

**AĞ TOPLUMUNDA HABER KAYNAĞI OLARAK SOSYAL MEDYA
KULLANIMI: DİJİTAL BÖLÜNMENİN İNCELENMESİ**

Doktora Tezi
Gözde YARDIM ERAY
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Eskişehir 2024

**AĞ TOPLUMUNDA HABER KAYNAĞI OLARAK SOSYAL MEDYA
KULLANIMI: DİJİTAL BÖLÜNMENİN İNCELENMESİ**

Gözde YARDIM ERAY

DOKTORA TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Şubat 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

ÖZET

AĞ TOPLUMUNDA HABER KAYNAĞI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI: DİJİTAL BÖLÜNMENİN İNCELENMESİ

Gözde YARDIM ERAY

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Şubat 2024

Danışman: Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan

Çalışma, sosyal medyanın bilgi/haber odaklı kullanılmasının ortaya çıkarabileceği dijital bölünmenin bireyler ekseninde temel sebeplerini incelemeyi ve tanımlamayı amaçlamaktadır. Katılımcıların sosyal ağlarda enformasyon odaklı deneyimlerinin incelenmesinde dijital bölünmenin iletişim araçlarına erişimden kaynaklanmasından ziyade bu araçların kullanımından kaynaklandığı düşüncesinden hareketle, kişilerin beklenti, deneyim ve motivasyonlarının ön planda tutulduğu fenomenolojik yaklaşım benimsenmiştir. Çalışma, birey odaklıdır ve gerçek deneyimlerin nasıl gerçekleştiğini incelemeyi hedeflemektedir. Çalışma, bireylerarası dijital bölünme incelemesini, katılımcıların eğitim seviyeleri ekseninde dijital okuryazarlık becerilerini ön plana alarak gerçekleştirmektedir. Bu amaçla, üniversite eğitimi olan 12 katılımcı ve üniversite eğitimi olmayan 12 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, van Dijk'in kaynaklar ve benimseme dijital bölünme teorisi bağlamında temalara ayrılarak yorumlanmıştır. Sonuç olarak, dijital bölünmenin nitel perspektifte araştırılması katılımcı deneyimlerini ön planda tutarak derinlemesine araştırmayı mümkün kılmıştır. Katılımcıların eğitim seviyeleri ile dijital becerilerinin farklılaştığı ve bireyler arası dijital bölünmenin oluştuğu görülmüştür. Çalışmaya göre, katılımcılar arası dijital bölünme dijital beceriler odağında dijital okuryazarlık seviyelerine bağlı olarak oluşmaktadır. Buna ek olarak, sosyal medya platformlarının sahip olduğu; gözetim, ifade özgürlüğü, reklam, içerik tekrarı sorunlarının sosyal medyada habere ulaşma ve haberi değerlendirme noktalarında bireylerarası dijital bölünmelere neden olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ağ toplumu, Dijital bölünme, Sosyal medya, Haber kaynakları, Dijital eşitsizlikler, Dijital okuryazarlık

ABSTRACT

USE OF SOCIAL MEDIA AS A NEWS SOURCE IN THE NETWORKING SOCIETY: AN EXAMINATION OF THE DIGITAL DIVISION

Gözde YARDIM ERAY

Department of Journalism

Anadolu University, Institute of Postgraduate Education, February, 2024

Supervisor: Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan

The study aims to examine and define the main causes of the digital divide that may arise from the use of social media for information and news purposes among individuals. To examine the information-oriented experiences of participants on social networks, we adopt a phenomenological approach prioritizing individual expectations, experiences, and motivations. Our study focuses on the idea that the digital divide is caused by the use of these tools rather than access to communication tools. We aim to examine how real experiences are realized in an individual-oriented study. The study analyzes the interpersonal digital divide by emphasizing participants' digital literacy skills based on their education levels. To achieve this, we conducted in-depth interviews with 12 participants who had university education and 12 participants who did not. We interpreted the findings by categorizing them into themes within the context of van Dijk's digital divide theory of resources and adoption. Exploring the digital divide from a qualitative perspective enabled in-depth research by prioritizing participant experiences. The study observed that participants had varying levels of education and digital skills, resulting in an interpersonal digital divide. The digital divide between participants is formed depending on their digital literacy levels, with a focus on digital skills. Furthermore, it has been determined that social media platforms' issues with surveillance, freedom of expression, advertising, and content repetition may create digital divisions among individuals when accessing and evaluating news on social media.

Keywords: Network society, Digital divide, Social media, News sources, Digital inequalities, Digital literacy

TEŐEKKÖR

Bu doktora tezi YÖK ve TÜBİTAK destekleri ile hazırlanmıştır. Doktora eğitime ve bilimsel çalışmalarına TÜBİTAK 2211-A Yurtiçi Doktora Bursu ile destek veren TÜBİTAK'a ve YÖK 100/2000 Sosyal Medya Çalışmaları öncelikli alanı bursu ile destek olan YÖK'e sağlamış oldukları tüm olanaklar için teşekkür ederim.

.../.../20....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

(İmza)

Gözde Yardım Eray
(Öğrencinin Adı Soyadı)

İÇİNDEKİLER

Abstract	v
TEŞEKKÜR.....	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırma Konusu ve Problem	2
1.2. Amaç.....	5
1.3. Önem	6
1.4. Araştırma Soruları.....	7
1.5. Varsayımlar Ve Sınırlılıklar.....	7
2. ALANYAZIN.....	9
2.1. Dijital Çağ Dinamikleri	9
2.1.1. Toplum, Teknoloji ve İletişim İlişkisi	9
2.1.2. Enformasyon Çağı ve Bilgi Toplumunun Doğuşu	17
2.1.3. Bilgi/Enformasyon Toplumu Teorileri	25
2.2. Dijital Çağda Sosyal Ağlar ve Enformasyon	35
2.2.1. Ağ Toplumunda Ağ Yapısını Anlamak	35
2.2.2. Sosyal Ağlar ve Özellikleri.....	39
2.2.3. Ağ toplumunda Bilginin/Enformasyonun Değişen Konumu	44
2.3. Dijital Çağda Sosyal Eşitsizlikler.....	62
2.3.1. Ağ Toplumunda Dijital Bölünme Süreci.....	68
2.4. Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya Okuryazarlığı.....	78
3. YÖNTEM	86
3.1. Neden fenomenolojik yaklaşım?	87
3.2. Veri Toplama Tekniği.....	93
3.3. Araştırma Örnekleme.....	93

3.4.	Araştırmanın Analizi ve Raporlanması	94
3.5.	Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği	95
3.6.	Verilerin Analizi ve Temalar.....	96
3.6.1.	Görüşme Verilerinin Analizi	97
3.6.2.	Gözlem Verilerinin Analizi.....	100
4.	BULGULAR VE YORUM	105
4.1.	Birinci Tema: Erişim İçin Motivasyon	105
4.1.1.	Sosyal medya kullanım ve erişim kolaylığı alt teması	106
4.1.2.	Dijital teknolojiye yatkınlık alt teması (Dijital Yerliler)	107
4.2.	İkinci Tema: Fiziksel ve Materyal Erişimi	110
4.3.	Üçüncü Tema: Dijital Beceriler.....	116
4.3.1.	Kullanım becerisi	117
4.3.2.	Dijital okuryazarlık eğitimi alt teması	120
4.4.	Dördüncü Tema: Kullanım.....	129
4.4.1.	Kullanım zamanı alt teması	129
4.4.2.	Kullanım sıklığı ve çeşitliliği alt teması.....	130
4.5.	Beşinci Tema: Sosyal medya platformlarının yapısı	132
4.5.1.	Reklam sorunu alt teması.....	133
4.5.2.	İçerik tekrarı alt teması (Filtre Baloncuğu)	136
4.5.3.	İfade özgürlüğü ve gözetim alt temaları	139
5.	TARTIŞMA VE SONUÇ	144
5.1.	Öneriler.....	150
	KAYNAKÇA	153

TABLolar VE ÇİZELGELER LİSTESİ

Tablo 1. Erken Dönem İletişim Kuramlarında Teknoloji.....	12
Tablo 2. İnternet teknolojisinin tarihsel gelişimi.....	19
Tablo 3. Sanayi toplumu ve bilgi toplumu karşılaştırması.....	32
Tablo 4. Evrimsel perspektifte bilginin keşfi	45
Tablo 5. Bilgi kavramı ve biliş sürecinin dijital bilgi çağında dönüşümü.....	47
Tablo 6. İnternet kullanım nedenleri.....	66
Tablo 7. Sosyal medya kullanım nedenleri	67
Tablo 8. Fenomenolojik araştırma aşamaları.....	88
Tablo 9. Üniversite eğitimi olan katılımcıların gözlem verileri.....	101
Tablo 10. Üniversite eğitimi olmayan katılımcıların gözlem verileri	103
Tablo 11. Erişim için motivasyon.....	105
Tablo 12. Fiziksel ve materyal erişimi	111
Tablo 13. Kullanım süresi.....	115
Tablo 14. Maddi kaynak sorunları	116
Tablo 15. Kullanım becerisi.....	117
Tablo 16. Motivasyon ve kullanım becerisi ilişkisi.....	119
Tablo 17. Dijital okuryazarlık eğitimi	121
Tablo 18. Haber içeriği güvenilirliği.....	123
Tablo 19. Teyit becerisi	125
Tablo 20. Teyit becerisi ve dijital okuryazarlık ilişkisi.....	126
Tablo 21. İçerik üreticisi türü	127
Tablo 22. Kullanım süresi ve çeşitliliği.....	129
Tablo 23. Platform yapısı sorunları.....	133
Tablo 24. MaxQda tüm temalar ve verileri	143

Şekil 1. Geleneksel Toplumdan Bilgi Çağna Geçişte Toplumsal Gelişme	22
Şekil 2. Filtre balonu döngüsü.....	53
Şekil 3. Bilgi düzensizlikleri türleri.....	56
Şekil 4. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü.....	57

Şekil 5. BİT eşitsizliği temel argüman modeli.....	69
Şekil 6. Dijital teknolojiye erişimin dört basamağı	70
Şekil 7. Bilgi açığı hipotezi	73
Şekil 8. Dijital okuryazarlığın seviyeleri	79
Şekil 9. Dijital okuryazarlık sisteminin beş unsuru	81
Şekil 10. Yöntem planlaması	87
Şekil 11. Motivasyon teması ve alt temaları.....	98
Şekil 12. Fiziksel ve materyal erişimi teması ve alt temaları.....	98
Şekil 13. Dijital beceriler teması ve alt temaları.....	99
Şekil 14. Kullanım teması ve alt temaları.....	99
Şekil 15. Sosyal medya platformlarının yapısı teması ve alt temaları.....	100
Şekil 16. Erişim için motivasyon haritası	106
Şekil 17. Fiziksel ve materyal erişimi haritası	111
Şekil 18. Maddi kaynak sorunları haritası.....	116
Şekil 19. Kullanım becerisi haritası	118
Şekil 20. Kullanım çeşitliliği haritası	130
Şekil 21. Platform yapısı sorunları haritası	133
Şekil 22. MaxQda iki vaka modeli kodlama haritası	142

1. GİRİŞ

Dijital teknolojilerin artması, genel olarak toplumları daha bağlantılı bir hale getirerek bilgiye daha hızlı erişim sağlayan bir ortam yaratma potansiyeli taşımaktadır. Bu artışın potansiyel olarak toplumda bireyler arası dijital eşitsizlikleri azaltabileceği düşünülse de bunları tamamen ortadan kaldırması mümkün olmamaktadır. Üstelik dijital teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması, birçok farklı nedene bağlı olarak kişiler arası dijital bölünmeyi derinleştirebilmektedir. Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi, bazı bölgelerde veya topluluklarda altyapı eksikliği nedeniyle erişim eşitsizliklerini artırabilir. Hızlı internet erişimine sahip olan kentsel bölgeler, kırsal bölgelere göre daha avantajlı hale gelebilir. Yeni ve gelişmiş teknolojilere erişim maliyetleri, düşük gelirli bireyler veya topluluklar için yüksek olabilir. Bu durum, ekonomik durumu zayıf olan kesimlerin dijital bölünmeye daha fazla maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu tür toplumlar arası dijital eşitsizliklerin yanı sıra bireyler arası dijital bölünme, hızla evrim geçiren teknolojiye ayak uydurmak için gerekli olan eğitim ve becerilerdeki eşitsizlikler olarak ortaya çıkmaktadır. Daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireyler, teknolojiyi daha etkili bir şekilde kullanma konusunda diğerlerine göre daha avantajlı olabilir.

Dijk, dijital bölünmeden bahsederken motivasyon, fiziksel erişim, dijital beceriler ve kullanım özelliklerine dikkat çekmektedir (2018, s. 273). Dijk'in beceri eksikliği olarak tanımladığı sorunu, dijital medya okuryazarlığı sorunu olarak da tanımlamak mümkündür. Dijital teknolojiler ve yeni medya ile ilgili eşi benzeri görülmemiş bir ilerleme yaşandığı 21. yüzyılda, dijital medya o kadar yaygın bir hale gelmiştir ki toplumumuzun her alanına nüfuz etmiştir. Bu durum, dijital medya okuryazarlığını herhangi bir vatandaşın günümüz ağ toplumuna tam olarak katılabilmesi için sağlaması gereken temel bir koşul haline getirmiştir.

Çoğu zaman, yeni medya okuryazarlığı öncelikle bilgi becerileri, geleneksel bilgisayar okuryazarlığı becerileri ve iletişim becerilerinin bir birleşimi olarak düşünülmektedir. Dijital medyanın kendine has özellikleri ve bu özelliklerin yeni medya çağında medya okuryazarlığı kavramını nasıl etkilediği konusunda literatürde bir eksiklik söz konusudur (Chen vd., 2011, s. 84).

Özellikle sosyal medyanın ve diğer dijital platformların yaygın olarak kullanıldığı günümüz ağ toplumunda, toplum yapısı ve bireyler giderek daha fazla ağ tabanlı, bağlantılı ve etkileşimli hale gelmiştir. Ağ toplumu, hızlı değişen bir ortamda var olan ve

bu değişimlere hızla uyum sağlama yeteneğiyle karakterizedir. Esneklik ve adaptasyonun önemli bir rol oynadığı bu toplumda, bilgiye erişim geleneksel iletişim modelleri yerine daha karmaşık bir biçimde gerçekleşir. Öyle ki, günümüzde bilgi ve habere ulaşmada tercih edilen ilk kaynaklar olarak karşımıza çıkan sosyal medya platformlarını kullanmak, basit ve kullanışlı olarak görülmesinin aksine birçok farklı değişkene bağlı olarak kişiler arası bilgi açıklarına neden olabilmektedir. Sosyal medyada enformasyona ulaşmada; erişim eşitsizliği, internet bağlantısı alt yapı sorunları gibi maddi kaynakların yetersizliğiyle ortaya çıkan dijital bölünmenin yanı sıra bireylerin, sosyal medyada paylaşılan haberlere yönelik bilgiyi değerlendirebilme ve güvenilir kaynakları ayırt edebilme dijital okuryazarlık becerilerinin ne düzeyde olduğu oldukça önem taşımaktadır.

Ayrıca, sosyal medya platformları, kullanıcıları belirli ilgi alanlarına göre sınıflandıran ve onlara benzer içerikleri gösteren algoritmalar kullanır. Bu, kullanıcıların kendi görüşlerini daha fazla güçlendiren ve benzer düşüncelere sahip kişilerle etkileşimde bulunmalarına neden olabilir. Bu durum, farklı bakış açılarına maruz kalmamak ve bilgi balonları içinde kalma riskini artırabilir. Öte yandan, sosyal medyada ulaşılan haberlerin güvenilirliğinin sağlanmasının zorluğu, haber içeriklerini teyit becerisinin dijital okuryazarlık seviyelerindeki uçurumu derinleştirmesi gibi bireysel temeldeki farklılıklar dijital bölünmeyi artırabilmektedir. Dijital bölünmeye etki eden tüm bu nedenleri bireyler arası farklılıkları incelerken bir bütün halinde ele almak, haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanırken ortaya çıkabilecek dijital bölünmenin büyük ölçüde hangi nedenlere bağlı olarak ortaya çıktığını görmek adına önemlidir. Buradan hareketle çalışmada, sosyal medyanın dijital bölünmeye nasıl etki ettiğini anlamak ve dijital bölünmeyi azaltma üzerine düşünmek için; internet erişimi, teknolojik altyapı, dijital okuryazarlık ve sosyal medya kullanımında algoritmaların etkileri bireyler arası incelenmiştir.

1.1.Araştırma Konusu ve Problemi

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte enformasyona dayalı toplum fikri ortaya çıkmaya başlamıştır. 1970'lerden itibaren söz edilmeye başlanan enformasyon çağı günümüzde ulaştığı seviye ile endüstri toplumunun taşıdığı tüm eksiklikleri giderme vaadini ne ölçüde yerine getirdiği tartışması devam ederken, enformasyon çağı ile ortaya çıkan yeni toplumsal yapının olanak ve risklerinden söz etmek bu yapıyı anlamlandırmak için oldukça önemlidir (Şener ve Kuş, 2015, s.55).

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve bu araçların günümüzde bilgisayar ve ağ teknolojileri ile bütünleşmesi iletişim alanında teknolojinin belirleyici olduğu bir yaklaşımı ortaya çıkarmıştır. Teknoloji merkezli yaklaşımlar, enformasyon toplumu yaklaşımları teknolojik dönüşüme olumlu açılardan bakan ve enformasyonun etkin bir biçimde kullanılmasının toplumu geliştirecek itici güce sahip olduğunu vurgulayan yaklaşımlardır. İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte enformasyon insan varlığı dışında bir değer kazanmaya başlamış, toplum merkezine yerleşmiştir (Canpolat, 2012, s. 50). Bu noktada günümüzde dijital ortamda enformasyonun ham hali olarak karşımıza çıkan verinin ulaştığı boyutlar düşünülecek olursa dijital dönüşümün, insanlardan bağımsız değer kazanmaya devam eden enformasyonun toplumsal açıdan ne denli önemli bir olgu olduğu açıkça görülmektedir.

Bilgi teknolojilerinin gelişimiyle yeni bir sosyal organizasyon türü olarak karşımıza çıkan ağ toplumunun Castells'in de vurguladığı maddi temellerinden biri olan enformasyon, günümüzde sosyal ağlarda büyük veri olarak adlandırdığımız bileşenlerden kaynağını bulmaya başlamıştır (Agca, 2017, s. 2). Gündelik yaşamımızın en yalın parçalarından en ayrıntılı bilgilere kadar ağ ile senkronize bir şekilde hareket eden devamlı bir akışın hâkim olduğu sosyal ağların sonsuz bir veri deposu olduğu söylenebilir. Bu durumda, büyük verinin dijital çağda enformasyonun konumunu tümüyle değiştirebilecek bir yapıya sahip olduğunu düşünebiliriz.

Sosyal medya platformları, web sayfaları ve benzeri veri toplayan iletişim ortamları sayesinde her türlü bilimsel ya da bilimsel olmayan içerikler veri olarak internet ortamında toplanmaktadır. Bu veriler çeşitli alanlarda (pazarlama, iletişim, gazetecilik, güvenlik, bankacılık vb.) işlevsel bir şekilde kullanılma özelliğine sahiptir. Büyük veri kavramı ilk olarak 2005 yılında O'Reilly Media'dan Roger Magoulas tarafından kullanılmıştır. Oldukça büyük boyutlu ve karmaşık yapısına dikkat çekmek isteyen Magoulas, geleneksel veri tekniklerinin bilgisayar ortamındaki veriyi analiz etmede yetersiz olduğuna değinerek bu karmaşık veri yığımına "büyük veri" kavramsallaştırmalarını yapmıştır (Dülger, 2016, s. 503). İnternet ortamlarında veri yığınlarının giderek büyümesi burada yer alan enformasyonun hem niceliksel hem de niteliksel olarak dönüşümüne neden olmaktadır.

Dijitalleşme ile birlikte, gazetecilik, haber odaları, haber kaynakları sosyal medya platformlarına dönüşürken günümüzde kullanıcıların da bilgi-haber ihtiyaçlarını karşılamak için başvurdukları ilk yer bu ortamlar olmaya başlamıştır. Toplumun her

kesiminden kullanıcıların sosyal medyayı bilgi kaynağı olarak kullanmaya başlaması beraberinde birçok olumsuz toplumsal, ekonomik ve kültürel sonuçlar doğurabilecek bir etkiye sahiptir. Bunun nedeni toplumda bilgi dağılımında ortaya çıkacak eşitsizliklerin toplumsal dönüşümü etkileyecek güçte olabileceği ve bilgide yaşanacak farklılıkların çoğalarak bireyler arası iletişim açıklarına ve anlaşmazlıklara dönüşeceği fikridir.

Dijital teknolojilerin gelişimiyle bilgi açığı; sayısal eşitsizlikler, dijital bölünme, dijital uçurum gibi yeni kavramlara işaret etmeye başlamıştır. Dijital bölünme, genellikle internete erişimi olanlar ile olmayanlar arasındaki boşluğu açıklamak için kullanılmaktadır. Ancak bu tanım, günümüz dijital çağdaki eşitsizlikleri yalnızca yeni iletişim teknolojilerine erişim imkanlarına indirgediği için çok yüzeysel kalmaktadır. Günümüz koşullarında dijital uçurumdan söz ederken materyal erişiminden medya kullanımına doğru bir bakış açısı değişikliği düşünölmeye başlanmıştır. Geleneksel medya -bilgi açığı araştırmalarından çok farklı olarak internet -bilgi açığı araştırmalarında “*motivasyon, materyal / fiziksel erişim, beceriler ve kullanım*” incelenmesi gereken önemli faktörlerdir (Dijk, 2018, s. 273).

Ağ toplumunda, gündemin değişimini destekleyen sosyoekonomik durumun, internet erişiminden çok internetin bilgi amaçlı kullanımıyla daha yakından ilişkili olduğu yapılan son çalışmalarla desteklenmektedir. Kullanıcıların sosyoekonomik durumu, özellikle gazete ve televizyon olmak üzere geleneksel medyaninkinden daha fazla bilgi amaçlı internet kullanımını belirlemektedir. Daha da önemlisi, internetin farklı kullanımı, geleneksel medyadan daha büyük bir bilgi boşluğu ile ilişkilidir. Bu bulgular, bilgi ve iletişim teknolojilerinin anlamlı kullanımındaki eşitsizlikler olarak daha iyi tanımlanabilecek dijital uçurumun, geleneksel muadilinden daha önemli olduğunu göstermektedir (Wei ve Hindman, 2011 s. 220-235).

Bilgi ve haber kaynağının sosyal medya içeriklerine kayması, sosyal medyanın bilgi kaynağı amaçlı kullanımı bilgi açığı ve dijital eşitsizlikleri sosyal medya özelinde araştırmayı önemli hale getirmektedir. Araştırmada sosyal medya kullanımı özelinde ortaya çıkacak dijital bölünme incelenmektedir.

Genel ifadeyle, bilgi kaynağı olarak sosyal medyanın kullanımının yaratacağı olanak ve riskleri doğru tespit edebilmek, dijital bölünmeyi ve bilgi açıklarını daraltabilmek adına önemlidir ve araştırılmalıdır. Çalışma, sosyal medyanın bilgi-haber kaynağı olarak kullanılmasının ortaya çıkarabileceği dijital bölünmeyi sorun edinmektedir. Araştırmanın konusunu oluşturan dijital bölünme, dijital medya

okuryazarlığı (eğitim) sorunu odaklı Dijk'ın kullanımlar ve benimse teorisi çerçevesinde incelenmiştir.

1.2.Amaç

Bu fenomenoloji çalışmasının amacı, katılımcıların sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanmasının ortaya çıkarabileceği bireyler arası dijital bölünmenin temel sebeplerini incelemek ve tanımlamaktır.

Dijital bölünme ilk düşünöldüğünde materyal ve kaynaklara fiziksel erişim açısından değerlendirilmektedir. Bu sorun günümüzde ekonomik sınıflar, cinsiyet, yaş gibi gruplar arasında halen önemli ve bölünmenin sebepleri arasında olsa da yaygınlaşan dijital medya araçlarının kullanımı ile azalma eğilimindedir. Bu azalmanın dijital bölünmenin sonunu getireceği düşüncesi ise yanlıştır. Çünkü ortaya çıkan eşit erişim durumunda bile kullanıcılar arasında kullanım ve uygulama becerileri farklılıklarından doğan bölünmeler yaşanabilmektedir. Bu tür bölünmeye ikinci seviye bölünme adı verilmektedir (Dijk, 2018, s. 272-274). Bu bağlamda çalışma dijital bölünmeyi; erişim, kullanım ve platform özellikleri olarak üç boyutlu ele alarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, katılımcıların sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanma deneyimleri Dijk'ın Kaynaklar ve Benimseme Teorisi (Erişim için Motivasyon, Fiziksel ve Materyal Erişim, Dijital Beceriler, Kullanım) üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmada dijital bölünme kavramı, bireylerin eğitim seviyesi üzerinden üniversite eğitimi olanlar ve olmayanlar olarak dijital okuryazarlık ekseninde inceleme amaçlanmıştır. Bu temel amacın yanı sıra çalışmanın odaklandığı alt amaçlar şu şekildedir:

- Katılımcıların sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanma deneyimlerini incelemek.
- Katılımcıların sosyal medyaya ulaşmada fiziksel ve materyal erişimini incelemek.
- Katılımcıların sosyal medyayı kullanım süresi, çeşitliliği ve becerilerini incelemek.
- Katılımcıların sosyal medyayı haber odaklı kullanmalarında dijital okuryazarlık seviyelerini incelemek.

- Sosyal medya platformlarının yapısının (reklam, algoritmalar, gözetim) katılımcıların sosyal medyada habere ulaşma süreçlerini nasıl şekillendirdiğini incelemek ve dijital bölünme ilişkisini araştırmak.

1.3. Önem

Bilgili bir vatandaşlık, iyi işleyen demokrasiler ve sosyal çatışmanın azaltılmasında normatif bir ön koşul olarak kabul edilir. Medya bu noktada politikalar ve çeşitli konularda birincil bilgi ve enformasyon kaynağı olarak görülmektedir. Toplumdaki bireylerin medya aracılığı ile aktarılan bilgiden yoksun kalması beraberinde iletişim açıklarına ve sosyal çatışmalara neden olabilir. Özellikle günümüz toplumlarında bilginin sosyal ağ ortamlarına kayması, geleneksel medya kaynaklarına bağlı yaşanacak eşitsizliklerden daha büyük ve karmaşık dijital bölünmenin ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bunda gerek sosyal ağların karmaşık yapısı gerekse erişimdeki sınırlılıklar ve kullanım yeterlikleri etkilidir.

Bir toplumda yeni iletişim teknolojilerine bağlı olarak ortaya çıkabilecek eşitsizlikler giderek artarsa bu durum yalnızca toplumdaki bireyler arasında olmaktan çıkarak ülkeler arası küresel bir hale dönüşerek ülkeler arası bilgi açıklarına dönüşebilir. Bu noktada, eşitsizlik çözümleri üretebilmek için bu durumun nedenlerinin geniş çaplı incelenmesi önemlidir.

Çalışma, ülkemizde sosyal medya ile ilişkili olarak çok fazla çalışılmamış olan dijital bölünme kavramının değerlendirilmesi açısından önemlidir. Genellikle fiziksel ve materyal erişimi üzerinden incelenen dijital bölünme kavramının toplumda akıllı cihazların ve sosyal medya kullanımının artmasıyla cihaz erişiminin yanı sıra dijital okuryazarlık bağlamında da incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Dijital okuryazarlık ve dijital bölünme ilişkisini incelemek, bireylerin sosyal medya üzerinden bilgiye ulaşma, iletişim kurma ve etkileşimde bulunma yeteneklerini görebilmek ve bilgi toplumu inşasında önemli olan dijital okuryazarlığın ne düzeyde bir rol oynadığını kavramak için önemlidir.

Dijitalleşme ile birlikte en önemli kavramlardan biri haline gelen dijital bölünmenin sosyal medya ile ilişkilendirilerek incelenmesi bu konuda eksik olan literatüre katkı sunacağı yönünden önemli görülmektedir.

Ülkemizde yapılan dijital eşitsizlik çalışmaları genellikle teorik düzeyde ve materyallere erişim odaklı gerçekleştirilmiştir (Hüsnuoğlu, 2016; Ahmed, 2015; Yılmaz,

2011; Akyazı, 2007; Soysal, 2017; Kuh, 2019). Bu çalışmalar incelendiğinde ağırlıklı olarak nicel yöntem kullanılarak daha çok sayısal verilere ulaşıldığı görülmektedir. Bu sonuçlar, istatistiki verilere ulaşmada önemli olsa da bireysel özelliklerin farklılığından kaynaklanan ve dijital becerilerin dijital bölünme üzerindeki etkisini görmede nitel verilere ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan nitel araştırma bakış açısı ile katılımcılar odağında derinlemesine inceleme yapmayı amaçlayan bu çalışma, bu açıdan eksik olan literatüre katkı sağlaması açısından önemlidir. Özellikle çalışma belirli bir teoriyi (kaynaklar ve benimseme) kılavuz olarak sosyal medya ve haber özelinde incelemesi açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4.Araştırma Soruları

Araştırma soruları, çalışmada araştırmanın konusu ve amacına yönelik yanıtlanmak üzere belirlenen ve genellikle genelden özele doğru oluşturulan sorulardır. Bu sorular oluşturulduktan sonra mevcut yayınlanmış literatürün bu soruları yanıtlanıp yanıtlanamayacağını veya yeni verilerin toplanmasının gerekip gerekmediğini düşünmek gerekmektedir (Mattick vd., 2018, s. 105). Bu doğrultuda çalışma soruları, literatürde yeni verilere ihtiyaç duyulduğu düşünülen aşağıdaki sorulardan oluşmaktadır. Ayrıca sorular nitel çalışmaların özünü oluşturan ‘nasıl’ sorgulamasıyla hazırlanmıştır.

- Haber kaynağı olarak sosyal medya katılımcılar tarafından nasıl kullanılmaktadır?
- Katılımcıların sosyal medyaya fiziksel erişimi nasıl gerçekleşmektedir?
- Katılımcıların sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanım çeşitliliği ve becerileri nasıldır?
- Katılımcıların sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanma motivasyonları nasıldır?
- Ağ toplumunda haber odaklı sosyal medya kullanımı bireyler arası dijital bölünmelere nasıl yol açmaktadır?
- Dijital okuryazarlık ve dijital bölünme ilişkisi nasıldır?

1.5. Varsayımlar

Araştırmanın neden yapıldığına dair motivasyonları kapsayan varsayımlar, araştırmanın dayandığı alanyazına, yöntemine ve araştırma sürecine göre geliştirilmektedir (Johnson ve Christensen, 2008, s. 133; Tashakkori ve Creswell, 2007, s. 80). Bu doğrultuda araştırmanın varsayımları:

- Araştırma yönteminin araştırma amaçlarına uygun olarak belirlendiği varsayılmaktadır.
- Bireylerin sosyal medyayı haber kaynağı, bilgi edinme amaçlı kullanmalarında motivasyon, kullanım, dijital beceri farklılıkları olduğu varsayılmaktadır.
- Bireyler arası eğitim seviyelerinin farklı düzeylerde olmasının, bireylerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanmalarında dijital okuryazarlık becerilerinde farklılık yaratabileceği varsayılmaktadır.

1.6.Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları, veri toplama ve çözümlemede kullanılan yöntemlere ve elde edilecek bulguların niteliğine bağlı olarak, araştırmadan çıkartılabilecek sonuçların sınırlarını önceden belirlemeyi içerir (Jupp, 2006, s. 325). Buna göre, araştırmanın sınırlılıkları şu şekilde belirtilebilir:

- Araştırma, amaca yönelik örneklem ile belirlenen 24 katılımcı ile sınırlıdır.
- Çalışma verileri, Ocak 2022- Mayıs 2023 zaman diliminde toplanmıştır ve bu nedenle sonuçlar, bu belirli dönemdeki koşullara dayanmakta ve bu tarih aralığı ile sınırlıdır.
- Araştırma, nitel çalışma tasarımına sahiptir ve fenomenolojik yaklaşımla çerçevelendirilmiştir. Bu doğrultuda, elde edilen bulgu ve sonuçlar evrene genellenmemektedir. Araştırmanın sonuçları katılımcıların bireysel deneyimleri ile sınırlıdır.
- Araştırmada ele alınan dijital bölünme konusu katılımcıların eğitim seviyeleri ile sınırlandırılarak dijital okuryazarlık ilişkisi ile sınırlandırılmıştır. Katılımcıların sosyoekonomik durumları araştırma kapsamına alınmamıştır.
- Araştırmada incelenen dijital bölünme ve sosyal medya ilişkisi sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılması ile sınırlandırılmıştır.

2. ALANYAZIN

2.1.Dijital Çağ Dinamikleri

Alanyazının ilk bölümünde, dijital çağ dinamikleri genel başlığında; teknolojik gelişmeler, bilgi toplumuna geçişle birlikte şekillenen toplumsal, ekonomik, kültürel ve iletişimsel değişimler ele alınmıştır. Ağ toplumunu daha iyi kavrayabilmek adına öncesinde, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte ortaya çıkan paradigma değişimini ve temel enformasyon teorilerini genel hatlarıyla ortaya koymak önemlidir.

