıldığını söyleyebilirim. Çünkü ülkede gizli ekonomik krizin olduğunu düşünüyorum fakat gazetelere, TV haberlerine baktığımda gerçek bu şekilde yansıtılmıyor.” (AA)

Katılımcıların belirttikleri düşüncelere bakıldığında, aynı zamanda bazı katılımcılar sahte haberlerin üretilmesine imkan veren uygun ortamın sosyal medya alanı olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların bu fikirlerini, literatürde yer alan bilgilerin desteklediğini söylemek mümkündür. Literatür bölümünde bahsettiğimiz ABD seçimlerinde ki sahte haber üretim sayısına bakıldığında, ciddi şekilde bu alanda yanıltıcı yanlış ve dezenformasyona uğramış haberlerin olduğunu görmek mümkündür.

Bu bölümde, çalışma kapsamında katılımcılardan elde edilen bulgular değerlendirilip yorumlanmaktadır.

Katılımcıların kullandığı haber kaynaklarının ağırlıklı olarak sosyal medya ve haber siteleri olduğu sonucuna varılmıştır. Sahte haberlerin en fazla yer aldığı ortamların sosyal medya ve internet olduğu düşünüldüğünde, katılımcıların sahte habere çok fazla maruz kaldığını söylemek mümkündür.

Katılımcılar, sahte habere maruz kaldıklarının farkındadırlar. Aynı zamanda neden sahte haberlerin üretildiğini belirten ifadelerin literatürde yer alan bilgiler ile birebir kesiştiğini söylemek mümkündür. Sahte habere maruz kaldıklarını belirten katılımcıların sahte haber tanımlamalarının literatür ile kısmen örtüştüğünü belirtmek mümkündür. Çünkü katılımcılar tam anlamıyla sahte haberi ifade edememişlerdir. Fakat her bir katılımcı sahte haber içerisinde yer alan önemli kavramların bazılarını (yanlış bilgi, gerçekliği olmayan, kandırmak) ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra sahte haberleri ayırt edebilecek kriterlere de yeterli şekilde hakim olmadıkları görülmüştür. Ağırlıklı olarak kaynağın kim olduğu ve diğer kaynaklardan araştırma kriterleri üzerinde durdukları görülmüştür. Fakat literatür bölümünde de belirtilen sahte haber kriterlerine bakıldığında, birçok kriterin daha olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların sahte haber tanımı ve kriterleri üzerinde daha detaylı bilgi sahibi olması gerekmektedir.

Katılımcılar en çok sahte haberin siyasi alanda olduğunu belirtmişlerdir. Literatür taraması yapılırken en çok sahte haberin yapıldığı alanlar ile ilgili kesin bir bilgiye ulaşılamamıştır. Fakat yakın zamanda dünya da sahte haber ile ilgili yapılan ve ciddi etkilerinin olduğu olaylara (Cambridge Analytica, ABD seçimleri, Brexit referandumu) bakıldığında hepsinin siyasi alanda olduğu görülmüştür. Bu bilgiler ışığında değerlendirilecek olursa katılımcıların en çok sahte haber yapılan alan ile ilgili paylaşımları ile bu bilgilerin örtüştüğünü söylemek mümkündür.

Özetleyecek olursak, katılımcılar sahte haber ile ilgili farkındalıklarının olduğunu ve sahte haberin neden üretildiğini ve sahte haberi ayırt etmede kullanılan kriterlerin bazılarını bildikleri sonucuna varılmaktadır. Fakat günümüzde sosyal medya aracılığıyla milyonlarca sahte haberin üretildiği bu ortamda katılımcıların sahte haber ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olması gerekmektedir. Özellikle sahte haber türleri ve sahte haber kriterleri üzerine durması gerekmektedir. Katılımcıların ve diğer insanların sahte haber üzerine bilinçlenmesi ve nasıl tespit edeceğini bilmesi sayesinde sahte habere maruz kalma sıklığını daha da azaltacaktır.

#### 4. SONUÇ

Bu araştırmada sahte haber kavramının tanımı, sahte haberi ayırt edici kriterler ve haberlere eleştirel bakış konuları üzerine odaklanılmıştır. Bu nedenle araştırmadaki temel amaçlar, izleyici ya da okuyucunun 'sahte haber' kavramını nasıl tanımladığını, sahte haberi ayırt edici özellikleri bilip bilmediğini ve her habere eleştirel şekilde yaklaşp yaklaşmadığını tespit etmektir. Araştırmada gereksinim duyulan katılımcılara kartopu yöntemiyle ulaşılmıştır. Örnekleme, Gümüşhane Üniversitesi'nde okuyan 5 erkek ve 5 kadın olmak üzere 10 kişiden oluşmuştur. Bu katılımcılar ile birlikte Ekim 2018 tarihinde yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada; görüşme tekniği ile elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır.

