

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/329913202>

Medya Okuryazarlığı Bağlamında Sağlık Alanındaki Yalan İçeriklerin Sosyal Ağlarda Yayılımına Bir Bakış

Conference Paper · October 2018

CITATION

1

READS

743

2 authors, including:



Alper Degerli

Beykent Üniversitesi

8 PUBLICATIONS 27 CITATIONS

SEE PROFILE

MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA SAĞLIK ALANINDAKİ YALAN İÇERİKLERİN SOSYAL AĞLARDA YAYILIMINA BİR BAKIŞ

Alper DEĞERLİ
Beykent Üniversitesi, İstanbul
alperdegerli@beykent.edu.tr

Başak DEĞERLİ
Marmara Üniversitesi, İstanbul
basakyalcin@marmara.edu.tr

Alper DEĞERLİ, Yıldız Teknik Üniversitesi Matematik Mühendisliği Bölümünden 2004 yılında mezun olmuştur. Yüksek lisans eğitimini Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü İşletme Bölümünde aldıktan sonra doktora eğitimini Marmara Üniversitesi Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalında tamamlamıştır. Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya Bölümü öğretim üyesi olup, halen Bölüm Başkanlığı görevini yürütmektedir. Sosyal Ağlar, Yeni Medya Yönetimi, İletişim Kuramları, Medya ve İletişim Sosyolojisi ve Sosyal Medyada Ölçümlene gibi çeşitli konularda lisans ve lisansüstü dersleri vermektedir. Akademik ilgi alanları arasında Yeni Medya Çalışmaları, Sosyal Medya Metrikleri ve Dijital İletişim yer almaktadır.

Başak DEĞERLİ, Yıldız Teknik Üniversitesi Matematik Mühendisliği Bölümünden 2004 yılında mezun olmuştur. Sırası ile 2007 yılında yüksek lisans eğitimini, 2011 yılında da doktora eğitimini Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalında tamamlamıştır. Halen Marmara Üniversitesi'nde görev yapmakta olup, akademik ilgi alanları arasında Yeni Medya Çalışmaları, Sosyal Medya Metrikleri ve Dijital İletişim yer almaktadır.

Özet

Özellikle son 10 yılda kitle iletişim teknolojilerinde ve bu bağlamda enformasyonel yayılım hızındaki artışın doğrusal değil, üstel bir yapıya sahip oluşu; bu dönüşümün açık bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu üstel artış, istenilen enformasyona erişimi hem kapsam hem de hız anlamında yakın geçmişin dahi imgelemindeki olağanüstülükte gerçekleşmektedir. Ağ formunda şekillenen bu yeni düzlemde yakın geçmişin tüm yapısal süreçleri, Castells'in deyişiyle enformasyonel paradigmadaki anlamını yitirmektedir. Bu yeni toplumsal (ya da toplumsal olmayan) düzlemde enformasyonu tüketen kullanıcı, kendini üretim sürecinin içinde yeniden konumlandırır. Bu noktada içerik miktarı ve erişim hızı değişkenlerinin karşısında doğruluk kavramı ironik olarak negatif bir etmen olarak vücut bulur. Öyle ki, yayılım hızının da katalist etkisiyle yalan haberin çarpan etkisi, konu ile ilgili doğru haberin yaratacağı etkinin önüne geçmekte; bu bağlamda haberin bir özneliliği olan doğruluk – yanlışlık, haberin salt içeriğinin sahip olduğu önem ile yer değiştirir hale gelmektedir. Söz konusu yalan ya da yanlış içeriklerin sağlık alanındaki yansımaları ise çok daha dramatik sonuçları beraberinde getirebilecek; sebep – sonuç ilişkisinde sonucun yeri, hastanın yaşamının tehdi ve hatta yitimi halini alabilecektir. Semptom ya da tedavi ile ilgili sosyal ağlarda hızla yayılan yalan ya da yanlış bilgi içeren gönderilerin etki düzeyinin paylaşılan değil, görüntüleyen ekseninde gerçekleşeceği gerçeği bu çerçevede önemlidir. Dolayısıyla enformasyonun hızla tüketilip bir diğerine geçildiği günümüzde, sürekli “karşımızda beliren” bu gönderileri “soğurmak” için okuryazar olmak yeterli gelmez, medya okuryazarlığı bir gerek şart olarak karşımıza çıkar. Yalan içeriklerin yayılımına gerek bilinçli gerekse de bilinçsiz bir şekilde katkıda bulunan kullanıcılar, post-truth evreninin ister istemez etkin bir aktörü olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Sonuç olarak sosyal ağlar üzerinden internet haberlerinin ve makalelerin yayılımı kadar, bizatihi kullanıcılar tarafından yine sosyal ağlar üzerinden üretilen içeriklerin dolaşımı da önem kazanmaktadır. Bu çerçevede çalışma kapsamında Facebook sosyal ağı üzerinden hastalıklara ilişkin kullanıcıların ürettikleri viral

içerikler incelenmiş, söz konusu içeriklerin doğruluğu araştırılarak karşılaştırılmalı analizler gerçekleştirilmeye ve elde edilen sonuçlar medya okuryazarlığı kavramı bağlamında yorumlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yalan Haber, Medya Okuryazarlığı, Sağlık, Post-Truth*

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın hemen başında yeni iletişim ortamlarının modern insanın yaşamına nüfuz edişi, o güne kadarki mevcut tüm yapısal süreçlerin anlamını yitirmesine ve yeniden yorumlanmasına neden olmuştur. Yeni iletişim ortamlarının bir alanı olarak online sosyal ağlar ile erişebilirliğin sınırları küresel boyutlara ulaşmış, bu küresel boyutta enformasyon akışı da önceden görülmemiş bir hızda ve kapsamda gerçekleşmiştir. Tanımı yirminci yüzyılın ortalarında yapılmış (Barnes, 1954: 44) olmasına karşın; dijital ortamdaki bu hız ve kapsam genişlemesi, sosyal ağların etkisi üzerine kabul görmüş tanımlamaların da yeniden değerlendirilmesini zorunlu kılmıştır.

2001 yılında David P. Reed, Harvard Business Review'da grup formundaki ağların değerinin ölçüsü için bir makale yayınlamış ve bir ağın değerini birebir ilişkilerin artışı üzerinden yorumlayarak ağda yer alanların sayısının karesine eşit olduğunu öngören ve o ana dek kabul edilen Metcalf yasasının aksine, ağlardaki üye insan sayısının etkisinin çok daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Gruba dahil olan her yeni üyenin diğer tüm üyeler ile olan olası tüm bağlantıları arttıracığını ifade eden Reed'e göre n sayıda kullanıcı için 2ⁿ olarak formülize ettiği grup formundaki bir ağın değeri üstel olarak artmaktadır (Reed, 2001). Dolayısıyla ağın değerindeki artışın üstel bir yapıya sahip oluşunu, kitle iletişim teknolojilerindeki ve bu bağlamda enformasyonel yayılım hızındaki artıştan bağımsız değerlendirmek mümkün olmamaktadır. Bu dönüşümün açık bir göstergesi olarak, Castells'in deyimiyile enformasyonel paradigmda akışlar uzamının ve zamansız zamanın mekanların yerini alması ve zamanı ortadan kaldırmasıyla elektronik medyanın vazgeçilmez ifade araçlarını oluşturduğu gerçek bir sanallık kültürü oluşmakta, bütün zamanlardan ve bütün uzamlardan bütün ifadeler aynı hipermetinde karışmaktadır (Castells, 2010: 386).

Bu yeni toplumsal (ya da toplumsal olmayan) düzlemde enformasyonu tüketen kullanıcı, kendini üretim sürecinin içinde yeniden konumlandırmaktadır. Bu noktada içerik miktarı ve erişim hızı değişkenlerinin karşısında doğruluk kavramı da ironik olarak negatif bir etmen olarak vücut bulmaktadır. Öyle ki, yayılım hızının da katalist etkisiyle yalan haberin çarpan etkisi, konu ile ilgili doğru haberin yaratacağı etkinin önüne geçmekte; bu bağlamda haberin bir özneliği olan doğruluk – yanlışlık, haberin salt içeriğinin sahip olduğu önem ile yer değiştirir hale gelmektedir.

2. YALAN HABER

"Yalan uçar, hakikat ise arkasından topallayarak gelir. Dolayısıyla bir insanın aklı başına geldiğinde ise iş işten çoktan geçmiş, yalan etkisini göstermiştir. Tıpkı hazırcevap sözlerin kişinin aklına tartışma bittikten sonra gelişi ya da bir doktorun tedavi edecek ilacı hasta öldükten sonra bulması gibi" (Swift, 1710). Ünlü İrlandalı edebiyatçı Jonathan Swift'in, 1710 yılında çıkarmış olduğu The Examiner adlı gazetede

bu satırları üzerinden 300 yıldan fazla geçmiş olmasına karşın yalan ve gerçek arasındaki ilişki biçimi değişmeksizin yoluna devam etmiştir. Öyle ki; Gutenberg'in 1439 yılında matbaayı icadından sonra haberlerin yaygın şekilde yayılmaya başlamasıyla eş zamanlı olarak ortaya çıkan yalan haberin yayılımı bilimsel devrim ve Aydınlanma döneminde dahi çağlar boyunca devam etmiştir (Soll, 2016). John Naisbitt'in henüz dijital dünyanın kapılarını aralamadığımız 1982 yılında kaleme aldığı Megatrends adlı kitabındaki çarpıcı "enformasyon içinde boğuluyoruz, ancak bilgiye açız" (1982: 17) cümlesi de günümüzün büyük veri ile sarmalanmış dünyasında bu yoğun enformasyon akışı içerisinde doğru bilgiye ne kadar ölümcül ihtiyaç duyduğumuz göz önüne alınırsa çok daha önemli bir hal almaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak 2016 yılında Oxford tarafından yılın sözcüğü seçilen ve "kamuoyunun şekillendirilmesinde nesnel olguların duygu ve kişisel inançlardan daha az etkili olması durumu" anlamına gelen post-truth kavramı, insanoğlunun hakikat ve yalan ile arasındaki gergin ilişkinin eksilmeksizin devam ettiğinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Oxford Dictionaries, 2016). Dolayısıyla dijital dünyanın enformasyona hızlı ve kapsamlı erişimi mümkün kılma özelliği, bizatihi en büyük problemin de kaynağını oluşturmaktadır: Yalan içeriğin yayılma hızı ve genişliği.