2.1.1. Toplum, Teknoloji ve İletişim İlişkisi

İnsan ve teknoloji ilişkisi ilk aletin yapımından günümüz dijital teknoloji çağına kadar süregelmekte ve toplumsal yaşamın ana parçalarından birini oluşturmaktadır. Teknoloji toplumsal yaşamın gerçekliğini oluştururken insan ve teknoloji arasındaki ilişkiyi çok yönlü bir bakış açısı ile düşünmek doğru olacaktır.

Heidegger, teknolojinin insanın içinde var olan ve içgüdüsel olarak insana hizmet eden yapısından söz etmektedir. İnsanoğlunun teknolojiyi tarafsız bir şey olarak görmeye başladığında ona tamamen teslim olduğunu vurgulayan Heidegger, teknolojinin iki farklı şekilde değerlendirildiğini söylemektedir. Bunlardan ilki, teknolojinin sonuca ulaşmak için bir araç olarak kullanılması, diğeri ise teknolojinin insan faaliyetinin bir sonucu olarak ortaya çıkmasıdır. Aslında her iki düşünce de birbirini besleyen ve tamamlayan yapıdadır (1977, s. 4).

Teknoloji sadece bir araç olarak düşünülmemelidir, teknoloji aynı zamanda bir ifşa yoludur. Teknoloji açığa çıkardığı yeni gerçekliklerle yeni dünyaların kapılarını aralamaktadır. Teknoloji, daimî bir varlık olarak gördüğü dünyayı var olduğu ve geliştiği sürece meydana getirmeye devam eder. Bunu yaparken doğurabileceği olumsuz sonuçları gizleyerek kendi yeni sistemini topluma benimsetmektedir (Heidegger, 1977, s. 12- 14).

Teknoloji ve insan ilişkisi incelemelerinde iki farklı görüş olan ‘teknolojik belirlenimcilik’ ve ‘sosyal belirlenimcilik’ yaklaşımlarından söz edilebilir. Belirlenimci yaklaşımlar, neden sonuç ilişkisi içinde ortaya çıkan durumları belirli nedenlere dayandırarak açıklamaya çalışırlar. Teknolojik belirlenimcilik yaklaşımı, teknolojinin toplumsal değişimin ana kaynağı olduğunu ve değişimi yaratan diğer süreçlerden daha önemli olduğunu savunur. Özellikle endüstri devrimi sonrasında daha ön plana çıkan bu yaklaşım, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte gelişim düşüncesinin merkezine yerleşen

teknolojik sistemlerin insan uygarlığına daima katkı sağladığını belirtmektedir. Buhar makinesinin icadı nasıl fiziki mesafe ve güç kavramını, toplumların yaşayış biçimlerini tümüyle değiştirdiyse aynı şekilde elektrifikasyon ve devamında elektrik bilgisini kullanan telekomünikasyon cihazları da yepyeni dönemler başlatarak insanların nesnelere kullanım alışkanlıklarından, zaman mekân algısına kadar yeni hayat biçimlerini doğurmuştur. Teknolojik belirlenimcilik yaklaşımının önde gelen isimlerinden McLuhan, teknolojik araçların insanları değiştirdiğinden söz eder ve artık teknolojinin gelişmesiyle biçimin içerik üzerindeki üstünlüğünü savunmaktadır (Artut, 2014, s. 41-49). McLuhan, iletişim süreçlerinde kullanılan ortamların iletişimi etkilediğini ve kitle iletişim araçlarının içeriğinden ziyade biçiminin önemli etkilere sahip olduğunu belirterek; “araç mesajdır” vurgusunu yapmaktadır (McLuhan ve Fiore, 2005, s. 41).

Teknolojik determinizm düşüncesiyle ana akım iletişim kuramlarında da karşılaşılmaktadır. Chicago Okulu'nun pragmatik anlayışla şekillendirdiği sosyolojik araştırmaları ilk iletişim çalışmaları arasında yer alır. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayi devriminin etkisindeki dünyada, kitle iletişim araçlarının da gelişimiyle toplumsal dönüşüm, iletişim çalışmalarında da teknoloji merkezli düşünülmeyle başlamıştır. Toplumlar kitle iletişim araçları ile bir araya gelen bütün bir organizma olarak görülmüş, teknolojik değişimin kaçınılmaz olduğu savunulmuştur. Chicago Okulu'nun mevcut sosyal ve ekonomik sorunları yadsıyarak sadece teknoloji merkezli teknoloji iyimser bakış açısı sosyal belirlenimcilik anlayışı tarafından eleştirilmektedir (Babe, 2009, s. 119'dan akt. Durdağ, 2017, s. 272). Chicago Okulu'nun çalışmalarını takiben kitle iletişim teknolojisinin yaygınlaşmasıyla ön plana çıkan 'etki' yönelimli çalışmalar da aynı şekilde teknolojik determinizmi, teknolojinin bireyler ve toplum üzerinde büyük ölçüde dönüştürücü etkisinin olduğunu savunmaktadır. Örneğin, televizyon bireyler üzerinde bazı davranış modellerini etkileyebilir ve izleyiciler televizyon rolleri ile özdeşleşebilmektedir (Lowery ve DeFleur, 1995, s. x).

İlerleyen dönemde özellikle teknoloji aracılığı ile modernitenin gelişimi ve karşılıklı etkileşim olarak modernizmle birlikte de teknoloji temelli iletişim ve medyanın ön plana çıktığı görülmektedir. Teknoloji ile bütünleşen bilginin iletişimi olarak adlandırılan bilişim, çağa yön veren ana etken olarak düşünülmektedir. Tekniğin bir uzantısı olarak teknoloji, hayatın her alanında köklü dönüşümler yaratmaktadır. Yaşanan dönüşümleri ve toplum-teknoloji ilişkisini açıklamak adına yeni bir kavram olarak 'teknium' olgusu karşımıza çıkmaktadır (Yengin, 2015, s. 191-192).

Kelly, küresel ve büyük ölçüde birbiriyle bağlantılı teknoloji sistemini tanımlamak için *tekniyum* kavramını kullanmaktadır. Teknolojiyi iyimser bakış açısıyla sorgulayan Kelly, insanlık adına elde etmiş olduğumuz, sevdiğimiz her şeyin teknoloji tarafından kazandırıldığını düşünmektedir. Tekniyum, teknolojinin canlı ve sürekli büyüyen bir organizma olmasıdır. Ancak teknolojik bağımsızlık kavramını düşündüğümüzde, genellikle teknolojinin donanımsal yapısı ve insanlara bağımlı, eylemsiz şeyler olarak belirtildiği görülmektedir. Ancak organizma olarak bahsettiğimiz teknolojinin yapısı sadece insanların yönlendirebileceğinden fazlası, kendi kendini üretebilen yapısı unutulmamalıdır (Kelly, 2010, s. 11-12).

Kendi kendini ilerleten bir güç olarak teknoloji, insanların uymak zorunda oldukları ve insanı genişleten oluşumlardır. Tıpkı McLuhan'ın belirttiği, 'teknoloji insanın uzantısıdır' düşüncesinin bir devamı olarak tekniyum düşüncesi de fikirler anlamında genişleyen insanı temsil eder. Kelly, McLuhan'ın teknolojiyle ortaya çıkan araçların insan uzuvlarının bir devamı olarak beden genişlemesi, fikrini geliştirmiş ve teknolojinin zihinlerin bir uzantısı olduğunu belirtmiştir. Tekniyumun evrimi, yani canlı bir organizma olarak düşündüğümüz teknolojinin evrimi, genetik organizmaların evrimini taklit etmektedir. Her iki sistemin evrimi de basitten karmaşıklığa, genelden özele, tekdüzelikten çeşitliliğe, bireysellikten etkileşime, enerji israfından verimliliğe doğru hareket etmektedir. Tek fark teknolojinin fikirleri ifade ettiğidir. Teknolojinin kendi kendini geliştiriyor olması, herhangi bir teknolojinin parçalarının diğer teknolojiler tarafından paylaşılıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle günümüz bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gibi ana bilgisayar teknolojisinin kendisi dışında diğer teknolojik ürünlerde de kullanımı geliştikçe, otomatik olarak çok fazla gelişme ve teknoloji genişlemesi yaşanmaktadır (Kelly, 2010, s. 43-45).

Sosyal belirlenimcilik yaklaşımı ise, teknolojik belirlenimciliğin öne sürmüştüğü bu düşüncelere karşıt fikirler geliştirmiştir. İnsan teknoloji ilişkisi incelenirken sosyokültürel temelli değişkenlerin teknolojik gelişmeleri etkilediğinden söz edilir (Artut, 2014, s. 51). Bu yaklaşımın önemli savunucularından Pinch ve Bijker (1984), kısaca SCOT (social construction of technology)¹ olarak bilinen 'teknolojinin sosyal yapılanması' kuramını geliştirmişlerdir. Kurama göre, teknolojik gelişim, pek çok teknoloji düşüncesinde var olan lineer modellerin aksine çok yönlü bir modeldir

¹Teknolojinin toplumsal inşası.

savunmaktadır. Sosyal yapılanmalar, teknolojik gelişmelere yön vererek bu gelişmelerin her toplumsal yapı için farklı sonuçlar doğurabilmektedir (Pinch ve Bijker, 1984, s. 410-412).

Tablo 1. *Erken Dönem İletişim Kuramlarında Teknoloji ve Toplumsal Değişim İlişkisinin Ele Alınışı* (Durdağ, 2017, s. 281-282).

Diyalektik Materyalizm	Teknoloji ve toplumsal değişim, <i>diyalektik materyalist</i> bir kavrayış ekseninde ele alınır. Teknoloji toplumsal olduğundan her daim politiktir de. Kapitalist antagonizmaların bir parçası olarak teknoloji, çelişki ve çatışma denli özgürleşim potansiyelini de barındırır.	Birey toplumsal bir varlık ve belirli toplumsal ilişkiler bütünlüğü içerisinde kavranır. Toplum da, belirli bir tarihsel bütünlük içerisinde toplumsal yeniden üretim için bir araya gelen bireylerin ilişki ve etkileşim bütünlüğü olarak kavranır.	Toplumsal pratik, belirli tarihsel-toplumsal ilişkiler bütünlüğü içerisinde ve de sınıf çatışması bağlamında kavranır. Teknolojinin, tahakkümün yeniden üretimine hizmet etmesi veya özgürleşim lehine bir dönüşüme olanak sağlaması, bir toplumsal pratik olarak sınıf mücadelesinin şiddetince belirlenir.	İletişim bir süreç olarak, maddi ve sembolik toplumsal yeniden üretimin merkezindedir.
-------------------------------	--	--	--	--

Tablo 1. (Devam) Erken Dönem İletişim Kuramlarında Teknoloji ve Toplumsal Değişim İlişkisinin Ele Alınışı (Durdağ, 2017, s. 281-282).

Konumlanmalar		Düzeyleyler			
		Teknoloji	Toplum/Birey	Toplumsal Pratik	İletişim
Teknolojik Determinizm	<i>İyimser</i>	Teknoloji ve toplumsal değişim arasında <i>çizgisel ve mekanik neden-sonuç ilişkisi</i> kurulur. Teknoloji toplum dışı ve yansız olarak kavranır. Toplumun dışında gelişerek tüm toplumsal sonuçları <i>olumlu</i> biçimde belirler.	Birey, toplumsal ilişkiler bütünlüğünden yoksun, atomize biçimde kavranır. Değişimin motoru teknoloji karşısında birey edildir.	Toplumsal pratik birey merkezli kavrandığından çelişki ve çatışmadan muafur.	İletişim, toplumsal ve maddi bağlamından yoksun biçimde araç ve mesaj odaklı <i>çizgisel ve şematik</i> bir anlayışa hapsolür.
	<i>Kötümser</i>	Teknoloji toplumsal değişimi ve tüm toplumsal sonuçları <i>olumsuz</i> biçimde belirler. Teknolojinin toplumsal kontrol ve tahakkümün yeniden üretimi ve yaygınlaştırılmasına hizmet ettiği kabul edilir. Teknolojinin özgürleşimci olasılıkları tartışma dışıdır.	Teknolojinin doğrudan olumsuz sonuçlar karşısında birey ve toplum edildir.	Teknolojinin, toplumsal bir pratik olarak "kültür"e sirayet etmesinin kültürel ürünün eleştirel ve özgürleşimci niteliğini kaybetmesine neden olduğu varsayılır.	Teknoloji dolayısıyla iletişimin baskıcı ve manipülatif bir karaktere büründüğü varsayılır.

Ana akım, etki yönelimli çalışmaların teknoloji görüşlerini eleştiren Frankfurt Okulu üyelerinin çoğunluğu, teknolojik gelişmeyi ele alırken daha eleştirel bir bakış açısı sergilemektedir. Horkheimer ve Theodor W. Adorno, 'kültür endüstrisi' kavramıyla kültürel olanın iletişim teknolojileri ile ürüne dönüştürülmesi üzerinden teknolojinin toplum üzerindeki etkilerini incelemiştir. Burada sözü edilen toplumu dönüştürücü güç yine teknoloji olarak görülmektedir, ancak kültür endüstrisi kavramı açıklanırken bunun teknolojinin doğrudan bir sonucu olmadığı, mevcut üretim ilişkilerinin teknoloji üzerindeki gücüne işaret ederler. Yani teknoloji, kültür ve toplum ilişkisi maddi bir temele oturtulmaktadır (Durdağ, 2017, s. 278). Mevcut üretim ilişkileri teknolojiyi etkilerken topluma ulaşmada yeniden üretimi zorunlu kılmaktadır ve kültürel ürünlerin üretimini ve dağıtımını teknoloji ile endüstriyel bir sürece dönüştürülmektedir. Kültür endüstrisinde üretilen ürünlerin tüketicilerin gereksinimleri noktasında standartlaştırılarak kolayca kabul görmesi sağlanmakta, böylece bu üretim sistemi pekişerek devamlılığını sağlamaktadır (Adorno ve Horkheimer, 2014, s. 163).

Frankfurt Okulu temsilcilerinden Marcuse de genel anlamda diğerlerinin sahip olduğu teknolojiye karşı eleştirel bir bakış açısına sahiptir. Teknolojinin devletin denetim

mekanizması olarak kullanıldığına ve toplumsal kontrolü sağlamak için yönlendirildiğine dikkat çeker. Kitle iletişim teknolojisi ile toplum bilgilenme ve eğlence ihtiyaçlarını giderirken aynı zamanda kitle bilincinin oluşmasına hizmet etmekte ve koşullanmaktadır. Teknolojinin yaygınlaşması ile patronuyla aynı gazeteye sahip olabilen ve aynı televizyon programını izleyebilen işçi, sınıf farklılıklarının kalktığına işaret eden bir portre çizse de bu durum tam tersi anlamda her sınıfı denetimi altına alıp kitle hareketlerini ve tek boyutlu insanı oluşturmayı hedefleyen teknolojinin bir yapılanmasıdır (Marcuse, 1990, s. 6-8).

Teknolojik determinizm gerek ilk iletişim çalışmalarında gerekse enformasyon çağı çalışmalarında sıkça başvurulan, zaman zaman desteklenen zaman zaman da eleştirilen bir bakış açısıdır. Hem iyimser hem de kötümser olarak farklı yönleri ile teknolojik determinizm, toplumsal değişim ve teknoloji ilişkisi kurarken neden sonuç ilişkisi içinde birey edilgen bir yapıda düşünüldüğünden teknoloji daima üstün gelir. Bu durum dünyanın gidişatını sadece teknoloji merkezli düşündürerek diğer sosyo kültürel ve ekonomi gibi dinamikleri göz ardı edebilir (Güngör, 2013, s. 197).

Teknolojinin tüm bu güçlü etkilerini kabul etmekle birlikte teknolojik determinizmi eleştiren, karşı çıkan düşünürlerin sayısı da az değildir. Riesman, özellikle sanayileşme ile birlikte teknolojinin ilerleyişini toplumlara getirilerinin yanında götürülerinin de fazla olduğuna değinmektedir. Kitle iletişim teknolojilerinin bireyleri kitleleştirme etkisinin ortaya çıkardığı olumsuz bir sonuç olarak kitle içerisinde yalnızlaşan bireyleri vurgulamaktadır. Bunlardan söz ettiği *Yalnız Kalabalıklar* isimli eserinde, kitle iletişim araçlarının, geleneksel toplumlarda bireylerin aile, komşuluk, din gibi birincil gruplardan aldıkları değer yargılarını zayıflattığını ve bireyleri, medya tarafından sunulan popüler kültür ve tüketim kalıplarına uyum sağlamaya yönlendirdiğinden söz etmektedir. Riesman'a göre, dışa yönelimli² bireyler, çevrelerindeki insanların beklenti ve davranışlarına göre şekillenir. Kitle iletişim araçları,

²Riesman, kitle iletişim araçlarının, geleneksel toplumlarda bireylerin aile, komşuluk, din gibi birincil gruplardan aldıkları değer yargılarını zayıflattığını ve bireyleri, medya tarafından sunulan popüler kültür ve tüketim kalıplarına uyum sağlamaya yönlendirdiğini belirtir. Riesman, bu değişimi, gelenek yönelimli, içe yönelimli ve dışa yönelimli olmak üzere üç tip karakter yapısıyla açıklar. Gelenek yönelimli bireyler, toplumun geleneksel değerlerine bağlıdır. İçe yönelimli bireyler, kendi iç dünyalarına odaklanır. Dışa yönelimli bireyler ise, çevrelerindeki insanların beklenti ve davranışlarına göre şekillenir (Riesman, 2016, s. 31- 42).

bireyleri dışa yönelimli karakter yapısına sahip olmaya itmekte ve bu durum bireylerin yalnız kalabalık bir toplumda yaşamalarına neden olmaktadır (Riesman, 2016, s. 41-42).

Teknolojik belirleyiciliğe net karşı duruşuyla bilinen bir başka düşünür olan Raymond Williams da teknolojinin olumsuz yönlerine odaklanarak bunları ortaya koymaktadır. Teknolojinin toplumsal dönüşümün merkezinde görülmesini eleştiren Williams, herhangi bir teknolojiyi değişimin sebebi olarak düşünürken ne tür bir sebep olduğunu diğer toplumsal, kültürel, psikolojik gibi etkilerle birlikte düşünülmesi gerekliliğinin üzerinde durmaktadır. Williams, teknoloji eğer bir sebepse etkilerinin değiştirilebilir veya kontrol edilebilir olduğunu ve bu açıdan toplumun teknolojiyi belirlediğini söylemektedir. Bu anlamda asıl önemli olan teknolojinin ortaya çıktığı, var olduğu toplum yapısıdır çünkü toplum yapısı teknolojinin kullanımını da şekillendirmektedir (Miller, 2003, s. 42-43). Öyle ki Williams matbaa örneği ile bu durumu açıklamaktadır. Matbaanın icadından ancak 300 yıl sonra İngiltere’de okuma yazma oranı artmıştır. Yani teknolojik gelişmenin etkisi mevcut toplumun sahip olduğu toplumsal, ekonomik, siyasal gelişmelerle oldukça yakından ilgilidir (Güngör, 2013, s. 187). Aynı şekilde günümüz ağ teknolojileri ile ilgili toplumsal değişimi düşündüğümüzde her toplumda bu değişimin benzer oranda olmadığı özellikle ekonomik, politik ve teknoloji okuryazarlığı anlamında eğitim süreçleri ile şekillendiği görülmektedir.

Önemli teknoloji tarihçilerinden Melvin Kranzberg de teknolojik determinizmin sorunlu yanlarını eleştirmektedir. Kranzberg’in teknoloji hakkındaki düşünceleri tekno-iyimser ve tekno-kötümser düşünürlere göre daha arabulucu ve dengelidir. *Technology and History: "Kranzberg's Laws"* isimli makalesinde; “Kranzberg’in ilk kanunu şu şekildedir: Teknoloji ne iyi ne kötü, ne de tarafsızdır” diyerek teknolojiye geniş bir perspektiften yaklaşmaktadır. Teknolojinin bir güç olduğu konusunda diğer düşünürlerle hem fikir olmasının yanı sıra eleştirdiği nokta teknolojik determinizmin teknolojiye olan kaderci ve kaçınılmaz bakış açısıdır (Kranzberg, 1986, s. 545). Öyle ki Lynn White’in görüşüne³ göre; “teknolojik bir cihaz sadece kapıyı açmakta ancak içeri girilmesi için zorlamamaktadır” (White, 1962’den akt Kranzberg, 1986, s. 545).

³Bu görüşe göre, insanların uygun gördüğü şekilde kullandıkları özgür bir araç olarak teknoloji kullanımı, birçok farklı faktöre göre belirlenebilir. Yeni bir teknolojiyi açık bir kapı olarak düşünüldüğünde Kranzberg, açık bir kapının aynı zamanda bir davet olduğunu, ayrıca açılan kapıya kimlerin karar verdiği, girdikten sonra insanların nasıl yönlendirildiği ve geri dönülebilir olup olmadığı gibi birçok sorgulama yapmaktadır (Kranzberg, 1986, s. 545).

Hızla gelişen ve değişen teknolojinin iyi, kötü veya taraflı olması durumu teknolojinin nasıl kullanıldığı ve toplum tarafından o teknolojiye nasıl bir değer atfedildiği ile ilgilidir (Tonta, 2012, s. 231). Bu görüşe göre, insanların uygun gördüğü şekilde kullandıkları özgür bir araç olarak teknoloji kullanımı, birçok farklı faktöre göre belirlenebilir.

Teknoloji, farklı bağlamlarda ve koşullarda uygulandığında oldukça farklı sonuçlar doğurabilir. İlk ortaya çıktığında bir nimet olarak görülen teknolojik bir uygulama, daha sonraları yaygınlaştıkça kullanım şekillerine bağlı olarak bir tehdit haline de dönüşebilir. Teknolojik ilerleme, gıda arzını artırmada, maddi malların tedarikinde, iletişimin sağlanmasında, insan ömrünün uzamasında çok sayıda fayda sağlamasına karşın teknolojinin gerçekte beklentileri ne düzeyde sağlayabildiği ve faydalarıyla doğru orantılı gelişen tehditlerin paradoksal zeminde yarattığı memnuniyetsizlikler de bir hayli fazla olabilmektedir. Örneğin nükleer teknoloji, sağladığı sınırsız enerji kaynağının yanı sıra dünya çapında imha olasılığını da beraberinde getirmiştir. Teknolojinin kısa vadeli ve uzun vadeli sonuçları değişen toplumsal faktörlere bağlı olarak her zaman birbirinden farklı olmaktadır (Kranzberg, 1986, s. 545-547).

Aynı şekilde enformasyon teknolojilerini düşündüğümüzde enformasyon dağıtımı, bilgilendirme ve sınırsız iletişim imkanları ile umut vadeden bir güç olarak ortaya çıkmışken günümüz dünyasında bu olumlu etkilerin paralelinde gelişen özellikle denetim, kontrol, bilgi eşitsizlikleri gibi olumsuzluklar da gelişmeye devam etmektedir. Castells, Kranzberg'in düşüncelerine benzer bir yaklaşım sergileyerek; enformasyon teknolojisi paradigmasının bu anlamda çok çeşitli bir ağ olarak genişlemeye doğru gittiğini ve maddi özellikleri bakımından güçlü, dayatıcı olmasının yanı sıra tarihsel gelişimi anlamında uyarlanabilir ve açık uçlu olduğunu belirtmektedir (Castells, 2005, s. 96).

Teknolojik determinizmin, teknolojik zorunluluğun, yani teknolojinin hayatlarımızı yönettiğinin farkında olmak, bireylerin değişen paradigmalara ilgili çoklu okuryazarlıklar geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Özellikle günümüz gelişen iletişim teknolojilerinin yarattığı enformasyon bombardımanı ile yanlış bilgilendirme ile mücadele anlamında dijital okuryazarlığa sahip bireylerin çoğalması ile birlikte makineler, 'kullanıcı dostu' hale gelebilir (Sansbury, 2014, s. 42).

2.1.2. Enformasyon Çağı ve Bilgi Toplumunun Doğuşu

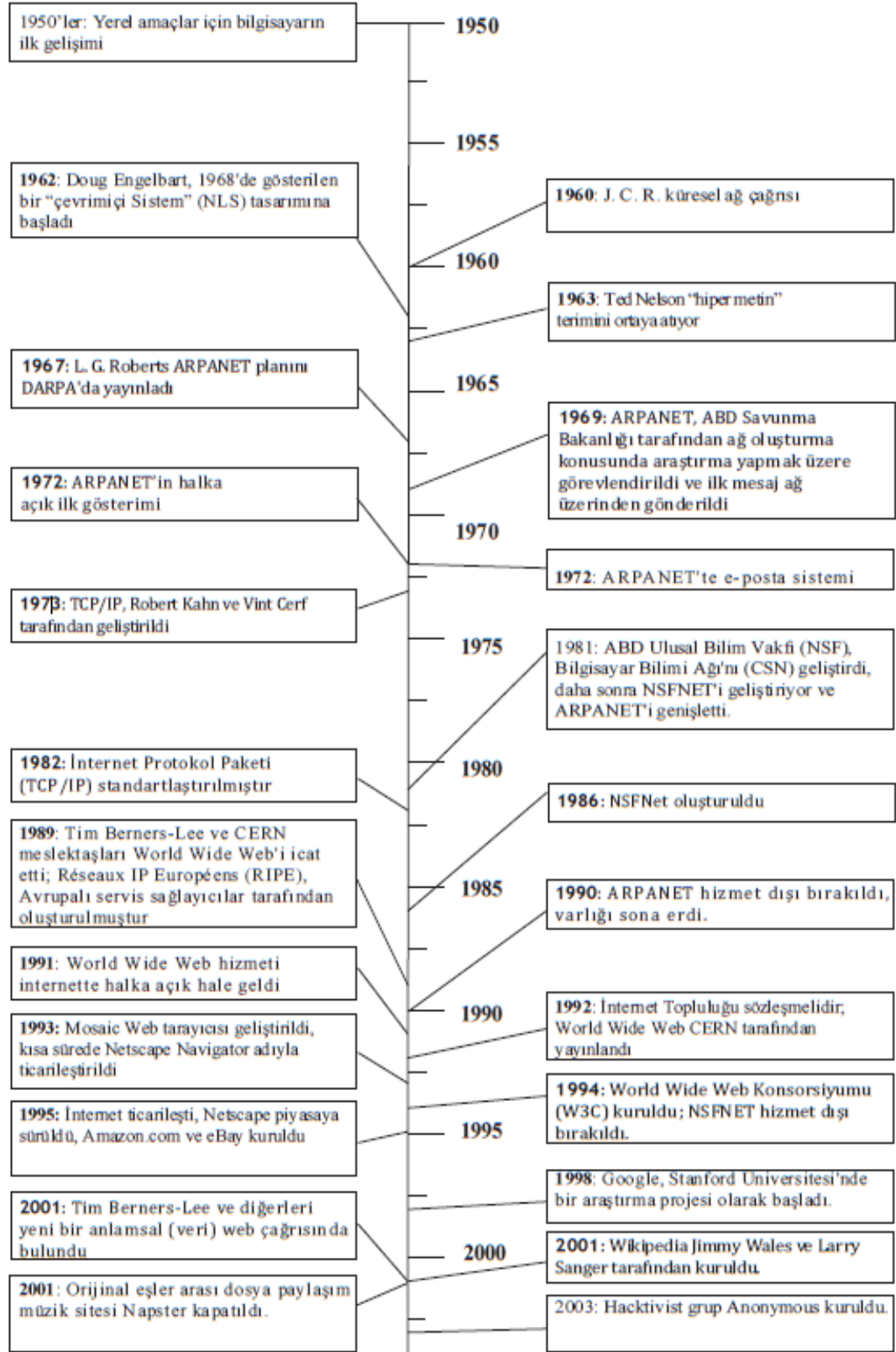
İletişim teknolojilerinin değişen yapısı, içinde bulunduğu döneme ve toplumsal ilişkilerin farklılaşmasına göre şekillenmektedir. 20. yüzyıl teknolojik gelişmeler açısından oldukça önemli gelişmelere sahne olmuş ve yaşanan gelişmeler ile toplum yapısı şekillenmeye başlamıştır. Üretim- tüketim ilişkilerini bütünüyle değiştiren ve buna bağlı olarak toplumsal yaşama da köklü değişiklikler yaratan ilk önemli teknolojik devrim sanayi devrimidir. Bilindiği üzere sanayi devrimini tetikleyen buhar makinesinin icadıdır. Bu önemli gelişme 18. yüzyıla ve daha sonrasına damgasını vurarak insanlık tarihinde bir sıçrama yaratmıştır. İnsanlık tarihini tümüyle değiştiren, tarım toplumunu oluşturan, seri üretime bağlı olarak tüketim davranışlarını da değiştiren bu önemli teknolojik devrimin etkileri, toplumların sahip oldukları farklı dinamiklere göre değişiklik gösterse de her toplum için kaçınılmaz yeni başlangıçlar yaratmıştır. Tıpkı bu büyük teknolojik devrim gibi insanlık tarihini bütünüyle değiştiren ikinci bir önemli gelişme ise, bilgi ve iletişim teknolojileri ile gerçekleşen bilgi devrimidir (Yeloğlu ve Sözen, 2010, s.21).

Bilgi devriminin tarihsel gelişimine bakacak olursak öncelikle internetin ortaya çıkışından söz etmek gerekir. İnternet, İkinci Dünya Savaşı sonrasında 1960'larda Amerika'da ARPANET isimli bilgisayar ağı, her ne kadar askeri amaçlara hizmet etmek için ortaya çıkmış olsa da daha sonraları gelişimine devam ederek 1990'lı yıllarda kişisel bilgisayarlar ile zaman içerisinde küresel bir boyut kazanarak teknolojik devrimin ana kahramanı olmuştur. ARPANET'in ilk aşamalarında bilgisayarlar arası bağlantılar, dağınık kaynakların aynı zamanı paylaşmasını sağlamak için kullanılmıştır. Sonralarında ise önemli gelişme, Ray Tomlinson'un geliştirdiği uygulama sayesinde e-posta yoluyla ağ kullanıcılarının birbirleri ile iletişim kurmaya başlamasıdır. Bilgisayar iletişimin ilk örneği olan bu gelişme ile birlikte bilgi aktarımı giderek artmaya başlamıştır (Castells, 2005, s. 62-63). 1990'lı yıllarla birlikte kişisel bilgisayarların giderek yaygınlaşması ile ağdaki bilgiyi kategorize etmek ve kullanımını kolaylaştırmak önemli hale gelmeye başlamıştır. Ortaya çıkan bu sorun ile birlikte yeni bir hamle gerçekleştirildi ve bilgiye ulaşmak için basit bir arama sistemi sunan 'world wide web' tasarlandı. CERN⁴ ekibi, bu yeni yazılımı ücretsiz olarak dağıtmış ve dünyanın dört bir yanında teknoloji merkezleri tarafından kurulmaya başlanmıştır. Tüm bu gelişmeler ile internetin iletişim gücü giderek arttı ve telekomünikasyon ile bilgisayarlar arasındaki ortak gelişmeler ile merkeze bağlı

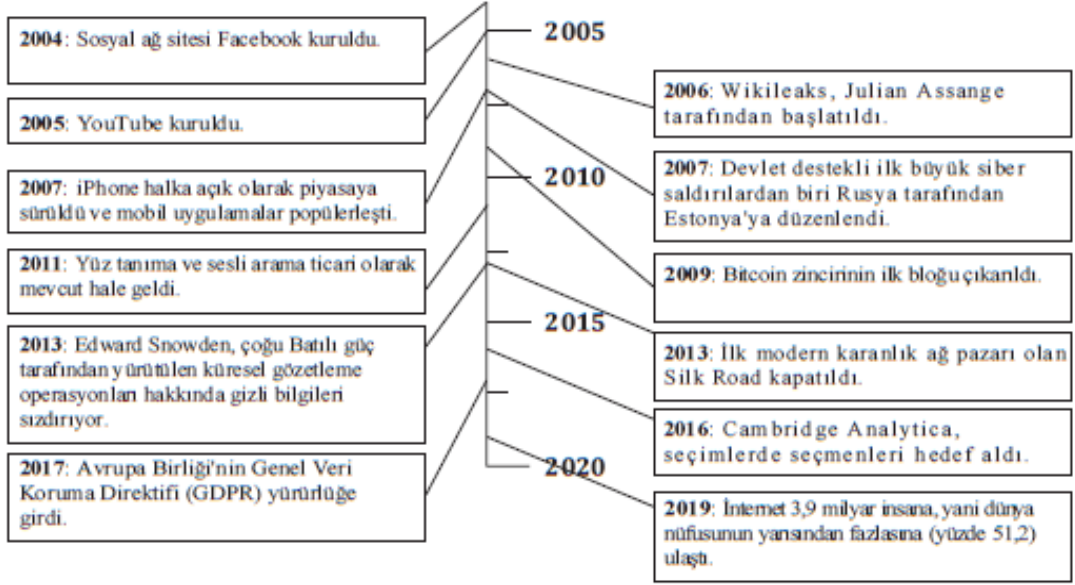
⁴Bilgisayar ağ iletişimi alanında Avrupa parçacık fiziği laboratuvarı (Abbate, 2011, s. 473).

olmayan mikrobilgisayar teknolojisi doğdu. Ortak internet protokollerini kullanan veri tabanı serverları ile uygulama serverları olan mega serverlara erişim kapasitesine sahip web serverlar olarak adlandırılan iletişim halindeki bir ağ oluşturulmuştur. Kullanıcılar böylelikle bu ağlara evde, işte, sokakta, ulaşım araçlarında, kısacası her türlü ortamda bağlanabilme imkanı bulmaktadırlar. Geniş bant teknolojisinin de oluşturulmasıyla birlikte veri aktarım kapasitesi oldukça artarak fiber optik teknolojisi ile sayısal aktarıma dayalı küresel bir iletişim alt yapısı oluşmuştur (Abbate, 2011, s. 473- 477).