Çalışmada yer alan katılımcıların kullandığı haber kaynaklarının çoğu internet ve sosyal medya kaynaklı olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların haber kaynaklarına bakıldığında sahte haberlerin çok fazla üretildiği yerler olduğu görülmektedir. Bu nedenle katılımcıların bu haberleri izlerken ya da okurken şüphe ile yaklaşması gerekmektedir. Katılımcılar bu haber kaynaklarının kullanım nedenlerini, kolay kullanım, güncel olayları anında takip şeklinde belirtmişlerdir. İnternet ve sosyal medya kullanımının bu imkânları sağlaması okur ya da izleyiciler için büyük avantajdır. Fakat bu ortamların tercih edilme sebebi olarak güven kriterini kullanmamaları ise dikkat çekici bir unsurdur. Söz konusu kaynakların işlevsel unsurları tercih edilmede ön plana çıkmıştır.

Katılımcıların sahte haber kavramını tanımlarken taraflı olma, yanlış bilgi, yönlendirme ve kandırma sözcüklerine vurgu yapmışlardır. Fakat katılımcıların sahte haber tanımlaması yaparken bu ifadelerin hepsini bir tanım içerisinde kullanmadığı görülmüştür. Her bir katılımcının tanımlamasında sahte haber kavramı ile ilgili sadece bir ifadenin olduğu görülmektedir. Oysaki sahte haberler, bilerek kitlelerin yanlış bilgilendirilmesi, taraftar desteği sağlamak için kurgu haber yapılması ya da okuyucuyu, izleyiciyi aldatmak için oluşturulan haberler, hikâyelerdir şeklinde tanımlanmaktadır (Wardle, 2017). Dolayısıyla katılımcıların sahte haber kavramını tam olarak anlayıp benimsemesi gerekmektedir. Çünkü taraflı olmak, yanlış bilgilendirmek, yanlış yönlendirmek, gerçek olmayan kurgular oluşturmak, gerçeğin manipüle edilmesi gibi unsurların her biri sahte haberin içeriğini oluşturur. Bu nedenle bu unsurların her birinin sahte haber olduğunu katılımcıların bilmesi gerekir ve ona göre haberleri değerlendirmelidir.

Çalışmada elde edilen veriler yorumlandığında örneklem dahilinde görüşülen kişilerin sahte haberi ayırt edebilecek kriterlere tam olarak hakim olamadıkları görülmektedir. Görüşmecilerin sahte haberleri ayırt edecek kriter olarak belirli bir bakış açıları olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bakış açılarına bakıldığında ayırt edici kriterlerin sadece kaynağın kim olduğu ve diğer kaynaklarla karşılaştırma olduğunu söylemek mümkündür. Bu kriterler ise sahte haberin ayırt edilmesinde yetersiz kalabilmektedir. Çünkü sahte haberi üreten kaynakların bu durumları düşünerek önlem alabileceğini düşünmek gerekmektedir. Bu nedenle katılımcıların sahte haber kriterlerinin hepsine hakim olması gerekmektedir.

Bütün katılımcıların sahte habere maruz kaldıklarının farkında oldukları görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların bu sahte haberlere neden maruz bırakıldıklarının nedenlerini de bildikleri sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla katılımcılar için bu durum olumlu olmaktadır. Çünkü sahte haberin tespitinin için temel unsur kuşkuculuk olmaktadır. Buzzfeed.com haber sitesinin medya

editörlüğünü yapan Craig Silverman, sahte haberin tespiti gerçekleştirmek için öncelikle duygusal kuşkuculuk ihtiyacının olması gerektiğini belirtmiştir (akt. Wardle, 2017). Katılımcıların maruz kaldıklarının farkında oldukları gibi bir düşünceye sahip olmaları haberlere biraz daha kuşkucu yaklaşımlarını sağlayacaktır.

Sahte haberin en çok yapıldığı alanın siyasi alan olduğu görülmektedir. Katılımcıların düşünceleri de bu yönde olmaktadır. Aynı zamanda dünyada yaşanan önemli olayların siyasi alanlarda olduğu ve bu olayların sahte haberlerinin yaygın şekilde olduğu görülmektedir. Örneğin; ABD 2016 seçim kampanyası süresince sadece Facebook üzerinden 8.711.000 sahte haberin üretildiği belirtilmiştir (<https://www.buzzfeednews.com>). Dolayısıyla katılımcılardan elde edilen veriler ile gündemde yer alan veriler değerlendirildiğinde aynı sonucun çıktığını görmek mümkündür.

Bütün bu veriler değerlendirildiğinde katılımcıların sahte haber hakkında bilgi sahibi olduğu sonucuna varmak mümkündür. Fakat sahte haberin diğer haberlerden ayırt edilebilmesinde yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların sahte haber konusu ile ilgili alacakları eğitimler onlara ciddi katkılar sağlayacaktır. Çünkü milyonlarca sahte haberin üretildiği bu ortamlarda sahte haber ile mücadele edebilmek için bireysel bilinçlenmek ön plana çıkmaktadır. Çünkü sahte haber hakkında donanımlı olan her bir birey sahte haber denetleyici olabileceğini söylemek mümkündür. Bu şekilde bir bireyin oluşturabilmesi sadece bireyin kişisel çabası ile yeterli olmayabilir. Bu nedenle sahte haberin önlenmesi ve bireyin bilinçlenmesi için medyanın, devletlerin, STK'ların, teknoloji şirketlerinin, çeşitli çalışmalar yapması gerekmektedir. Aynı zamanda birlikte koordineli şekilde bu duruma karşı mücadele etmeleri gerekmektedir.