Keyes dijitalleşmiş bir yalanın, şahsen söylendiği andaki kadar ağır bir his vermediğini ifade ederek; iletişim sürecinde sosyal ağların, kişilerarası iletişim fiziksel kısıtlılıklarını ortadan kaldıran ama aynı zamanda alıcıyı anonimleştirerek kaynağın mesaja ait sorumluluklarını azaltan yapısına vurgu yapar. Keyes'e göre dürüst olmak için bu kadar az teşvik edici sebep ile sahtekarlığa karşı bu kadar az yaptırımın olduğu etikten muaf dijital dünyada bireyler hangisinin hangisi olduğunu bilmediğimiz, doğrular ve yanlışlardan oluşan bir kokteyle karşı karşıyadır (Keyes, 2017: 257-259).

Doğrular ile yanlışların bir arada yer aldığı ve birbirinden ayırt etme yetisinin giderek zorlaştığı bu dijital dünyada karşı karşıya kaldığımız yalan haberleri sınıflandırmak dahi, söz konusu yalan içerikler ile başa çıkabilmede önemli bir ilk adım olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda Wardle; yalan haberlerin tipolojisini oluşturmak üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında yanlış bilgilendirme (yanlış enformasyonun kasıtsız paylaşımı - misinformation) ve dezenformasyonu (sahte olduğu bilinen enformasyonun kasıtlı olarak üretimi ve paylaşımı - disinformation), zarar verme niyeti olmayan fakat kandırma potansiyeli olan hiciv ya da taklit; bir konu ya da birey üzerine enformasyonun yanıltıcı kullanımını ifade eden yanıltıcı içerik; özgün içeriklerin taklit edildiği aldatıcı içerik; aldatma ya da zarar verme amacı taşıyan ve tamamen yalan olan uydurma içerik; başlığın, görselin ya da manşetin içerik ile eşleşmediği yanlış bağlantı; özgün içeriğin yanlış bağlamsal enformasyon ile paylaşıldığı yanlış bağlam ve özgün enformasyon ya da görselin kandırma amacı ile değiştirildiği çarpıtılmış içerik olmak üzere yedi başlıkta toplamıştır. Wardle ayrıca söz konusu içeriklerin oluşturulmasına neden olan motivasyon kaynaklarını da zayıf gazetecilik, taklit, kışkırtma, hırs, partizanlık, maddi kazanç, politik etki ve propaganda olarak nitelemiş ve tüm bu motivasyon kaynaklarını yanlış içerik kategorileri ile eşleyerek bir yanlış bilgilendirme matrisi oluşturmuştur (Wardle, 2017)

Tablo 1. Yalan haber kategorileri ve yanlış bilgilendirme motivasyon kaynakları (Wardle, 2017).

	hiciv / taklit	yanıltıcı içerik	aldatıcı içerik	uydurma içerik	yanlış bağlantı	yanlış bağlam	çarpıtılmış içerik
zayıf gazetecilik		X	X	X			
taklit	X				X		X
kışkırtma						X	
hırs				X			
partizanlık			X	X			

maddi kazanç		X			X		X
politik etki			X	X		X	X
propaganda			X	X	X	X	X

“Yalan haber” kavramını tanımlama ve kavramın tipolojisini oluşturma üzerine bir diğer çalışmada Tandoc, Lim ve Ling 2003 ve 2017 yılları arasındaki yalan haberleri konu alan 34 akademik makaleyi incelemiş ve yalan haberleri hiciv, taklit, uydurma, çarpıtma, reklam ve propaganda olmak üzere altı başlıkta toplayarak bu tanımlamaların yalan haberin gerçeklere dayanma derecesini ifade eden doğruluk düzeyi ve yalan haberi oluşturanın yanıltma niyetinin derecesini ortaya koyan aldatma düzeyi olmak üzere iki boyuta dayandığını ifade etmişlerdir. Yalan haberlerin tanımlanmasında okuyucunun rolüne de dikkat çeken yazarlar, “*Yalan haberler okuyucular tarafından gerçek olarak algılanmaz ise yine yalan olarak mı kalır?*” sorusunu yöneltmiş ve haberlerin gazeteciler tarafından oluşturulduğunu; bununla birlikte haberin yalan olma durumunun okuyucunu yalanı gerçek olarak algılayıp algılamadığına bağlı olduğu gerçeğinden hareketle, yalan haberlerin bizatihi okuyucular tarafından oluşturulduğunu ifade etmişlerdir. Yine yazarlara göre okuyucuların da birer bileşen olarak yer aldığı tam bir aldatma süreci olmadan, bir başka ifade ile yalan haberler okuyucular tarafından gerçek olarak değerlendirilmeden yalan haberler yalnızca birer kurgu olarak kalmaktadır. Ayrıca yalan haberlerin gücünün sosyal alanlara ne kadar iyi yayılabildiğinde yattığını ifade eden yazarlar, sosyal medyanın sosyalliğinin yalan haberlerin oluşumuna yeni bir katman kattığını ve gücünü enformasyon alışverişinden alan bu sosyal alanlarda enformasyon kalitesinin ikincil öneme sahip olduğunun altını çizmişlerdir (Tandoc, Lim ve Ling, 2017).

Benzer şekilde yalan söyleyenin de, yalan söylenenin de gerçek açısından tehlike arz ettiğini ifade eden ve her yalanın bir dinleyicisi olduğunu vurgulayan McIntyre (2018: 109) da eğer kimse dinlemez ise ya da kimsenin inanmayacağından emin ise bir yalanı söylemekten dolayı sorumluluk hissetmeyebileceğimizi; bununla birlikte niyetimizin birini doğru olmadığını bildiğimiz bir şeye inandırmaya yönlendirmek olduğunda, bu durumun artık gerçeklerin bir şekilde yorumlanmasından yanılmaya evrildiğini ortaya koyar (McIntyre, 2018: 8).

Vosoughi, Roy ve Aral; 2006 ve 2017 yılları arasındaki Twitter'da dolaşımda olan doğru ve yalan hikayeleri analiz ettikleri ve Science dergisinde yayımlanan detaylı çalışmalarında yalan içerikleri tüm bilgi kategorilerindeki gerçeklerden çok daha uzağa, çok daha hızlı ve daha geniş bir biçimde yayıldığını ortaya koymuşlardır. Yalan haberlerin gerçek haberlerden çok daha ilgi çekici olduğunu ve insanların daha yüksek olasılıkla ilgi çekici enformasyonu paylaştıklarını ortaya koydukları çalışmalarında yer alan doğru içeriğin, yalan içeriğin 1500 kişiye ulaştığı süreden altı kat daha yavaş ilerlediği ve 10 tekil kullanıcı tarafından retweet edilmesi için geçen sürenin yalan içerikten 20 kat daha uzun sürdüğü; yalan içeriğin bir adımda 19 tekil retweet sayısına ulaşımının, doğru içeriğin bir adımda 10 tekil retweet sayısına ulaşımından 10 kat hızlı gerçekleştiği; ayrıca yalan içeriklerin anlamlı derecede daha geniş bir biçimde yayıldığı ve her bir retweet adımında gerçek içeriğe oranla daha fazla tekil kullanıcı tarafından retweet edildiğine ait veriler çalışmanın çarpıcı sonuçlarını göstermektedir. Vosoughi, Roy ve Aral çalışmalarında genel kanının aksine robotların gerçek ve yalan haberlerin yayılımını aynı oranda hızlandırdığını; bununla birlikte yalan haberlerin gerçeklerden daha fazla yayılımının nedeninin robotlar değil, insanlar olduğunu ortaya koymuşlardır (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018).

Keyes bu durumu hissi hakikatin olgusal hakikate baskın çıkması olarak tanımlar ve “*Gerçek mi yoksa dijital mi olduğu gerçekten umurumuzda mı?*” sorusunu sorarak (2017: 268-270) gerçeği duyma becerisinin en az gerçeği söyleme becerisi kadar çaba gerektirdiğini ifade eder eder (2017: 328-

329). Ona göre günlük yaşamımızdaki iletişimde karşımızdakinin aldatmaya yönelik davranışlarını algılayabilme yetisine olan inancımız bizleri sürekli etik bir tarama yapma zorunluluğundan bağımsız kılar. Buna karşın internette böyle bir hissin yoksunluğu, ortamı kaygan bir ahlaki zemin haline getirmektedir (Keyes, 2017: 272).

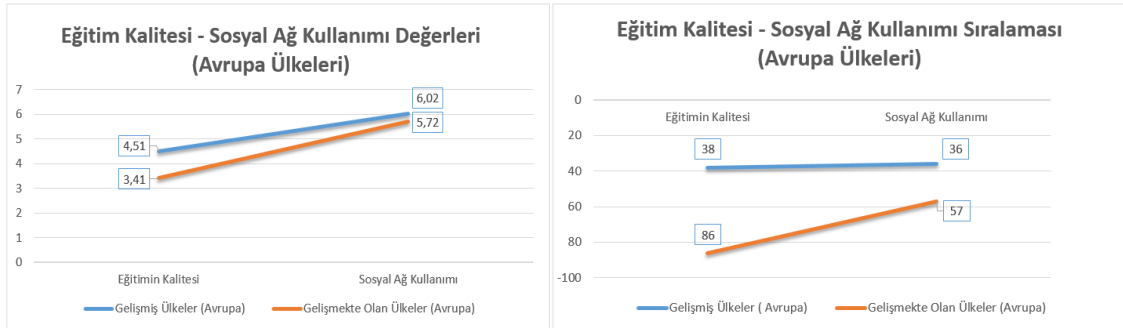
Pew Research Center'ın 2018 yılı Sosyal Medya Platformlarında Haber Kullanımı başlıklı raporunda sosyal medyada haber deneyiminde beğendikleri nokta konusunda çoğu Amerikalının içerikten ziyade kullanım kolaylığını tercih etmesi ise söz konusu zemini oluşturan etmenler kapsamında değerlendirilebilir. Araştırma kapsamında yanıt alınan bireylerin %57'lik çoğunluğunun sosyal medya üzerinde gördükleri enformasyona şüphe ile yaklaşmaları ve ortamdaki haberlerin çoğunlukla doğru olmadığını düşünceleri çarpıcı bir durumu ortaya koymaktadır. Yine rapora göre sosyal medya üzerindeki haberlerin doğruluğuna ilişkin şüpheler bizatihi haberleri sosyal medya üzerinden takip eden kullanıcılarda dahi yer almakta, söz konusu kullanıcıların %42'si sosyal medyadaki haberlerin çoğunlukla doğru olmadığını ifade etmektedir. Güvenilir olmayan kaynaklar, haber doğrulama konusunda eksiklik ve "yalan haberler" konusunda endişeleri içeren doğru olmayan içerik, sosyal medyadan haber elde ediminde politik önyargı ve kötü davranışın önünde %31'lik oranla açık ara en çok rahatsız olunan konu olarak ön plana çıkmaktadır (Matsa ve Shearer, 2018).