Tablo 2. İnternet teknolojisinin tarihsel gelişimi (Graham ve Dutton, 2019)



Tablo 2. (Devam) İnternet teknolojisinin tarihsel gelişimi (Graham ve Dutton, 2019)

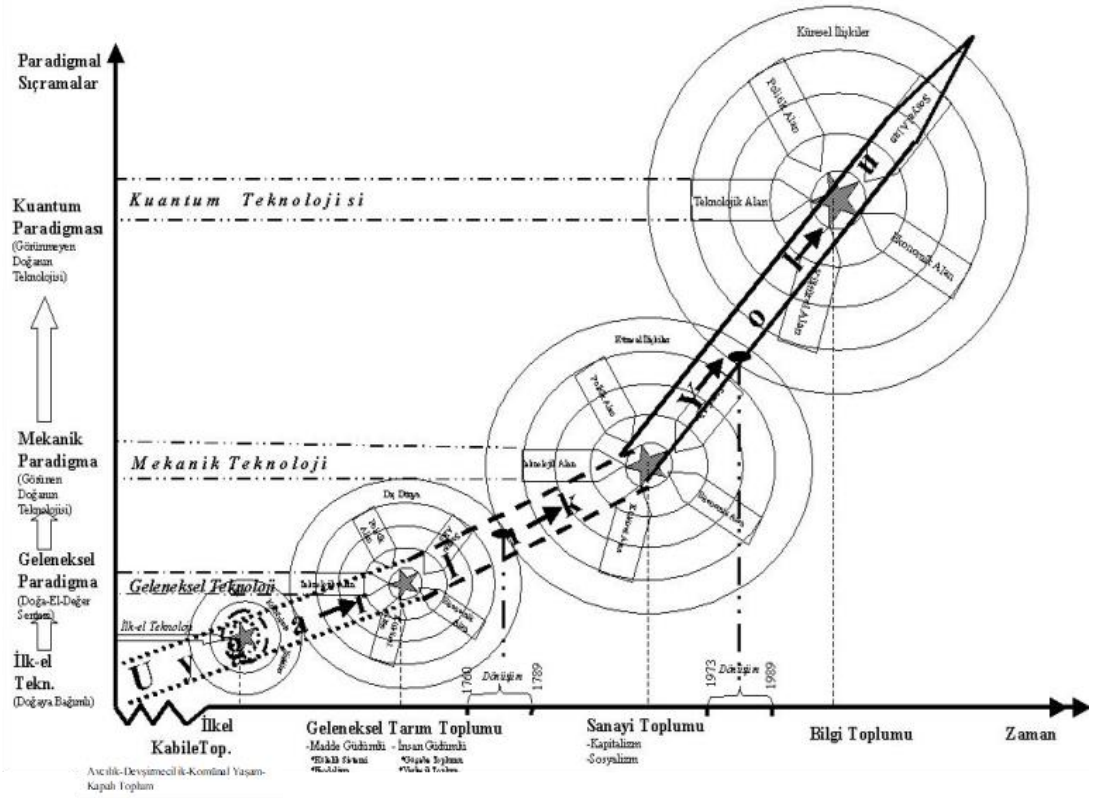


Castells'in (2005) vurguladığı gibi, enformasyon teknolojisi devrimi 1980'lerden itibaren kapitalist sistemin yeniden kurgulanmasında bir araç olarak kullanılmıştır. Ortaya çıkan yeni toplumsal yapı enformasyonel olarak adlandırılmasının yanı sıra kapitalist olarak adlandırılmayı da gerektirmektedir (Castells, 2005, s. 15-16). Enformasyon toplumunun üretim, tüketim ilişkilerini yeniden şekillendirmesine bağlı olarak yarattığı yeni toplumsal düzen anlayışına geçmeden önce bilginin ve yeni bir çağ başlatan teknolojik devrimin toplumsal ilişkilerdeki dönüşümünü de sorgulamak amacıyla felsefi boyutunu da incelemek gerekmektedir.

Kuhn, bilimsel ilerlemenin mantığını kavramak kadar bilimsel gelişmelerin sosyolojisini de anlamının gerekliliğini vurgulamaktadır. Bilgi, bilen öznenin ayrı düşünülemez ve özne ile kuracağı bağda bulunan ortamın nasıl olduğu keşfedilmesi gerekir. Kuhn, aydınlanma ile birlikte oluşan bilimsel ilerleme fikrinin her zaman aralıksız, sürekli devam eden ve böylelikle birikimli bir şekilde ilerleyen bir yapıdan ziyade aralıklarla, büyük kopmalarla ve ani gelişen bilimsel dönüşümlerle gerçekleştiğini vurgulamaktadır. İlerleme düşüncesini doğru bir şekilde açıklayabilmek için bilimsel buluşların mantıksal yapısını, bilimsel olana ilerlerken ne tür bir yol izlendiğini ve bilimsel olanın daima ileri doğru gidip gitmediğini sorgulamayı önermektedir. Her yeni buluşun beraberinde getirdiği olumlu ve olumsuz sonuçlar, toplumsal gerçekliği sürekli dönüştürmektedir. Bilimsel buluşların kavramsal yapısının ne tür araçlarla üretildiği ve

bu araçlar ile üretilen bilginin mutlak doğruya ulaşip ulaşmadığını görebilmenin hangi koşullarda mümkün olabileceği düşünülmesi gereken bir konudur (2017, s. 14-15). Tam da bu noktada toplumsal bağlam ve teknolojik değişimin dinamiklerini sorgulamak gerekliliği, ortaya çıkan toplumsal dönüşümün olumlu ve olumsuz tüm yanlarını görebilmek adına önemlidir. Bilgisayar ve beraberinde gelişen internet teknolojisi Kuhn'un da bahsettiği gibi ani bilimsel sıçramalara sebep olmuş, çağlar arasında derin bir uçurum yaratmıştır. Modern çağın yaşadığı bu dönüşüm gerek yayılım hızından gerekse güçlü etkileri açısından toplumların hazırlıksız yakalandığı ancak bir o kadar da çabuk bir şekilde adapte olduğu karmaşık dinamiklere sahiptir.

Enformasyon toplumuna geçişin temelinde, bir paradigma değişiminden söz edilebilir. Sanayi toplumundan enformasyon toplumuna geçişte sanayi toplumu mekanik bir teknoloji anlayışına sahipken enformasyon toplumu mikro-mühendislik gelişimlerle birlikte kuantum teknolojisine geçilmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda, mekanik paradigmadan kuantum paradigmaya geçiş gerçekleşmektedir. Bu yeni paradigma, dinamik ve sürekli gelişen, canlı bir sistemi ifade eder. Süregelen bu sürekli gelişim hali beraberinde karmaşık, kaotik bir toplum düzenine evrilmeyi kaçınılmaz kılmıştır. Kuantum paradigmasına bağlı olarak şekillenen yeni dünya görüşü, karşılıklı etkileşim ilişkilerinin bir ağ oluşturması ve oluşan bu yeni sistemdeki zaman ve mekân boyutlarındaki farklı işleyiş süreçlerine göre şekillenmeye başlamıştır. Tek yönlü bir değişim hareketi yerine çok yönlü, bütünleşik ağ etkileşim sistemi (BAĞET) ortaya çıkmıştır. Bütünleşik ağ etkileşim sistemi, Her şeyin birbirini etkilediği, karşılıklı bağlantı ve ilişkilerin sistem içinde şekillendiği, sonuçların olasılıklar içinde gerçekleştiği bir yapıdadır (Erkan ve Erkan, 2008, s. 55-56).



Şekil 1. Geleneksel Toplumdan Bilgi Çağına Geçişte Toplumsal Gelişme (Erkan, 2004, s. 2)

Kuantum paradigmasıyla birlikte değişen toplumsal ve düşünsel yapılardan söz ederken McLuhan'ın belirttiği; her teknolojinin yeni bir insani ortam yaratma eğilimi göstermesine yaptığı vurgulara değinebiliriz. Örneğin; üzenği ve tekerlek, çok büyük çapta değişim yaratarak toplum yaşamını bütünüyle değiştirdiler. Tıpkı bunun gibi; yazı, kâğıt ve matbaanın bulunması da antik dünyanın imparatorlukları ile bağlantı içinde düşündüğümüz toplumsal ortam yaratarak, görsel uzamı hedef alan ve bireylerin kayıt altına aldıkları bilgilerle dünyayı kategorilere bölerek belli bir düzen içinde algılamalarını gerçekleştirdi. Kelimeler artık anlık yapısından uzaklaşarak tekrar tekrar okunabilen ve insanlara bağımsız düşünme yolunu açan bir yapıya dönüştüler. Matbaa ile kitapların seri üretimi insanlara büyük miktarda bilgiyi tüketme özgürlüğü verdi ancak bu beraberinde insanları birbirinden uzaklaştıran ve bireyselliğe yönelten farklı bir yaşamı da teşvik ediyordu. Teknolojik ortamların edilgin şeyler olmadığı hem insanları hem de diğer teknolojik unsurları yeniden biçimlendiren dinamik süreçler olduğu görülmektedir. Elektrik uygarlığı ile baskın duyu organları olarak eşzamanlı sesler ve görsel bir ortamın hâkim olduğu iletişim çağı başlamış oldu (2014, s. 5-8, 2001, s. 67-71).

Bulduğumuz çağda, tekerleğin mekanik teknolojisinden elektrik devresinin teknolojisine doğru yaşanan ani değişim, bütün tarihsel çağların en büyük değişimlerinden birini temsil etmektedir. Bilgi çağına geçişle birlikte enformasyon hareketinin niceliğindeki artış bilginin görsel uzama hitap eden düzenlenmiş yapısını desteklemektedir. Bununla birlikte iletişim teknolojilerindeki gelişim ve makineleşme bilgiyi görsel uzam sınırından genişleterek işitsel hatta dokunsal olarak tüm duylara seslenen bir hale büründürmüştür. Bu durum aslında bilginin düzenlenmiş yapısını her ne kadar desteklese de büyük ölçüde bir karmaşıklığa da neden olmaktadır. Bu karmaşıklık, bütün duyların birleştirilmiş olması ve enformasyonun süregelen canlı yapısından kaynaklanmaktadır. Bu canlı yapı eşzamanlı alanı mümkün kılarak özellikle bilginin toplumsal düzeylerde uzmanlaşmasını ve kişiselleşmesindeki katı yapıyı kırarak enformasyonun dolaşımında olduğu ağ üzerinde daha çok katılımcı diyalog ve karşılıklı bağımlılığa yol açmıştır. Bu durum tam olarak da McLuhan'ın 'medium' kavramının enformasyon çağında var olan yapısındaki ihtiyaç duyduğu özelliklerden kaynaklanmaktadır (McLuhan, 2014, s. 190-199). Öyle ki teknoloji çağında bilgiyi temsil eden öznenen ziyade nesne olmuş, araç mesajı ve bilginin konumunu belirleyen en önemli etken olmaya başlamıştır.

Enformasyon teknolojisinin paradigmasını ve bu yeni paradigmaya bağlı olarak değişen toplumsal yapılardan ayrıntılı olarak söz etmeden önce enformasyon çağından söz ederken sıklıkla birbiri yerine kullanılan ancak birbirinden farklı anlamları olan belli başlı kavramları açıklamak gerekmektedir. İlerleme düşüncesi içinde 'veriyi, enformasyonu, bilgiyi' düşünmek ve bu üç kavramın aynı gibi gözüken ancak farklı anlamlarla iletişim teknolojilerinin içinde yer aldığı son otuz yılda yarattığı toplumsal dönüşümü iyi kavramak önemlidir. Enformasyon kavramı yerine 'bilgi' kavramını kullanmak yanıltıcı olabilir. Enformasyon terimi, işlenmemiş ham bilgi olan 'veri'den daha üst bir konumdadır ve verilerin düzenlenmesiyle oluşur. Bilgi ise enformasyonun düzenlenmesi, sınıflanması, akıl yürütme yöntemleri ile amaca yönelik yapılandırılması ile elde edilmektedir (Yüksel, 2013, s. 121).

Oxford'un medya ve iletişim sözlüğünde enformasyon; *"iletişimin birincil işlevi, olguları veya bilgileri aktarma ile ilgili söylem biçimleri için geniş bir sınıflandırma zeminidir. Bir iletinin göndergesel veya anlambilimsel içeriğidir. Kitaplarda, bilgisayarlarda veya dünyada enformasyon yoktur: Veri sadece yorumlandığında enformasyon haline gelir"* şeklinde açıklanmaktadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 123).

Bilgi, kanıtlarla temellendirilen önermeler şeklinde ifade edilebilen bilinçli yargılardır. Enformasyon ise kişilerin ihtiyaçları dışında var olur ve karmaşık yapıdadır. Enformasyon, basit bir şekilde iletilen, az bilgilendiren, bilginin medyatik bir dil ile sunulan halidir ve bu sebeple medya içeriğindeki bilgiyi enformasyon olarak ifade etmek daha doğru olacaktır (Rigel, 2000, s. 63). Terimler birbirlerinden farklı olsalar da yeni iletişim teknolojileri ile ilişkilendirilen günümüz çağından bahsederken kullanılan ‘bilgi çağı’, ‘enformasyon toplumu’, ‘bilişim çağı’ gibi adlandırmalardan hangisi kullanılırsa kullanılсын asıl değinilmek istenen toplumsal bir dönüşümün var olduğu ve bunun itici gücünün gelişen teknolojik sistemlerde yattığıdır.

Castells, günümüz teknolojik devriminin daha iyi anlaşılabilmesi için tıpkı McLuhan’ın yaptığı gibi yeni enformasyon teknolojilerinin matbaa gibi önceki gelişmelerle karşılaştırmalı olarak düşünülmesi ve varılan noktanın sosyolojik boyutunun tarihsel süreç içerisinde değişiminin kavranması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, enformasyon teknolojilerinin etkileri topluma enformasyonun ne kadar sokulup kullanıldığı ile doğru orantılı olmaktadır. Modern çağda Avrupa toplumları matbaanın gelişiminden ciddi bir şekilde etkilenmiş olsa da okuma yazma oranının yeterli düzeyde olamaması, bilgi yoğunluğunun düşük olması ile etkileri sınırlı olmuştur. Sanayi toplumu bireyleri eğiterek ekonomiyi bilgi ve enformasyon etrafında örgütlemeye başlamış ve yeni iletişim teknolojileri ortaya çıktığında bu teknolojiye daha kolay adapte olabilecek ve toplumda hızla yayılabilecek yapıya ulaşılmıştır. Sanayi toplumunda buhar makinesi, elektrik, nükleer enerji gibi yeni enerji kaynakları ne ifade ediyorsa enformasyon toplumu için de enformasyon teknolojileri ve bilgi onu ifade etmektedir. Ancak enformasyon toplumunun önceki toplumlardan ayırt edici özelliği, bilgi ve enformasyonun salt önemi değildir. Enformasyon toplumunda bilgi ve enformasyonu önemli kılan şey, bu bilgi ve enformasyonun üretimi, iletimi, işlenmesi, iletişim teknolojilerine uygulanması ve bu sayelerde yeniliklerin keşfedilmesidir (Castells, 2005, s. 39-40).

Toplumların sanayi toplumundan enformasyon toplumuna evrilirken enformasyondaki devrimin belli bir sürecin sonucu olarak ortaya çıkmasından ziyade sürecin kendisinde meydana geldiğinden söz edilebilir. Bu süreç ise teknolojinin gelişimiyle bağlantılıdır. Her yeni teknolojik gelişmede olduğu gibi bu gelişmede de değişim üretim ve denetim süreçlerindeki değişimin toplumsal yapıya yansması ile gerçekleşmektedir (Göker, 2014, s. 66).

Enformasyon toplumunda denetim mekanizması büyük ölçüde devlet kontrolünden de çıkmaya başlamıştır. İletişim sistemleri ve dijital medya sistemine geçen enformasyon sahipliği dikkat çekmeye başlamıştır. Kendine özgü sosyal etkileşim biçimleri, benzersiz otorite kalıpları ve belirli güç kaynaklarını destekleyen güçlü yeni yapıları olan medya sistemleri artık medya ağları olarak adlandırılmaktadır. Bilgiyi kontrol etme yetkisi artık sadece devlet kurumlarında değil medya ağlarında bulunmaktadır (Howard, 2011, s. 20).

Enformasyonun denetim gücünün yanı sıra yeni iletişim teknolojileri küresel bilincimizi genişleterek, yaratıcı süreçlerimizi değiştirdi ve yeni bilgi biçimleri üretmeye başladı. Elektronik devrim ademi merkeziyetçi yapısı ile sosyal etkileşimi hızlandırmıştır ve bu durum teknolojik yakınsama ile sonuçlanmıştır (Howard, 2011, s. 18). Oluşan bütünleşmiş sistemde bilgisayarlar, mikro elektronik, telekomünikasyon, opto elektronik gibi sistemler bütünleşik bir hale dönüşmüşlerdir ve birbirlerini etkilemeye başlamışlardır. Bağlantı teknolojileri gelişerek bilgisayar ağları ile ortak ağda birleşmeye başlamıştır (Castells, 2005, s. 91).

Teknolojik gelişmenin hızı ve etki alanları düşünüldüğünde var olan teknolojilerin kendi kendini devam ettiren bir güç olduğu düşünülebilir. Ancak bu varsayımın toplum ve teknoloji ilişkisine bakıldığında gerçekçi olmadığı görülmektedir. Teknolojik yenilikler ve süregelen gelişmeler toplumun ve denetim mekanizmalarının bilinçli kararlarının sonuçlarıdır. Bu bilinçli kararlar teknolojinin sıçramalı ilerleyen yapısından dolayı öngörülen sonuçlardan öteye giden ve amaçlarını aşan sonuçlar doğurabilmektedir. Tıpkı 1950'lerde, bilgisayar mühendisliği, Soğuk Savaş döneminde askeri araştırmaların bir parçası olarak geliştirilmiş olsa da şu an geldiği nokta askeri amaçların ötesinde çok daha geniş alanlara yayılmıştır (Nath, 2017, s. 22).

2.1.3. Bilgi/Enformasyon Toplumu Teorileri

Günümüz modern dünyasında enformasyon teknolojileri ve bilgi, çağın en ayırt edici özellikleri olarak teknoloji ve makineleşme bağlamında somut, bilgi bağlamında ise soyut gerçeklikleri ifade etmektedir. Yaygın medya kullanımı, enformasyona dayalı meslek grupları, internet ağlarının gelişimi enformasyon toplumunda yaşamayı günümüz insanının kaçınılmaz bir kaderi haline gelmiştir. Şimdiye kadar sanayi devriminden enformasyon toplumuna geçişte yaşanan teknolojik gelişmelerden söz ettik. Teknolojik gelişmelerin yanı sıra sosyo kültürel ve ekonomik boyutlarının da incelenmesi enformasyon toplumunu anlamada oldukça önemlidir.

Enformasyon toplumu kuramcıları, enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle endüstri toplumunun geride bırakılarak yeni bir çağa geçildiğini vurgulamaktadırlar. Kuramcılar enformasyon toplumunu açıklarken farklı isimlendirmeler yaparak bu yeni çağın öne çıkan farklı noktalarına değinmişlerdir. Daniel Bell; “endüstri sonrası toplum”, Manuel Castells, “ağ toplumu”, Yoneji Masuda; “kompütopya”, Zygmunt Bauman; “postmodern çağ”, Jean Baudrillard; “simülasyon çağı”, Guy Debord; “gösteri toplumu”, Alvin Toffler; “üçüncü dalga”, Neil Postman “teknopoli”, Marshall McLuhan; “küresel köy” kavramları ile enformasyon toplumu, bilgi çağı, modernlik tartışmalarına katkıda bulunmuşlardır.

Bilgi kuramlarının oluşumunda önemli bir isim olan Daniel Bell (1973), bilgi toplumu ile eş anlamlı bir terim olarak, ‘post-endüstriyel’ toplum diye adlandırdığı bu toplum yapısını, bilimsel ve teknik bilgiye dayalı bütünleştirici ve küreselleştirici bir ekonomi sistemine sahip olduğundan ve mevcut toplumsal gelişimin de bilginin siyasal gücünün merkezine dayandığından söz etmektedir. Artık, imalatın yerini hizmet sektörü almış, kas gücüne dayalı emek ise yerini bilgi gücüne bırakmıştır. Batı Avrupa, Japonya, Amerika ve dünyanın birçok ülkesinde işgücünün yüzde yetmişinden fazlası hizmet sektörünü oluşturmakta ve beyaz yakalı mesleklerin gelişimi sürmektedir. Bilgi toplumunda bilgi işçileri baskın meslek grubunu oluşturmaktadır (Bell, 1979, s. 183’den akt. Webster, 2006, s. 14).

Yeni bilgi teknolojilerinin ‘yeni insanı’ artık bu profesyonellerdir ve beceriye dayalı oluşan bu yeni sınıflar eski kapitalist sınıfın yerini almıştır. Bell’e göre, sanayi sonrası toplumunun sahip olduğu yüksek teknoloji ekonomisinin karakteri göreceli olarak, zengin ve yoksul ülkeler arasındaki uçurumu uzmanlaşma ve bilgi sahipliği farkından dolayı genişletmektedir. Bu etkiyi, Arnold Toynbee; “dış proletarya oluşturulması” olarak ifade eder (Bell, 1976, s. 576-578). Sanayi sonrası toplumda oluşan eşitsizlikler mülkiyet değil, bilginin üretimi ve denetimi tabanlıdır ve yeni sosyal çatışma alanları oluşturur. Bilimin önemi arttıkça denetiminde oldukları devlet ile çatışma yaşamaya başlayan bilim insanları, bilimin bağımsızlığının uğradığı zararlarla gerilim yaşamaktadır. Bell’in bahsettiği, hizmet ve bilgi sektörünün ön plana çıktığı dönemde toplumlar için artık ideolojinin sonu gelmiştir ve temel taşı bilgi ve hizmet olan yeni bir ekonomi doğmuştur (Çakır, 2018, s. 24).

Bell’e göre, post endüstriyel toplumun en önemli özellikleri; ekonomik düzende hizmet sektörünün yükselişi, toplum yapısının bilgi (özellikle teorik) temelli yapılması,

siyasal anlamda da teknik uzmanlığın ön planda tutulması, sosyal ve politik yaşamın rasyonelleştirilmesi eğilimidir (Ferkiss, 1979, s. 66).

Post-endüstriyel toplum teorisi, sanayi ötesine giderken gücü artan bürokratik, teknokratik sosyal unsurları açığa sermektedir. Bilginin giderek artması ve bilgiye olan bağımlılığı da giderek artırmış elit kesim olarak teknokratları önemli bir hale getirmiştir. Teknokratların elinde olan bilgi, artık sosyal eşitsizliklerin kaynağı olarak mülkiyetten önde gelmektedir. Bilim adamları, sanatçılar, yöneticilerin yanı sıra medya da oluşan bu yeni bilgi sınıfına dâhildir (Bell, 1973'den akt. Parlak, 2004, s. 99-100).

Özellikle 1970'lerin sonu 1980'lerin başında duyurulan mikro elektronik devrimi bilgi teknolojilerinin neler yapabileceğinden söz edilmeye başlanarak teknolojik güdümlü değişikliklere duyulan ilgi artmaya başlamıştır. Elektronik demokrasi, sanal ilişkiler, etkileşim, siborklar, kişiselleştirme, çevrimiçi topluluklar gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu toplumda Bell'in de üzerinde durduğu gibi, önde gelen politikacılar ve entelektüeller arasında liderlik edebilmek için en iyi donanıma sahip olmaya ve bilgi emeğine artan bir kanaat oluşmuştur. Günümüzde, yazılım mühendisleri, medya yaratıcıları ve yaratıcı endüstrilerle ilgilenen herkes bilgi toplumunun anahtarı olduğu düşünülmektedir (Webster, 2006, s. 2-4).

İnsanlık tarihi boyunca toplumu dönüştüren üç önemli dalga olduğunu öne süren Toffler; birinci dalga olarak tarım devrimi, ikinci dalga olarak endüstri devrimini ve üçüncü dalga olarak da içinde bulunduğumuz bilgi ve teknoloji devriminden söz eder. Bell gibi Toffler da üçüncü dalga ile birlikte beyaz yakalı sınıfın mavi yakalıları geride bıraktığından söz ederek toplum yapısının bütünüyle değiştiğini ve insanlığın ileri doğru büyük bir sıçrama yaşadığına vurgu yapmaktadır. Bilgi ve teknoloji devrimi endüstri devriminden daha teknolojiktir ve aynı zamanda endüstri karşıtıdır. Belirtilen bu endüstri karşıtlığı, endüstrinin getirmiş olduğu standartlaştırma, senkronizasyon, merkeziyetçilik, enerji ve paranın tek elden yönetilmesi gibi durumlardan farklı bir toplum yapısına işaret etmektedir. Ayrıca zaman ve mekân algısının da tümüyle değişikliğe uğraması söz konusudur. Ekonomik anlamda ise üreten ve tüketen arasındaki sınırın kalkacağı, üreten tüketicilerin ortaya çıkışı gerçekleşecektir (Toffler, 2008, s. 15-17).

Ekonomik değişimlerin bir anlamda sonucu olarak politik karar süreçlerinin de dönüşümü gerçekleşmektedir. Hızlı dönüşen toplumsal durumların yarattığı hızlı karar alma mekanizmaları, yeni siyasi sistemlerin kurulmasını zorunlu kılmaktadır. Bilgi teknolojileri ile ortaya çıkan kitlelilikten uzaklaşan toplumlarda değişen politika,

endüstri toplumunda izlediği çoğunluk tutumlarını günümüz toplumunda asgari düzeyde çoğunlukçu tutumlar ile değiştirmektedir (Toffler, 2008, s. 523). Toffler tüm bu değişimlerin temelinde yatanın zaman, mekan ve bilginin değişimiyle birlikte paradigmanın dönüşümüne dayandırmaktadır. Sanayi devriminin temelini oluşturduğu düşünülen Newton mekaniği bilgi çağına uymamakta ve Toffler, bilgi çağını *kaos teorisi* ile açıklamaktadır. Newton mekaniği 20. yüzyılda kuantum mekaniği ve görelilik ile önemini yitirerek mekanik evren anlayışındaki tek yönlü, tekrarlı ve değişmeyen davranış özelliği kuantum evren anlayışında çok boyutlu etkileşimli ağ yapısına, sürekli değişim içinde olan dinamik bir sürece dönüşmüştür. Kuantum paradigmasının paralelinde bilgi çağını açıklamada kaos teorisi, düzensizliği, çeşitliliği, dengesizliği ve kararsızlığı ifade eder (Demirci vd, 2013, s. 116).

Günümüz dünyasında birçok girdinin sürekli değişim halinde olması ve bu değişimler ile kendi düzenini oluşturması kaosu oluşturmaktadır. Kaos teorisinde; düzen düzensizliği oluşturabilir, düzensizliğin içinde bir düzen gelişir ve düzen düzensizlikten doğar. Ortaya çıkan yeni düzen kendiliğinden örgütlenir ve ön görülemez bir şekilde gelişir. Kaos teorisi, bilgisayar teknolojisi ile ortaya çıkmış ve çeşitli alanlarda popülerlik kazanmıştır (Kendirli, 2006, s. 173).

Teknolojinin toplumları ve toplumların sahip oldukları kültürleri şekillendirip dönüştürdüğü fikrinin bir diğer savunucusu olan Neil Postman da Toffler gibi uygarlık tarihini üç bölüme ayırmaktadır. Toffler'ın ekonomik devrimleri temel alan sınıflandırmasına paralel olmakla birlikte Postman, alet kullanımı ile ilişkilendirdiği üç farklı kültür biçiminden söz etmektedir: alet kullanan toplumlar, teknokrasiler ve teknopoliler. Alet kullanan toplumlar geliştirdikleri aletlere hükmedebilen, aletlerin kültürü şekillendirici gücünün zayıf olduğu, var olan kültüre hizmet ettiği, geleneksel ve yeniliklere kapalı toplumlardır. Teknokrasilerde ise tam tersi bir şekilde aletler kültürü dönüştürmeye çalışmakta ve teknoloji toplumu egemenliği altına almıştır. Teknopoli kültürü de tıpkı teknokraside olduğu gibi teknolojiyi merkezi noktaya koymaktadır ancak teknopolide farklı olarak toplumu tatmin edici boyutta teknoloji çokluğu bulunmaktadır (Postman, 2016, s. 26-32).

Tekno kötümser bakış açısına daha yakın olan Postman, teknolojinin her alanda üstünlüğünün ne zaman ne şekilde tehlike yaratacağını açıklamaya çalışmaktadır. Örneğin Körfez Savaşı'nda Amerika'nın başarısının ardındaki gücün teknoloji olduğunu

belirterek teknolojinin hem dost hem de düşman olabileceğine dikkat çekmektedir (Postman, 2006, s. 12).

Postman ve McLuhan'ın fikir birliği sağladığı her devrimin beraberinde kendi yaşam tarzını oluşturduğu düşüncesinden hareketle, toplumların sözlü kültürden yazılı kültüre ve oradan da teknoloji tabanlı işitsel- görsel kültüre geçişleri belirleyici olmaktadır. Sözlü kültürde hakikat bilge kişilerin sözlerinde var olurken yazılı kültürde matbaa ile birlikte ileri kuşaklara aktarılabilen kalıcılığa bürünmüştür. Bireyselliği ve bilgileri sınıflandırmayı ön plana çıkaran bu toplum yapısı kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte işitmeyi ve görmeyi hedef alan ve herkesi aynı anda bilgilendiren yapısı ile yönlendirilmeye müsait, hakikatin bireylerin bilgiyi kendi yorumlamalarında saklı olduğu bir toplumu oluşturmuştur (Postman, 2006, s. 28-29).

Benzer şekilde McLuhan, teknolojik buluşlar merkezli olarak insanlık tarihini 4 önemli döneme ayırmaktadır: Kabile Çağı, Edebiyat Çağı (fonetik alfabenin bulunuşu), Basım Çağı (basım teknolojileri/matbaa), Elektronik Çağ (elektronik medya) (2014). Matbaanın icadıyla oluşan yazılı kültüre dayalı, bireysel ve tek düze toplum yapısı elektronik çağın yarattığı, herkesin katılımının sağlandığı küresel köy ortamı ile ortadan kalkmıştır (Rigel, 2005, s. 20). Postman'ın teknolojiye karşı eleştirel ve kısmen daha kötümser olan bakış açısının aksine McLuhan, daha tekno iyimser bir algıyla toplumsal değişimi teknoloji indirgemeci olarak ele aldığı, Harold Innis'in de fikirlerinden beslenerek, teknolojik determinizm tezini ortaya atmaktadır. Aracın önemli olduğu düşüncesinden yola çıkarak araçların insanın uzantısı ve dönüştürücüsü olduğunu vurgulamaktadır. McLuhan'a göre Innis, medya teknolojilerinin değişim sürecindeki etkilerine tam vurgu yapan ilk kişidir (Güngör, 2013, s. 171).

McLuhan ve Innis, iletişim teknolojilerinin toplum üzerindeki etkilerine vurgu yapmakta ve bu teknolojilerin dönüştürücü özelliklerine değinmektedirler. McLuhan'ın iletişim ortamına odaklandığı noktada Innis, iletişim teknolojilerinin sosyal kontrol üzerindeki etkisine ve toplumsal örgütlerin zaman içinde nasıl değiştiğine odaklanmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 143). Toplumsal yaşamın zamanla birbirini etkileyen ve dönüştüren dinamik bir yapıdan oluşması, bu yapının kontrol edilmesi için etkin bir gücün kullanılmasını beraberinde getirmiştir (Innis, 2006, s. 9). Innis, bilginin zaman ve mekan boyunca yayılmasında medyanın önemine değinerek, mekanı ve zamanı kontrol etme çabalarının aynı zamanda gücü tekeline alma girişimlerini de içerdiğini vurgulamaktadır. Bu güç girişimleri, acımasız baskılardan gözetleme

teknolojisinin kullanımına kadar çok geniş bir yelpazedeki kontrol faaliyetlerini içermektedir. Innis'e göre bu güç faaliyetlerinin, bir başka deyişle mekan ve zamanı kontrol etmeye yönelik mevcut stratejilerin başarısızlığının toplumsal çöküşü beraberinde getirdiği bir gerçektir. Toplumsal örgütlerdeki belirsizlikleri ve krizleri atlatmak için yeni iletişim araçlarının geliştirilmesi ve uygulanması bu noktada önem kazanmaktadır (Comor, 2001, s. 283). Bir iletişim teknolojisi, bilginin zaman ve mekan içinde yayılmasında önemli bir etkiye sahiptir. İletişim aracının sahip olduğu özelliklere göre değişkenlik gösteren bu durumda, örneğin iletişim aracı ağır ve taşımaya uygun değilse bilgi mekandan ziyade zaman içinde yayılmaya uygun hale gelir. Tersine şekilde, iletişim aracı hafif ve kolay taşınabiliyorsa bilgi zamandan ziyade mekan içinde yayılmaya elverişli hale gelir. Bu durum, iletişim teknolojisinin içinde bulunduğu kültür ve örgütlenme biçimleri hakkında da bilgi vermektedir (Innis, 1951, s. 33). Örneğin, eski uygarlıklardaki taş tabletler uzak mesafe iletişimini zorlaştırırken kağıt, kitaplar ve baskı iletişimi bilginin mekana yayılımını kolaylaştırmıştır. Basım teknolojileri ile ideolojiler yayılmış, bilgi tekelleri savunma için güç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Innis, 1951, s. 32). İletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan yeni güç ilişkileri düşünüldüğünde günümüz teknolojisi olan yeni medya ile ortaya çıkan yatay etkileşim ile zaman ve mekanın birlikte aşılması, iletişim teknolojilerinin zaman ve mekana göre değerlendirilmesi düşüncesini bütünüyle değişime uğratmıştır (Oruç, 2020, 2. 18).