## 5. ÖNERİLER:

- 1-) Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya mecralarında paylaşılacak olan haberlerin kontrolleri için teknoloji şirketleri ara yüzler oluşturmalarıdır. Kullanıcılara ait özel içeriği olmayan paylaşımlar hemen yayınlanmaması gerekmektedir. Geliştirilen ara yüzün kontrolünden geçtikten sonra yayınlanmalıdır.
- 2-) Sosyal medya mecralarında yayınlanan haberlerin denetimini sağlamak için devletler, bu ortamlarda yayınlanan haberlerin sahte olması halinde sorumluluğu Twitter, Facebook, Instagram gibi mecraları yönetenlere vermelidir. Aynı zamanda yasal yaptırımlara başvurulmalıdır.
- 3-) Medyada yer alan medya şirketlerinin bir araya gelip, sahte haberin önüne geçecek çalışmaları birlikte yapmalıdır. Medya araçları ile birlikte sahte haber hakkında farkındalık yaratacak çalışmaları ön planda tutmaları gerekmektedir. Çünkü sahte haberler aynı zamanda diğer medya ortamların güvenini sarsmaktadır.
- 4-) STK'ların medya ile işbirliği yaparak sahte haberler ile ilgili eğitimler verebilir. Sahte haberler ile ilgili farkındalığı oluşturacak kampanyalara destek vermelidir. Aynı zamanda eğitim alanlarında sahte haber ile ilgili çalışma atölyeleri gerçekleştirebilirler.
- 5-) Devletler eğitim müfredatlarında mutlaka medya okuryazarlığı ve bilgi teknolojileri dersine yer vermelidir. Bu dersler, ortaokul çağından itibaren verilmesi gerekmektedir. Bu müfredat araştırma becerilerin geliştirilmesini, bilgi kaynaklarının eleştirel bakış açısı ile değerlendirilmesine olanak vermelidir.
- 6-) Medya, STK, devlet ve teknolojik şirketler ortak iş birliği ile birlikte haber doğrulama siteleri kurulabilir. Bu siteler yaygınlaştırılması gerekmektedir. Böylece insanların okudukları ya da izledikleri haberlerin gerçekliğini öğrenmeleri daha çabuk olacaktır. Böylece düşüncelerinin şekillenmesi ve yönlendirilmesi engellenmiş olacaktır.
- 7-) Sosyal medya mecralarına, mobil uygulamalara ve haber sitelerine ilk girişlerde sahte haberleri anlatan ve öğreten destek programları yapılabilir. Böylece insanlar bu ortamlara girmeden önce

sahte haberler ile ilgili uyarılmış olacaktır. Bu durumda izleyici ya da okuyucunun algısı bu tarz haberlere açık olacaktır.

### KAYNAKÇA

1. Ünür, E., ‘Geleneksel Medya’nın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme: Dizilerin Twitter Kullanımı’, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Ocak 2016, ss. 153-170.
2. Cereci, S. ve Özdemir, H., ‘Medyanın Toplum Gelişimi: Medya Toplumlari’, The Journal of Academic Social Science Studies, Issue. 33, Spring 2015, p. 1-10.
3. Harcup, T. and O’Neill, D., ‘What is news?’, Journalism Studies, Vol. 18, Issue. 12, 2017, p.1470-1488.
4. Kıyan, Z. ve Törenli, N., ‘Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye’deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme’, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt. 17, Sayı.1, Ocak 2018, s.32-52.
5. Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları
6. Wardle, C. (2017), ‘Fake news. It’s complicated’, <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/> E. Tarihi: 22.11.2018.
7. Posetti, J., Ireton, C., Wardle, C., Derakhshan, H., Matthews, A., Abu-Fadil, M., Trewinnard, T., Bell, F. ve Mantzarlis, A. (2018), ‘Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation’, France: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations.
8. Yates, S. (2016), ‘Fake News – Why People Believe It And What Can Be Done To Counter It’, <https://theconversation.com/fake-news-why-people-believe-it-and-what-can-be-done-to-counter-it-70013> E.Tarihi: 22.11.2018.
9. IFLA (2018), ‘How to Spot Fake News ?’, <https://www.ifla.org/publications/node/11174> E. Tarihi: 22.11.2018
10. <https://di8jilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> E. Tarihi: 15.11.2018.
11. <https://guides.lib.umich.edu/fakenews> E. Tarihi: 16.11.2018.
12. <https://www.sabah.com.tr/> E. Tarihi: 16.11.2018.
13. <https://www.raporlar.org> E. Tarihi: 19.11.2018.
14. <https://en.unesco.org/fightfakenews> E. Tarihi: 20.11.2018.
15. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.yqKLOKV5Qe> E. Tarihi: 14.11.2018
16. [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news\\_website](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news_website) E. Tarihi: 19.11.2018.
17. <https://tr.euronews.com/2018/06/15/turkiye-sahte-haber-ve-dezenformasyonda-zirveye-oturdu> E. Tarihi: 21.11.2018.