Allcott and Gentzkow (2017: 217) ise yalan haber üretiminin altında, finansal ve ideolojik olmak üzere iki motivasyon kaynağına işaret eder. İdeolojik boyut bazı sahte haber sağlayıcıların belirli kişileri ya da fikirleri desteklemek amacıyla yalan haber üretimini ortaya koyarken; finansal boyutu, sosyal medyada viral olan haberlerin kullanıcılar orjinal siteye tıkladığında önemli bir reklam geliri elde edebilmesi oluşturmaktadır. Bu durumun bir örneği olarak Andrew Higgins, Mike McIntire and Gabriel J.x. Dance'in Kasım 2016'da New York Times'ta kaleme aldıkları "Inside a Fake News Sausage Factory: 'This Is All About Income'" başlıklı yazılarında Amerika Birleşik Devletleri'nden binlerce mil ötede bir ülke olan Gürcistan'da yaşayan bir üniversitesi öğrencisinin 2016 Amerika Başkanlık seçimleri ekseninde yalan haber üreterek nasıl para kazandığından bahsetmektedirler. Bu çerçevede salt para kazanma motivasyonu ile üretilen yalan içeriklerin yer aldığı bu sitelerdeki reklamlara tıklanış başına para ödeyen Google ve web sitelerine trafik çekmede merkezi bir rol oynayan Facebook da istemeden de olsa bu aldatıcı süreçte önemli rol oynamaktadırlar (Higgins, McIntire ve Dance, 2016). Noble de Makedon gençler tarafından gerçekleştirilen yalan haber içeren gönderiye her tıkladığında Facebook'un para kazandığına, platform için virallik ve tıklamaların gelir getirdiğine, dolayısıyla da Facebook'un içerik dolaşımını devam ettirdiği sürece içeriğin ne olduğunu önemsemediğine dikkat çekmektedir (Noble, 2018). Buradaki temel sorun ise çoğu dijital haber kuruluşunun iş modelinin tıklanmalara dayanıyor olmasıdır. Bu dijital dönüşümün bir yansıması olarak geçmişte haber yayıncılarına gitmekte olan para da yön değiştirmiş, 2016 yılının ilk çeyreğinde ABD'de online reklamcılıkla harcanan her yeni doların 85 sent'i Google ve Facebook'a gitmiştir (Viner, 2016).

Yine de sosyal medya yalan içeriklerin yayılımın kolaylaşmasında önemli bir rol oynamakla birlikte, sosyal medya nihai bir sonuçtan ziyade yalnızca bir araçtır (McIntyre, 2017: 122). Vosoughi, Roy ve Aral'ın araştırmasının sonuçlarının da desteklediği üzere McIntyre enformasyonun dijital olarak yayılımının yalanları olduğu kadar doğruları da kapsadığını belirtir. Yaşadığımız bu çağda haberler fragmanlaşmış, insanlar gerçeği tek ya da sınırlı kaynaktan öğrenme kısıtından kurtulmuşlardır. Hatta günümüz dünyasında haberin yegâne kaynağı medya dahi değildir McIntyre'ye göre (2017:148).

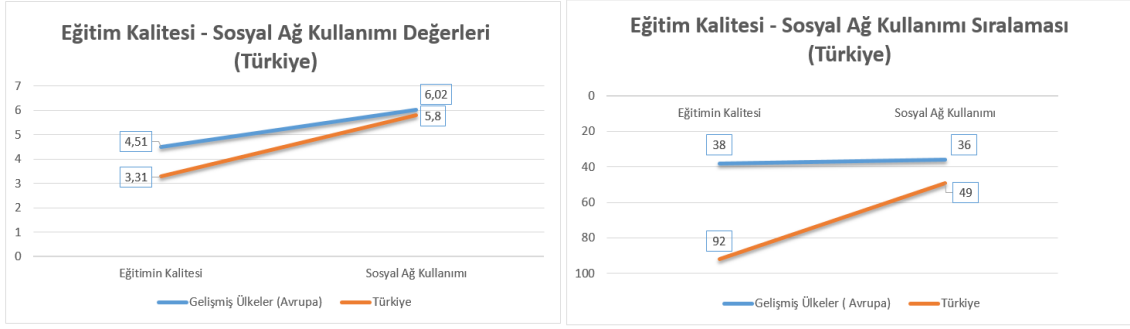
McIntyre'nin bu görüşlerine paralel şekilde, Pew Research Center'ın raporunda Amerikalıların yaklaşık üçte ikisinin bir şekilde sosyal medya üzerinden haberleri takip ettiğini ortaya koymaktadır. Bir önceki yıl ile yaklaşık sonucun elde edilmesi (2017 yılı için söz konusu oran %67'dir), insanların sosyal medya üzerinden haber elde ediminin tutarlı bir hale geldiğinin göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu kapsamda Facebook halen birçok Amerikalının sosyal medya üzerinde %43'lük oran ile haber konusunda açık ara en çok kullandığı ortam olmaya devam etmektedir. Reddit, Twitter ve Facebook kendi kullanıcıları arasında haber amaçlı kullanımın en yoğun olduğu ortamlar olarak öne çıkmakta, bununla birlikte Facebook'un aktif kullanıcı sayısının Reddit ve Twitter ile kıyaslandığında çok daha fazla olduğu gerçeğinden hareketle, diğerleri ile kıyaslandığında çok daha fazla insanın haberleri Facebook üzerinden takip ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır (Matsa ve Shearer, 2018).

World Economic Forum'un 2016 yılındaki Global Information Technology adlı raporunda yer alan Ağa Hazırlık Endeksi (Networked Readiness Index – NRI) bileşenlerinden olan ve her bir ülke için 0 ile 7 arasında bir değer olarak hesaplanan "Eğitimin Kalitesi" ve "Sosyal Ağ Kullanımı" sekmeleri Avrupa ülkeleri özelinde incelendiğinde, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki farklar dikkat çekicidir. Gelişmiş Avrupa ülkeleri ile Gelişmekte olan Avrupa ülkeleri ortalamaları arasında "eğitimin kalitesi" sekmesi için ortalama 1,1 puanlık fark bulunmakta iken sosyal ağ kullanımında bu fark 0,3'e kadar düşmektedir. Sıralamalar açısından bakıldığında ise gelişmiş Avrupa ülkelerinin eğitim kalitesi ile sosyal ağ kullanımı ortalamaları hemen hemen aynı sıralamayı elde ettiği, hatta 2 basamak gerilediği görülmektedir. Gelişmekte olan Avrupa ülkeleri ortalamaları açısından bakıldığında ise eğitimin kalitesi 86. sırayı alırken, sosyal medya kullanımı 29 basamak birden yükselerek 57. sıraya kadar çıkmaktadır (Baller, Soumitra ve Lanvin, 2016).



Şekil 1 ve 2: Eğitimin Kalitesi ve Sosyal Ağ Kullanımı Göstergeleri-Avrupa Ülkeleri (Baller, Soumitra ve Lanvin, 2016).

Türkiye özelinde bakıldığında ise sonuçlar çok daha çarpıcıdır. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin raporda yer alan 135 ülke arasında eğitim sisteminin kalitesinde 92. sırada yer alırken, aynı raporda yer alan sosyal medya kullanımı sekmesinde 49. sıraya kadar çıktığı görülmektedir (Baller, Soumitra ve Lanvin, 2016).



Şekil 3 ve 4: Eğitimin Kalitesi ve Sosyal Ağ Kullanımı Göstergeleri-Türkiye (Baller, Soumitra ve Lanvin, 2016).

Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan 2018 yılına ait yalan haberler ve farkındalık üzerine Eurobarometer raporu da yüksek seviyede eğitim alanların daha fazla yalan haber ile karşılaştıklarını ve bunları tanımlama konusunda kendilerinden daha emin olduklarını ifade ettiklerini ortaya koyar (European Commission, 2018a).

Yukarıda belirtilmiş olan sosyal medya kullanımı ile eğitim sisteminin kalitesi sıralamaları arasındaki söz konusu dramatik farklar ile Eurobarometer raporu sonuçları değerlendirildiğinde; alınan eğitimin kalitesi ne olursa olsun sosyal ağ kullanımının belirli bir seviyede yer aldığı sonucunu, dolayısıyla sosyal medyanın bilinçli kullanımı ve medya okuryazarlığı konularını gündeme getirmektedir.

3. MEDYA OKURYAZARLIĞI

Ünlü fütürist yazar Alvin Toffler'e göre 21. yüzyılın cahilleri okuma-yazma bilmeyenler değil; öğrenemeyen, öğrendiklerinden vazgeçemeyen ve yeniden öğrenemeyenlerdir (Thoman ve Jolls, 2004: 9). Toffler bu cümlesi ile üçüncü dalga olarak ifade ettiği, sürekli yeni enformasyona maruz kalan insanların mevcut imgelemleri yeniden yorumlanması gerektiğini, aksi takdirde yetersiz kalacağı baş döndürücü değişime ve bu dönüşüm sürecinde mevcut okuma ve yazma yetisinin yeterli olmayacağına vurgu yapar (Toffler, 2008: 200). Sosyal ağ kullanımının ve akışların bu denli yüksek olduğu günümüzün enformasyon yoğun dünyasında tüm bu mesajları yorumlayabilmenin yolu ise medya okuryazarlığından geçmektedir.

Medya okuryazarlığını "güçlü imgeler, sözcükler ve seslerden oluşan bir kültürde anlamları anlam, oluşturma ve tartışma konusunda insanlara yardımcı olan; enformasyonel görüşümüzü biçimlendiren elektronik medyayı da içerecek şekilde okuryazarlık kavramını geliştirme hareketi" olarak tanımlayan Aufderheide'ye göre medya okuryazarı birey hem yazılı hem de elektronik medyayı çözümleyen, değerlendiren, analiz eden ve oluşturan bireydir (Aufderheide, 1993: 9).

Avrupa Komisyonu'nca da "medyaya erişimde eleştirel bir anlayış ile etkileşime girebilmemize olanak sağlayacak tüm teknik, bilişsel, sosyal, medeni ve yaratıcı kapasite" olarak tanımlanan medya okuryazarlığı, günümüzün dijital medya manzarasında yalan haber ve dezenformasyon kampanyalarından etkilenmeye karşı bilinç düzeyini arttıran ve eleştirel bakışı destekleyen bir araç olarak da ifade edilir (European Commission, 2018b).