Innis'e göre, yeni teknolojiler uygarlıkların gelişiminde etkilidir. Baskı makinesi çağı ile sözlü kültürün sona ererek yeni bir çağ başlamış oldu. Bu yeni basım teknolojileri çağında, haber üretim faaliyetleri hız kazanarak habere erişebilirlik hız kazanmıştır. Bu durum, yeni finans merkezlerinin gelişimini destekleyerek reklam ve tekelleşme piyasasının ön plana çıkmasını beraberinde getirmiştir (Innis, 2006, s. 213-223). Ayrıca Innis, çağımızın elektronik iletişim araçlarına, karmaşık ve olumlu-olumsuz etkilerinin bir arada olmasından dolayı karamsar yaklaşmaktadır. Bu konuda McLuhan'ın görüşlerinden ayrıldığı görülür. Innis, yeni iletişim teknolojileri ile artan mekanikleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan tekelleşme ile gazetelerin reklamcılık faaliyetlerini sürdürebilmek adına devlet denetimine destek vermeye başladıklarını belirtmektedir. Böylece, bilgi tekeli değersizleşerek sansür mekanizması ile işleyen yanlış bir tutum gelişti. Yeni iletişim teknolojileri tüketim odaklı bir toplumun oluşturulması için bir araç olarak kullanılmaktadır (Innis, 2006, s. 212-213). Sözü edilen bu durumun günümüzün yeni teknolojik araçlarında da devam ettiği görülmektedir.

McLuhan günümüz ağ teknolojilerini sinir sistemimizin bir uzantısı olarak değerlendirir. Sinir sisteminin uzantılarını hızlandıran bu yeni teknolojiler daha hızlı karar almada oldukça etkilidir. Özellikle enformasyon teknolojisinin büyük veri tabanlı bir hale gelmesiyle yeni çoğul tele iletişim şirketleri veri tabanları sayesinde tüketicilerin isteklerine uygun hizmetler üretmektedir (McLuhan ve Powers, 2001, s. 139). Söz konusu durum aynı şekilde bilgi, enformasyon, haber üretim pratikleri bağlamında da gerçekleştirilmektedir. Bilgisayar teknolojisi ile enformasyonu neredeyse ışık hızıyla hareket ettirebilen sistemler, üç bin yıllık süregelen dışa doğru patlamayı içe doğru patlamaya⁵ dönüştürmüşlerdir. Aynı andalığın en üst düzeyde yaşandığı enformasyon toplumunda tüm bireyler arzu ve doyumlarıyla bir arada var olmaktadır. Bu birliktelik veri bankaları için uçsuz bucaksız bir serveti doğurmaktadır. Bireylerin bedenleri nerede olursa olsun zihin olarak geride bıraktıkları veri bankalarının her yerinde elektronik boşluk içinde yüzmektedir. Enformasyon çağının bütüncül ve kapsamlı yapısı küresel köyde birçok bilgi savaşına zemin hazırlamaya devam edecektir (McLuhan ve Powers, 2001, s. 156-160).

Enformasyon toplumunu *ağ toplumu* olarak adlandıran Castells, McLuhan'ın "araç mesajdır" görüşünü "ağ mesajdır" olarak genişletmiştir. Bilgisayar ve internet teknolojisinin ortaya çıkışından itibaren kullanıcılar tarafından benimsenip hızlı bir şekilde yayılım göstermesi teknolojinin gücünü sınırsız boyutlarda artırmaktadır. Gelişime daima açık olan teknolojik araçlar, bu araçları yapan ve kullananlar arasındaki sınırı ortadan kaldırarak kullanıcıların da denetimi ele geçirmesine olanak vermektedir. Bu sayede üretim ve kullanım süreçleri arasında doğan bu ilişki, tarihte ilk kez insan aklının üretim gücü olarak karşımıza çıkmasını sağlamıştır (Castells, 2005, s. 41).

Castells, *enformasyon toplumu* ile *enformasyonel toplum* kavramları arasındaki farka dikkat çekmektedir. Enformasyon toplumu, bilginin iletilmesi ve enformasyonun toplumdaki önemini vurgulamaktadır. Enformasyonel toplum ise, enformasyonun üretimi, işlenmesi, iletilmesi gibi durumların iletişim teknolojilerinin mevcut koşullarıyla şekillendiği üretimin, toplum örgütlenmesinin temel gücü olduğunu ifade etmektedir.

⁵Burada sözü edilen dışa doğru patlamadan içe doğru patlamaya evrilme; bilgisayar teknolojisinin son derece hızlı ve etkili bir şekilde bilgiyi işleyebildiğini vurgulamaktadır. Binlerce yıl süren bilgiye ulaşımın genellikle dışa doğru, yani fiziksel olarak yayılan bir şekilde gerçekleşmesiyle olmuştur. Artık günümüzde bu geleneksel yayılma modelinin, bilgisayar teknolojisi ile birlikte içe doğru, dijital platformlarda hızla paylaşımına dönüşerek yayıldığı ifade edilmektedir. Ayrıca Güngör, McLuhan'ın içe patlama kavramı ile teknoloji aracılığıyla yakınlaşan mesafelerden, insanların birbirleriyle daha yakın etkileşiminden, kaynaşmasına vurgu yaptığını belirtmiştir (Güngör, 2013, s. 190).

Enformasyon toplumunun ana unsurlarından biri ağlar oluşturmaktır. Enformasyon teknolojileri ağ oluşumuna olanak sağlayarak örgütlerin ağın bir parçası olarak varlıklarını sürdürmelerini sağlar. Enformasyon toplumunda internet teknolojisi, serbest çalışma olanakları, bireysel ifade ve eşgüdüm yaratmaktadır. Castells'in enformasyon yerine ağ kavramını kullanması enformasyon toplumunda oluşan ağların etkilerinin enformasyon toplumu mantığını da aşarak yeni özellikler ortaya çıkarmasındandır (Castells, 2005, s. 25). Ağ toplumu ve ağ yapısı daha ayrıntılı bir şekilde "Ağ toplumunda ağ yapısını anlamak" başlığında ele alınmıştır.

Bir diğer enformasyon toplumu düşünürlerinden Yoneji Masuda, bilgi toplumunu bilgisayarların önemini vurgulamak için *computer+utopia* kelimesinden türettiği *Kompütopya* (computopia) olarak adlandırmaktadır. Bu toplumda bilgisayarlar, enformasyon gücünü sınırsız şekilde artırmakta, ilerleme ve modernleşmenin kilit unsuru olmuşlardır. Geçmişteki teknoloji sistemleri maddi üretken güçle ilgilenmiştir ancak bilgi toplumu bilginin niteliğini belirleyen bilgisayar- iletişim teknolojisini kapsamlı bir şekilde algılamayı gerektirmektedir (Masuda, 1983, s. 29).

Tablo 3. Sanayi toplumu ve bilgi toplumu karşılaştırması (Masuda, 1983, s. 30)

	SANAYİ TOPLUMU	BİLGİ TOPLUMU
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Öz ▪ Temel Fonksiyonlar ▪ Üretim Gücü 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buhar makinesi (Güç) ▪ Fiziksel emeğin ikamesi ▪ Maddi üretim gücü 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilgisayar (bellek, hesaplama, kontrol) ▪ Zihinsel emeğin ikamesi ▪ Bilgi üretme gücü
Ürünler	Faydalı mal ve hizmetler	Bilgi, teknoloji
Üretim Merkezi	Modern fabrika	Bilgi kullanımı (bilgi ağları, veri bankaları)
Piyasa	Yeni dünya, koloniler, tüketiciler, satın alma gücü	Bilgi alanının genişlemesi
Öncü Endüstriler	İmalat sanayileri (makine ve kimya sanayii)	Entelektüel (bilgi ve iletişim endüstrileri)
Endüstriyel Yapı	Tarım, sanayi ve hizmetler	Sanayi yapısı matrisi (tarım, sanayi, hizmetler ve bilgi)

Tablo 3. (Devam) Sanayi toplumu ve bilgi toplumu karşılaştırması (Masuda, 1983, s. 30)

Ekonomik Yapı	Meta ekonomisi (işbölümü, üretim ve tüketimin ayrılması)	Sinerjik ekonomi (birlikte üretim ve kullanımda paylaşım)
Sosyo-Ekonomik İlke	Fiyat ilkesi (arz- talep dengesi)	Amaç ilkesi (sinerjik ileri besleme ilkesi)
Sosyo-Ekonomik Özne	Şirket (özel şirket, kamu şirketi ve üçüncü sektör)	Gönüllü topluluklar (yerel ve bilgi toplulukları)
Sosyo-Ekonomik Sistem	Özel mülkiyet, serbest rekabet kar maksimizasyonu	Altyapı, sinerji ilkesi, toplumsal yararın önemi
Toplum Biçimi	Sınıflı toplum (merkezi güç sınıflarının kontrolü)	Fonksiyonel toplum (çok merkez, işlev, otonomi)
Ulusal Hedef	Gayri Safi ulusal refah	Gayri safi ulusal tatmin
Hükümet Biçimi	Parlamentar demokrasi	Katılımcı demokrasi
Sosyal Değişimin İtici Gücü	İşçi hareketleri, grevler	Sivil hareketler
Toplumsal Sorunlar	İşsizlik, savaş, diktatörlük	Gelecek şokları, terör, kişisel dokunulmazlığın ihlali
En İleri Aşama	Kitlesel tüketim	Yüksek düzeyde kitlesel bilgi yaratılması
Değer Standartları	Maddi değerler	Zaman değeri (hedefe yönelik başarı ihtiyaçlarının tatmini)
Etik Standartlar	Temel insan hakları, insancılık	Öz disiplin, toplumsal katılımcılık
Zamanın Ruhü	Rönesans (bireyin özgürleşmesi)	Globalizm (insan ve doğanın ortak yaşayışı)

Endüstriyel toplumdaki yenilikçi teknoloji olan buhar makinesi fiziksel emeğin yerini almıştı, bilgi toplumunda ise yenilikçi teknoloji olan bilgisayar teknolojisi insanın zihinsel emeğinin yerine geçerek güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bilgisayarların gelişiminden kaynaklanan bilgi devrimi ile teknolojinin seri üretimi başlamıştır. Sanayi toplumunun simgesi olan fabrikaların yerini ise bilgi toplumunda; bilgi ağları, veri bankaları, bilgi teknolojileri almıştır.

Kompütyerda bilgi, sosyoekonomik kalkınma eksenini etrafında bilgi aracı tarafından üretilmekte, kullanıcıların kendi kendilerine ürettikleri bilgi ile bilgi hacmi git gide büyüyecektir. Bilginin ortak kullanım ve sinerjik üretimle büyümesi ile birlikte

ekonomi şekil değiştirerek değişim ekonomisinden sinerjik ekonomiye geçmektedir. Öyle ki sanayi toplumunda sosyo ekonomik sistem özel mülkiyet, serbest rekabet ve maksimum kar sağlama ile karakterize edilirken bilgi toplumunda hem kamu hem de bilgi odaklı sermaye ve altyapı üstünlüğü ile karakterize edilmektedir. Sanayi toplumunun en gelişmiş aşaması olan dayanıklı malların kitlesel tüketimi odaklı seri üretimdir. Masuda'ya göre bilgi toplumunun en ileri aşaması ise bilgisayarlaşma ile her insanın bilgi yaratabildiği, kendini gerçekleştirebildiği kitlesel bilgi yaratma toplumu olacaktır. Sanayi toplumunun fiziksel ihtiyaçları karşılama gibi materyalist değerleri, bilgi toplumunda yerini hedeflerin tatminini sağlamak ve bilgi doyumuna bırakacaktır. Bilgi toplumunun ruhu, sosyal katkılardan oluşan ve insanlığın uyum içinde yaşayabileceği küreselleşmenin ruhu olacaktır (Masuda, 1983, s. 30-33).

Tüm bu enformasyon toplumu yaklaşımları genel anlamda benzer görüşleri savunmaktadır. Özellikle günümüz enformasyon toplumu öngörülerinin temellerinin 1970'lerde atıldığı düşünüldüğünde oldukça ileri görüşlü ve genel hatlarıyla başarılı olduklarından söz edilebilir. Öte yandan teknolojik belirleyiciliğin indirgemeci tutumu enformasyon teorilerinin bakış açısını sınırlandırmaktadır.

Özellikle tekno-iyimser bakış açısıyla açıklanan enformasyon teorilerinde, bilgi toplumunun eşitsizlikleri ortadan kaldıracığı fikri günümüz toplumları göz önüne alındığında böyle bir toplumun yalnızca bir ütopya olacağı görülmektedir. Küresel pazarda bilgi alışverişini zorunlu kılan sistemler, çok uluslu şirketlerin anında ve etkileşimli bilgi iletişimini kullanmaları, enformasyon teknolojilerinin üst düzeyde kullanımını ve bunlara bağımlı olmayı gerekli hale getirmiştir. Bu alt yapıya sahip olan toplumlar ile olmayan toplumlar arasındaki eşitsizlik beraberinde bilginin ideolojik, ekonomik, siyasal alanlarda yönlendirici işlevini açığa çıkarmaktadır (Yüksel, 2013, s. 124).

Post- endüstriyel toplum teorisi bu açılardan bir anlamda sanayiciliğin ileri aşamasında ortaya çıkan bürokratik ve teknokratik unsurlarını destekler niteliktedir. Bilgi emeğinin yaşamın bir yönü değil de bir meta olarak toplumsal yapı içinde hiyerarşiyi desteklemesi öngörülen “eşit toplum” yapısından çok uzaktadır (Ferkiss, 1979, s. 100).

Ayrıca enformasyon toplumu yaklaşımlarında enformasyonun doğruluğu, güvenilirliğinden ziyade niceliksel artışına vurgu vardır. İletişim teknolojileri ile nicel anlamda bilginin artıyor gözükmesi çoğu zaman toplumları daha ‘bilgili’ yapmamaktadır.

Bu artış enformasyon patlaması, bilgi kirliliği ve gerçeklik sorunlarını beraberinde getirmektedir.

Baudrillard, teknolojinin geldiği son nokta ile küresel sıkışmadan ve aşırı doygunluktan söz etmektedir. Tüm bu enformasyon patlaması ve oluşturduğu doyum insanları kendi gerçekliklerinden kopararak hipergerçeklik dünyasına sürüklemektedir. Teknolojinin kendini bile aşarak geldiği bu son nokta gerçekliğin belirsizleştiği bir simülasyon evreni yaratmaktadır. Bu evrende bilginin niteliğini ve etkisini sorgulamak da zorlaşmıştır (2011, s.171-173).

Ağ teknolojilerinin hızlı gelişimi ile enformasyon arzı giderek daha da artmaktadır fakat verinin işlenmesi, enformasyonun oluşturulması ve bu enformasyonun yayılımı aynı hızda olmamaktadır. İkisi arasındaki uçurumun artması enformasyon toplumunun vaatlerini yerine getirmesine engel olmaktadır. Ayrıca bilginin toplumun her kesimine eşit olarak dağıtılmaması ile ortaya çıkan bilgi açığı, enformasyon toplumunun günümüzde ulaştığı noktayı anlamamız için göz ardı edilmemesi ve araştırılması gereken bir konudur.

2.2. Dijital Çağda Sosyal Ağlar ve Enformasyon

Tezin bu bölümünde, toplumun giderek daha fazla bağlantılı ve ağ tabanlı bir yapıya evrildiği bir dönemde, bu değişimi anlamak ve açıklamak için ağ yapısının özellikleri, işleyişi açıklanmıştır. Buradan hareketle sosyal ağların özellikleri, haber kaynağı olarak sosyal medya kullanımı ve beraberinde ortaya çıkan sorunlar ele alınmıştır.

2.2.1. Ağ Toplumunda Ağ Yapısını Anlamak

İnternetin teknik geçmişi, 1969'da Amerika Birleşik Devletleri'nde küçük bir bilgisayar ağı olarak başlamıştır. Bu ağ, paylaşılan bir bilgisayar dilinin ve protokol kümesinin geliştirilmesiyle genişlemiş, 1972'de 'e-Posta' kavramı tanıtilen 'internet' terimi, 1974'te birden fazla bilgisayar arasında ağlar arası iletişimin basit bir kısaltması olarak ortaya çıkmıştır. Modern internetin tarihi ise, ABD silahlı kuvvetlerinden bağımsız bir internet ağının 1983 yılında kurulmasıyla şekillenmiştir. 1985'te internet protokolünün benimsenmesiyle Avrupa'da ve 1995'te ise Afrika'da yerel internet hizmetleri başlamıştır. 1998'de ise internet dünyanın birçok ülkesine ulaşmış ancak kullanımın coğrafi olarak

eşitsiz olması dikkat çekmiştir. 1990'ların başlarında World Wide Web'in popülerleşmesi, arama motorlarının geliştirilmesi ve 2000'lere gelindiğinde sosyal medyanın yükselmesi ve akıllı telefonların ortaya çıkması ile internet kullanımı daha da yaygın hale gelmiştir (Curran vd., 2016, s. 49).

Bu teknolojik evrim, bilgisayarların güçlenmesinden bulut bilişime, yazılım gelişmelerinden iletişim altyapısının genişlemesine kadar bir dizi koldan beslenmiştir. Süreklilik kazanan bu teknolojik değişimlerin, disiplinin ilk günlerinden bu yana sosyal uyumu etkilediği ve insan birlikteliğine yeni mekanizmalar kazandırdığı gözlemlenmektedir. Ağların ve ağ toplumunun oluşumu insanların birbirleriyle etkileşime girdiği koşulları dönüştürerek sosyal ilişkilerin kalıplarını şekillendirmiştir (Lindgren, 2017, s. 85-86).

Internet, soyut teknik diyagramlardan oluşan bir teknik sistem olarak tanımlanır ve evrildikçe tutarlı bir felsefeden beslendiği görülmektedir. Temel internet protokolleri değişse de ölçeklenebilirlikten kurtulma ve uyumluluk sorunlarına çözüm bulma amacını taşıyan temel prensiplere sadık kalmıştır. Ağ kültürünün ve iletişiminin küreselleşmesini yönlendiren süreçlerin genel bir figürü olarak internetin rolü büyüktür. Teknik bir sistem olarak internet, bir dizi birbiriyle bağlantılı ağ protokolünden oluşur. Ağ toplumunda, bilgi uzamı fiziksel uzamdan farklı bir şekilde nitelendirilir ve internet kültürüyle ilgili teorik ve analitik çabalar için kritik bir bağlantıyı ifade eder. Bu bağlamda, bilgi uzamının fiziksel dünyadan bir şekilde ayrıldığını düşünmek mümkündür (Terranova, 2020, s. 57-58).

Geleneksel toplumların ağ toplumuna dönüşümü, ağın ürettiği dinamik bir bilgi paradigmasından hareket etmektedir. Ağ toplumu, sosyal yapının giderek mikroelektronik tabanlı bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından oluşan ağların üretim, tüketim, toplumsal yaşam, güç ilişkileri gibi daha birçok alanın ağ alt yapıli iletişimsel süreçlere dahil olmasını ifade eder. Ağ, merkezi olmayan birbirine bağlı düğümlerden oluşan bir yapıdır ve bu düğümler farklı anlamlara sahip olabilen, değişik özellikleri ile ağın gelişimine katkıda bulunan, ağın performansını artıran yapılardır. Ağlar, aralarında iletişim kurma becerileri sayesinde birbirleri ile iş birliği ya da rekabet halinde olabilirler. Ağ yapısı, 'dahil etme' ve 'dışlama' mantığı üzerine hareket etmektedir. İletişim sistemleri arasındaki bu mantığa dayanan bilgi paylaşımı herhangi bir düğümden tüm ağa ya da belirli noktalara bağlanabilir (Castells, 2004, s. 3-4).

Son iletişim teknolojileri düşünüldüğünde ağlar, içinde bulunduğumuz yüzyılın teknoloji kaynaklı ürünleri gibi gözükseler de Castells, ağların her türlü yaşamın temel modelini oluşturduğunu vurgulamaktadır. Tüm yaşamda ortak olan ağ örüntüleri sosyal hayatta, hayatın olduğu her yerde vardır (2004, s. 4). Ağ araştırmacıları günümüze kadar; iletişim bağlantıları, formal bağlantılar, duygusal bağlantılar, mal veya iş akışı bağlantıları, yakınlık bağlantıları ve bilişsel bağlantılar gibi çeşitli bağlantı türlerini incelemiştir. Ağlar genellikle çoklu bağlantılara sahiptir, yani aktörler birden fazla bağlantı türünü paylaşırlar. Buna göre ağlar, yönlü veya yönsüz olabilir, içerik, sıklık, ortam ve işaret bakımından değişebilmektedir (Katz vd, 2004, s. 308-309). Ağdaki aktör dediğimiz bu bağlantı kaynakları, etkileşim halindeki herhangi bir sosyal varlığa işaret edebilir. Aktörler bireysel temelde olabileceği gibi aile, kurum, kuruluş, şirketler gibi büyük çapta organizasyonlar da olabilmektedir. Ağdaki var olan aktörlerin tümü analiz edilebilen sistemin birer üyeleridir ancak bu aktörlerin hepsinin birbiri ile ilişkisi olması gerekmez. Aktörlerin birbirlerini bağlayan çizgiler onların ilişkilerini temsil etmektedir. Belirli bir ilişki sistemiyle birbirine bağlanan aktörler, özellikle sosyal ağ siteleri gibi topluluk alanları düşünüldüğünde bu ilişki türü daha yakın bağlarla temsil edilmektedir (Giuffre, 2013, s. 7-8).

Dijk, sosyal ağların insanlık tarihi kadar eskiye dayandığına vurgu yaparak insan ağlarının geçmişine bakıldığında tüm ağların iş birliği ve rekabeti doğurması, ağın giderek genişlemesini ve bunun sonucu olarak ekonomi, nüfus, teknoloji, kentleşme gibi olguların giderek büyüyen dinamik ve küresel özelliğe dönüşmesinden söz etmektedir (Dijk, 2018, s. 48). Dijk, ağ toplumunu şu şekilde tanımlamaktadır:

Ağ toplumu, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki bireysel, grupsal/ örgütsel ve sosyal örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türü olarak tanımlanmaktadır. Bu ağlar giderek artan bir biçimde bu toplumun her bir birimini veya parçasını birbirine bağlamaktadır. Batı toplumlarında, ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler ağ toplumunun temel birimi haline gelmektedir. Doğu toplumlarında ise temel birim halen ağlar tarafından birbirine bağlanmış gruplardır (aile, topluluk, iş ekibi) (2018, s. 42).

Çoğu zaman birbiri yerine kullanılan enformasyon toplumu, ağ toplumu ve kitle toplumu kavramları birbirini besleyen ve birbirleriyle benzer özellikleri ile etkileşim halinde olan kavramlar olsalar da tanımladıkları temsiller anlamında farklılaşmaktadırlar. Enformasyon toplumu, toplumun faaliyet ve süreçlerindeki işleyişindeki değişime odaklanırken ağ toplumu, toplumun örgütlenme biçimleri ile altyapılarına

odaklanmaktadır. Kitle toplumu ise bireyleri örgütleyen ve örgütlenme biçimlerini belirleyen büyük çaplı kitlelerin yarattığı modern toplumları tanımlamaktadır (Dijk, 2018, s. 41-43).

Ağ yapısının sahip olduğu özellikleri kavramak ağ toplumunun oluşturduğu hiyerarşik örgütlenmeleri ve buna bağlı gelişen güç ilişkilerinin yeni sahipliğini görmek adına oldukça önemli hale gelmiştir.

Tarih boyunca ağlar, hiyerarşinin en üst noktasında bulunan farklı güçlerin - devletler, din, ticaret, kültür- uzantısıydı. Ağların bu farklı güç mekanizmalarından ayrılarak görece bağımsızlığı, yeni teknolojik gelişmelerin oluşmasıyla ağın yeni içerikler kazanımıyla oluşmaya başlamıştır. Oluşan yeni teknolojilerin toplumsal yapı için gerekli olan dönüşümü uygun koşullarda oluşturabilmesi için esnek, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir özelliklerde olması gerekmektedir. Ancak bu özelliklere sahip olabildiği sürece ağlar, en verimli organizasyon biçimi haline gelebilir. Ağların esnekliği, değişen ortamlara göre hedeflerini koruyarak yeniden yapılanmalarıyla; ölçeklenebilirliği, boyutlarının büyüyüp küçülebilen yapıda olmasıyla, sürdürülebilirliği ise ağ düğümlerine gelen saldırılara direnen yapıda olmaları ve talimatlarla yeniden oluşabilmeleri ile ilgilidir. 1940 ve 50'lerde mikroelektronik teknolojilerin gelişmeye başlamasıyla bilgi ve iletişim teknolojilerindeki dönüşüm 1970'lere gelindiğinde özellikle ABD'den dünyaya hızla yayılmaya başlayarak bilgi çağını başlatmış ve ağlar asıl gücüne ulaşmıştır. Tekno-sosyal dönüşümün başlaması ve nanoteknolojilerin ortaya çıkması insan yaşamı ile makineler arasındaki sınırların silikleşmeye başlayarak ağların insan faaliyetlerinin tüm alanlarına yayılımıyla sonuçlanmıştır (Castells, 2004, s. 5-7).

Günümüzde giderek gelişen iletişim ağları ve ağ toplumları, sosyal yapıdaki en önemli topluluklar haline gelmiştir. Ağ toplumlarında bireylerin, interneti kullanarak veri toplama, bağlantı kurma ve sanal topluluklar oluşturma pratiğine aktif olarak katılan sosyal yapılar giderek artmaktadır. Bu kültürde ilişkiler, kişisel özelliklerden daha önemli hale gelmiştir. Ağlarda ilişkiler, kişinin gerçek konumundan ziyade sosyal ağlar tarafından belirlenmektedir (Patriani vd, 2023, s. 164-165).

Bireylerin ağ toplumlarının iletişim ağlarına katılmasının sonuçları giderek daha önemli hale gelmektedir, çünkü bu ağlara bağlı olma ekonomik faydalarla giderek daha fazla ilişkilidir. Bir toplumun ekonomik ve siyasi yapıları, o toplumu oluşturan sosyal gruplar ve iletişim teknolojileri ağının sadece iki parçasıdır. Öyle ki bilgi, ağ toplumunda ekonomik açıdan çok değerli olup, serbest akışı ve paylaşma yeteneği ile ağ toplumunun

gelişimi için oldukça önemlidir. Bilgi toplumu içinde küresel bilgi sermayesi ekonominin omurgası olarak görülmektedir. Öte yandan hiyerarşik sosyal ağ yapıları içinde, en güçlü bilgi akışları, en güçlü taraflar arasında oluşmakta ve bu taraflar ağın merkezini oluştururken güçsüz olanlar kenarda kalmaktadır. Bu durumda yeni iletişim biçimleri ve fırsatlar, hizmet alamayan topluluklar için ulaşılamaz olarak kalabilmektedir. Ağ toplumunda internet ve ağlar, genellikle güçlü kurumların çıkarlarına hizmet etme eğilimindedir (Marsal, 2018, s. 227-230).

Teknolojik gelişmeler, toplumlar üzerinde sosyal ve toplumsal evrimlere yol açarken toplumlarda modernleşmenin de etkisiyle geleneksel toplum düzeninin ortadan kalkarak yeni bir teknolojik düzenin oluştuğu görülmektedir. Teknolojiye bağlı bu yeni toplumsal değişim, önceki dönemlerin değişimlerinden daha etkilidir (Giddens, 2012, s. 12). Toplumların yapısı, teknolojik gelişmelerle birlikte şekillenirken bu şekillenme teknolojinin kendi doğasından çok bireylerin ve toplumun teknolojiyi ne derece benimsediği ve kullandığı ile ilişkilidir (Mesthene, 1971, s. 20). Bu noktada, ağ toplumunda sosyal ağların, bireylerin teknolojiyi benimsemesi ve gündelik hayat pratiklerine dahil etmesi anlamında önemli olduğu düşünülebilir. Günümüzde ağ toplumunun ve teknolojik gelişimin önemli bir parçası olan sosyal ağların yapısını ve özelliklerini kavramak ağ teknolojisinin bireyleri ve toplumu nasıl dönüştürdüğünü görmek adına önemlidir.

2.2.2. Sosyal Ağlar ve Özellikleri

Sosyal ağların iki ana unsuru bulunmaktadır: aktörler ve aktörler arasındaki bağlar. Ağda bulunan aktörler kişisel kullanıcılar, gruplar, kurum- kuruluşlar gibi farklı türlerde bulunabilirler. Ağda bulunan bu aktörlerin farklı nitelikleri, farklı ağ bağlantı sayıları olabilir. Aktörler arasındaki bağlar ise farklı aktörlerin ilişkisi için gerekli olan iletişimi sağlar. Ağ üzerinde çıkış ve varış noktaları kesin olan yönlendirilmiş bağların olabileceği gibi varış yeri belli olmayan, karşılıklı olmadıkça var olamayan yönlendirilmemiş bağlar da bulunmaktadır. Bağların bir diğer özelliği ise ağırlıklı ve ağırlıksız olmasıdır. Ağırlıklandırılmamış bağlar bir ilişkinin var olup olmadığını gösterir. Facebook ortamında iki kullanıcı arasında var olan ilişki bu durumu temsil edebilir. Twitter ağında bulunan bir kullanıcı bağı ise retweet sayısına göre ağırlıklandırılabilir. Özetle, her sosyal medya ortamının kendine özgü bağ özellikleri bulunmaktadır ve farklı ağ biçimleri ile temsil edilmektedir (Veltri, 2020, s. 142-143).

Web 2.0'ın oluşturulması ile tek yönlü bir akışa sahip olan internet ağları kullanıcıların katılımıyla çift yönlü bir hale getirilerek “ağ etkilerini daha çok insanın kullanabilmesi için programlamak” amaçlanmıştır. 2004 yılında ilk defa Tim O'Reilly tarafından web 2.0 kavramının kullanılmasından bu yana hem içerik hem kullanılan teknolojiler bağlamında büyük çaplı gelişmeler yaşanmıştır. Sosyal ağların ortaya çıkışı ile birlikte çeşitli uygulamalar ve akıllı telefon teknolojileri kullanıcı etkileşimli ağlara dahil olarak yeni bir dünya oluşturmuştur. Web 2.0'ın en sık kullanılan araçları; “anlık mesajlaşma araçları, kavram haritaları ve çizim araçları, dosya depolama ve paylaşma sistemleri, çevrimiçi toplantı araçlarıdır.” (Baloğlu, 2015, s. 22-23).

İki yönlü olarak karakterize edilen World Wide Web'in ikinci nesli olan web 2.0'ın katılımcı iş birliğine dayanması, etkileşim özüne sahip olması, anındalığı, içerik üretici kullanıcılar gibi genel özellikleri ile çeşitli tanımlarla literatürde yer almaktadır. Genel bir tanımla; Tim O'Reilly'nin (2007) bahsettiği gibi, Web 2.0, tüm bağlı olanları kapsayan bir ağ platformu olarak; yazılımı, daha fazla insan kullandıkça daha iyi hale gelen, sürekli güncellenen bir hizmeti ifade eder. Bu hizmet sağlanırken bireysel kullanıcılar da dahil olmak üzere birden fazla kaynaktan gelen veriler sürekli olarak tüketilir ve yeniden üretilir. Bu yönleriyle bir 'katılım mimarisi' aracılığıyla Web 1.0'dan ayrılan Web 2.0, zengin kullanıcı deneyimleri sunmaktadır (Toledano, 2013, s. 2-3).

Web 1.0, internetin başlangıç süreci olarak kullanıcılarına pasif ve sınırlı bir kullanım sunmuştur. Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar artık daha aktif hale gelmiştir, son zamanlarda ise yapay zeka için önemli bir adım niteliğinde görülen Web 3.0 teknolojileri gelişmektedir. Web 2.0, ilgili içeriğin sadece kullanıcılar tarafından anlaşılmasını sağlarken web 3.0, makinenin ve bilgisayarın yorumlayabildiği bir sisteme geçişi ifade etmektedir (Kapan ve Üncel, 2020, s. 276, 284).

Web 3.0, 2006 yılında New York Times gazetesi çalışanı John Markoff'un türettiği bir kavramdır. Web 3.0, aynı zamanda Anlamsal Web olarak da bilinmektedir. Anlamsal Web temel olarak veri uyumuna dayanmaktadır. Böylece veriler, yazılım araçlarıyla beraber bulunup, değerlendirilip, paylaşılacak anlamlı bilgilere dönüştürülmektedir. Öte yandan, Web 3.0, yani diğer adıyla Anlamsal Web düşüncesini ortaya atan kişi, aynı zamanda World Wide Web'in mucidi olan Tim Berners-Lee'dir. Web 3.0'ın özelliklerine bakıldığında, içeriğin bağlamını kurabilme, yeni nesil tarama yeteneklerini sağlama ve yüksek veri zenginliği yaratmak olarak özetlenebilir. Web 3.0, dünyadaki veritabanını ve web odaklı yapıyı destekleyen bir teknolojidir (Patel, 2013, s. 412). Anlamsal Web, web

teknolojileri ile bilginin bir bileşimidir. Yapay zekânın topladığı bilgilerle ilgili akıl yürütmesini karmaşık bir şekilde sağlayan modeller oluşturmak ve sürdürmekle ilgilenen yapay zekanın bir alt dalını temsil etmektedir (Lassila ve Hendler, 2007, s. 90).

Web 3.0, makinenin insan gibi düşünmesine benzeyen bir biçimde ağdaki verileri toparlayıp belirli kategorilere ayırabileceği bir web deneyimi sunarken toplanan veriler, birbirine benzeyen verileri bağdaştırmak ve tüketiciye özel verileri verimli bir biçimde oluşturmak adına hiyerarşik bir şekilde kategorileştirmektedir. Bu durum, verinin hangi formatta olursa olsun bir ağ üzerinden belirli cihazlar tarafından paylaşılıp yayılabileceği ve anlaşılabilirliği bir veri bütününe sağlamayı kolaylaştırmaktadır (Rudman ve Bruwer, 2016, s. 140).

Web 3.0 ile birlikte; sosyal web anlamsal web'e, insanları birbirine bağlama özelliği bilgiyi bağdaştırabilme özelliğine, çevrimiçi sosyal ağlar semantik sosyal ağlara evrilmiştir (Hiremath ve Kenchakkanavar, 2016, s. 709). Ağ teknolojilerindeki bu gelişim bununla da sınırlı kalmayarak web 4.0 ortaya çıkmıştır. 2016 yılında ortaya çıkan web 4.0; daha tahmine dayalı, talep ve onayla çalışan, kullanıcı isteğiyle sonuçlanabilen komutları yerine getirebilen daha zeki bir web sistemi ortaya çıkan Web 4.0; yapay zeka, nanoteknoloji, telekomünikasyon, nesnelerin interneti kavramlarıyla ilişkilendirilmektedir (Arino, 2028; Ersöz, 2020, s. 59). Tüm bu web 3.0 ve 4.0 ile yaşanan gelişmelerin sosyal medya ile ilişkisini kuracak olursak, web 2.0 ile hayatımıza giren sosyal medyada web'de yaşanan bu gelişmelerle birlikte kullanıcılara tercihlerine ve davranışlarına dayalı içeriklerin daha fazla sunulduğunu ve sosyal ağlarda daha kişiselleştirilmiş alanların yaratıldığını söyleyebiliriz. Ayrıca web 4.0 ile ortaya çıkan bilgiyi işlemek için kullanılan ve insanlar arasında bu bilgilerin değiş tokuşuna izin veren, insan müdahalesine gerek duymaksızın makinelerin kendi aralarındaki bilgi iletişimi yapmasına olanak sağlayan nesnelerin interneti olarak kavramsallaştırılan ağ yapısı ile ağda üretilen veri hacmi giderek artmaktadır (Gündüz ve Daş, 2018, s. 328). Bunun yanı sıra sosyal medya ile internete bağlı insan ve cihaz sayısının artmasıyla büyük verinin daha da giderek artacağı düşünülebilir.

Sosyal medya kavramı; üretkenlik anlamında kullanıcılar tarafından oluşturulan içerik, ekonomik anlamda medya endüstrisi, siyasi anlamda katılımcı kültür, teknolojik anlamda ise web tabanlı uygulamalar olarak düşünülebilir. Sosyolojik teoride, Emile Durkheim'in *sosyal gerçekleri*, Max Weber'in *sosyal eylemi*, Karl Marx'ın *işbirlikçi çalışma* kavramı gibi farklı sosyal kavramlar vardır. Teknik ve genel özelliklerinin yanı

sıra sosyal medya herhangi bir sosyal teori çerçevesinde düşünüldüğünde web'in sosyal olup olmadığı ve sosyalliğin web'in yeni bir niteliği olup olmadığı soruları akla gelmektedir. Fuchs'un belirttiği gibi, tüm bilgisayar sistemleri, web uygulamaları ve tüm medya türleri sosyal teorinin biliş, iletişim, iş birliği gibi birçok boyutuna sahip olması düşünülebilir. Bu üç kavram sosyalliğin farklı biçimleriyle ilgilidir: biliş kavramı, Emile Durkheim'in sosyal gerçekler kavramıyla, iletişim kavramı Max Weber'in sosyal eylemler ve sosyal ilişkiler kavramlarıyla, iş birliği kavramı ise topluluklar ve işbirlikçi çalışma ile ilgilidir (Trottier and Fuchs, 2014, s. 5).

19. yüzyılda sosyal medyanın gelişimi ile oluşan süreçler ile topluluklar ve ağlar, farklı yerlerde bulunan insanlara işbirliği ve bağ kurma fırsatları sunarak iletişime yeni bir boyut kazanmıştır. Sosyal ağlar ile ortaya çıkan bu dijital grupların gerçek sosyal gruplara benzeyip benzemediği konusunda yoğun bir tartışma sürse de bu konuda, çevrimiçi etkileşimin büyük ölçekli, parçalı, eşzamansız ve yüz yüze olmayan bir karaktere sahip olmasının, çevrimiçi toplulukları çevrimdışı benzerlerine göre daha izole ve gerçek dışı bir karaktere soktuğu düşünülmektedir (Lindgren, 2017, s. 86-87).

Gelişmiş teknolojik alt yapı, çeşitlilik gösteren içerik formatları ve geniş kullanıcı tabanıyla bir araya gelen teknolojik, kültürel ve sosyal faktörlerin karmaşık etkileşiminden kaynaklı kompleks bir yapıya sahip olan sosyal medyayı daha iyi anlamak adına sosyal medyanın özelliklerini bilmek, sosyal ağları anlamak için önemlidir çünkü sosyal medya, modern toplumun iletişim ve etkileşim dinamiklerini büyük ölçüde değiştiren güçlü bir araçtır.

Sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. **Etkileşim:** Sosyal medya, kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmasına ve geri bildirimde bulunmasına olanak tanır. Kullanıcılar, paylaşımlara yorum yapabilir, beğenebilir, paylaşabilir veya özel mesajlarla iletişim kurabilir. Bu özellik, sosyal medyanın diğer medya türlerinden farklı olduğunu gösterir (Kaplan ve Haenlein, 2010, s.62).
2. **Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik:** Sosyal medya, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturup paylaşmasına izin verir. Kullanıcılar, fotoğraf, video veya yazılarını sosyal medya platformları aracılığıyla paylaşabilirler. Bu özellik, kullanıcıların katılımını artırır ve sosyal medyanın demokratik bir ortam olduğunu gösterir (Kaplan ve Haenlein, 2010, s.61).

3. **Gerçek zamanlı güncelleme:** Sosyal medya, gerçek zamanlı güncellemelerle çalışır. Kullanıcılar, anında güncellenen paylaşımları takip edebilir ve yorum yapabilirler. Bu özellik, sosyal medyanın dinamik bir ortam olduğunu gösterir (Qualman, 2010). Sosyal medya, kullanıcılara anlık bildirimler sağlar. Bu bildirimler, bir takipçinin bir paylaşım yaptığında veya bir mesaj gönderdiğinde kullanıcının hemen haberdar olmasını sağlamaktadır (Boyd ve Ellison, 2007, s. 223).
4. **Küresel, uluslararası erişim:** Sosyal medya, dünya genelinde birçok kişiye erişim sağlar. Kullanıcılar, coğrafi sınırları aşarak farklı ülkelerdeki kişilerle iletişim kurabilirler. Bu özellik, sosyal medyanın küresel bir fenomen olduğunu gösterir (Kaplan ve Haenlein, 2010, s.61).
5. **Mobil erişim:** Sosyal medya, mobil cihazlardan erişilebilir. Kullanıcılar, akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlarını kullanarak sosyal medya platformlarına erişebilirler. Bu özellik, sosyal medyanın her zaman ve her yerden erişilebilir olduğunu gösterir (Qualman, 2010, s.4).
6. **Multimedya:** Sosyal medya; kullanıcılara metin, fotoğraf, video ve ses gibi farklı türde içerikleri eş zamanlı olarak yaratma, işleme ve paylaşma imkanı sağlamaktadır (Dijk, 2016, s. 89). Bu özellik, kullanıcılara çeşitli yaratıcılık ve ifade özgürlüğü sunabilir.
7. **Kişiselleştirme:** Sosyal medya, kullanıcılara özelleştirilmiş deneyimler sunar. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre içerikleri takip edebilir, arkadaşlarına özel mesajlar gönderebilir ve diğer kullanıcıların paylaşımlarını özelleştirebilir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007, s. 1157). Sosyal medya, kullanıcıların içerik oluşturmaya ve paylaşmaya olanak tanıyan bir platformdur. Bu özellik, kullanıcıların kendi özgün içeriklerini paylaşmaları, kendilerini ifade etmeleri ve fikirlerini diğerleriyle paylaşmaları için önemlidir (Boyd, 2014, s. 46-47).
8. **Analitik bilgi sağlama:** Sosyal medya analitiği, sosyal medya verilerinin analiz edilmesi ve anlamlı bilgilerin elde edilmesini sağlar. Bu bilgiler, pazarlama, iletişim, işletme ve diğer alanlarda birçok farklı amaç için kullanılabilir. Ayrıca sosyal medya analizi, gazetecilik alanında da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle, haber kaynakları ve gazeteciler, sosyal medya verilerinden elde edilen analitik bilgileri haberleştirme sürecinde kullanmaktadırlar. Bu nedenle, sosyal medya analizi gazeteciler için önemli bir

araçtır. Bununla birlikte, sosyal medya analiz özelliğinin gazetecilikteki kullanımı sadece haber kaynaklarının ve gazetecilerin haberleştirme sürecindeki kararlarını desteklemekle sınırlı değildir. Aynı zamanda, gazetecilik mesleğindeki diğer alanlarda da sosyal medya analizinden yararlanılmaktadır. Örneğin, sosyal medya analizi, gazetecilikteki veri gazeteciliği uygulamalarında da kullanılmaktadır. Bu uygulamalarda, sosyal medya verileri, hikayelerin anlatımını ve görselleştirilmesini desteklemek için kullanılmaktadır (Mackay, 2017, s. 34).

Sonuç olarak, sosyal medyanın analiz edilebilmesi gazetecilik alanında birçok fayda sağlamaktadır. Gazeteciler, sosyal medya analitiği araçlarını kullanarak hikayeleri, haber kaynaklarını ve kullanıcı davranışlarını izleyebilirler. Bu bilgiler, haber üretim sürecinde ve haberlerin yayınlanması için önemli kararlar verirken gazetecilere yol gösterebilir.

2.2.3. Ağ Toplumunda Bilginin/Enformasyonun Değişen Konumu

Geçmişten günümüze bilginin işlenmesi ve yönetilmesi konusunda, gelişen teknolojik unsurlara bağlı olarak bir değişim yaşanmaktadır. Bilgi toplumu dediğimiz bilgi odaklı toplumlar yalnızca bilişim teknolojileri ile var olmamıştır. Bilgi toplumu için bilgi ve iletişim teknolojileri bilgiye ulaşmada sadece araç görevi görmektedirler. Burada bu teknolojileri önemli kılan, toplumda büyük bir değişim yaratacak güçte yeni bir biçimde bilginin üretilmesi, saklanması, kullanılması ve paylaşılması için ileri bir teknoloji sunmalarıdır. Bilgi toplumu olmak, bilişim teknolojilerine sahip olmayı ve bu araçların etkin kullanımını ifade etmektedir (Yeşilorman ve Koç, 2014, s. 118). Tam bu noktada, dijital çağın ayırt edici özelliğinin aslında bilgi değil bilgi sürecine dahil edilen teknolojik araçlar olduğu söylenebilir.

Literatür içinde bilginin disiplinlere göre şekillenen farklı tanımları olduğu görülmektedir. Her disiplinin bilginin neyi ifade ettiğindeki farklılaşan bakış açıları, dijital çağ söz konusu olduğunda bilginin ele alınış biçimi ve nerelerde varlık kazandığı noktasında önemli hale gelmektedir (Bozkurt, 2014, s. 511).

İnsanlık tarihinin gelişimini evrimsel bir bakış açısıyla değerlendirdiğimizde, insanların önceleri bilgi keşfi için kendi duyu organlarını sonraları ise yarattıkları araçları kullandıkları görülmektedir. Tablo 4'te geçmişten günümüze bilgi keşfi için kullanılan araçlar gösterilmektedir:

Tablo 4. *Evrimsel perspektifte bilginin keşfi (Sun ve Stranieri, 2020, s.3)*

Kişi	Araç	Materyal	Tarih
İnsan	Duyu organları	İnsan ve Doğa	İlk çağlar
İnsan	Yazı ve diğer araçlar	İnsan ve Doğa	14. yüzyıl
İnsan	Baskı Teknolojileri	Kitaplar ve diğer baskı materyalleri	1950'ler
İnsan	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	Veri tabanı	1970'ler
İnsan ve Makineler	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	İnternet	1990'lar
İnsan ve Makineler	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	Büyük Veri	2010'lar
İnsan ve Makineler	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	Bulut sistemi	2010'lar
İnsan ve makineler	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	IoE	2010'lar
İnsan ve Makineler	Yazılım, algoritmalar, bilgisayar	Akıllı Telefonlar	2010'lar

Her çağda değişen bilginin konumu dijitalleşme ile birlikte bambaşka bir boyut kazanarak hem niceliksel hem niteliksel olarak dönüşüm yaşamıştır. Bilgisayar altyapısı ile bilgi toplumunun doğuşu, bilginin çok hızlı bir şekilde dolaşıma girmesini ve buna bağlı olarak bilgi hacminde çok büyük artışları beraberinde getirmiştir. Sanayi devriminden bu yana bilgiyi üreten ve dijital teknolojiler sayesinde etkin şekilde kullanan topluluklar enformasyon toplumunun yarattığı bilgiye ulaşma yollarındaki farklılıklara ayak uydurarak yeni toplum modelleri yaratmışlardır. Oluşan bu yeni toplum modelinde emek ve işgücünün yerini alan bilgi, ekonomik ve kültürel alanları da kontrol etmeye başlayan ve ülkeler/toplumlar arası rekabetin odağını oluşturan bir güç haline gelmiştir. Ancak burada önemli olan nokta, bilgi teknolojilerinin toplumun her kesimine ulaşarak

ağ etkisi yaratması ve böylelikle etkilerini hızlı ve somut bir şekilde ortaya koymasındır (Canlıoğlu, 2008, s. 78).

Ağ toplumunda bilgi ve enformasyondaki bu artış gündelik yaşamda sosyal ağlar ile birey ve toplum hayatını ele geçirmekte, buna bağlı olarak enformasyon ekonominin de önemli bir ögesi haline gelmiştir. Ağ toplumunda bilginin bir metaya dönüşmesi, bilgiye ulaşılması, bilginin kullanılması ve tüketilmesi konularını önemli hale getirmiştir.

2.2.3.1. Bilgi/ Enformasyon Kaynağı Olarak Sosyal Medya

Günümüz bilgi çağında; bilginin yaygınlaştırılması, bilgiye ulaşılabilirliğin artması ve hızlanması, bilgi erişimini sağlayan platformların artması, bu platformlara doğru kanallardan ulaşmak, bilginin kaynağı ve güvenilirliği gibi konular önem kazanmıştır. Bilgi edinilmesi ve içselleştirilmesi noktasında önemli olan tüm bu adımlar, yeni iletişim teknolojileri ve sosyal ağlar ile biçimsel olarak şekil değiştirmiştir. Sosyal medyanın varlığı ile medyanın şekil değiştirmesi, bilgi/enformasyonun sosyal ağlara kaymasına sebep olmuş, bilginin niceliği kadar niteliği de dönüşüme uğramıştır (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014, s. 132).

Bilginin yayılması sürecinde, kitle iletişim araçları bu araçların ortaya çıkışından bu yana oldukça önemli bir misyona sahip olmuştur. Kitle iletişiminde kaynak konumundaki gönderici profesyonel bir iletişim uzmanı olarak resmi bir örgüte bağlıdır. Bu nedenle, kitle iletişim araçları ile sağlanan bilgiler genellikle sahipliği altında bulunan yayın kuruluşunun ideolojik yansımalarına sahiptir. Bilgi sahipliğinde kitle iletişim araçlarının sahipliğini elinde bulundurmak bu açıdan önemlidir. Ancak bilgi kaynaklarının ve dağıtımının sosyal ağlara kayması bu durumu da dönüştürmektedir. Sosyal ağlar ile bilginin daha esnek olduğu ve kısmen özgürleştiği düşünülebilir. Kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısı itibarıyla, özel mal haline gelen bilginin, sosyal ağlar ile kamu malı haline dönüşeceği düşünülse de teknolojik bilginin büyüme amaçlı üretilip kullanılması ve bir kazanç dönüşmesi kamu malı olması ile özel mülkiyet malı olması arasında gidip gelmesine yol açmaktadır (Arklan ve Taşdemir, 2008, s. 75-78).

Bilgi sahipliğinin medya kuruluşlarından küresel bir boyuta doğru hareket etmesi, ağlarda bulunan bilginin kolektif ve herkese açık olması, bilginin sınırlarını olabildiğince genişletmiştir. Ancak böyle bir büyüme ve değişim, bilgi temelli gücün de artmasına ve sonuçlarının küresel boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır. Sosyal ağlarda yer alan bilgi, kullanıcıların oluşturduğu katılımcı kültürün etkisi ile katlanarak

çoğalmakta ve kolektif bir şekilde birbirine ağlarla bağlı bir bütün olarak 'küresel bir beyin' (O'Reilly, 2007, s. 26) şeklinde bulunmaktadır. Bozkurt, bu şekilde ağlar üzerinde bulunan bilginin kendi eko sisteminin olduğuna değinmektedir. Bireylerin sahip oldukları öz bilişlerinin yanında sosyal ağlarda kurulan yeni bağlantılar ve katılım ile gerçekleşen bir meta bilişten söz edilmektedir. Ağda varlık bulan meta bilişten Bozkurt (2014, s. 514) şu şekilde bahseder;

Meta biliş, ağa bağlanan bireylerden gücünü alan ve beslenen bir yapıdır ve ağ küresel bir beyin gibi davranır. Bilgi, ağ toplumunda ağın sınırları ile aynı sınırlıklara sahiptir. Bilgi edilgen, bilen etken olduğu sürece bilginin sınırları ister öz biliş olsun ister meta biliş olsun, anlam ve varlık bulduğu ortamın sınırlılıkları ile aynı olacaktır. Ancak, semantik unsurlar geliştikçe, ağ üzerinde edilgen yapıda bulunan bilgi gittikçe etken bir yapıya dönüşecektir.

Tablo 5. Bilgi kavramı ve biliş sürecinin dijital bilgi çağında dönüşümü (Bozkurt, 2014, s. 515)

BİLGİ	KOLEKTİF BİLGİ
Birey ve biliş vardır.	Ağa bağlanan bireyler ve meta biliş vardır.
Biliş insan beyninde gerçekleşen organik bir süreçtir.	Biliş küresel beyinde (ağlarda) gerçekleşen sanal bir süreçtir.
Anlam içselleştirmeye oluşur.	Anlam bağlar kurarak oluşur.
Bilen-Bilinen: İnsan ve gerçekler arasındaki ilişkiden doğar.	Bilen ve bilinen: İnsanlar ve ağlardaki bilginin işlenmesinden doğar.
Birey biliş sürecinde kuluçkadır, biliş zihinde oluşur.	Birey biliş sürecinde algılayıcıdır, biliş ağlarda oluşur.
Gerçek bir hayat vardır ve insanlar bu hayatın bir parçasıdır.	Sanal bir hayat vardır ve insanlar bu hayatın parçasıdır.
Bireysel biliş.	Kolektif biliş.
Bilgiyi bilmek önemlidir.	Bilginin nerede olduğunu bilmek ve örüntüler arasında ilişki kurabilmek önemlidir.
Doğru bilgiye muhakeme edilerek ulaşılır.	Doğru bilgiye filtreleyerek ulaşılır.
Bilgi güçtür, bilgiyi yöneten güce sahip olur.	Bilgi güçtür, bilgiyi yöneten güce sahip olur.

Sosyal ağlarda bilgi, çeşitli kullanıcılar arasındaki bu etkileşimler ve işbirliği yoluyla dolaşıma girebilir. Bu etkileşimler, kullanıcılar arasındaki mesajlaşmalar, paylaşımlar, yorumlar, beğeniler, takip etme ve paylaşımları yeniden paylaşma gibi çeşitli

aktiviteleri içerebilir. Bu etkileşimler sonucu oluşan bilgi, genellikle kullanıcılar tarafından oluşturulup paylaşılmaktadır.

Günümüzde sosyal medya gündelik bilginin yanı sıra haber kaynağı olarak da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya platformları, kişisel bilgilerin yanında haber, eğlence ve diğer içeriklerin de paylaşılıp yayıldığı bir mecradır. Sosyal medya platformları, kuruluş aşamasında bir haber kaynağı olma amacıyla ortaya çıkmamıştır. Ancak, popülariteleri yükseldikçe ve kullanımı yaygınlaştıkça, kullanım işlevlerinin farklı olmasıyla birlikte, kullanıcıların önemli bir kısmı tarafından bir haber kaynağı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Fletcher ve Nielsen, 2017, s. 2451; Bourne vd., 2020, s. 1).

Sosyal medya platformları, kullanıcılar için yaygın medya ya da basın kuruluşlarından çok daha farklı bir haber kaynağı olmuştur. Sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılmasıyla kullanıcıların sosyal medyada gördükleri haberleri, yoğun enformasyonu nasıl değerlendirdikleri önemli bir konu haline gelmiştir. Günümüzde sosyal medya kullanımı çok yaygın olduğundan, insanların haber alma şekli tamamen dönüşmüştür. Sosyal medyada, kullanıcıların birçok farklı kaynaktan adeta bir enformasyon bombardımanına tutulmaları haber, politika, eğlence ya da reklam gibi çeşitli içerik türlerini birbirinden ayıran net ayrımları silikleştirmiştir (Seterret vd., 2019, s. 1-2).

Sosyal medya platformlarının gitgide yaygınlaşan kullanımı, haberlerin üretilme, yayılma ve tartışılma biçimlerini değiştirmektedir (Nielsen ve Schroder, 2014, s. 472). Sosyal medyadaki tartışmalar genellikle yaygın medya haberlerindeki olaylardan ilham alınarak gelişmekte ve sosyal medyadaki bu tartışmalar, yaygın medyada çıkan haberlerin toplum nezdindeki etkisiyle ilgili bir geribildirim sağlamaktadır. Bu durum da yaygın medya haberleri ile sosyal medya platformları arasında simbiyotik bir ilişki ortaya çıkarmıştır (Tsagkias vd., 2011, s. 565). Bu bağlamda, sosyal medyadaki haber gündemi ile geleneksel medyadaki haber gündeminin etkileşim halinde olduğunu ve birbirlerinden beslendiklerini söyleyebiliriz.

Sosyal medya platformlarının yeni iletişim akışlarını kolaylaştırabildiği, toplumun kamusal konularla ilgili çeşitli etkileşimlere girip bir ağ oluşturabildiği ve kullanıcıların kendi içeriklerini üretip diğerleriyle paylaşabildikleri bir mecra olduğu görülmektedir (Nielsen ve Schroder, 2014, s. 473). Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması ve gelişmesiyle birlikte, haberler ve yeniliklerle ilgili bilgilenmek adına farklı kaynaklar

arasından seçim yapma olasılığı doğmuştur (Sveningsson, 2015, s. 2). Bu durum, kullanıcıları sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanmada daha aktif ve özgür kılmaktadır.

Sosyal medya platformları, gazetecilik anlayışında da değişikliklere neden olmuştur. Sosyal ağlar, gazetecilerin kendilerini daha iyi ifade edebilecekleri bir alan oluşturmuştur (Hladik ve Stetka, 2015, s. 158). Doğuşunun ve yaygınlaşmasının ilk yıllarından itibaren gazeteciler için önemli bir bilgi ağına dönüşen internet, yeni bir haber toplama kanalı olmuştur. Gazeteciler internet sayesinde daha kolay ve hızlı bir şekilde küresel çapta iletişim kurarak istedikleri bilgilere ulaşmada daha avantajlı hale gelmişlerdir (Gürcan, 1998, s. 146-147). Sosyal ağların kullanımıyla bu durum daha da gelişerek sosyal medya platformlarının hem bir haber kaynağı olması hem de bireysel kaynaklar adına bir platform fonksiyonu görmesi, gazeteciler açısından sosyal medyanın bilgi verme gücünü anlamasını kolaylaştırmıştır (Hladik ve Stetka, 2015, s. 170).

Sosyal medya uygulamaları, gazeteciler tarafından bir kaynak bulma aracı olarak ve yapılacak bir haberi doğrulamak amaçlarıyla da kullanılmaktadır. Bu açıdan, sosyal medya platformları, mevcut bir haberin kaynaklarını tamamlayıcı nitelikte ya da yaygın medya organlarının yerini alabilecek bir zemin hazırlamaktadır. Yine de profesyonel habercilik bakımından çeşitli zorluklar yaratabilmektedir. Yeni teknolojilerin gelişmesi sonucu dijitalleşen dünyada, sosyal medya platformlarının popülerleşmesiyle birlikte bu uygulamalar üzerinden gazeteciler daha fazla bilgi kaynağına ulaşabilmektedir. Ancak, akışta yığılan bu çok sayıdaki enformasyon, doğrulamayı da zorlaştırmaktadır. Bu açıdan, sosyal medya mecralarına karşı haber üretimiyle ilgili hem olumlu hem de olumsuz fikirler bulunmaktadır. Sosyal medya, bir bakımdan ele alındığında, gerek kriz zamanlarında ya da son dakika olaylarındaki son gelişmelere erişimde kolaylık sağlamaktadır (Zhang vd., 2020, s. 1193). Sosyal medya platformları, özellikle kriz dönemlerinde ve ani olaylarda bilgi almak için bir kaynak olarak her geçen gün daha fazla kullanılmaktadır (Westerman vd, 2014, s. 171). Özellikle böyle zamanlarda sosyal medyada yanlış bilgilerin yayılması adına oldukça elverişli bir zemin oluşmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medya kullanımının artışı ve yaygınlaşması, yanlış bilginin de daha çok yayılmasına neden olmaktadır (Lewandowsky vd., 2012, s. 108). Çevrimiçi mecralarda misenformasyon ve dezenformasyonun paylaşılıp yayılmasını engellemek adına neler yapılabileceğini anlamak büyük önem taşımaktadır. Buna göre, gerçekdışı yanlış haber içeriklerini saptamak adına profesyonel teyitçilerden yardım almak, ilgili

uygulamaya şikayet ederek doğrudan sansürlemek, diğer kullanıcıları uyarmak gerekmektedir. Bu önlemler, yanlış bilgi etkisini tamamen ortadan kaldırmasa da azaltabilmektedir. (Ecker vd., 2017, s. 185).

Sosyal medya, birçok haber kaynağının yanı sıra bireysel kullanıcılar tarafından paylaşılan haberlerin de bulunduğu bir platformdur. Bu nedenle, haberlerin doğruluğu konusunda şüpheler olsa da sosyal medya kullanıcıları tarafından takip edilen güvenilir kaynakların da olduğu söylenebilir. Sosyal medya kullanıcıları, haberleri okumak ve takip etmek için çeşitli yöntemler kullanırlar. Örneğin, Twitter'da hashtagler kullanarak, belirli bir konuyla ilgili tweetleri takip etmek mümkündür. Ayrıca Facebook ve Instagram gibi platformlar da haberlerin takibi için kullanılabilir.

Sosyal medyada haber paylaşımı üç düzeyde gerçekleşmektedir. İlki, kullanıcılar kendi hesaplarından çevrelerine güncel haberlerle ilgili paylaşım yapıp, yorum yaptığı gönderilerdir. İkincisi, çok takipçili kamuya açık kişilerin paylaşımları ve yorumlarıdır. Üçüncüsü ise, köklü haber kuruluşlarının gönderileridir. Bu noktadan bakıldığında, haber paylaşımı yüksek oranda, kullanıcıların haber yazılarını, videolarını ve içeriklerini paylaşım ya da beğenerek kendi sosyal medya hesaplarından diğerlerine ilettiği birinci ve ikinci düzeyde gerçekleşmektedir (Sveningsson, 2015, s. 2-3). Bu bağlamda, sosyal medyadaki enformasyonun büyük bölümünü kullanıcı içeriklerinin oluşturduğu düşünülebilir.

Aynı zamanda sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanımı konusunda birçok tartışma yaşanmaktadır. Bazıları, sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılmasının güvenilirliği konusunda endişelerini dile getirirken, diğerleri ise sosyal medyanın doğru kaynaklar kullanıldığında etkili bir haber kaynağı olabileceğine inanmaktadır. Sosyal medyada haber paylaşımının kullanıcılar, içerik ve ağlar açısından incelenmesini amaçlayan bir derleme çalışması olan 2004-2014 yılları arasında haber paylaşımı ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen bilimsel hakemli makalelerin bir incelemesini sunan Kümpel ve arkadaşlarının, "News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks"(2015) başlıklı makalelerinde, sosyal medyada haber paylaşımının önemi vurgulanarak, haber paylaşımının kullanıcı davranışları, içerik özellikleri ve ağ etkileşimleri açısından nasıl incelenebileceği tartışılmıştır. Bununla birlikte, araştırmacılar haber paylaşımı yaparken kullanıcıların kişisel tercihleri, sosyal etkileşimleri ve algılarından etkilendiğini ve içerik özelliklerinin

de haberin paylaşımını etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca, sosyal medyanın haber paylaşımındaki rolü ve etkisi de ele alınmıştır.

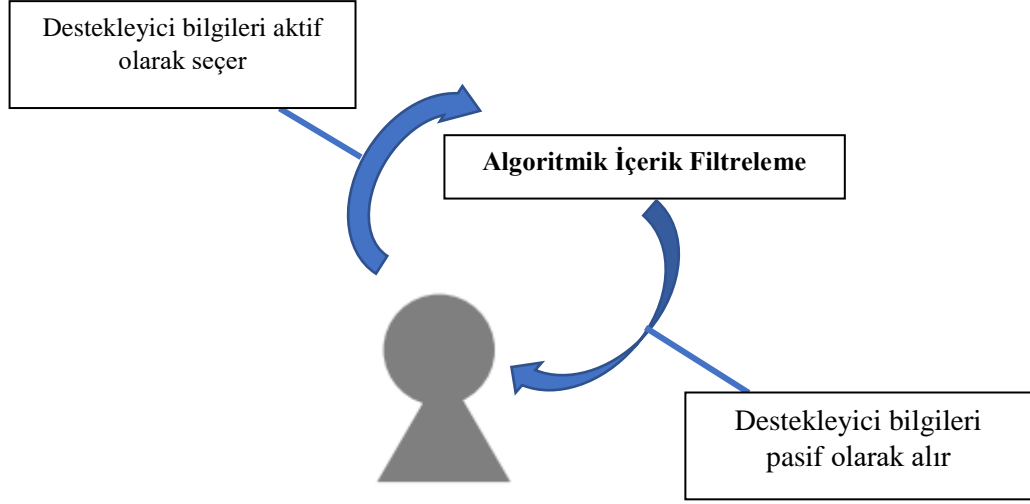
Yapılan geniş kapsamlı çalışma sonucunda; sosyal medya kullanıcılarının haber paylaşımında kişisel tercihlerini, sosyal etkileşimlerini ve algılarını dikkate aldıkları söylenebilir. Bu nedenle, haberin paylaşımı üzerinde kullanıcıların davranışları önemli bir etkiye sahiptir. Haber içerikleri, haber paylaşımını etkileyen önemli faktörler arasındadır. Haberlerin duygusal tonu, başlıkları ve kaynakları gibi özellikleri, haberlerin paylaşımını artırabilir veya azaltabilir. Sosyal medyanın haber paylaşımındaki rolü ve etkisi, haber kaynaklarının doğruluğu ve güvenilirliği konusunda endişelere yol açmıştır. Bu nedenle, haber paylaşımının sosyal medyada nasıl kontrol edilebileceği konusunda daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Sosyal ağlar, haber paylaşımını etkileyen önemli faktörler arasındadır. Haberlerin paylaşımı, kullanıcıların sosyal ağlarındaki etkileşimlerine ve paylaşım aktivitelerine bağlı olarak yayılmaktadır (Kümpel, Karnowski ve Keyling, 2015, s. 3-10).