Söz konusu tanımlamalar çerçevesinde Silverblatt ve diğerleri medya okuryazarlığının; hangi medya programlarının seçileceği ve bu enformasyonun nasıl yorumlanacağı konusunda

bağımsız tercihleri yapabilmeyi sağlayacak eleştirel düşünce yeteneğini geliştirme, kitle iletişim sürecini anlama, medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkisi hakkında farkındalık, medya mesajlarını analiz edip tartışacak stratejilerin geliştirilmesi, medya içeriğinin çağdaş kültürümüze ve kendimize bakış açısı sağlayan bir “metin” olarak bilinmesi, medya içeriğinden haz alma ve faydalanma ve onu idrak etme ve etkin ve sorumlu medya mesajları üretme yeteneği olmak üzere yedi temel karakteristiğini ortaya koyar (Silverblatt vd., 2014: 4-6).

Yukarıdaki satırlarda tanımlamaları ve karakteristikleri verilmiş medya okuryazarlığı, post-truth evreni ile sarmalanmış günümüzde giderek daha önemli hale gelmektedir. Dijital dünyada yalan içeriklerin çok daha hızlı ve kapsamlı yayılışının bir sonucu olarak, online sosyal ağlarda yalan içeriklere maruz kalma olasılığı da artacaktır. Söz konusu yalan içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla yorumlayabilme yetisi ise bu yoğun enformasyon akış ile başa çıkabilmenin en önemli unsuru olarak ortaya çıkar.

Open Society Institute’nin bu yılın mart ayında yayımladığı ve post-truth ile medya okuryazarlığı ekseninde hazırlanmış olan “Common Sense Wanted” adlı raporda da Avrupa ülkelerinin “post-truth”, “yalan haber” ve bunların negatif sonuçları ile başa çıkabilme potansiyellerinin ölçüldüğü bir Medya Okuryazarlığı Endeksi oluşturulmuştur. Söz konusu rapora göre post-truth, yalan haber ve bunların negatif sonuçları ile başa çıkabilme konusunda en donanımlı ülkeler Kuzeybatı Avrupa ülkeleri olurken, Güneydoğu Avrupa ülkeleri ise en düşük sıralamaları elde etmişlerdir. Avrupa’nın kuzeybatısı ile güneydoğusu arasında post-truth ve yalan haber ile başa çıkabilme bağlamındaki anlamlı farklılığın nedenlerinin sosyokültürel çerçevede analizi başka bir çalışmanın konusu olmakla birlikte; raporda da belirtildiği üzere eğitimin performans düzeyi, söz konusu sıralamayı belirleyen faktörlerin başında gelmektedir. Eğitimin düzeyi, medyanın durumu, toplumdaki güven ve e-katılım faktörlerinin belirli ağırlıklarla etkilediği Medya Okuryazarlığı Endeksi kapsamında 35 Avrupa ülkesinin yalan haber ve bununla ilişkili olarak post-truth fenomeninin negatif etkilerine maruz kalma durumuna göre gerçekleştirilen kategorizasyonda Türkiye 100 üzerinden 16 puan ile 35 ülke arasında 34. sırayı alarak Makedonya ile birlikte 5. ve sonuncu grubu oluşturmaktadır. Aynı raporda post-truth ile başa çıkabilme durumu ile eğitimin kalitesi arasındaki açık ilişkiye de vurgu yapılır ve Avrupa Birliği tarafından “çalışma, dinlenme, eğitim ve iletişim için enformasyon ve iletişim teknolojilerinin (ICT) güvenli ve eleştirel bir biçimde kullanabilmek için gerek duyulan dijital beceriler” olarak tanımlanan dijital okuryazarlık konusunda eğitimin önemine dikkat çekilir. Yine raporda yer alan endeksin eğitim sekmesinde Türkiye; Karadağ, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve Makedonya ile birlikte son sıraları paylaşmaktadır (Lessenski, 2018).

4. SAĞLIK ALANINDA YALAN İÇERİKLERİN YAYILIMI

Günlük yaşamda maruz kalınabilecek yalan ya da yanlış içeriklerin sağlık alanındaki yansıması ise çok daha dramatik sonuçları beraberinde getirebilecek; sebep – sonuç ilişkisinde sonucun yeri, hastanın yaşamının tehdidi ve hatta yitimi halini alabilecektir. Semptom ya da tedavi ile ilgili sosyal ağlarda hızla yayılan yalan ya da yanlış bilgi içeren gönderilerin etki düzeyinin paylaşılan değil, görüntüleyen ekseninde gerçekleşeceği gerçeği bu çerçevede önemlidir.

Lauren Vogel; Harvard Üniversitesi’nden Dr.Brittany Seymour’un objektif gerçeklerin, kamuoyunu şekillendirmede duygu ve kişisel inançlara başvurmadan daha az etkili olduğu, insanların %80’inin online olarak sağlık konusunda enformasyon aradığı ve bunun bir sonucu olarak viral olan yanlış enformasyonun halk sağlığına yönelik artan bir tehdit oluşturduğuna

ilişkin sözlerine yer verir (Vogel, 2017: E1567). Bu tehdit öngörüsünün bir örneği olarak okunabilecek Sommariva ve diğerleri çalışmalarında; yalan haber olgusunun sağlık iletişimi ve eğitimindeki rolünü vurgulayarak, Zika virüsü üzerinden sağlık alanındaki söylentilerin ve doğrulanmış bilgilerin sosyal ağlar üzerinden yayılımını araştırdıkları ve konu ile ilgili haberler hakkında içerik analizi gerçekleştirdikleri çalışmalarında Zika'yı halka karşı bir komplo ya da düşük riskli bir sorun olarak ortaya koyan ve böcek ilaçlarının kullanımına bağlayan iddialar gibi söylentilerin, 2016 yılında en çok okunan 10 haberden yarısını oluşturduğu ve doğrulanmış hikayelerden üç kat daha fazla paylaşıldığı sonucuna ulaşmışlardır (Sommariva vd., 2018). Keyes de 2003 yılında dünya çapında yayılan SARS virüsünün manşetlere çıkışının hemen ertesinde internette virüse ile ilgili çareler içeren içeriklerin ortaya çıkmasına vurgu yapar ve bu tür geleneksel fırsatçı şarlatanlığın internet sayesinde çok daha geniş ve hızlı bir yayılıma sahip olduğunu belirtir. Hatta tıbbi web siteleri üzerine bir incelemeyi alıntılarla, söz konusu sitelerde çok sayıda yanlış bilgi ve sahte karışım satışlarına rastlandığını ortaya koymuştur. Hastane, sağlık uzmanları ve sağlık haber servislerine ait 60 web sitesine ait inceleme ise çok daha çarpıcı bir sonucu ortaya çıkarmış, bu sitelerin %80'inin yanlış ve güncel olmayan bilgi içerdiği tespit edilmiştir (Keyes, 2017: 265).

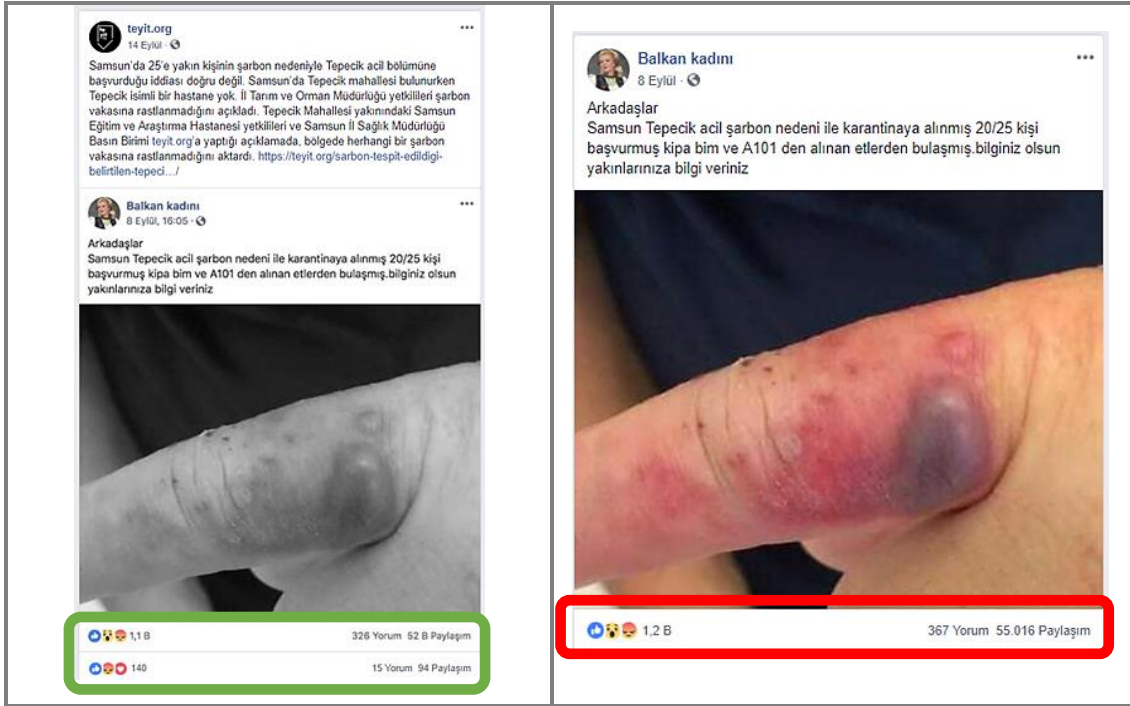
Sağlık alanındaki yalan içeriklerin online yayılımını inceleyen bir başka çalışmada ise Waszak, Kasprzycka-Waszak ve Kubanek; 2012 ile 2017 yılları arasında en fazla paylaşılan Lehçe dilindeki sosyal medya içeriklerindeki web bağlantılarını inceleyerek sosyal medyada Lehçe dilinde sağlık ile ilgili en fazla paylaşılan yanlış enformasyon içeren hikayeleri ölçümlemiş ve bu içeriklerin %40'ının yalan haber olduğu ve 450.000 defadan fazla kez paylaşıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Uydurma, ayarlanmış, reklam, alakasız ve doğru olmak üzere beş kategori ile sınırlandırdıkları sağlık alanındaki haberlerden ilk üç kategoridekileri yalan haber olarak belirleyen yazarlar; araştırmalarında en çok yalan haberin aşı (%90) ile hipertansiyon (%70) ve HIV/AIDS (%70) konularında yer aldığını ortaya koymuşlardır. Doğru olan haberler yalnızca %19'luk bir paya sahiptir ve bu içeriklerin çoğu kalp krizi ve inme ile ilgilidir ve dramatik olan söz konusu içeriklerin hiçbirinin en çok paylaşılanların içinde yer almayışıdır. Çalışmalarında elde ettikleri bir diğer sonuç ise özellikle alternatif ilaç ile AIDS ya da aşılamanın reddi üzerine haberlerin ağırlıklı oluşudur (Waszak, Kasprzycka-Waszak ve Kubanek, 2018).