Bu sonuçlar, sosyal medyada haber paylaşımının nasıl çalıştığına dair kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır. Haber paylaşımının kullanıcılar, içerik ve ağlar açısından incelenmesi, sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanımının doğru şekilde anlaşılmasına ve kullanılmasına yardımcı olabilir. Öte yandan sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılmasında haber kuruluşlarının nasıl bir etkisi olduğu ya da bu durumdan nasıl etkilendiklerini anlamak da önemlidir. 2018 yılında yayınlanan "Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye'deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme" başlıklı makale, Türkiye'deki haber kuruluşlarının sosyal medyanın gazetecilikteki rolüne nasıl tepki verdiğini ve bu rolün ne olduğunu incelemektedir. Makalede, Türkiye'deki haber kuruluşlarının sosyal medyayı kullanarak haberleri nasıl takip ettiklerini ve bu haberlerin yayınlanmadan önce nasıl doğrulandığını da ele almaktadır. Haber kuruluşlarının sosyal medyayı kullanarak haber kaynaklarını ve halkın nabzını takip ettiği ve bu kaynakların doğruluğunu teyit etmek için çaba gösterdiği belirtilmektedir. Çalışmanın önemli sonuçlarından biri de sosyal medya uygulamalarından en fazla Twitter'ın haber kaynağı olarak kullanımında en çok başvurulan mecra olduğudur. Ayrıca sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanımının artmış olmasına karşın resmi kaynakların, yetkili ağızların haber üretiminde öneminin azalmadığına dikkat çekilmektedir. Bu sebeple eşik gözcülüğünün öneminin halen devam ettiği ve bu bağlamda geleneksel gazetecilik pratiklerinin süreceği belirtilmiştir. Haber kuruluşlarının

sosyal medyadaki bilgileri doğrulamada ise geleneksel yöntemlere başvurduklarına dikkat çekilmiştir (Kıyan, 2018). Yapılan bu çalışma ile günümüzü karşılaştırdığımızda aradan geçen beş yıl ile birlikte günümüz haber kaynağı olarak sosyal medya kullanımının; teknolojideki sıçramalar, internet tabanlı akıllı cihazların artışı, sosyal medya ortamlarındaki artış ve kullanımının yaygınlaşması, geleneksel medyadaki ifade özgürlüğü kısıtlılığı, reklam sektörünün dijitale kayması, yapay zeka, sanal gerçeklik, veri analizi ve algoritma teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte farklılaştığı düşünülebilir. Günümüzde haber kuruluşları ve haber tüketicilerinin büyük ölçüde sosyal ağlara kaydığı bir gerçektir.

Günümüzde bilgi ve haberin sosyal medyaya kayması beraberinde getirdiği sorunlardan bağımsız düşünülemez. Öyle ki, dijital eşitsizliklere de sebep olan bu sorunlar bireylerin enformasyona ulaşmasında sosyal ağların güvenilirliğini sorgulamayı gerekli kılmaktadır. Sosyal ağlarda haberlere ulaşmada karşılaşılan engeller çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır:

- 1. Algoritma Tabanlı Filtreleme:** Sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve tercihlerine dayalı olarak haber içeriklerini filtreleyen karmaşık algoritmalar kullanmaktadır (Pariser, 2011, s. 9). Bu filtreleme, kullanıcıların daha önceki tıklama, beğenme veya paylaşma davranışları gibi verilere dayanarak haber akışını kişiselleştirir. Bu durum, "filtre balonu" olarak adlandırılan bir fenomeni ortaya çıkarır, yani kullanıcılar sadece kendi görüşlerini yansıtan veya onayladıkları haberlere maruz kalır (Bakshy vd., 2015). Bu durum, haberlerin çeşitliliğini azaltmakta ve kullanıcıları sınırlı bir perspektifle karşılaştırmaktadır. Tıpkı 'yankı odası' kavramı gibi filtre balonu kavramı da bilgilerin bireylere göre kişiselleştirilerek tekrar tekrar kişinin karşısına çıkarılması ve aynı döngüye maruz kalmasına vurgu yapmaktadır.



Şekil 2. Filtre balonu döngüsü (Dahlgren, 2021, s. 18)

Kullanıcıların destekleyici bilgileri aktif olarak seçmesi ve beraberinde bu bilgilere pasif olarak sürekli maruz kalmasıyla kısır bir döngü olarak ortaya çıkan filtre balonu ile bireyler farklı bakış açılarından giderek izole olmakta ve algoritmaların şekillendirdiği bir balonun içine hapsolmektedir.

- 2. Yanlış Bilgi ve Sahte Haberler:** Sosyal medya platformları, haberlerin hızla yayılmasına olanak tanıyan bir ortam sağlamaktadır. Yapılan bir çalışmaya göre, yalan haberlerin doğru haberlere oranla sosyal medyada daha hızlı yayıldığı görülmüştür. Yanlış haberlerin nasıl yayıldığını anlamak için Vosoughi ve arkadaşları 2006'dan 2017'ye kadar Twitter'da söylenti dizilerinden oluşan bir veri seti kullanarak yaklaşık 126.000 söylenti haberin 3 milyon kişi tarafından yayılmasını incelemişlerdir. Yanlış haberlerin gerçeklerden daha fazla kişiye ulaştığı; yanlış haber dizilerinin ilk %1'i 1000 ila 100.000 kişiye yayılırken, gerçek nadiren 1000'den fazla kişiye yayıldığı sonucuna varılmıştır. Batıl haberlerin de gerçeklerden daha hızlı yayıldığı gözlemlenmiştir. Doğru ve yanlış söylentilerin yayılma dinamiklerini analiz edildiğinde, tüm bilgi kategorilerinde yanlışlığın gerçeklerden önemli ölçüde daha uzağa, daha hızlı, daha derine ve daha geniş bir şekilde yayıldığı yapılan çalışma ile bulunmuştur (Vosoughi vd., 2018). Twitter üzerinden yayılan yanlış haberler ile ilgili yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, doğru ve yanlış haberlerin yayılmasındaki farklılıkların davranışsal açıklamaları üzerine daha fazla araştırma yapılması gerektiği, çevrimiçi doğru ve yanlış

haberlerin yayılmasını sağlayan insan muhakemesi faktörlerinin daha sağlam bir şekilde tanımlanması, röportajlar, anketler, laboratuvar deneyleri ile kullanıcılarla daha doğrudan etkileşimin gerekliliği vurgulanmıştır. Sosyal ağlarda gerçekleşen yanlış bilginin yayılmasını kontrol altına alınması için botların kontrol altına alınması yeterli olmamakla birlikte yanlış bilgi ile mücadelede kullanıcı davranışlarının değiştirilmesine yönelik girişimlerde bulunulması gerekmektedir (Vosoughi vd., 2018). Yanlış bilgi veya sahte haberler, bilinçli olarak yanıltıcı veya manipülatif içerikler olarak yayılabildiği gibi, kullanıcıların doğru ve yanlış bilgiyi ayırt etmesinin zorlaşmasından da kaynaklanabilir. Söylentiler ve kurgu, politikacılar, şahsi menfaatlerin yanı sıra medya, özellikle sosyal medya, yanlış bilgi kaynakları olarak karşımıza çıkabilmektedir. Sosyal ağlarda bilgi ortamı çeşitli bölümlere ayrılmış olması yanlış bilgi ile mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Bilgi devrimi yaratan internet ortamlarında profesyonel editörler gibi bekleşik mekanizmaları silikleştiği ve hatta aktif kullanıcı içerikleri ile yok olduğu için yanlış bilgilerin yayılması oldukça kolaylaşmıştır. Bu durum, toplumda yanlış inanışların yayılmasına ve kamuoyunun şekillenmesinde olumsuz etkilere yol açabilir. (Lewandowsky vd., 2012, s. 108-111).

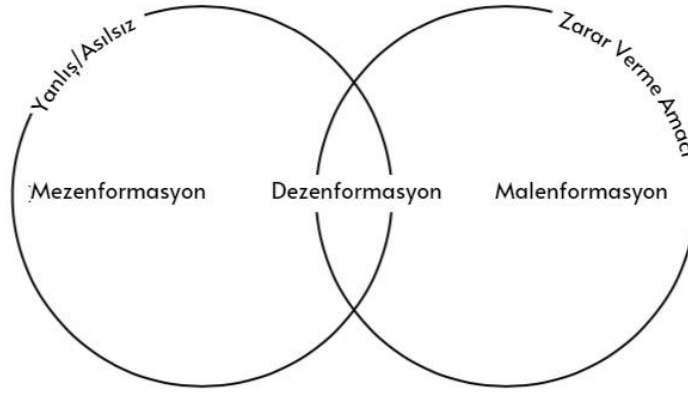
- 3. Bilgi Yığılması ve Doğrulama Zorlukları:** Sosyal medya platformlarında birçok haber kaynağı ve kullanıcının bulunması bilgi yığılmasına neden olmaktadır. Sosyal medyadaki sahte haberler yanıltıcı veya manipülatif bilgileri kasıtlı olarak yayma amacı gütmektedir. Ayrıca, sahte haberin bilgi ekosistemindeki etkisi ve yaygınlığı azımsanmayacak düzeylere ulaşmıştır. (Edson C. Tandoc vd., 2018). Kullanıcılar, gerçek haberleri doğrulamak veya güvenilir kaynakları belirlemek gibi zorluklarla karşılaşabilmektedir. Bilgi yığılması, güvenilir ve kaliteli haberlere erişimi zorlaştırarak düşük kaliteli veya yanıltıcı içeriklerin ön plana çıkmasına yol açabilmektedir. Viral döngüler, algoritma tabanlı haber önerileri ve sosyal ağ etkileşimleri, sahte haberlerin hızla yayılmasında etkili faktörlerdendir. Bu süreçlerin anlaşılması, sahte haberlerin yayılmasını önlemek için alınabilecek önlemlerin belirlenmesinde önemlidir.
- 4. Önyargı ve Bilgi Kabiliyeti:** Sosyal medya kullanıcıları, kendi düşüncelerini veya belirli bir ideolojiyi doğrulayan haberleri tercih edebilir (Pennycook ve Rand, 2020). Bu durum, farklı görüşlere veya çeşitlilik sağlayan haberlere erişimi

azaltabilir. Ayrıca, bazı kullanıcılar bilgi doğrulama becerileri konusunda sınırlı olabilir ve sahte haberleri veya yanlış bilgiyi kolayca kabul edebilir.

Yukarıda da belirtildiği gibi sosyal ağlarda habere ulaşmada en önemli engellerden olan; sosyal ağlarda bilgi kirliliği veya enformasyon kirliliği, sosyal medya platformları ve diğer çevrimiçi iletişim kanallarında yayılan yanlış, yanıltıcı veya eksik bilgilerin baskın olması konusuna dikkat çekmek gerekmektedir. Çünkü bu durum sosyal medyayı bilgi kaynağı olarak kullanan bireyler arasında bilgi kirliliği ve dijital okuryazarlık ilişkisi bağlamında ortaya çıkabilecek dijital bölünmelere işaret edebilir. Bu açıdan bu çalışmada bu konu üzerinde daha yoğun durulmuştur.

Bilgi kirliliği ile bağlantılı bir şekilde sosyal medya platformlarında sürekli bir bilgi akışı vardır ve bu da kullanıcıların aşırı bilgi yüklenmesine yol açar. Aşırı bilgi yüklenmesi, günümüz dijital çağında internetin hızla yayılması ve bilgiye kolay erişim imkanı sunması sonucunda ortaya çıkan bir durumdur (Eppler ve Mengis, 2004, s. 326-327). Sosyal medya platformları, kullanıcıların sürekli bir bilgi akışına maruz kaldığı, çeşitli içeriklerin yoğun bir şekilde sunulduğu bir ortam sağlar. Ayrıca sürekli olarak değişen veya çelişkili bilgiler, kullanıcıların objektif kararlar vermesini engelleyebilir ve kararsızlık yaratabilir. Bu durum, önemli konularda yanlış kararlar alınmasına veya manipülasyona açık olunmasına neden olabilir.

Yanlış bilgileri ifade etmek için sıklıkla kullanılan post-truth (hakikat ötesi) ve fake news (yalan haber) kavramları, dijital medyanın ilerlemesi ile yanlış bilgiyi ifade etmede yetersiz kalmaktadır. Bunun nedeni dijital medyada yanlış bilginin sadece haberlerde karşımıza çıkmaması, haber niteliği taşımayan metin, görüntü, video vb. içeriklerin de yanlış bilgi içermesinden kaynaklanmaktadır. Bilgi düzensizlikleri genel hatlarıyla üç ana kategoride ele alınmaktadır; dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon.

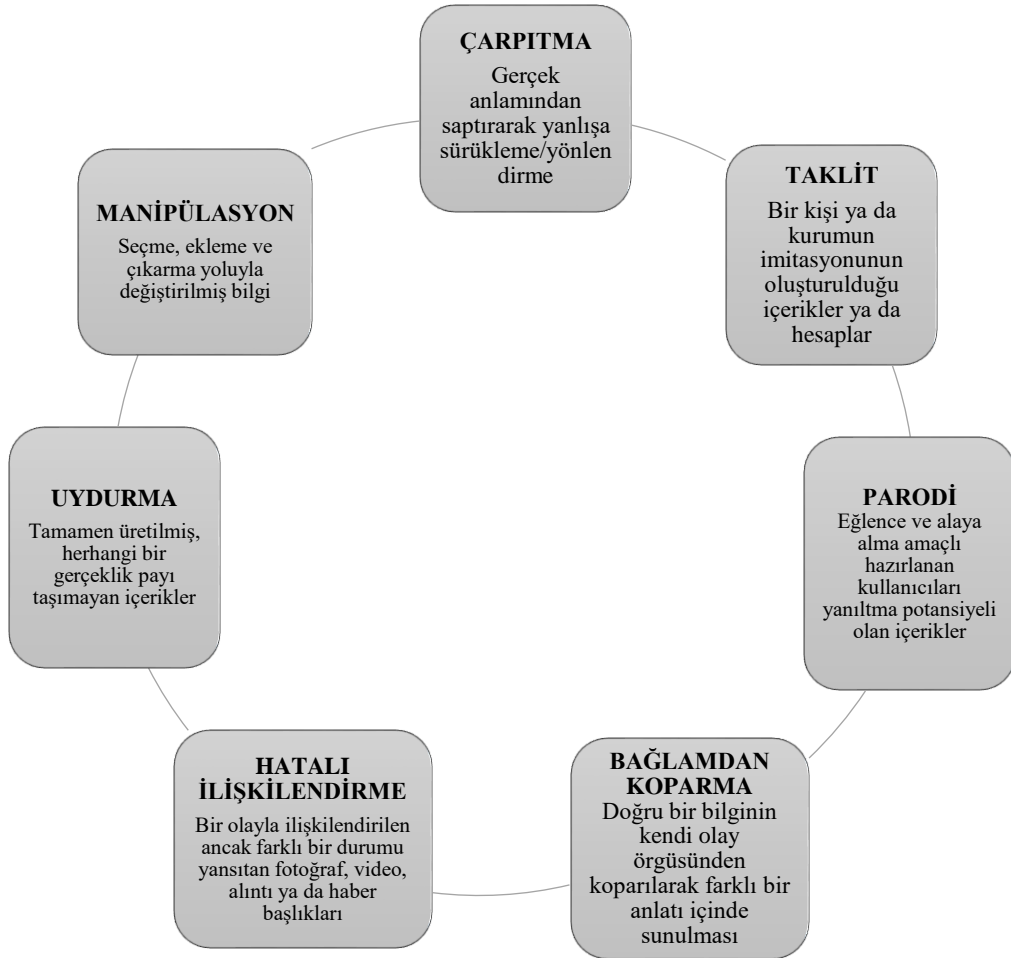


Şekil 3. Bilgi düzensizlikleri türleri (infodemikitabi.org)

Dezenformasyon, yanıltıcı veya yanlış bilgilerin kasıtlı olarak yayılması veya yayılmasına yönelik manipülasyonu ifade eden bir terimdir. Bu, bilinçli bir şekilde yanlış veya yanıltıcı bilgilerin kullanılmasıyla gerçekleştirilen bir propaganda taktiğidir. Dezenformasyon, genellikle insanları yanıltmak, kamuoyunu etkilemek için tercih edilmektedir. Örneğin dezenformasyonun sosyal medya üzerindeki etkisi ve 2016 seçimlerindeki rolünün incelendiği araştırma makalesinde, dezenformasyon, kasıtlı olarak yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yayılmasıyla ilgili bir fenomen olarak tanımlanmaktadır. Yazarlar, dezenformasyonun internet ve sosyal medya platformları aracılığıyla hızla yayıldığını ve insanların politik görüşlerini etkileme potansiyeline sahip olduğunu belirtmektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017). Sosyal ağlarda dezenformasyonun yayılmasında etkili olan aktörler; bağımsız troller, profesyonel troller, botlar, siborglar, sahte haber siteleri, komplo teorisyenleri, partizan medya, siyasetçiler ve yabancı hükümetler olarak sıralanabilmektedir (Erdoğan vd, 2022, s. 12). Mezenformasyon ise kasıt olmaksızın oluşturulan yanlış bilgileri ifade etmektedir. Doğal afetler, pandemi, terör olayları gibi durumlarda bilinçsizce dolaşıma sokulan ve doğruluğu teyit edilmeksizin hızla yayılan bilgi ve haberler kullanıcılar arasında yanlış bilgilenmelere neden olmaktadır (Wardle, 2017). Bir diğer kavram olan malenformasyonda ise paylaşılan bilgiler doğrudur ancak bu bilgiler kişisel bilgilerdir ve kişi veya kurumlara zarar verebilecek nitelikte olabilir. Sızıntı bilgiler, taciz, nefret söylemi gibi içerikler malenformasyona örnektir (Eyüboğlu ve Kodak, 2023, s. 538).

Dijital çağdaki karşılaştığımız bu enformasyon bombardımanı, yanlış ve doğru bilginin ayrımı noktasında dijital iletişim uzmanlarını ve araştırmacıları düşündürmeye devam etmektedir. Yanlış bilgi ekosistemini anlamak için sahte içerik türlerini ve bunları oluşturan kullanıcıların motivasyonlarını inceleyen, “dijital çağda güven ve gerçek”

üzerine çalışmalar yapan “First Draft” isimli sivil toplum kuruluşundan Claire Wardle ‘Yanlış ve Sahte Bilginin 7 Türü’ isimli bir sınıflandırma yapmaktadır. Bu sınıflandırmayı yaparken Wardle, ‘sahte haber’ kavramının yetersizliğini vurgulayarak işe başlamakta ve şu şekilde eklemektedir; “sahte terimi, farklı yanlış bilgi türlerinin (yanlış bilgilerin yanlışlıkla paylaşılması) ve dezenformasyonun (yanlış olduğu bilinen bilgilerin kasıtlı olarak oluşturulması ve paylaşılması) karmaşıklığını tanımlamamaktadır” (Wardle, 2017). Bu sebeple var olan bilgi ekosistemini anlamak için paylaşılan içerik türlerini, oluşturulan bu içeriklerin oluşturulma motivasyonlarını ve içeriğin yayılma yollarını ayrıntılı bir şekilde ele alınması gerekliliği doğmuştur. First Draft News yanlış bilginin en yaygın yedi türünü şu şekilde sınıflandırmaktadır:



Şekil 4. Yanlış bilginin en yaygın yedi türü (firstdraftnews.org)

Sosyal medyadaki dezenformasyon, mezenformasyon ve yanlış bilgi türleri ile oluşan bilgi kirliliği, bireyler arasında dijital bölünmeye katkıda bulunmaktadır. Sosyal medya, geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşma potansiyeli sunar ancak bilgi kirliliği ve yanlış

haberlerin yayılmasıyla birlikte, insanlar arasında bilgi eşitsizliği oluşabilir. Dijital becerilere ve kaynak değerlendirme yeteneklerine sahip olmayan veya düşük okuryazarlık seviyesine sahip olan bireyler, yanlış bilgilere ve manipülasyona daha açık hale gelirken, doğru ve güvenilir bilgilere ulaşma konusunda dezavantajlı duruma düşebilirler. Yanlış haberler ve bilgi kirliliği, sosyal medya üzerinde kutuplaşmayı derinleştirebilir. İnsanlar, farklı haber kaynaklarını ve görüşleri takip ederek, kendi inanç sistemlerini destekleyen bilgilere odaklanabilirler. Bu durum, insanlar arasında siyasi, ideolojik ve toplumsal ayrışmalara yol açarak dijital bölünmeyi artırmaktadır. Ayrıca sosyal medyadaki bilgi kirliliği, insanların sosyal medya platformlarına olan güvenini de zedeleyebilir. İnsanlar, manipülatif bilgilerin yayılması ve yanlış haberlerin sıklığı nedeniyle sosyal medyada sağlıklı bir etkileşim ortamı bulamayabilirler. Bu da insanların sosyal medyayı kullanmaktan çekinmelerine veya aktif olarak katılım göstermemelerine neden olabilir, bu da dijital bölünmeyi artırabilir.

2.2.3.1.1. Sosyal Medya Platformlarının Yapısı (Kontrol, Gözetim, Sömürü, Görünürlük)

Sosyal medya platformlarının yapısı sosyal medya kullanıcılarının dijital davranışlarında etkili olmaktadır. Özellikle medya ortamlarındaki gözetim ve kontrol, kişisel mahremiyet sorunları kullanıcılar arasında kullanım farkları yaratmaktadır. Mahremiyet ve kullanıcı gizliliğinin köklerine inildiğinde, Westlin'in çalışmasına kadar dayandığı gözlemlenmektedir. Westlin'e göre mahremiyet, kişisel bilgilerin ifşası üzerindeki bireysel kontrol ve bu bilgilerin sonrasındaki kullanımıdır (Westlin, 1967). Altman'a göre ise mahremiyet, kişinin diğer insanlar tarafından kendine erişimini kontrol etme davranışıyla ilgilidir. Gündelik yaşam içerisinde insanlar yalnızca mahremiyetlerini korumakla kalmayıp, aynı zamanda paylaşırlar. Çünkü mahrem bilgilerin paylaşımı sosyal çevredeki bireyler arasında güvenin artmasını ve yakınlığın gelişmesini sağlar (1976, s. 8)

Daha yakın zamanlarda ise mahremiyet, tüketicilerin kişisel bilgilerinin başkalarına ne zaman, nasıl ve ne ölçüde aktarılacağını kontrol etme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Milne ve Culnan, 2004, 18; Phelps vd, 2000, s. 29). Öyle ki, insanların aleniyet ve gizlilik yelpazesinde özel ve kamusal sınırlarını tanımasını sağlar (Palen ve Dourish, 2003, s. 130). Dışarıdan bir müdahale veya izin olmadan kişisel bilgi akışını verimli bir şekilde düzenleyerek yönetmesine olanak tanır (Chan, 2000, s. 1).

Bu tanımlar ekseninde kişisel bilgilerin gizliliği, bilgi üzerindeki kontrol ve bilgi kullanımını ile ilgili iki boyutlu bir yapı olarak ele alınabilir. Genellikle kullanıcılar kişisel verilerinin nasıl toplanıp, kaydedilip sonrasında nasıl kullanıldığını bilmemektedir (Sheenan ve Hoy, 1999, s. 41). Fakat kullanıcıların çoğu, bir tüketim topluluğuna katılabilmek uğruna mahremiyetinden biraz da olsa vazgeçmeye istekli olabilmektedir (Turow vd, 2008, s. 413). Bu açıdan, kişisel veriler bir metaya dönüşmektedir. Bu da kullanıcıları sömürüye daha açık bir noktaya getirmektedir (Fox ve Royne, 2018, s. 73).

Big data merkezlerinin çoğalması, veri güvenliği ihlallerinin artması, dijitalleşmenin gelişmesi, kişiselleşen pazarlamanın büyümesi ve gözetim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kişisel bilgi gizliliğiyle ilgili sorunlar daha da önemli hale gelmiştir (Solove, 2013, s. 1).

Kişisel bilgi gizliliği konusundaki endişenin; bilgi toplama, dahili yetkisiz ikincil kullanım, harici yetkisiz ikincil kullanım ve hatalar olmak üzere dört temel faktörü bulunmaktadır. Bilgi toplama, bir bireyin organizasyonel pratikler aracılığıyla toparlanan bilgi miktarıyla ilgilidir. Dahili yetkisiz ikincil kullanım, meşru yollarla bir kuruluş tarafından kişisel verilerin, kullanıcıların izni olmadan ikincil bir amaç için kullanılmasıdır. Harici yetkisiz kullanım, meşru yollarla elde edilen kişisel verilerin, kullanıcıların izni olmadan üçüncü bir tarafça kullanılmasıdır. Hatalar ise, bir kuruluş tarafından toplanan verilerin yanlış depolanması ya da temsil edilmesidir (Smith vd., 1996, s, 182).

İnsanlar sosyal medyayı zaman geçirmek, sosyalleşmek, yeni insanlarla tanışmak, güncel bilgileri takip etmek ve rahatlamak gibi çok çeşitli amaçlar için kullanırlar. Bu tür platformların kullanımı arttıkça da kişisel verilerin gizliliği ve mahremiyet önemli konulardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya uygulamaları tasarımları gereği, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşılması işlevini sağladığından, kişisel bilgilere erişim ve kontrol mekanizmalarını reddeder. Diğer yandan bu platformlar genellikle kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerle yaşamını devam ettirebildiği için kişisel bilgilerin sosyal medyanın sponsorları tarafından kullanılma biçimleri anlaşılabilir olabilmektedir. Bu açıdan, sosyal medya kullanımı bireylerin gündelik yaşamdaki sınırlarını korumalarına medyan okumaktadır. Bu anlamda kullanıcılar da sosyal hedeflerini gerçekleştirmek ve sosyal medyanın sunduğu faydaları elde edebilmek adına kişisel bilgilerini vermeyi gerekli görmektedir (Quinn, 2016, s. 61-62).

Kişisel bilgilerin ifşa edilmesi riskleri de yanında getirirse de sosyal medya platformlarına arkadaş bulmak, onlarla iletişim kurmak, ilişkileri güçlendirmek ve itibarı yükseltmek için bilgiler görünür olmalıdır. Bu sebeple, buradan sağlanacak faydalar risklerden daha ağır bastığı için kullanıcılar kişisel bilgilerini gizlemeyebilir. Dolayısıyla kullanıcılar açısından belirli faydaları sağladığı ve risk seviyesi ölçülü olduğu süreçte, kişisel bilgilerin açık olması ve mahremiyet kaybı kabul edilebilir (Zhang vd., 2015, s. 4).

Sosyal medya platformları, kullanıcıların kişisel profiline, profilindeki bilgilere, metin tabanlı mesajlara ve görüntü tabanlı bilgilere kimlerin erişebileceğiyle ilgili sınırlamalar uygulayabilecekleri teknolojik engel ayarları sunmaktadır (Debatin vd. 2009, s. 85; Schmidt, 2011, s. 163; Gross ve Acquisti, 2005, s. 73). Bu ayarlar, kullanıcıların kişisel gizlilik ihlalleriyle ilgili güvenlik açığına karşı, kimlerin hangi bilgilere ulaşım sağlayacağını belirlemelerini sağlar (Jeong ve Coyle, 2014, s. 52). Sosyal medya platformlarındaki bu gizlilik ayarları sayesinde kullanıcılar kişisel bilgilerini kontrol ettiğini düşünmektedir. Fakat bu bilgilerin üçüncü kişilerle paylaşılmasını engellememektedir (Taddicken ve Jers 2011, s. 147).

Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya platformları her geçen gün daha da yaygın hale gelmekte ve buna paralel olarak kullanıcılar kişisel mahremiyet konusunda giderek daha fazla endişe duymaktadır (Acquisti ve Gross, 2006, s. 1). Bir anlamda kendini ifşa etmenin bir sonucu olarak kişisel bilgilerin paylaşılması, sosyal medya platformlarının en temel özelliğidir. Kullanıcılar ise kişisel bilgilerini bu platformlarda paylaşıp paylaşmamayı seçme ikilemiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bir taraftan bakıldığında, sosyal ilişkileri güçlendirmek adına kişisel bilgilerin paylaşılması bir motivasyon kaynağı olarak görülebilir (Boyd ve Ellison, 2007, s. 213). Diğer taraftan ise, gizli ve özel kalması gereken bilgilerin yanlış kişilerle paylaşılması utanma, itibar kaybı ve hatta kişisel güvenliğin tehdit edilmesiyle sonuçlanabilir (Boyd, 2008, s. 18).

Kişisel bilgilerin gizliliğiyle ilgili mahremiyet sorunları, kullanıcıların sosyal medyayı gönüllü ve tutkulu bir biçimde kullanmalarının doğal sonuçlarından birisidir (Grimmelmann, 2009, s. 1137). Sosyal ağların varlığını sürdürebilmesi, kullanıcıların paylaşım yapmaya devam etmesine bağlıdır (Serwin, 2008, s. 25). Kullanıcılar kendileri ürettikleri ve içinde kişisel bilgilerin de olduğu bilgileri gönülle olarak paylaşırlar (Rodrigues, 2008, s. 18).

Sosyal medya platformlarında kullanıcıların kişisel gizliliğine yönelik üç tehdit bulunmaktadır. Bunlardan ilki, sosyal medya teknolojilerinin yasal ya da normatif olarak kişisel gizlilik hakkı konusunda ciddi sorunlar barındırmasıdır. Teknolojik gelişmelerin sonucunda sosyal medya uygulamalarının daha etkileşimli, mobil ve kullanıcı dostu olması sağlanmıştır fakat, mahremiyet hala büyük bir sorun olarak durmaktadır. Bu açıdan, devlet gözetimi, istilacı pazarlama uygulamaları, tüketici hakları ve kişisel verilerin kontrolü gibi gizlilik haklarının ihlal edilmesi kullanıcıları endişelendirmektedir. İkinci tehdit, bilgi ve veri güvenliği ile ilgilidir. Buna göre kişisel bilgiler veya mahrem fotoğraflar gibi özel veriler bilgisayar korsanlarınca, yetkisi olmayan üçüncü şahıslar tarafınca ya da halk tarafından erişilebilir. Bu da kullanıcıyı siber zorbalık, siber taciz, kimlik hırsızlığı ve diğer tehlikelere karşı savunmasız hale getirir. Üçüncü tehdit, kullanıcıların kendi aralarındaki mahremiyetleri konusunda ortaya çıkabilir. Örneğin; iki kişinin arasında kalması gereken konuşmalar, dedikodu, mahrem bir fotoğraf gibi özel bilgiler başkaları tarafından öğrenilebilir ve geniş bir izleyici kitlesi tarafından bağlam dışında yanlış yorumlanabilir (Liu vd., 2017, s. 2).

Başka bir açıdan, mahremiyet ihlallerinin; kimlik ifşası, öznitelik ifşası, sosyal bağlantı ifşası ve üyelik bağlantısının ifşası olmak üzere dört türü vardır. Kimlik ifşası, bir sosyal medya kullanıcısının gerçek dünyadaki benliğinin ortaya çıkmasıyla gerçekleşir. Öznitelik ifşası, cinsiyet, yaş gelir gibi gizli kalması istenen bir kullanıcı özneteliğine erişilebildiğinde ortaya çıkar. Sosyal bağlantı ifşası, iki kullanıcı arasında özel olan ve gizli kalması gereken bir iletişimin ortaya çıkmasıdır. Üyelik bağlantısının ifşası, bir kişinin bir gruba olan üyeliği ifşa edildiğinde gerçekleşir (Vu vd., 2018, 3-4).

Kullanıcı gizliliğiyle ilgili beyanların son derece teknik bir dil kullanılarak yazıldığı göz önüne alındığından, gizlilik kontrolleri uygulamış olsalar bile, sosyal medya kullanıcılarının kişisel bilgilerinin nasıl kullanıldığını gerçekten anlayıp anlamadıkları belirsizdir. Herhangi bir sosyal medya platformunun gizlilik politikası, kullanıcıların kişisel verilerini üçüncü kişilerle paylaşabileceğini belirtiyorsa, herhangi bir şirket de bu kullanıcıların platform üzerinden paylaştığı bilgilere erişebilir. Başka bir deyişle, sosyal medya kullanıcılarının “özel” bilgileri, sanıldığı kadar özel olmayabilir (Fox ve Royne, 2018, s. 75).

Sosyal medyada kullanıcı bilgilerinin gizliliği ve mahremiyetiyle ilgili yapılan çalışmalar ele alındığında, sosyal medya kullanıcılarının kişisel bilgilerinin açıkça paylaştığı ve bu bilgilere kimlerin hangi amaçla erişebileceğini bilmediği

gözlemlenmiştir. Yine, özellikle genç sosyal medya kullanıcılarının, reklamcılar ve pazarlamacıların kişisel bilgilerin gizliliğine yönelik olası tehditleri ve sosyal medya gönderilerine istenmeyen izleyicilerin erişiminin kişisel gizliliği nasıl tehdit edebileceği konusunu hafife aldıkları ifade edilmiştir. Bununla birlikte bazı araştırmalar, sosyal medya kullanıcılarının pazarlamacılar, reklamcılar veya veri madenciliği gibi kişisel gizliliğe yönelik ticari tehditlere karşı kullanıcıların düşündüğünden daha savunmasız olabileceğini öne sürmektedir (Acquisti ve Gross 2006, s. 7; Hoy ve Milne 2010, s. 33; Debatin vd, 2009, s. 93; Livingstone 2008, s. 395; Humphreys, 2010, s. 17; Waters ve Ackerman 2011, s. 111; Gross ve Acquisti 2005, s. 40). Kullanıcıların sosyal medya platformlarına bakış açısını etkileyen tüm bu veri güvenliği sorunları bireyler arası kullanım farklarından giderek daha da derinleşerek dijital bölünmeye evrilmektedir.