Khaja, Al Khaja ve Sequeira ise Whatsapp platformu üzerinden topladıkları sağlık ve ilaç tedavisi ile ilgili ürünler ile ilişkili mesajları analiz etmiş; abartılmış olumsuz etkiler, abartılmış etkinlik ve klinik önem, belirli bir ilacın yan etkisini aşırı vurgulama, iddiaları desteklemek için daha az sağlam klinik kanıt kullanımı ve tedavi edici iddiaları desteklemek için yetersiz kanıt ve düzenleyici onayları içermesi gibi faktörleri barındıran yanıltıcı enformasyon %59'lık oran ile WhatsApp'tan en çok yayılan iddia türü olmuştur. İlaçla ilgili iddiaların ortalama %28'i yalan olarak tespit edilirken, doğru olan iddiaların oranı yalnızca %13'tür (Khaja, AlKhaja ve Sequeira, 2018).

Reuters Institute tarafından 2016 yılında yayımlanan "Avrupa'da Haber Doğrulama Sitelerinin Yükselişi (The Rise of Fact-Checking Sites In Europe)" başlıklı raporda da belirtildiği üzere söz konusu platformların artışına karşın (Graves ve Cherubini, 2016); yalan içeriklerin çokluğu ve yayılım hızı göz önüne alındığında, yukarıdaki satırlarda ünlü yazar Jonathan Swift'in 300 yıl önce dile getirdiği durumun, doğru ve yalanın konumunun çok değişmediğinin göstergesidir. Bu bağlamda dijital ortamda yayılan viral içeriklerin ancak sınırlı bir bölümü filtrelenmekte, varlığı ve katkısı yadsınamaz bir zorunluluk olmasına karşın yapısı gereği reaktif bir süreçte işleyen doğrulama sitelerinin paylaşımları hem kapsam hem de yayılım hızı bağlamında görece kısıtlı kalmaktadır. Vosoughi, Roy ve Aral'ın da çalışmalarında ortaya koyduğu yalan içeriklerin

daha alışılmışın geldiği ve daha çok paylaşıldığı gerçeği de göz önünde bulundurularak; Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın (International Fact-Checking Network) İlkeler Kılavuzu (Code of Principles) imzacılarından biri olan teyit.org (IFCN, t.y.) tarafından sağlık alanında analiz edilmiş içeriklerden kamu sağlığı ile ilgili olanlarının yayımları orijinal içeriklerle karşılaştırılmalı olarak incelenmiştir (teyit.org, t.y.).

8 Eylül 2018 tarihinde bir hesap tarafından Facebook üzerinde dolaşıma sokulan, "bazı zincir marketlerden alınan etlerden kaynaklı şarbon vakaları oluştuğuna dair" yalan içerik; teyit.org tarafından 14 Eylül 2018 tarihinde yanlışlanana değin 52 bin kez paylaşılmıştır. Daha da çarpıcı olan, söz konusu çalışma kapsamında içeriklere en son erişim tarihi olan 22 Ekim 2018 tarihine kadar teyit.org'un Facebook hesabı üzerinden paylaşılan yanlışlayıcı içerik yalnızca 94 paylaşım alırken, yalan olan içeriğin bu süre içerisinde 3 bin kez daha paylaşılmasıdır. Aşağıda yer alan diğer içeriklerde de benzer durum oluşmakta, Facebook üzerinden dolaşıma sokulan yalan içerikler binlerle ifade edilebilecek sayıda kullanıcı tarafından paylaşılırken, yine aynı platform üzerinden teyit.org'un söz konusu yalan viralleri yanlışlayıcı paylaşımlarının etkisi oldukça sınırlı kalmaktadır.



teyit.org
20 Ekim, 18:32

ALO 182 Merkezi Hekim Randevu Sistemi arandığında kesilen ücret Sağlık Bakanlığı tarafından alınmıyor. Telefon operatörleri tarafından alınan ücret, belirlenen dakika başı fiyatlandırmaya göre faturaya yansıyor.



TEYIT.ORG
ALO 182'den alınan randevularda 4,5 TL katılım payı alındığı iddiası - teyit.org

30 10 Paylaşım

Halkın sözcüsü
4 Temmuz

Artık, Kamu Hastanelerinden telefonla randevu almak için 4,5 lira katılım payı ödenecek. Paylaş ki herkes görsün..



254 26 Yorum 3.624 Paylaşım

teyit.org
14 Eylül

Fotoğrafın, şarbon yüzünden ölen bir ineğin Caddebostan sahilinde bulunduğunu gösterdiği iddiası doğru değil. Fotoğraf, 2014 yılında İsveç'in Ystad kenti sahiline vuran ölü bir ineği gösteriyor.

Meclis gündemine taşınan Bostancı açıklarındaki geminin ardından aynı bölgede sahile vurdu



TEYIT.ORG
Fotoğrafın Caddebostan'da şarbon hastalığı taşıyan sahile vurmuş ölü bir ineği gösterdiği iddiası - teyit.org

179 11 Yorum 155 Paylaşım

Türkhane
8 Eylül

ŞARBON! CADDEBOSTAN PLAJINA VURDU

Meclis gündemine taşınan Bostancı açıklarındaki geminin ardından aynı bölgede sahile vurdu



99 19 Yorum 2,7 B Paylaşım

teyit.org
10 Eylül

Fotoğrafın, şarbon yüzünden hayatını kaybeden kişinin cenazesine maskeyle katılanları gösterdiği iddiası doğru değil. Fotoğraf, Gaziantep'te bir fabrikada çıkan yangında hayatını kaybeden Tuncay Kara'nın cenazesinden, maskeler ise montajlanmış.

ŞARBON CAN ALDI



TEYIT.ORG
Fotoğrafın şarbon yüzünden hayatını kaybeden kişinin cenazesini gösterdiği iddiası - teyit.org

232 12 Yorum 144 Paylaşım

Türkhane
6 Eylül

Şarbon can aldı. İmam ve cemaat, kireç dolu tabut önünde maske takarak cenaze namazı kıldı.

ŞARBON CAN ALDI



117 51 Yorum 4 B Paylaşım

Görsel 1: Facebook ortamında dolaşıma sokulan yalan içerikler ve ilgili teyit.org paylaşımları (teyit.org)

Paylaşım sayıları arasındaki dramatik farkların da gösterdiği üzere, yalan içeriklerin yayılımına gerek bilinçli gerekse de bilinçsiz bir şekilde katkıda bulunan kullanıcılar, post-truth evreninin ister istemez etkin bir aktörü olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Dolayısıyla enformasyonun hızla tüketilip bir diğerine geçildiği günümüzde, sürekli “karşımızda beliren” bu gönderileri “soğurmak” için okuryazar olmak yeterli gelmez, medya okuryazarlığı bir gerek şart olarak karşımıza çıkar. Sonuç olarak internet haberlerinin ve makalelerin yayılımı kadar, bizatihi kullanıcılar tarafından yine sosyal ağlar üzerinden üretilen içeriklerin dolaşımı da önem kazanmaktadır.

Bu dramatik hızda gerçekleşen dolaşımda yalan içerik ile başa çıkabilme konusunda ise çıkış noktaları ve konuyu ele alışları bakımından farklı perspektiflerde olsalar dahi, çeşitli çözüm arayışlarına girilmiş ve öneriler geliştirilmiştir.

Bu konudaki yaklaşımlardan biri yine sosyal medyanın etki gücünden faydalanmak amacıyla Vogel’in ortaya koyduğu sosyal medya etkileycilerinden faydalanmaktır. Vogel’e göre sosyal medya etkileycilerinin sağlıkla ilgili doğru enformasyonu takipçileri ile paylaşımları doğrunun farklı sosyal gruplarda yayılımına katkı sağlayacak, bu yayılım eko odaları (echo chambers) olarak ifade edilen sınırlı dolaşım uzaklığı probleminin ötesine geçmeye de katkı sağlayabilecektir (Vogel, 2017: E1567). Çağdaş toplumun çok fazla unsurunun aldatmacayı bilinçsiz bir biçimde ödüllendirirken açıklığı cezalandırdığını söyleyen Keyes ise daha aksiyona yönelik bir çözüm önerisi sunar ve dürüstlüğün ödüllendirildiği, sahtekarlığın ise cezalandırıldığı bir bağlamı önerir (Keyes, 2017: 328). Granter ve Papke Jr. ise sağlık alanındaki içeriğe sahip bilimsel çalışmaların Google çağında çok daha fazla alıntılanarak hızlı yayılımına çeker ve Wikipedia Bilgi Grafi’na benzer teknolojik yaklaşımların kullanımını önerir (Granter ve Papke Jr., 2018).

Bode ve Vraga ise sosyal ağların sağlık konularında yanlış bilgilendirme kaynağı olmasının yanında, yanlış enformasyonu düzeltici bir ortam olarak kullanılabileceğini ileri sürmektedir. Kullanılabilirliğinin olanaklılığını test ettikleri bu çalışmalarında kullanıcılara, Zika virüsü ile ilgili haberlerden oluşan ve biri bir algoritma tarafından üretilen ve doğru enformasyon içeren haberler, diğeri ise diğer Facebook kullanıcıları tarafından paylaşılan doğrulayıcı haberlerden oluşan simüle bir Facebook Haber Akışı-News Feed deneyimletmişlerdir. Çalışmalarında elde ettikleri sonuçlar, algoritmik ve sosyal düzeltmelerin yanlış algıları sınırlamada eşit derecede etkili olduğunu ve komplo teorilerine hem yüksek hem de düşük düzeyde inanan bireyler için düzeltmenin gerçekleştiğini göstermiştir (Bode ve Vraga, 2018).