2.3. Dijital Çağda Sosyal Eşitsizlikler

Dijital toplumda ağlar ve toplumsal eşitsizlikler düşünülürken eşit olmayan ama aynı zamanda küresel bir şekilde bütüncül bir gelişim sürecine vurgu yapılmalıdır. Öyle ki sanayi toplumundan beri süregelen üretim, dağıtım ve tüketim gelişiminin teknolojinin ilerlemesi ile birlikte küresel boyutlara ulaşması, ekonominin her alanında olduğu gibi bilgi ayağında da eşit olmayan bir değişim sürecini beraberinde getirmiştir.

Sanayi ötesi toplumda bilgi ve iletişim devriminin küresel ekonomide yarattığı toplumsal evrim, enformasyonun toplumsal değişimi kaçınılmaz kılacak sonuçları ortaya koymaktadır. Karl Marx ve Max Weber gibi sosyo teorisyenlerin ortaya koyduğu sosyal değişim teorileri, günümüzde post- fordizm, postmodernizm ve bilgi toplumu teorileri çerçevesinde tartışılmaya başlanmıştır. Tıpkı Marx ve Weber'in toplumlarda radikal değişimlere yol açan ekonomik ve sosyolojik unsurlardan hareketle yaptıkları incelemelerde olduğu gibi, bu üç teori de toplumsal değişimin itici unsurlarını merkeze alarak değişimi neden ve sonuçları ile birlikte ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bilgi toplumu teorilerinde teknolojik yenilik ve bilgi, iyimser yaklaşımla itici ve geliştirici bir güç kabul edilmekle birlikte, toplumsal değişimin sonuçları sorgulanırken bilgi toplumunun da beraberinde ortaya çıkardığı eşit olmayan yeni sınıfsal yapıların olduğu görülmektedir (Zakaria, 2012, s. 55-56).

Dijital eşitsizlikleri irdelerken teknolojinin sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler içerisine nasıl yerleştirildiğini incelemek çok önemlidir. Sosyo-ekonomik kaygılar,

cinsiyet ilişkileri, yaş faktörü, kültürel etmenler gibi daha birçok faktör tarafından şekillenen teknoloji, tüketildiği ve anlam bulduğu bu faktörlerin etkisiyle geçmiş, bugünü ve geleceği yansıtan yerleşik bir sosyal vizyonu ifade etmektedir. Sosyal eşitsizlikleri farklı açılardan ele alan ünlü sosyologlardan Durkheim, Marx ve Weber, eşitsizlikten bahsederken yaratılan zenginliklerin ortaya yeni yoksulluklar çıkardığından ve eşitliğin aslında yeni baskı sistemleri doğurduğundan söz ederler. Weber, yaratılan eşitsizliği sorgularken bürokrasinin gelişimi ile oluşan statüye dayalı bölümlerin bireyleri kısıtlı bir konuma yönlendirmesinden, Marx, emek ve kapitalist üretim tarzı içinde üretim araçlarını elinde bulunduran kesim ile sadece kendi emek gücüne sahip olan ve işbölümü, mesleki uzmanlaşma ile yabancılaşmanın yaşandığı bir eşitsizliğe, Durkheim ise, emeğin işbölümü ve uzmanlaşma içinde farklılaşarak bireyciliği doğurduğuna ve bu farklılaşma biçiminin toplumsal yapı içinde daha büyük eşitsizlikler yaratacağına vurgu yapmaktadır (Abrams, 1982'den akt. Wessels, 2013, s. 19-20).

Klasik sosyologların sosyal eşitsizlikler ile ilgili tespitlerini günümüz dinamikleri çerçevesinde düşünüldüğünde; siyasal, kültürel, statü, sınıf, iktidar tarafından biçimlendirilen ağlarda bulunan bilgi akışları ile yeni toplum düzeni organize edilmekte, yeni yaşam biçimleri oluşturulmakta, iş bölümü ve mesleki uzmanlaşma ağ ve yeni iletişim teknolojilerine dayanmakta, bireysellik artmaktadır. Ayrıca işgücüne dayalı pazar büyük ölçüde ağ tabanlı bilgi gücüne evrilerek eşitsizliğin yeni koşulları küresel boyutta oluşmaktadır (Wessels, 2013, s. 23).

Bilgi ve ağa bağlı toplumu destekleyen küresel enformasyonel kapitalizmin yarattığı eşitsiz toplumlarda dijital teknolojiler, toplumlar ve bireyler özelinde varlık ve yokluk olarak deneyimlenmeye devam etmektedir. Eşitsizliği yaratan faktörler ağ tabanlı teknoloji yapılandırması, bu teknolojiye erişme, kullanma yeteneği ile aynı zamanda bilgiye ulaşma olarak düşünülebilir (Wessels, 2013, s. 17).

Dijitalleşme ile oluşan ağ toplumunda ekonomi ve istihdam, küresel ağ ekonomisine bağlı olarak gelişmekte ve gelişimin bel kemiği olan bilgi ve enformasyon teknolojileri küresel ilişkiler ile birbirlerine bağlı hale gelmektedir. Küresel ağın bir sonucu olarak, iş kolları internet sayesinde dünyanın her yerine yayılım gösterebilmektedir. Tek bir ağ bağlantısı ile daha ucuz ve kolay erişilebilir olan üretim olanakları, insanların ağ üzerinde kendi işlerini başlatabilmeleri her ne kadar olumlu bir gelişme olarak düşünülse de ortaya çıkan yeni ekonomik ve sosyal sonuçlar ağ toplumunda yeni sınıfsal farklılıklar yaratmaktadır. Tek bir ağ bağlantısı ve ağ kullanım

becerileri gerektiren bu yeni ağ ekonomisine dünya üzerinde gelişmiş ülkelerin öncülük ettiği diğer ülkelerin ise ayak uydurmakta zorlandığı görülmektedir. İş piyasasında, internet erişiminin kısıtlı olması, az kullanımı ve kullanım becerilerinin gelişmemesi ağ toplumu fırsatlarından yararlanılmamasına ve ülkeler arası küresel ağ ekonomisi arasındaki uçurumun artmasına yol açmaktadır (Dijk, 2018, s. 270-271).

Ağ yapısı sahip olduğu özellikleri itibariyle toplumun yaygın kullanımını desteklemekte, ağ toplumunda her bireyin eşit bir biçimde kendini ifade etmesine olanak sağlayacak güçtedir. Ancak bu güç, ağa erişim, ağ kullanım becerileri ve doğru dijital okuryazarlık ile kendini gerçekleştirme imkanı bulabilir. Bu imkana erişen toplumlarda, bilgisayar aracılı iletişim toplumun kültürünü, ekonomisini, gündelik yaşamını tümüyle değiştirmekte ve geliştirmektedir (Castells, 2008, s. 80).

Ancak görülmektedir ki internet ağlarının gelişmeye başlamasından günümüze kadar olan ağ yayılım süreci toplumlar hatta bireyler arasında eşitsiz bir şekilde ilerlemektedir. Öncelikle bu eşitsiz ilerleyen süreci internete erişim özelinde değerlendirildiğinde Castells (2008) internet ağlarının gelişmeye ve yaygınlaşmaya başladığı 1999-2000 yıllarındaki verileri şu şekilde belirtmektedir:

İnternet kullanıcılarının %88'inin gezegen nüfusunun %15'ine sahip olan sanayileşmiş ülkelerde bulunduğunu görürüz. İnternet'in yayılmasında büyük bir bölgesel dengesizlik söz konusu. Dünya nüfusunun yalnızca %2,4'u İnternet erişimine sahip, fakat kullanıcıların oranı Finlandiya'da %28 (yüzyıl sonunda dünyada İnternet kullanımının en yoğun olduğu ülkeydi), ABD'de %26,3, ABD hariç OECD ülkelerinin geri kalanlarında %6,9'dur. Farklı ülkelerde, İnternet erişimi konusunda, sosyal bakımdan, ırk, cinsiyet, yaş ve mekân konularında ciddi eşitsizlikler söz konusudur. Dünya çapında İnternet kullanıcılarının %30'u üniversite mezunudur. Çin'de İnternet kullanıcılarının yalnızca %7'si kadındır. Yaş ciddi bir ayrımcılık unsurudur. ABD'de İnternet kullanıcılarının yaş ortalaması 36'dır, Britanya ve Çin'de ise yaş ortalaması 30'un altındadır. Rusya'da internet kullanıcılarının yalnızca %15'i 45 yaşın üstündedir. ABD'de de yıllık geliri 75 bin dolar ve üzerinde olan hanelerin İnternet erişimine sahip olma olasılığı, daha düşük gelir düzeylerindekiyle kıyasla 20 kat daha fazladır. Dört yıl üniversite eğitimi görmüş olan kullanıcıların oranı %61,6 iken, ilköğretim mezunu ya da eğitim seviyesi daha düşük olanların oranı %6,6'dır. Erkekler İnternet'i kadınlardan daha fazla kullanır; oranlar arasındaki fark %3'e eşittir (Castells, 2008, s. 465-466).

Yukarıda verilen veriler internetin yeni yeni gelişme gösterdiği ve yaygınlaşmaya başladığı internet tarihinin ilk dönemlerine aittir. Bu eski verileri bilmek, günümüzde internet erişiminde ne gibi bir gelişim ve değişim yaşandığının somut olarak

görülmesinde faydalı olacaktır. Günümüz güncel verilerine bakıldığında ise aradan geçen süre zarfında ağ yapısındaki gelişim ve toplumların internet kullanım alışkanlıklarındaki değişim büyük bir sıçrama göstermiştir.

Sosyal medya yönetim platformu ve araştırma şirketi olan We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayımladığı *2023 Dünya İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri* raporunu incelediğimizde Türkiye için güncel veriler şu şekildedir:

➤ ***Dünya dijital genel istatistik göstergelerine bakıldığında;***

8.01 milyar dünya nüfusunda,

- 5.16 milyar internet kullanıcısı,
- 4.76 milyar sosyal medya kullanıcısı,
- 8.46 milyar mobil kullanıcısı bulunmaktadır.

➤ ***Türkiye dijital genel istatistik göstergeleri ise şu şekildedir;***

85.59 milyon toplam nüfusa göre,

- 71.38 milyon internet kullanıcısı,
- 62.55 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı,
- 81.68 milyon mobil telefon kullanıcısı bulunmaktadır.

➤ ***Ülkemizde Medyada Günlük Harcanan Zaman (16-64 yaş arası internet kullanıcılarının farklı medya ve cihazlara harcadığı ortalama günlük süre);***

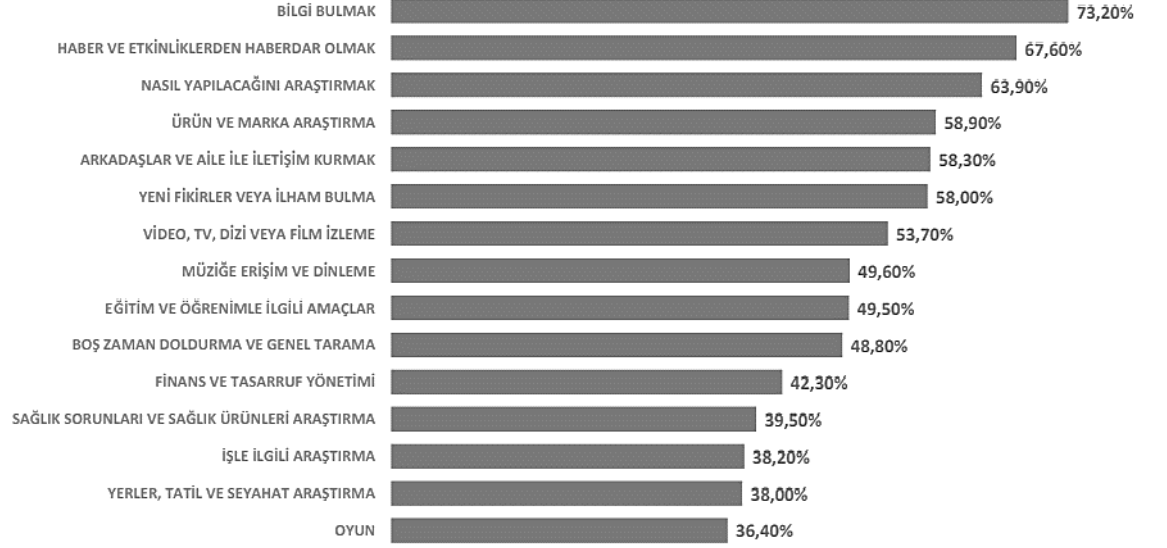
- İnternet Kullanımı: 7 Saat 24 Dk
- Televizyon Kullanımı: 3 Saat 47 Dk
- Sosyal Medya Kullanımı: 2 Saat 54 Dk
- Basılı Yayın Kullanımı: 1 Saat 49 Dk
- Radyo Dinleme: 47 Dakika

➤ ***2023'te Türkiye'de internet bağlantı hızlarına bakıldığında;***

- Hücresel ağlar üzerinden ortalama mobil internet bağlantı hızı: 31,93 Mbps .
- Ortalama sabit internet bağlantı hızı: 31,86 Mbps .

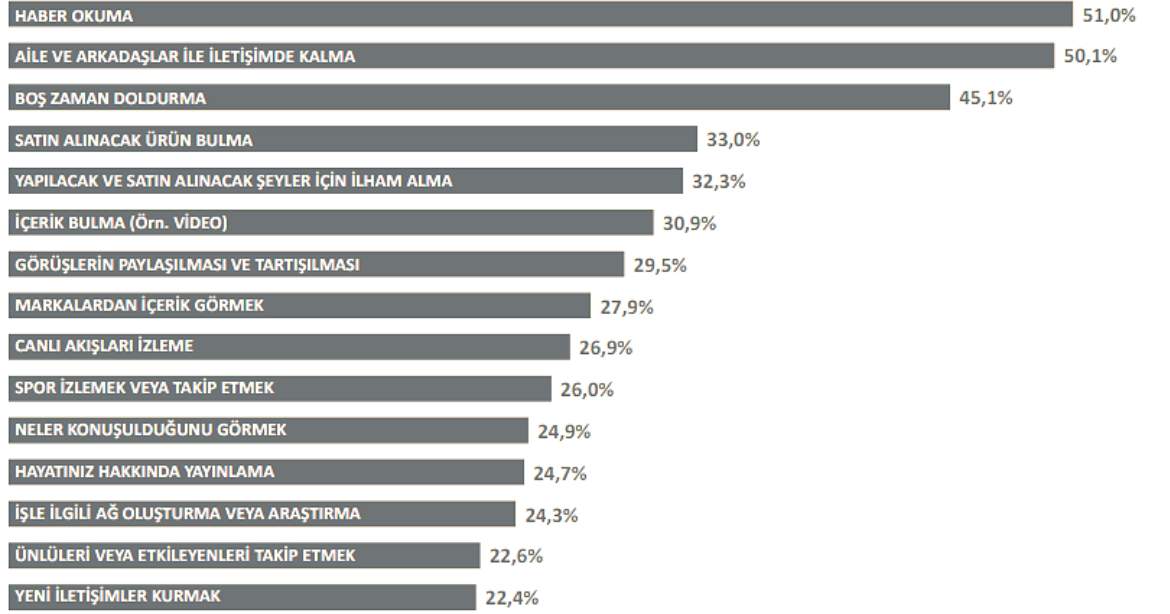
Veriler, Türkiye'deki ortalama mobil internet bağlantı hızınının 2023'ün başına kadar geçen on iki ayda 0,96 Mbps (+yüzde 3,1) arttığını ortaya koymaktadır. Öte yandan, Türkiye'de sabit internet bağlantı hızlarının aynı dönemde 6,19 Mbps (+ yüzde 24,1) arttığını gösteriyor. Ancak OOKLA'nın yayınladığı verilere göre; dünya genelinde ortalama mobil internet hızı, 74.54 Mbps olarak açıklanmıştır. Buna göre Türkiye'nin bağlantı hızı dünya ortalamasına göre oldukça düşük kalmaktadır.

Tablo 6. Türkiye 2023 yılı internet kullanım nedenleri istatistikleri (16-64 Yaş Arasındaki İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanmalarının Temel Nedenleri)



Türkiye’deki kullanıcıların internet kullanım nedenlerine göre internet en çok bilgi aramak, haber takip etmek, bir ürün ve marka aramak, arkadaşlarla ve aile ile iletişim, ilham verici fikirlere göz atmak, ürün veya marka aramak, müzik dinlemek, zaman geçirmek gibi nedenlerle kullanıldığı görülmektedir. İnternet kullanımının günümüzde bu denli artmış olmasının en önemli sebeplerinden biri olarak akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması ve sosyal medya uygulamalarının her geçen gün daha fazla kullanılır hale gelmesi olarak düşünülebilir.

Tablo 7. Türkiye 2023 sosyal medya kullanım nedenleri istatistikleri (16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Sosyal Medya Platformlarının Kullanmalarının Birincil Sebepleri)



(Kaynak: wearesocial.com)

Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının neden ya da hangi amaçlarla sosyal medyayı kullandıklarına verdikleri cevaplara göre kullanıcıların en fazla görülen ilk üç nedeni;

- %51’i haber okuma,
- %50’si aile ve arkadaşlarla iletişimde kalmak,
- %45.1’i boş vakitlerini değerlendirmek olduğu görülmüştür.

Castells’in (2008) yukarıda belirtilen 2000 yılı internet kullanımı verileri ile 2023 yılı güncel dünya ve Türkiye internet ve sosyal medya kullanımı verilerini karşılaştırdığımızda dünya çapında küresel bir dijitalleşme sıçraması yaşandığı görülmektedir. Ancak genel anlamda, yapılan çalışmalara bakıldığında, bu sıçramaya paralel olarak toplumlar ve bireyler arasında eşit bir dijitalleşmeden söz edilememektedir. İnternet ve sosyal ağların bireyler arasında eşit kullanımının olmaması ve daha da ötesinde bireylerin dijital teknolojiye eşit erişim sağlamalarına karşın kullanımdan kaynaklanan eşitsizliklerin ortaya çıktığı görülmektedir. Özellikle dijital teknolojilerin toplumun her kesiminde yaygınlaşmaya başlamasıyla günümüzde, enformasyona erişimden kaynaklanan eşitsizliklerden ziyade enformasyonun yönetilmesinden ve kullanımından dolayı ortaya çıkan eşitsizlikler dikkat çekmeye başlamıştır. Günümüzde, ağ toplumunda dijital bölünme süreci bu önemli iki açıdan tartışılmaktadır.

2.3.1. Ağ Toplumunda Dijital Bölünme Süreci

Ağ toplumunda bireylerin; ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal hayata dahil olması büyük ölçüde aktif dijital ağlarda gerçekleştiği için bireyin bu ağlardan dışlanması otomatik olarak bu alanlardan da dışlanmasına sebep olmaktadır. Dijital teknolojilerin farklı gelişimi ve kullanımı küresel bir eşitsizlik yaratarak bireyler ve toplumlar arasında yeni bölünme süreçleri yaratmakta ve var olan eşitsizlikler de yeniden üretilmektedir (Wessels, 2013, s. 18.)

Dijital bölünme en genel tanımı ile; *“bilgisayara ve internete kolay erişimi olan kişilerle bunlara sahip olmayanlar arasındaki eşitsizlik. Eşitsiz erişim örüntüleri genellikle küresel eşitsizlikle ve gelir, yaş veya toplumsal cinsiyet meseleleri gibi bireysel faktörlerle ilgilidir. Sıklıkla enformasyon zengini ve fakiri arasındaki bilgi boşluğu ile eş anlamlı olarak düşünülür”* (Chandler ve Munday, 2018, s. 93). Ancak ağ teknolojilerine erişimin giderek yaygınlaşmasına karşın dijital uçurumun genişlemesi durumun yalnızca erişim örüntülerinden ibaret olmadığını göstermektedir.

İnternet araçlarının gelişimiyle toplumdaki farklı gruplar içinde erişim dinamiklerinin değişmeye başladığı görülmektedir. İnternet kullanımının yaygınlaşmaya başladığı 1998- 2000 yıllara arasındaki gelişime odaklanan NTIA raporuna göre bu durumun somut sonucunu görebiliriz. İnternetin büyük bir sıçrama ile yaygınlaştığı bu iki senelik kilit dönemdeki verilere göre, internet kullanımı kadınlar arasında, düşük gelir grubundakiler arasında ve yaşlı kuşağın yeni teknolojilere uyumunun artması ile yaşlı kuşak arasında da artarak cinsiyet, sosyal sınıf ve yaş faktörlerinden kaynaklı internet erişimine bağlı eşitsizliklerin azaldığı görülmektedir (Castells, 2002, s. 251).

Ancak Castells, bu gelişmelere doğru orantılı bir şekilde ağ toplumunun teknik alt yapısında farklı eşitsizliklerin ortaya çıktığını belirtmektedir. İnternet teknolojilerinin yaygınlaşması eşitsizliğin ortadan kalkması için doğrudan bir çözüm olmamaktadır. Teknik anlamda, hız ve bant genişliği ağ toplumunun vaatlerini yerine getirmek için önemli etmenlerdir. Sosyal yaşam için gerekli olan hizmetler ve uygulamalar yeni iletişim teknolojilerine yerleşmeye başladıkça, toplumlar bu teknolojilere ulaşmaya başladığında küresel seçkinler çoktan daha yüksek bir teknolojiye geçiş yapmış olacaktır. Buradan hareketle, ülkelerin ve toplumların internet hızına uyum sağlayabilme koşullarına bağlı olarak, bilgi sahipliği temelli dijital uçurum küresel anlamda kendini göstermektedir (Castells, 2002, s. 256).

Dijk, dijital teknolojilerin kullanımında ortaya çıkan eşitsizliği Şekil 5’te belirtilen dört temel durum arasında ilişkilendirmektedir:



Şekil 5. BİT eşitsizliği temel argüman modeli (Dijk, 2005, s. 15)

Dijk çizdiği modelde, topluma katılım alanlarının kategorik eşitsizlikleri ve kaynakların dağıtımını geri beslediğine özel bir durum olarak bilgi iletişim teknolojilerinin özelliklerinin bu teknolojilere erişimi etkilediğine vurgu yapmaktadır. Modelde yer alan neden-sonuç ilişkisini özetlemek gerekirse:

- Toplumdaki kategorik eşitsizlikler, kaynakların eşitsiz dağılımını üretir.
- Kaynakların eşit olmayan bir şekilde dağıtılması, dijital teknolojilere eşit olmayan erişime neden olur.
- Dijital teknolojilere eşit olmayan erişim, topluma eşit olmayan katılımı beraberinde getirir.
- Topluma eşit olmayan katılım, kategorik eşitsizlikleri ve kaynakların eşitsiz dağılımını pekiştirir (Dijk, 2005, s. 15).

Toplumda çok fazla kaynağın dağıtımının olması bunlar; “gelir ve ekipmana sahip olmak gibi maddi kaynakların yanı sıra, zaman kaynağı (yeni medyayı kullanacak zamana sahip olmak), zihinsel kaynaklar (yeterli teknolojik bilgi), sosyal kaynaklar (erişime sahip olmayı kolaylaştıran ağlar ve bağlar) ve kültürel kaynaklardır (insanları erişim sahibi olmak için motive eden kültürel ödüller ve statü)” eşitsizlikleri pekiştiren unsurlardır (Dijk, 2005’den akt. Dijk, 2018, s. 273).

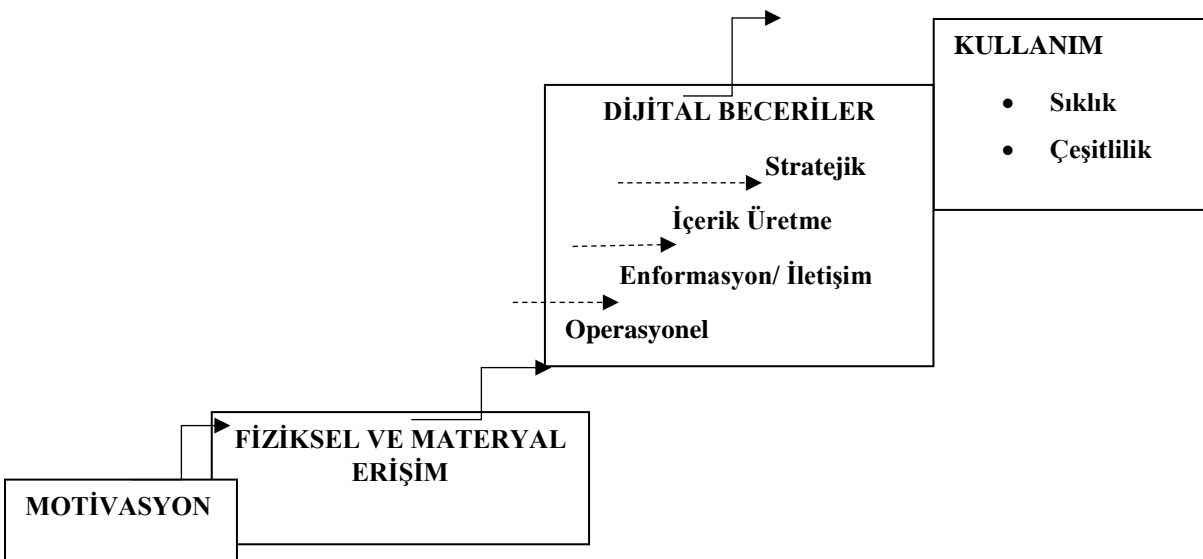
2.3.1.1. Kaynaklar ve Benimseme Teorisinin Basamakları

Dijk, dijital becerilerin iki boyutunu vurgular: erişim ve kullanım. Erişim boyutunda, bireylerin teknolojiye fiziksel erişimi, internete bağlanabilme imkanı ve uygun donanıma sahip olması önemlidir. Kullanım boyutunda ise, bireylerin teknolojiyi etkili bir şekilde kullanabilme becerisi, dijital içeriklere erişim, bilgi arama ve değerlendirme yetenekleri gibi faktörler dikkate alınır.

Dijital katılım eksikliği ise, insanların dijital ortamlarda aktif olarak yer alamama durumunu ifade eder. Bu eksiklik, çevrimiçi hizmetlere erişememe, dijital içerik oluşturma ve paylaşma konusunda kısıtlamalar, dijitalleşmiş toplumsal etkinliklere katılmada güçlükler gibi şekillerde ortaya çıkabilir.

Dijk'a göre, ikinci seviye dijital bölünme, bu beceri ve katılım eksiklikleri nedeniyle bireyler arasında sosyal, kültürel ve ekonomik eşitsizlikleri artırır. Bu durum, dijital teknolojilerin faydalarından eşit şekilde yararlanma ve dijitalleşmiş toplumda aktif bir şekilde yer alma fırsatlarına erişimi engelleyebilir (Dijk, 2005).

Dijital eşitsizliklerde toplumda sosyal sınıflar arasındaki eşitsizlikler odak noktası olurken dijital bölünmede daha özel olarak bireyler arası dijital farklılıklara odaklanmak doğru olacaktır. Bu bağlamda, dijital bölünmeden söz ederken yeni medya ve enformasyon teknolojilerine erişimde; motivasyon, materyal/ fiziksel erişim, beceriler ve kullanım ayırımı yaparak bu dört başlık altında inceleme yapmak gerekmektedir. Bu noktada Dijk'ın (2005) *kaynaklar ve benimseme teorisi* ile dijital bölünme bu dört başlık altında açıklanmıştır.



Şekil 6. Dijital teknolojiye erişimin dört basamağı (Dijk, 2018, s. 275)

Dijital bölünme ilk düşünüldüğünde materyal ve kaynaklara fiziksel erişim açısından değerlendirilmektedir. Bu sorunun günümüzde ekonomik sınıflar, cinsiyet, yaş gibi gruplar arasında halen önemli ve bölünmenin sebepleri arasında olsa da yaygınlaşan dijital medya araçlarının kullanımı ile azalma eğilimindedir. Bu azalmanın dijital bölünmenin sonunu getireceği düşüncesi ise yanlıştır. Çünkü ortaya çıkan eşit erişim durumunda bile kullanıcılar arasında kullanım ve uygulama becerileri farklılıklarından doğan bölünmeler yaşanabilmektedir. Bu tür bölünmeye *ikinci seviye bölünme* adı verilmektedir (Hargittai, 2002'den akt. Dijk, 2018, s. 274).

İkinci seviye dijital bölünme, bir ülkede veya toplumda dijital teknolojilere erişim, beceri ve fırsatlarda ortaya çıkan derin eşitsizlikleri ifade eder. Bu terim, bilgisayar ve internet kullanımında yaşanan ayrımları tanımlamak için kullanılır. İkinci seviye dijital bölünme, sadece temel erişim sorunlarından ziyade dijital beceri eksikliği, teknolojik bilgiye erişim, dijital içeriğe erişim ve dijital ekonomik fırsatlara eşitsiz erişim gibi daha derin sorunları kapsamaktadır (Ragnedda ve Muschert, 2013).

Dijital beceri eksikliği, dijital bölünmeyi derinleştirmektedir. Dijital becerilere sahip olmayan bireyler, dijital dünyada aktif katılımcılar olmakta zorluk yaşarlar. Bilgiye erişim, dijital hizmetlerden yararlanma, dijital içerik üretimi veya dijital iletişim becerileri gibi temel dijital becerilerde eksiklik, bu bireylerin dijital dünyadaki fırsatlarından mahrum kalmalarına yol açmaktadır. Bu konuda yapılan önemli çalışmalar şu şekildedir:

1. Warschauer'ın *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide* kitabı, dijital bölünme konusunda kapsamlı bir analiz sunmaktadır. Warschauer, dijital becerilerin, dijital bölünmeyi hem azaltabilecek hem de derinleştirebilecek bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Ayrıca, dijital becerilerin, eğitim, iş bulma ve toplumsal katılım gibi alanlarda fırsat eşitliği yaratma potansiyeline de değinmektedir (Warschauer, 2003).
2. Dijk'in *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society* isimli çalışmasında, Dijk dijital bölünme ve dijital beceriler arasındaki ilişkiyi araştırırken, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım becerilerindeki eşitsizliklerin sosyoekonomik, kültürel ve eğitimsel faktörlerle nasıl etkileşime girdiğine odaklanır. Yazar, dijital beceri eksikliğinin dijital bölünmeyi derinleştiren bir faktör olduğunu belirtir (Dijk, 2005).

3. DiMaggio ve arkadaşlarının Digital İnequality: From Unequal Access To Differentiated Use isimli makalesinde, dijital bölünme ve dijital beceriler arasındaki ilişkiyi inceleyen ekip, dijital becerilerin sosyal, ekonomik ve demografik faktörlerle nasıl etkileşime girdiğini açıklamaktadır. Dijital becerilere sahip olmanın, bireylerin internet kaynaklarına daha etkin bir şekilde erişim sağlamasına, dijital içerik üretmesine ve dijital araçları etkili bir şekilde kullanmasına yardımcı olduğunu vurgulamaktadırlar (DiMaggio vd, 2004).
4. Helsper ve Eynon'un (2010) çalışması, dijital okuryazarlık ile sosyoekonomik statü arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Düşük sosyoekonomik statüye sahip bireyler, dijital okuryazarlık becerilerinde daha düşük seviyede olma eğilimindedir.
5. van Deursen ve arkadaşlarının (2017) çalışmasının önemli sonuçlarından biri, dijital eşitsizliğin karmaşıklığı ve ardışıklığıdır. Çalışmada, dijital eşitsizliğin sadece bireysel faktörlere değil, aynı zamanda bu faktörler arasındaki etkileşime ve bunların zaman içindeki değişimine de bağlı olduğu belirtilmiştir.

Dijital bölünme teorilerinin kökenine inildiğinde geleneksel medyadaki karşılığı *Bilgi açığı hipotezi* olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medya kullanım sonucunda oluşan bilgi açıklarına odaklanan hipotez, günümüz dijital bölünme ve yeni medya ilişkisini kavramak için önemlidir. Bu sebeple bilgi açığı hipotezine kısaca yer verilmiştir.