The Atlantic’ten Robinson Meyer’in, haber doğrulama sitesi Snopes’un yönetici editörü Brooke Binkowski ile yaptığı röportajda Binkowski “*İnsanların yalan haber konusunda yanlış yoldan gittiğini düşünüyorum. Yalan haberleri “çimdikleme” doğru cevap değil. Cevap ise ortamı gerçek haberlerle doldurmak. Ve bu şekilde, insanlar bilgi aramaya devam edecekler ve onaylanmış, incelikli, bağlamsal, derinlemesine bilgiye ulaşacaklardır*”. İfadelerini kullanır (Meyer, 2017). Bununla birlikte doğru ve yanlış içeriklerin birlikte yer alacağı enformasyon havuzunda yine doğru enformasyona ulaşabilmek için medya okuryazarlığı gerek şart olarak karşımıza çıkmaktadır. Collier de yanlış bilgi sorununa sunulacak çözümün daha fazla gerçek içerik üretmekte olmadığını savunur. Toplumdaki kanıtlara karşı artan saygısızlığı araştıran insanların, bunun bilimsel okuryazarlıktan çok insan psikolojisi meselesi olduğunu öne sürdüğünü ifade eden Collier, ne kadar karşıt delil olursa olsun, insanların uzun süredir devam eden sağlık mitlerine tutunma eğiliminde olduğunu belirtir (Collier, 2018, E578). Davies de eğitimin yalan haber ile mücadelede tek çare olduğunu belirttiği yazısında teknolojinin nasıl çalıştığına dair salt teknik bilginin yeterli

olmadığını belirtir ve teknoloji tanımını acil bir biçimde genişletmemiz gerektiğini söyler. Michel Foucault'un mantığından hareketle; üslerine güç sağlayan düşünce sistemleri olarak teknolojinin, yine kendisinin biçimleri olarak politik fikirleri de içerecek şekilde özdeksel ya da tinsel olabileceğini belirtir (Davies, 2018). Benzer biçimde Siegfried Amerikan başkanlık seçimlerine gönderme yaparak, yalan politik haberlerin seçimi etkilemesine benzer şekilde, çok sayıda insan inanursa sağlık alanındaki yalan haber ve yayınların da "gerçek" olacağını ifade eder. Bu doğrultuda Siegfried, zorlukların üstesinden gelmenin en iyi yolunun bilgi sahibi olmak ve meslektaşları, eğitim alanları ve hastaları eğitmeye yardımcı olmak olduğunu ortaya koyar (Siegfried, 2017).

McIntyre ise dijital yerlilerin durumunu gündeme getirir ve doğru bilgiyi aramak zorunda kalacakları yalan haber ve aldatmaca ile dolu dünyada büyüyecek olmalarına vurgu yapar (McIntyre, 2018: 120). Danah Boyd da çoğu örgün eğitim ortamının kısmen gençlerin teknolojiye bağlı olan her şeyi anladığı varsayımından, kısmen de mevcut eğitim değerlendirmelerinin bu önceliklendirmeyi gerektirmediğinden dolayı dijital yeterliliği önceliklendirmediğine; bununla birlikte internette bilgi ve görüntüye maruz kalmanın ve sosyal medyaya ilgi duymanın, bu olguların bilinçli bir yorumlayıcısı olmak anlamına gelmediğine dikkat çeker. Ayrıca çoğunlukla yapıldığı şekilde gençlerin yanlış ya da sorunlu enformasyona erişimini kısıtlamaya çalışmanın temelde gençlere yapılmış bir kötülük olduğunu ifade eder (Boyd, 2014: 177-181). Boyd'un söylediklerine paralel olarak, böylesi yoğun bir enformasyon akışının olduğu ve bu enformasyon akışının sayısız kanal vasıtasıyla gerçekleştiği dijital dünyada önceki kuşakların pratikleri ile akışın önüne geçmenin olanaksız olduğunu ifade etmek mümkündür. Kaldı ki, ne kadar kısıtlanmaya çalışılırsa çalışılırsa kuşkusuz gerçekleşecek olan ilk erişim anında hazırlıksız ve bilinçsiz olmanın tehlikelerini beraberinde getirecektir. Dolayısıyla yalnızca teknik ve reaktif tedbirler değil, medya okuryazarlığının önemi bağlamında proaktif ve uzun vadeli çözüm planlarının da yer aldığı bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu bir gerçektir.

5. ARAŞTIRMA

5.1 Araştırmanın Amacı

Günlük yaşamda maruz kalınabilecek yalan ya da yanlış içeriklerin sağlık alanındaki yansımalarının dramatik sonuçları beraberinde getirebileceği gerçeğinden hareketle, online sosyal ağlarda dolaşıma sokulan sağlık ile ilgili içerikler araştırılmıştır. Günümüzün dijital dünyasında yalnızca okur – yazar olmanın yeterli olmadığı, özellikle online sosyal ağların da etkisiyle yoğun enformasyon akışında; özetle maruz kalınan enformasyonu eleştirel bağlamda yorumlayabilme yetisi olarak ifade edilebilecek medya okuryazarlığının önemi daha artmaktadır. Bu kapsamda Facebook sosyal ağı üzerinden hastalıklara ilişkin üretilen viral içerikler incelenmiş; söz konusu içeriklerin doğruluğu araştırılarak mevcut durumun bir fotoğrafı çekilmeye, karşılaştırılmalı analizler gerçekleştirilmeye ve elde edilen sonuçlar medya okuryazarlığı kavramı bağlamında yorumlanmaya çalışılmıştır.

5.2 Araştırmanın Örnekleme ve Yöntemi

Sağlık alanında online sosyal ağlar üzerinde dolaşımda olan yalan içeriklerin viral etkisinin araştırılması için fazla etkileşim alan hastalık alanları araştırılmış ve bu ön araştırma sonunda kanser hastalıkları, mide hastalıkları, şeker hastalığı (diyabet), nörolojik hastalıklar ve romatizmal hastalıklar olmak üzere belirlenen beş başlık çalışma evreni olarak seçilmiştir. Her

bir başlık için Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içerisinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik kapsam dahiline alınmış ve kalitatif bir araştırma yöntemi olan içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. En çok etkileşim alan içerik listeleri aşağı doğru genişletildikçe toplam etkileşim sayılarındaki azalma ve buna bağlı olarak viral etkisinin zayıflaması nedeniyle her bir başlık için içerik listesi ilk yirmi ile sınırlandırılmıştır. Böylece her beş başlık için ilk yirmi olmak üzere toplamda yüz içerik araştırma kapsamında incelenmiştir.

Arama kriterleri beş başlıkta toplanmış her hastalık alanı için önceden belirlenmiş anahtar sözcükler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. "Tedavi" sözcüğü arama kapsamına dahil edildiğinde sonuçlar daha da çarpıcı olmakta, doğru içeriklerin listelerdeki sıralamaları dramatik biçimde düşmektedir. Bu çerçevede arama işlemleri yalnızca hastalık ile ilgili sözcükleri içermiş, "tedavi" ya da "mucize" gibi sözcükler arama kapsamına dahil edilmemiştir. İlgili anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş aramalar sonucu elde edilen ilk yirmi içerik değerlendirilip ilgili olmayan içerikler çıkarılmış ve kalan içerikler üzerinde doğrulama / yanlışlama işlemi gerçekleştirilmiştir.

Analiz edilen içeriklerin sınıflandırılmasında, yine çalışmanın literatür bölümünde yer verilen Wardle'nin yalan haber sınıflandırması baz alınmış, yalan ya da yanlış içerikler ilgili kategorilerle eşleştirilmiştir. Söz konusu sınıflandırma gerçekleştirilirken çalışma kapsamında değerlendirilen her bir içerik için medikal doktorlar ile görüşülmüş; her bir içeriğin doğrulanması / yanlışlanması ve yanlışlanan içeriğin sınıflandırılması konusunda onay alınmıştır.

5.3 Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

Kanser Hastalıkları

Kanser hastalıkları ile ilgili önceden belirlenmiş anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş olan aramalar sonucu Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik incelenmiş, ilgili olmayan içerikler çıkarıldıktan sonra kalan yedi içerik değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. İncelenen yedi içerikten yalnızca bir tanesi doğru iken, diğer altı içerik ise doğru olarak sınıflandırılmamıştır. Doğru olarak sınıflandırılmayan altı içerikten beş tanesi yanıltıcı, biri ise uydurma içerik olarak belirlenmiştir. Söz konusu içeriklerin Facebook sosyal ağı içerisinde aldıkları toplam etkileşim sayıları göz önüne alındığında ise; doğru içerikler 17.600'ü paylaşım olmak üzere toplamda 21.300 etkileşim alırken, doğru olarak sınıflandırılmamış içerikler ise 134.300'ü paylaşım olmak üzere neredeyse 9 kat fazla etkileşim alarak 188.800 sayısına ulaşmıştır.

Tablo 2. Kanser hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içerikler

İçerik	Adet	Beğeni	Yorum	Paylaşım	Toplam Etkileşim
Yanıltıcı	5	52.500	738	115.800	169.000
Uydurma	1	619	594	18.500	19.800
Doğru Olmayan	6	53.119	1.332	134.300	188.800
Doğru	1	3.500	160	17.600	21.300



Görsel 2. Kanser hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içeriklere ait görsel örnekleri

Mide Hastalıkları

Mide hastalıkları ile ilgili de önceden belirlenmiş anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş olan aramalar sonucu Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik incelenmiş, ilgili olmayan içerikler çıkarıldıktan sonra kalan on sekiz içerik değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. İncelenen on sekiz içerikten yalnızca iki tanesi doğru iken, diğer on altı içerik ise doğru olarak sınıflandırılmamıştır. Doğru olarak sınıflandırılmayan on altı içerikten on beş tanesi yanıltıcı, biri ise uydurma içerik olarak belirlenmiştir. Söz konusu içeriklerin Facebook sosyal ağı içerisinde aldıkları toplam etkileşim sayıları göz önüne alındığında ise; doğru olarak sınıflandırılmamış içerikler 106.744'ü paylaşım olmak üzere 160.600 sayısına ulaşırken, doğru içerikler ise 1.051'i paylaşım olmak üzere toplamda yalnızca 2.800 sayısına ulaşabilmiştir.

Tablo 3. Mide hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içerikler

İçerik	Adet	Beğeni	Yorum	Paylaşım	Toplam Etkileşim
Yanıltıcı	15	52.099	960	105.984	158.900
Uydurma	1	871	29	760	1.700
Doğru Olmayan	16	52.970	989	106.744	160.600
Doğru	2	1.697	36	1.051	2.800



Görsel 3. Mide hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içeriklere ait görsel örnekleri

Şeker Hastalığı (Diyabet)

Şeker hastalığı (Diyabet) için de önceden belirlenmiş anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş olan aramalar sonucu Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik incelenmiş, ilgili olmayan içerikler çıkarıldıktan sonra kalan on yedi içerik değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. İncelenen on yedi içerikten yedi tanesi doğru iken, on içerik ise doğru olarak sınıflandırılmamıştır. Doğru olarak sınıflandırılmayan on içerikten dokuz tanesi yanıltıcı, biri ise uydurma içerik olarak belirlenmiştir. Hem içerik adedi olarak, hem de toplam etkileşim sayısı bakımından doğru içeriklerin en çok olduğu alan diyabet olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte doğru olarak sınıflandırılmamış içerikler 155.000 toplam etkileşim alırken, doğru içeriklerin ise doğru olarak sınıflandırılmamış içeriklerin yaklaşık beşte biri etkileşim alarak 32.600 ile oldukça geride kaldığı gözlemlenmiştir. Paylaşım sayılarında ise fark daha da açılmış, doğru olarak sınıflandırılmamış içerikler 105.000'e yaklaşan paylaşım ile doğru içeriklerin onu üç katından fazla kez kullanıcılar tarafından yayılmıştır.

Tablo 4. Şeker hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içerikler

İçerik	Adet	Beğeni	Yorum	Paylaşım	Toplam Etkileşim
Yanıltıcı	9	47.700	838	103.800	152.200
Uydurma	1	1.800	78	870	2.800
Doğru Olmayan	10	49.500	916	104.670	155.000
Doğru	7	24.900	138	7.668	32.600



Görsel 4. Şeker hastalıkları ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içeriklere ait görsel örnekleri

Nörolojik Hastalıklar

Nörolojik hastalıklar için de önceden belirlenmiş anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş olan aramalar sonucu Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik incelenmiş, ilgili olmayan içerikler çıkarıldıktan sonra kalan on iki içerik değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. İncelenen on iki içerikten dört tanesi doğru iken, sekiz içerik ise doğru olarak sınıflandırılmamıştır. Doğru olarak sınıflandırılmayan sekiz içerikten yedi tanesi yanıltıcı, biri ise uydurma içerik olarak belirlenmiştir. Söz konusu içeriklerin Facebook sosyal ağı içerisinde aldıkları toplam etkileşim sayıları göz önüne alındığında ise; doğru içerikler toplam 8.300 etkileşim ile 61.200 etkileşim alan doğru olarak sınıflandırılmamış içeriklerin

gerisinde kalmıştır. Paylaşım sayıları bakımından ise aradaki oranın yaklaşık otuz kata kadar çıktığı gözlenmektedir.

Tablo 4. Nörolojik hastalıklar ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içerikler

İçerik	Adet	Beğeni	Yorum	Paylaşım	Toplam Etkileşim
Yanılıcı	7	28.333	819	29.250	58.400
Uydurma	1	1.800	78	870	2.800
Doğru Olmayan	8	30.133	897	30.120	61.200
Doğru	3	7.000	65	1.046	8.300



Görsel 5. Nörolojik hastalıklar ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içeriklere ait görsel örnekleri

Romatizmal Hastalıklar

Romatizmal hastalıklar için de önceden belirlenmiş anahtar sözcükler kullanılarak gerçekleştirilmiş olan aramalar sonucu Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmi içerik incelenmiş, ilgili olmayan içerikler çıkarıldıktan sonra kalan on sekiz içerik değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. Burada çarpıcı olan sonuç, ilk yirmideki on sekiz ilgili içerikten hiçbirinin doğru olarak sınıflandırılmamasıdır. Doğru olarak sınıflandırılmayan söz konusu on sekiz içerikten on yedi tanesi yanılıcı, biri ise uydurma içerik olarak belirlenmiştir. Doğru olarak sınıflandırılmış on sekiz içerik toplamda 139.500 kez paylaşılmış ve 203.400 etkileşime sahip olmuştur. Buna karşın ilk yirmide hiçbir doğru içerik bulunmamasından dolayı, romatizmal hastalıklar ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan yirmi içerikteki doğru içeriklerin toplam etkileşim sayısı sıfır olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 5. Romatizmal hastalıklar ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içerikler

İçerik	Adet	Beğeni	Yorum	Paylaşım	Toplam Etkileşim
Yanılıcı	17	62.339	1.054	137.900	201.300
Uydurma	1	558	4	1.600	2.100
Doğru Olmayan	18	62.897	1.058	139.500	203.400
Doğru	-	-	-	-	0



Görsel 5. Romatizmal hastalıklar ile ilgili Facebook'ta en çok paylaşılan içeriklere ait görsel örnekleri

Analiz edilen içerikler incelendiğinde ise aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

Her bir kategori için ayrı ayrı değerlendirildiğinde toplam 100 içerik içerisinde 71 ilgili içerik elde edilmiştir. Söz konusu 71 içeriğin 58'i doğru olarak sınıflandırılmamış içerik olarak değerlendirilirken, yalnızca 13 içerik doğru olarak sınıflandırılabilmiştir. Doğru içeriklerin tüm sonuçlardaki oranı %13 olurken, ilgili içerikler çerçevesinde değerlendirildiğinde ise ancak %18'e çıkabilmektedir. Diğer bir okuma ile araştırma kapsamındaki hastalıklar ile ilgili olarak Facebook sosyal ağında araştırma örnekleme bağlamında en çok etkileşim alan içeriklerin %82'sinin yanıltıcı ya da uydurma olduğu çarpıcı sonucuna ulaşılmaktadır. İçerik sayısı yerine toplam etkileşim göz önüne alındığında ise, yine her bir kategori için ayrı ayrı değerlendirme yapıldığında yanıltıcı ya da uydurma içerikler doğru içeriklerden 12 kat daha fazla etkileşim almış, diğer bir ifade ile doğru içeriklerin toplam etkileşim oranı yalnızca %8'de kalmıştır.

Yalnızca "Patates Suyu Mucizesi" konulu içerik 100.000'e yaklaşan etkileşim oranı ile uzak ara en çok dolaşan içerik olmuştur. Bununla birlikte söz konusu içerik tek bir hesaptan dolaşıma sokulan tekil bir içerik olarak kalmamış, araştırma örnekleme çerçevesinde aynı içeriğin farklı hesaplardan farklı görseller ile yedi farklı zamanda kullanıcılara ulaştığı gözlemlenmiştir. Bu duruma viral olan diğer içeriklerde de rastlanmıştır. Yine "Patates Suyu Mucizesi" konulu içerik, metinde yer alan "kanser", "ülser", "diyabet" ve "romatizma" sözcükleri nedeniyle hem kanser, hem mide, hem şeker, hem de romatizmal hastalıklar kapsamında en çok etkileşim alan içerik olarak tespit edilmiştir.

Bir hesabın 100 içerikte tekil olarak 8, her kategori ayrı değerlendirildiğinde ise 16 içeriğe sahip oluşu dikkat çekicidir. Viral etkisini daha iyi ortaya koyabilmek amacıyla her bir kategoriden ilk beş içerik değerlendirmeye alındığında ise; toplam 25 içerikte 10 içeriğin aynı hesaba ait olduğu gözlemlenmektedir. En çok etkileşim alan iki hesap değerlendirildiğinde ise bu sonuçlar 100 içerikte 24 şeklinde gerçekleşmektedir. Örneklem 25 içerik ile sınırlandırıldığında ise söz konusu iki hesaba ait içerik sayısı 13 olmaktadır. Her kategori için kullanıcıların karşısına çıkan ilk beşer sonucun yarısının aynı iki hesaba ait oluşu ayrıca değerlendirilmelidir.

Gerek örneklemin belirlenebilmesi için yapılan ön araştırmada gerekse de çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar bağlamında değerlendirildiğinde; sağlık alanında en çok etkileşim alan içeriklerin "hızlı başlayan ya da "kısa süreli" olarak tanımlanabilecek akut hastalıklardan ziyade, "uzun süre boyunca devam eden" olarak ifade edilebilecek kronik hastalıklara ait olduğu gözlemlenmiştir. Yine bu durumun bir sonucu olarak da doğru olmayan içerikler akut hastalıklardan ziyade, kronik hastalıklarda ön plana çıkmıştır.

SONUÇ

Bağlanabilirlik hızındaki artışın ve erişimin sınırlarının genişleyişinin dramatik biçimde ivmelendiği 21. yüzyıl insanoglunun günlük yaşam pratiklerini de derinden değiştirmiş, günümüzün modern insanı hayatının neredeyse her anını “ağa bağlantılı” olarak geçirmeye başlamıştır. İletişim teknolojilerindeki bu gelişmenin bir yansıması olarak online sosyal ağlar, bu modern insanın sosyalleşme ediminin ana tezahürü olarak karşımıza çıkar. Sosyal ağların online hali, öncül kuşakların imgeleminin ötesinde bir enformasyon akışını mümkün kılar. Bununla birlikte düğümlerin çokluğu, akışların hızı ve yoğunluğu her türlü enformasyonun herhangi bir filtrelemeden bağımsız biçimde sınırsız dolaşımını beraberinde getirir. Bu durum bilinçli ya da bilinçsiz biçimde üretilmiş ve dolaşıma sokulmuş yalan ya da yanlış içeriklerin ortamda yayılımı olarak karşılık bulur; içerik miktarı ve hız artışı ironik biçimde kendi olumsuzluklarını doğurur. Sonuç olarak yayılım hızının katalist etkisiyle yalan içeriklerin çarpan etkisi, post-truth evreninin oluşum nedenlerinden biri olarak karşımıza çıkar. Metin içinde alıntılanmış çalışmaların da gösterdiği üzere yalan haberlerin çok daha ilgi çekici ve değişik metinlere sahip oluşu ve insanların bu tür içerikleri paylaşma yönelimlerinin daha yüksek oluşu; olgulardan ziyade duygular ile hareket etme durumu olarak tanımlanabilecek post-truth evreni ile çerçevelendiğimizi kanıtlar. Böyle bir evrende; alınan eğitim kalitesinden bağımsız olarak sosyal medya kullanımının yüksek oranda oluşu ve online sosyal ağların bir haber kaynağı olarak gün geçtikçe daha fazla tercih ediliyor olması, sosyal ağların bilinçli kullanımını bir gerek şart olarak ortaya çıkarır. Sosyal ağ üzerinde akışların bu denli yoğun olduğu ortamda ağların bilinçli kullanımı da medya okuryazarlığından geçmektedir. Medya mesajlarını eleştirel bir bakış açısıyla yorumlayabilme yetisi olarak ifade edilebilecek medya okuryazarlığı, doğru ve yalan içerikleri ayırt edebilmenin giderek zorlaştığı bu yoğun enformasyon akışı ile mücadele edebilmenin en önemli unsuru olmaktadır.

Medya okuryazarlığının öneminden hareketle, çalışma kapsamında Facebook sosyal ağı üzerinden hastalıklara ilişkin üretilen viral içerikler incelenmiş; söz konusu içeriklerin doğruluğu araştırılarak mevcut durumun bir fotoğrafı çekilmeye, karşılaştırılmalı analizler gerçekleştirilmeye ve elde edilen sonuçlar medya okuryazarlığı kavramı bağlamında yorumlanmaya çalışılmıştır. Kanseri hastalıkları, mide hastalıkları, şeker hastalığı (diyabet), nörolojik hastalıklar ve romatizmal hastalıklar olmak üzere belirlenen beş başlıkta Facebook sosyal ağı üzerinde 2018 yılı içerisinde paylaşılmış ve en çok etkileşim almış yirmişer içerik kapsam dahiline alınmış ve içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda, araştırma kapsamındaki hastalıklar ile ilgili olarak Facebook sosyal ağında araştırma örnekleme bağlamında en çok etkileşim alan içeriklerin %82’sinin yanıltıcı ya da uydurma olduğu çarpıcı sonucuna ulaşılmıştır. İçerik sayısı yerine toplam etkileşim göz önüne alındığında ise, yine her bir kategori için ayrı ayrı değerlendirme yapıldığında yanıltıcı ya da uydurma içeriklerin doğru içeriklerden 12 kat daha fazla etkileşim aldığı görülmüştür. Özellikle araştırma örnekleminde en sık karşılaşılan içerik olan yanıltıcı içeriklerin, bağımsız olarak değerlendirildiklerinde zararlı olmasalar dahi kanıta dayalı tıbbın gerektirdiği tedavilerden uzaklaşma ihtimalini ve bunun olumsuz sonuçlarını beraberinde getirebileceği gerçeği ışığında; yalan ya da yanlış içeriklerin etkisinin çok daha dramatik biçimde yaşanacağı sağlık alanında medya okuryazarlığının öneminin daha da kritik bir hale geleceği değerlendirilmektedir. Bu etki düzeyinin paylaşan değil, görüntüleyen ekseninde gerçekleşeceği gerçeği ise sağlık alanındaki yalan içeriklerin yayılımının çok daha çarpıcı sonuçları olabileceğinin göstergesidir. Ağın yayılımı tek kanal üzerinden gerçekleşmediğinden; yeni iletişim ortamları üzerinden elde edilen bir enformasyon geleneksel yolla da iletilebilecek, bunun bir sonucu olarak bu yeni iletişim ortamlarını kullanmayan bireyler de söz konusu haberlere bu yolla erişebileceklerdir.

Dolayısıyla yalnızca teknik ve reaktif tedbirler değil, medya okuryazarlığının önemi bağlamında proaktif ve uzun vadeli çözüm planlarının da yer aldığı bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir. Bu bağlamda medya okuryazarı olamayanların bizatihi doğru içeriğe erişim çabası içinde olmaması gerçeğinden hareketle, Sağlık Bakanlığı tarafından basılı ve görsel medyada bilgilendirici alan ve kamu spotlarının yer almasının bilinçlenme noktasında kapsayıcılığı arttıracakları öngörülmektedir. Buna ilave olarak medya etkileycilerinin gerek doğru bilginin yayımında gerekse de doğru bilgiyi yorumlama kazanımının sağlanmasında kullanılmasının etkin olacağı düşünülmektedir.

Bir diğer konu ise mevcut eğitim sisteminde İlköğretimde Medya Okuryazarlığı dersinin 7. sınıftan itibaren verilmesidir. Bununla birlikte dijital yerliler olarak söz konusu kuşağın sosyal medya kullanımı medya okuryazarlığı eğitiminin çok öncesinde başlamakta, dersin alındığı eğitim yılına kadarki kritik süreçte sosyal medyanın bilinçli kullanımı çevresel tetikleyicilere bağlı olarak şekillenmektedir. Dolayısıyla okul öncesi dönemden başlayarak eğitici ve bilgilendirici içeriklerin sunulması sağlık bilincinin oluşturulması ve medya okuryazarlığı yetisinin kazandırılmasının önemli olacağı değerlendirilmektedir.

Yalan içeriklerinin görünürlüğünü engellemek yerine yalan olduklarını belirtir şekilde etiketlenerek kullanıcılara görünür kılınmasını sağlayacak yapıların geliştirilmesine yönelik olarak Facebook ile doğrulama sitelerin entegrasyonunun da çözüm yollarından biri olacağı; ayrıca bu yolla doğrulama sitelerinin reaktif yapısının da proaktif bir yapıya doğru evrilebileceği öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- AUFDERHEIDE, P. (1993). A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy. *The Aspen Institute, ABD.*
- BALLER, S., SOUMITRA, D. ve LANVIN, B. (Ed.) (2016). The Networked Readiness Index 2016: Innovating in the Digital Economy. *World Economic Forum.*
- BARNES, J.A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations, 7:* 39-58.
- BODE, L. ve VRAGA, E.K. (2018). See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media. *Health Communication, 33:9:* 1131-1140.
- BOYD, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens.* ABD: Yale University Press.
- CASTELLS, M. (2010). *End of Millenium, 2nd Edition,* Oxford: Blackwell.
- COLLIER, R. (2018). Containing health myths in the age of viral misinformation. *CMAJ, 190:* E578.
- DAVIES, H. (2018). Why education is the only antidote to fake news. *NS Tech.* <https://tech.newstatesman.com/guest-opinion/education-antidote-fake-news> Erişim Tarihi: 15.11.2018.
- EUROPEAN COMMISSION. (2018a). Fake News and Disinformation Online (Flash Eurobarometer 464). <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82797> Erişim Tarihi: 11.11.2018.
- EUROPEAN COMMISSION. (2018b). Media literacy. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-literacy> Erişim Tarihi: 11.11.2018
- GRANTER, S.R. ve PAPKE JR., D.J. (2018). Medical misinformation in the era of Google: Computational approaches to a pervasive problem. *PNAS, 115 (25):* 6318-6321.

- GRAVES, L. ve CHERUBINI, F. (2016) Digital News Project 2016: The Rise of Fact-Checking Sites in Europe. *Reuters Institue*.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf> Erişim Tarihi: 19.11.2018.
- HIGGINS, A.,MCINTIRE, M. Ve DANCE, G.J.x. (2016). Inside a Fake News Sausage Factory: 'This Is All About Income. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2016/11/25/world/europe/fake-news-donald-trump-hillary-clinton-georgia.html> Erişim Tarihi: 12.11.2018
- IFCN. (t.y.). Verified signatories of the IFCN code of principles.
<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> Erişim Tarihi: 16.11.2018
- KEYES, R. (2017). Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma, (Çev: D. Özçetin), Ankara, DeliDolu Yayınları.
- KHAJA, K.A.J., ALKHAJA, A.K. ve SEQUEIRA, R.P. (2018). Drug information, misinformation, and disinformation on social media: a content analysis study. *J Public Health Pol*, 39: 343-357.
- LESSENSKI, M. (2018). Common Sense Wanted: Resilience to 'Post-Truth' and Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018. Open Society Institute – Sofia. https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf
- MATSA, K. E., ve SHEARER, E. (2018). News Use Across Social Media Platforms 2018. *Pew Research Center*. <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/> Erişim Tarihi: 06.11.2018
- MCINTYRE, L. (2018). Post-Truth. Cambridge, MA: MIT Press.
- MEYER, R. (2017). The Rise of Progressive 'Fake News'. *The Atlantic*.
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/02/viva-la-resistance-content/515532/> Erişim Tarihi: 12.11.2018.
- NAISBITT, J. (1982). Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives. ABD: Warner Books.
- NOBLE, S. U. (2017) Engine Failure: Safiya Umoja Noble and Sarah T. Roberts on the Problems of Platform Capitalism. *Logic*, 3. Röportaj. <https://logicmag.io/03-engine-failure/> Erişim Tarihi:11.11.2018
- OXFORD DICTIONARIES (2016). Word of the Year 2016 is...
<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> Erişim Tarihi: 05.11.2018
- REED, D.P. (2001). The Law of the Pack. <https://hbr.org/2001/02/the-law-of-the-pack> Erişim Tarihi: 12.11.2018.
- SIEGFRIED, E. (2017). Fake medical news. *DermatologyTimes*, July 2017: 11-12.
- SILVERBLATT, A., SMITH, A., MILLER, D., SMITH, J. ve BROWN, N. (2014). Media Literacy: Keys To Interpreting Media Messages. ABD: Praeger.
- SOLL, J. (2016). The Long and Brutal History of Fake News. *Politico Magazine*.
<https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535> Erişim Tarihi: 09.11.2018.
- SOMMARIVA, S., VAMOS, C., MANTZARLIS, A., ĐÀO, L.U. ve TYSON, D.M. (2018). Spreading the (Fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications for Health Professionals Using a Case Study. *American Journal of Health Education*, 49 (4): 246-255.
- SWIFT, J. (1710). The Examiner. No.14.
<https://www.ourcivilisation.com/smartboard/shop/swift/examiner/chap14.htm> Erişim Tarihi: 05.11.2018.

- TANDOC JR., E.C., LIM, Z.W. ve LING, R. (2018) Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2): 137-153.
- TEYIT.ORG (t.y). Sağlık. <https://teyit.org/konu/saglik/> Erişim Tarihi: 15.11.2018.
- THOMAN, E. ve JOLLS, T. (2004). Media Literacy—A National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist*, 48 (1): 18-29.
- TOFFLER, A. (2008). Üçüncü Dalga. Selim Yeniçeri (çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- VINER, K. (2016). How technology disrupted the truth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> Erişim Tarihi: 10.11.2018.
- VOGEL, L. (2017). Viral misinformation threatens public health. *CMAJ*, 189 (50): E1567.
- VOSOUGHI, S., ROY, D., ve ARAL, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359: 1146–1151.
- WARDLE, C. Fake news. It's complicated. *First Draft*. <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79> Erişim Tarihi: 05.11.2018
- WASZAK, P.M., KASPRZYCA-WASZAK, W. Ve KUBANEK. (2018). The spread of medical fake news in social media –The pilot quantitative study. *Health Policy and Technology*, 7: 115-118.