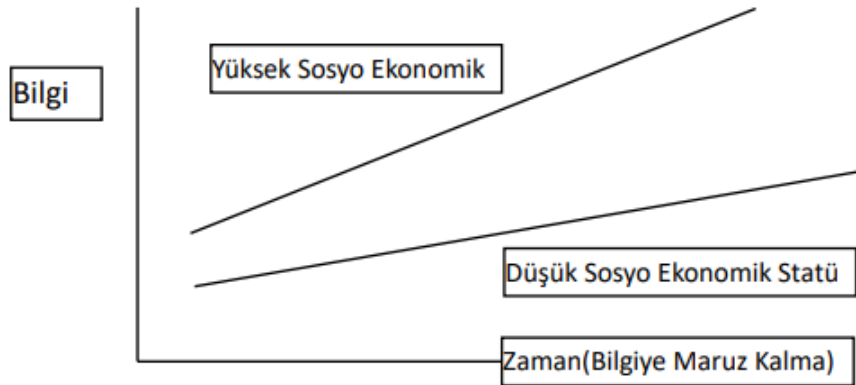
2.3.1.2. Bilgi Açığı Hipotezinin Ortaya Çıkışı ve Yapılan Çalışmalar

Kitle iletişim araçlarının bilgilendirme işlevinden yola çıkarak bu işlevin toplumun her kesiminde eşit düzeyde gerçekleşip gerçekleşmediğini incelemek adına bilgi açığı hipotezi ortaya atılmıştır. Özgün adı 'knowledge gap' olan yaklaşım, dilimizde "bilgi uçurumu", "bilgi gediği", "bilgi açığı" olarak kullanılmaktadır. Bu hipotez, 1970 yılında Phillips J. Ticheneor, George A. Donohue ve Clarice N. Olien'ın "*Kitle Medyasının Akışı ve Bilgideki Farklı Büyüme*" adlı çalışmaları ile birlikte ortaya çıkmıştır. Çalışma, kitle iletişim ortamlarının insanları eşit derecede bilgilendirmeyeceğini öne süren savının sonucunda toplumda bilgi açığının giderek artacağına dikkat çekmektedir (Yüksel, 2013, s. 124-125).

Özellikle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve sosyal yaşam içinde önemli bir yere sahip olmasıyla birlikte, kitle iletişim araçlarındaki bilginin toplumdaki sorunların

çözümüne katkı sağlaması ve bu kanallarla yüksek bilgi girdilerinin toplumun genelinde bir bilgi eşitleyeceği düşüncesi tekno iyimser görüşleri desteklemektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının insanları bilgilendirmesi özelinde düşünülen bu iyimser bakış açısı daha sonraki çalışmalarda sorgulanmış ve medyanın bilgilendirme işlevinin birçok farklı değişkene göre biçimlendiği ortaya konmuştur.

Tichenor vd. yaptıkları çalışmalarda kitle iletişim araçlarından sağlanan bilgi akışı arttıkça insanların eğitim seviyelerine göre bilgiyi edinme hızlarının değiştiği, yüksek eğitim seviyesine sahip kesimlerin bilgiye daha hızlı ulaştığı görülmüştür. Böylelikle aynı kaynaktan gelen aynı bilgilerin çoğu zaman bilgi boşluklarını artırdığı gözlemlenmiştir. Medya aracılığı ile bilginin dağıtımını ve edinilmesindeki farklılıklar yalnızca değişen eğitim seviyeleri ile sınırlı değildir. Tichenor vd., bilgi açığı hipotezinin kavramsallaştırmasında, bilgi süreçlerini sosyal kontrol çerçevesi içinde ele alarak değişime açık ve değişime dirençli davranış kalıplarının önemine dikkat çekmişlerdir. Burada önemli görülen nokta, farklı bilgi edinme davranışlarının toplumsal yapı içinde elit kesimin diğer kesimlere oranla varlığını artırarak sürdürmesi ve bilgi kontrolü yoluyla sosyal kontrolün yaratacağı olası olumsuz sonuçlardır (Donohue, Tichenor ve Olien, 1975, s. 3-5).



Şekil 7. Bilgi açığı hipotezi (Severin ve Tankard, 1988/1994, s. 409'dan akt. Güz ve Yanık, 2017, s. 2)

Kitle iletişim araçlarının herhangi bir konuda insanları bilgilendirmesindeki sınırlılıklar sebebiyle *iletişim açığı* olarak da nitelendirilen yaklaşım, çeşitli çalışmalarla incelenmiştir. Bilgi hipotezini test eden ilk çalışmalardan olan Tichenor vd. araştırmaları, bilgi açıklarının büyüklüğünü etkileyecek olan toplumsal sistem değişkenlerine odaklanmıştır: “*konunun niteliği (özellikle bir sosyal sistemdeki temel kaygılarla ne*

ölçüde ilgilendiği); söz konusu konunun genel sosyal tanımına eşlik eden sistem çatışmasının seviyesi; topluluğun yapısı, özellikle çoğulcu veya homojen olma derecesi; mesajın daha yüksek tekrarlama seviyesi veya ana temaların fazlalığı bakımından medyanın kapsamı modeli”. Bu dört değişkenden yola çıkarak sürdürülen araştırmalarda bilgi açığının, bilgi akışı sağlanan konunun niteliğinin topluluk içinde temel kaygıları ilgilendirmesine paralel olarak azalması beklenmektedir. Sosyal kaygılar ile ilgili çatışma ve bilgi açığının belirli koşullar altında pozitif sonuçları varken bazı koşullara bağlı olarak negatif sonuçlandığı da görülmüştür. Bu gibi durumlarda konu niteliğinin bilgi açığı ile ilişkisi önem kazanırken öte yandan topluluğun sahip olduğu sosyal yapının türü de hipotezin sonuçlarının değişkenlik göstermesinin nedenlerinden olmaktadır (Donohue vd, 1975, s. 3).

Toplum yapısının geleneksel veya çoğulcu olmasına göre değişkenlik gösteren bu durum, mesleki statü, istihdam tabanı, devlet hizmetleri, din ve diğer sosyal kurumlar açısından farklılaşmayı içerir. Bir sosyal topluluk büyüklüğü ve kentselliği dahilinde ne kadar büyük ise o denli çoğulcu bir yapıdadır. Çoğulcu toplum yapılarındaki bireylerin rol ve görevlerindeki farklılıklar ve uzmanlaşma seviyeleri topluluk içinde tabakalaşmayı artırmakta ve bilgi açıklarının büyümesini kolaylaştırmaktadır. Sosyal yapıların yanında medyada yer alan bilginin benimsenmesinde kişilerin karşılaşılan bilgiye önceden aşina olup olmamaları ve mesajın tekrarlanması gibi etkenlerin de bilgi açıklarının sonuçlarını etkilediği ortaya konmuştur. Medyada kişinin önceden sahip olduğu bilgiyle karşılaşması ve daha sık karşılaştığı mesaj tekrarı, bilgi açığının kapanmasında pozitif yöndedir (Donohue, Tichenor ve Olien, 1975, s. 5- 9)

Bilgi açığı yaklaşımını öne süren Tichenor, Dnohue ve Olien’in Minnesota Üniversitesi'nde kitle iletişim araştırmaları ve bilgi açığı üzerine hazırladıkları uzun süreli araştırmalarında, genel bilgi boşluğu hipotezinin konunun bir bütün olarak bir topluluk için genel bir endişe uyandırdığı durumlarda, bilginin eğitim durumu boyunca eşit olarak dağılmasının daha olası olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak bu çalışma yerel kriz konularına odaklanarak bilgi açığını etkileyecek faktörlerden sosyal çatışmaları ön plana çıkarmış, tek bir odak ekseninde yürütülmüştür (Donohue, Tichenor ve Olien, 1975, s.21-22).

Bilgi açığı incelemelerindeki ilk çalışmalarda medya sistemlerindeki, toplum yapısındaki değişmeler ve güç (bilgi) dağılımındaki değişkenler önemli sorunlar olarak ortaya konmuştur. İlk çalışmalarda gazeteler üzerine yapılan incelemelerin çoğunda bilgi

açığının genişlediğine dair sonuçlar ortaya konulsa da televizyon ile ilgili çalışmalarda televizyonun bilgi eşitleyici işlevinin ön plana çıkararak bilgi açıklarını azalttığı ortaya çıkmıştır. Radyo ise kimi çalışmalarda bilgi açıkları bağlamında olumlu kimi çalışmalarda ise olumsuz sonuçları olduğu bulunmuştur (Yanık, 2015, s. 12).

Bilgi açığı hipotezini test eden ilk çalışmalar odak noktası olarak sosyal yapı ve medya mesajları ilişkisinde gerçekleşse de bunun sınırlı sonuçları olacağı düşünülerek daha sonraki çalışmalarla hipotez geliştirilerek farklı faktörlerin bilgi açığı üzerindeki etkileri neden sonuç ilişkileri incelenmeye başlanmıştır.

Daha sonraki yıllarda bilgi açığı yaklaşımına katkıda bulunan araştırmacılardan Shingy ve Modi (1976), Ettema ve Kline (1977) motivasyon değişkenini de araştırmalara dahil etmişlerdir. Sosyo-ekonomik statüyle ilgili ortaya çıkan durumsal faktörlerin yanı sıra kişilerin konular hakkındaki motivasyonlarının bilgi açıklarını azaltan bir öneme sahiptir. Singy ve Modi'nin 1976'da, çiftçilerin televizyonda yayınlanan tarım programındaki bilgi edinme düzeylerini araştıran çalışmalarında, çiftçilerin bilgilenme seviyelerinin sosyo-ekonomik değişkenlerden bağımsız olarak motivasyonlarına bağlı bir şekilde değiştiği sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Genova ve Greenberg'in 1979'daki ve 1984 yılındaki Lovrich ve Pierce'in çalışmaları da motivasyon, kişilerin ilgi düzeylerinin sosyal statülerinden daha belirleyici bir rol oynadığı sonuçlarına varmıştır (Şeker, 2004, s. 1-2).

Haberlerdeki ilgi alanları ve bilgi eksikliklerinin sosyal statü ve kişisel çıkarlar ekseninde karşılaştırmalı olarak incelendiği bir çalışmada, veriler, sosyal ilgiyi ve haberlere olan kişisel ilgiyi, eğitim düzeyini ve haber olaylarının farklı yönleri hakkındaki bilgiler değerlendirildiğinde özellikle daha karmaşık bilgiler için, eğitimden çok bilgiyle olan ilginin öğrenme ve akılda kalıcılık için daha önemli olduğu görülmüştür (Genovo ve Greenberg, 1979, s. 90-91).

Vienna Üniversitesi çalışanları tarafından yayınlanan çalışma, 1966 ile 2018 yılları arasında yayınlanan bilgi boşluğu hipotezi literatürünün bir meta analizini ortaya koymaktadır. Bilgi boşluğu hipotezinin sosyoekonomik statüye bağlı olarak incelenen orijinal formülasyonunun yıllar içerisinde değişen bilgi işlemeye yönelik farklılıklar, medya kullanımındaki farklılıklar ile dinamik bir perspektifle gelişmeye devam etmektedir. Yapılan meta analizde, yüksek eğitim seviyelerine sahip kesimler arasındaki bilgi farklılıkları 1950-1990 arası tüm çalışmalarda mevcuttur. Eğitim ile bilgi arasındaki doğrusal orantı kaçınılmaz bir gerçek olsa da daha sonraki çalışmalarda çağdaş bilgiye

doymuş medya ortamlarının varlığı ve bu medya ortamlarının farklı değişkenleri yapılan çalışmaları güncellemeyi zorunlu kılmıştır (Lind ve Boomgaarden, 2019).

Özellikle ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri ve küreselleşen toplumlar ile bilginin de küreselleşmesi ve ulaşılabilirliğindeki imkanların artışı yeniden incelenmesi gereken konular haline gelmiştir. Bilgi kullanımının medya kanalının boşluk genişletme etkisi üzerine yapılan geleneksel medyadaki incelemelerde özellikle gazetelerin bilgi boşluğunu genişlettiği, televizyonun ise kısmen bilgi boşluklarını daralttığı görülmektedir. Bu farkın açıklamaları arasında bilginin gazeteler aracılığı ile daha karmaşık ve soyut formlarda sunulması, metin tabanlı yapısı itibariyle daha bilişsel okuyucu kapasitesi gerektirdiğinden bilgi boşluğu yaratmaktadır. Televizyon ise gazetenin aksine daha somut bilgi formları sunarak eğitim düzeylerine bakılmaksızın daha fazla kullanıcıya bilgi iletme potansiyelindedir (Lind ve Boomgaarden, 2019, s. 211-214).

2.3.1.2.1. Bilgi Açığı Hipotezini Test Etme Yöntemleri

Bilgi açığı hipotezi çeşitli kitle iletişim araçlarının ve medya türlerinin bilgi ile bağlantısını birkaç farklı türde test etmektedir: Zaman içinde olan, zaman içinde belirli bir noktada olan, (Tichenor vd, 1970, s. 163) ve medya kullanımına göre olan (Eveland ve Scheufele, 2000, s. 218).

Zaman içinde olan test yöntemi, toplumu ilgilendiren konularda bilgilerin edinilmesi yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerce daha kolay olmakta ve düşük eğitim seviyesindekilerle bilgi açıkları oluşmaktadır. Zaman içerisinde belli bir noktada olan analizde ise belirli bir zaman içinde medyada daha az yer bulan konulara ilişkin yapılmaktadır. Aynı şekilde bu tür analizin sonuçları da eğitim seviyesiyle bilgi edinmenin arasında doğrusal bir bağ olduğunu ortaya koymuştur. Medya kullanımına göre yapılan çalışmalarda, medya kullanımı ve eğitim seviyesi arttıkça bilgi kazanımının da arttığına yönelik sonuçlar vermiştir. Medya kullanımına bağlı yapılan ölçümlerde sosyal seviye yerine bireysel seviyede incelemeler yapılarak mikro teoriksel odak noktası oluşturulmuştur. Medya kullanımına göre yapılan araştırmaların daha durağan bilgilerin incelenmesinde kullanılması ve online ortam incelemelerinde daha kullanışlı olacağı düşünülmektedir (Tichenor, 1970'den akt. Yanık, 2015, s. 14-16).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte internetin kullanılması, bilgi açığı hipotezine bambaşka sorgulama alanları açmıştır. İnternetin bilgi açıkları üzerindeki

etkileri tekno iyimser bakış açısı ile azaltıcı yönde olacağı görüşlerinin yanı sıra tekno kötümser bakış açısı ile bilgi açıklarının genişleyeceği yönünde tahminler de bulunmaktadır. İyimser görüş, internet ile birlikte bilgiye ulaşmada eşitsizliklerin ortadan kalkacağı, bilgi sahipliğinin görece özgürlüğünün bireylerin bilgiye ulaşmasında olumlu etkiler yaratacağı inancındadır. Küresel internet ağları ile birlikte bilginin de küreselleşmesi ülkeler arasındaki bilgi farklılıklarını da giderici elverişli bir ortam sunacağı düşünülmektedir (Şeker, 2004, s. 4).

İnternet ve bilgi açıkları ilişkisinde kötümser görüş ise bilgi açıklarının internet erişiminin pahalı ve altyapı sorunları ile sınırlı bilgi erişiminin olmasının toplum içinde sosyo ekonomik farklılıklara göre internet aracılı bilgiye erişimi eşitlemeyeceği yönündedir. Ayrıca internetin erişilebilir olduğu durumlarda da kullanım becerileri faktörü, dijital okuryazarlıkların her kullanıcıda aynı düzeylerde olmamasından kaynaklanan bilgi açıkları oluşabilmektedir.

Bilgi açığı hipotezi dijital teknolojiler ve sosyal ağ araştırmalarında yetersiz kalmaktadır. Bunun sebebini Dijk şu şekilde açıklamaktadır:

Bilgi uçurumu sadece bilgi veya enformasyonun diferansiyel yayılımı ve gelişimi ile ilgilidir. Geleneksel medya aktif zihinsel süreci harekete geçirirken, internet, kullanıcılarının ara yüzlerle etkileşime geçmesini gerektirir. Ortamla minimum seviyede bir ilişki gerekmektedir ve etkileşim, işlem ve kişilerarası iletişim seçenekleri sunulmaktadır. İnterneti kullanmak eylem, etkileşim ve işlemi kapsamaktadır. Bu nedenle de aradaki kullanım uçurumunun kapsamı bilgi uçurumundan çok daha geniştir (Dijk, 2016, s. 136-137).

Günümüz dijital bölünme araştırmalarında önemli hale gelen kullanım becerilerinden kaynaklanan eşitsizliklerin incelenmesinde dijital teknolojilerin kullanımına bağlı olarak dijital okuryazarlık kavramı önem kazanmıştır. Bu bağlamda, dijital bölünmeyi incelerken katılımcıların eğitim seviyeleri kapsamında sınırlandırılan bu araştırmada, bireylerin dijital teknolojileri etkili bir şekilde kullanabilme yeteneği sorgulanmaktadır. Bu; bilgiye erişim, içerik oluşturma, eleştirel düşünme ve çevrimiçi teyit gibi becerileri içermektedir. Sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanımından doğabilecek dijital bölünmenin incelendiği bu çalışmada, bu durumun en önemli nedenlerinden biri olarak düşünülen dijital okuryazarlık ve sosyal medya okuryazarlığı kavramları dijital bölünme konusuna bağlı olarak açıklanmıştır.

2.4. Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya Okuryazarlığı

Teknoloji sürekli gelişen ve sabit olmayan bir yapıda olduğu için teknolojiyle bağlantılı okuryazarlık kavramları da hiçbir zaman sabit değildir. Bazı akademisyenler yeni becerileri "dijital okuryazarlık", "siber okuryazarlık", "internet okuryazarlığı" gibi kavramlarla tanımlayarak yeni terminoloji kullanmayı tercih ederken, diğerleri eski ve yeni medya ve bilgi iletişim teknolojileri arasındaki benzerliklere dikkat çeken kavramları kullanmaktadırlar. Bu anlamda, medya okuryazarlığı veya en geniş anlamıyla okuryazarlık, ortak medya ve bilgi okuryazarlığı anlayışının kapsamına girer (Livingstone vd., 2008, s. 2).

Dijital okuryazarlık tanımı ilk defa Paul Gilster'in 1997 yılında yayımladığı "Dijital Okuryazarlık" kitabında kullanılmış ve bundan sonra konu popüler hale gelmeye başlamıştır. Gilster'e göre dijital okuryazarlık, bilgisayarlar aracılığıyla sunulduğunda çok çeşitli kaynaklardan gelen bilgileri birden fazla formatta anlama ve kullanma yeteneğidir (1997, s. 1).

Web 2.0 araçlarının ortaya çıkmasından sonra, dijital okuryazarlık kavramı Gilster'in tanımının vizyonunun çok ötesine geçmiş ve katılımcı bir kültür ortaya çıkmıştır. Bu kültür için ise paylaşma, yaratma, ifade etme, etkileşim kurma ve katılım sağlama becerileri gerektirmektedir. Dijital okuryazarlık kavramının tanımları çok farklı becerileri, anlayışları, normları ve uygulamaları kapsayan çok geniş ve karmaşık kavramsal çerçevelere uzanmaktadır (Meyers vd., 2013, s. 356).

Daha geniş bir çerçevede ele alındığında dijital okuryazarlık; elektronik mecra aracılığıyla sağlanan göstergebilimsel etkinliktir (Thorne, 2013, s. 192). Bu tanım doğru olsa bile, gerekli olan daha özel becerilerin ve uygulamaların ana hatlarını ortaya koymaktan kaçınılmaktadır (Pangrazio, 2016, s. 163).

Başka bir tanımda ise dijital okuryazarlık, dijital araçları çalıştırıp bu araçların sunduğu olanakları ve oluşturduğu kısıtlamaları belirli koşullara uyarlama becerisi olarak ifade edilmektedir (Jones ve Hafner, 2012, s. 13). Fakat dijital okuryazarlık, bir dijital aracı kullanabilmek ve internete erişebilmek için gerekli olan bilgi, beceri ve yeteneklerin elde bulunmasından çok daha fazlasını kapsamaktadır (Tyger, 2011, s. 17).

Dijital okuryazarlık kavramı üzerine yapılmış incelemelere bakıldığında, dijital okuryazar olmanın ne demek olduğunu ortaya koymanın yanında, dijital okuryazar

olmamanın insanlar üzerindeki etkisine de odaklanılmıştır. Önceden var olan dijital erişimin olmamasıyla ilgili endişeler, yerini dijital okuryazar olmamaya bırakmıştır. Bunun anlamı, sürekli değişen ve gelişen dijital mecrada başarılı bir şekilde dolaşmak için gerekli olan becerilerden yoksun olmakla ilgili endişelerdir. Dijital araçların gelişen potansiyeliyle birlikte, sürekli yenilenen bilgi, öğretim ve iletişim teknolojilerinin sonucunda, dijital okuryazarlığın tanımının doğası gereği akıcı ve organik olması gerekmektedir (Meyers vd., 2013, s. 356).

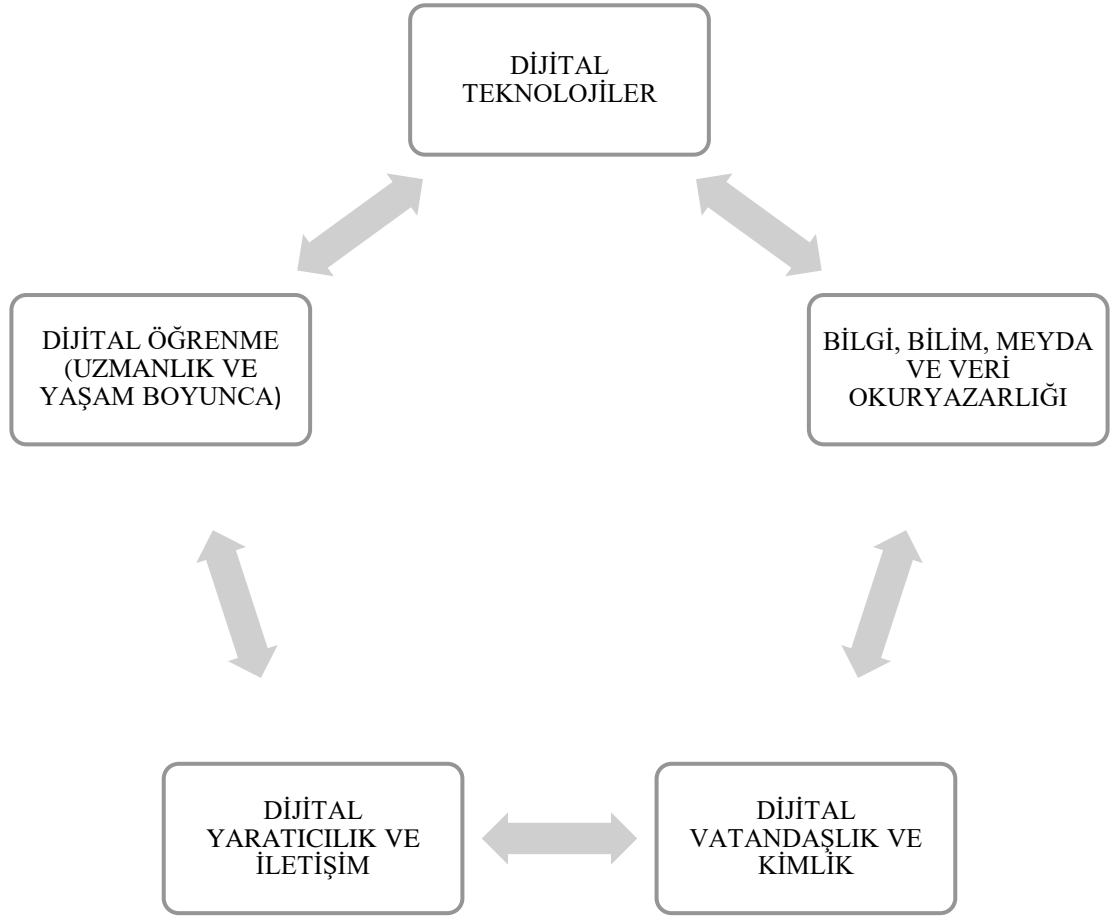


Şekil 8. Dijital okuryazarlığın seviyeleri (Martin ve Grudziecki, 2016, s. 255)

Martin ve Grudziecki (2016) dijital okuryazarlığı tanımlama ve Avrupa’da dijital okuryazarlığın gelişimi için bir çerçeve ve araçlar geliştirme görevini üstlenen DigEuLit projesini geliştirmiştir. Buna göre dijital okuryazarlığın gelişimi için üç aşama veya seviye önerilmektedir. Bunlar; dijital kabiliyet/yeterlik, dijital kullanım ve dijital dönüşümdür. İlk seviyede dijital yeterlik vardır. Bu sistemin temelini oluşturur. Dijital yeterlik temel görsel tanıma ve el becerilerinden eleştirel, değerlendirici ve kavramsal yaklaşımlara kadar beceri düzeylerini kapsamaktadır. Tutumları ve farkındalıkları da içerir. Kişiler ve gruplar gündelik yaşamlarında durumlarına uygun olarak dijital yeterlikten faydalanırlar ve yaşamlarındaki durumlarının zorluklarına göre daha fazlası için çabalarlar. Dijital yeterliğin kendi içinde 13 süreci bulunmaktadır. Bunlar; *kendini ifade, teşhis, katılım, değerlendirme, yorumlama, organizasyon, entegrasyon, analiz, sentez, yaratıcılık, iletişim, yayma ve etki* şeklindedir. İkinci seviyede dijital kullanım bulunmaktadır. Bu aşama, belirli profesyonel alanlarda dijital yeterliğin uygulanması açısından en önemli aşamadır. Kullanıcılar meslekleriyle, çalışma alanlarıyla ya da

gündelik yaşamlarıyla ilgili dijital yeterliklerinden yararlanırlar. Dijital kullanımlar o anki durumun gerekliliklerine göre şekillenmektedir. Öte yandan topluluk içinde gelişen ve topluluğun kendisini geliştirmesine sebep olan anlayışlar ve eylemlerdir. Üçüncü ve son aşama ise, dijital dönüşüm aşamasıdır. Geliştirilmiş olan dijital kullanımlar, yenilik ve yaratıcılığa olanak sağladığında ve profesyonel çalışma alanlarında önemli bir değişime yol açacak bir temel oluşturduğunda başarılı sayılmaktadır. Bu değişim bireysel, grup odaklı veya organizasyon düzeyinde olabilir. Dijital okuryazar olabilen birçok kişi değiştirici bir düzeye ulaşabilirken, değişim dijital okuryazarlık adına gerekli değildir. Uygun ve bilinçli kullanım düzeyindeki etkinlik, dijital okuryazar olarak tanımlanmak için yeterlidir.

Öte yandan Edith Cowan Üniversitesi Kütüphanesi, bir dijital okuryazarlık sistemi geliştirmiştir. Bu sistem geliştirilirken, dijital okuryazarlığın bütün önemli kavramları kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Dijital okuryazarlık, bilgiye etik bir şekilde ulaşmak, yorumlamak, yaratmak ve iletmek için dijital teknolojileri kullanma becerisi olarak tanımlanır. Buna göre dijital okuryazarlık; (1) dijital teknolojiler, (2) dijital öğrenme, (3) dijital yaratıcılık ve iletişim, (4) dijital vatandaşlık ve kimlik ve (5) bilgi, bilimsel, medya ve veri okuryazarlığı şeklinde sistemleştirilmiştir (Johnston, 2020, s. 95).



Şekil 9. Edith Cowan Üniversitesi Kütüphanesi'nin oluşturduğu dijital okuryazarlık sisteminin beş unsuru (Johnston, 2020, s. 95)

Dijitalleşmeyle ve teknolojik gelişmelerle birlikte doğup büyüyen çocuk ve gençlerin bir şeyler öğrenmeye, iletişime geçmeye ve sosyal etkileşim içerisine girmeye daha çok yöneldiği bilinmektedir. Birçok alanda sıklıkla “X kuşağı” veya “internet nesli” gibi göndermeler yapılmaktadır. Bu açıdan, teknolojik gelişmelerin önemli sosyal, psikolojik ve siyasi sonuçları olan nesiller arası uçurumu yarattığı görüşleri yaygın olarak mevcuttur (Alevizou, 2005, s. 83-84).

Dijital medya platformlarının kullanımıyla ilgili dijital jenerasyonları belirlemek adına birçok inceleme yapılmıştır. Araştırmalar ele alındığında genellikle, en son bilgi ve iletişim teknolojilerine olan katılım belirleyici unsur olarak öne çıkmıştır (Dingli ve Seychell, 2015, s. 35; Prensky, 2001a, s. 2; Tapscott, 1998, s. 204).

Öte yandan, tam anlamıyla dijitalleşmenin hükmettiği dünyada doğup büyüyen genç kuşaklar, bu dünyanın içinde doğmuş olduğu için çoğunlukla teknoloji meraklısı ve

bu tür medya platformlarının aktif kullanıcıları olarak kabul edilmektedir (Taipale, 2015, s. 80).

1980'lerden önce doğan ve dijital gelişmelerle ve teknolojilerle daha geç bir yaşta tanışanlar dijital göçmenler, bu teknolojilerin içinde doğup büyüyenler ise dijital yerliler olarak isimlendirilir. Buna göre dijital teknolojiler; dijital yerliler olarak adlandırılan gençlerle dijital göçmenler olarak tanımlanan daha yaşlı kuşak arasında radikal kopmaya yol açmaktadır (Prensky, 2001a, 1-2; Prensky, 2001b, s. 1).

21. yüzyılın ilk on yılının sonlarına doğru doğanların yeni dijital yerliler olarak tanımlanabileceği ifade edilmektedir. Çünkü bu yeni nesil, dokunmatik ekranlarla ve kablosuz teknolojilerle daha bebekken tanışmışlar ve bu teknolojilerin içinde doğup hayatlarının bir parçası yapmışlardır. Öte yandan, dijital yerliler olarak adlandırılan jenerasyon, bu yeni teknolojilerle nispeten daha geç tanışmıştır (Dingli ve Sychell, 2015, s. 35-36).

Günümüzde dijital okuryazarlığın yanı sıra sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya okuryazarlığı kavramı da giderek önem kazanan diğer bir kavramdır. Sosyal medya okuryazarlığı, bireylerin sosyal medya platformlarını anlamaları, etkili bir şekilde kullanmaları ve bu ortamlarda bulunan içeriği eleştirel bir şekilde değerlendirebilmelerini ifade eder. Bu kavram, dijital çağda bilgi ve iletişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanabilme becerilerini içermektedir. Sosyal medya okuryazarlığı; teknik, bilgi, iletişim ve etik becerileri içeren birbiri ile bağlantılı yetenekleri ve anlayışı içerir. Sosyal medyanın kitlesel kullanım özelliği, içerik oluşturmaya olanak sağlaması ve yalnızca pasif olarak tüketilememesi gibi özellikleri onu bilgi üreten diğer medya türlerinden oldukça farklılaştırmaktadır (Carr ve Hayes, 2015, s. 50).

Medya okuryazarlığı ele alınırken işlevsel ya da eleştirel medya okuryazarı olarak bir ayrıma gidilmektedir. İşlevsel medya tüketicisi veya işlevsel yeni medya tüketicisi olarak adlandırılan kişiler medya içeriğine erişebilen ve ne aktarıldığını anlayabilen kişilerdir. Eleştirel medya veya yeni medya tüketicisi; medya içeriğinin sosyal, ekonomik, politik ve kültürel bağlamlarını inceleyerek medyanın gömülü sosyal değerleri ve ideolojileri ile hizmet etmeyi amaçladığı amaç hakkında iyi bir anlayışa sahiptir. Yeni medyada işlevsel bir tüketici olarak tanımlanan kişiler, yeni medya içeriği oluşturmayı (örneğin bir blog yazısı yazmak) ve çeşitli yeni medya alanlarına katılmayı bilen

kişilerdir. Yeni medyanın eleştirel tüketicileri ise medya inşası, medya yayını ve medya katılımındaki konumunu ve kimliğini anlayarak sosyal medya mesajını üretken bir şekilde kullanabilme yeteneğine sahiptir (Chen vd., 2011, s. 86).

Sosyal medya okuryazarlığı, sosyal medyadaki içeriğin analiz edilebilmesini, kullanıcıların uygun sosyal ağ içeriğine ulaşabilmesini, bu içeriği değerlendirebilmesini ve kendi içeriğini oluşturabilmesini içermektedir (Sezgin ve Ünal, 2022, s. 96). Ayrıca sosyal medya okuryazarlığını tanımlayabilmek için sosyal medya içeriği ve yeterlikler arasındaki ilişkiyi anlamak gerekmektedir. İçerik, sosyal medya okuryazarlığına ulaşmada önemli olan farkındalık ve bilgiyi ifade ederken yeterlilikler ise sosyal medya okuryazarlığını ortaya koyabilmekteki beceriyi ifade etmektedir (Cho vd., 2022, s. 6).

Cho ve arkadaşları sosyal medya okuryazarlığı ile ilgili yaptıkları çalışmada sosyal medya okuryazarlığının içerik boyutlarından bahsederken; kimlik, araç ve gerçeklik boyutlarını ele almışlardır. Kimlik, sosyal medya içerik seçimlerini ve katılımını; araç, sosyal medya platformları, gazetecilik protokolleri, kaynak bulma ve bilgi kontrolünü; gerçeklik ise insanların sosyal medya içeriğinin gerçekçiliğini değerlendirmek için kullandıkları çoklu ölçütlerin farkındalığını ifade etmektedir. Bu üç boyutun sonucu olarak, kimlik ve gerçeklik sosyal medya kullanıcısının algılarını etkiler ve sosyal medyada kullanıcılar kendi gerçekliklerini oluşturmak için hem araçla hem de mesajla etkileşime girerler (Cho vd., 2022, s. 8).

Sosyal medya okuryazarlığının günümüzdeki önemi sosyal medyanın bilgi ve enformasyon kaynağı olarak kullanılmasının yaygınlaşmasıyla daha da artmıştır. Özellikle sosyal ağlarda artan bilgi kirliliği ve buna bağlı olarak yaşanan kullanıcıların yanlış bilgilendirme sorunu, kullanıcıların sosyal medya okuryazarlığı seviyelerini inceleme ihtiyacı yaratmıştır. Bu doğrultuda Sankaranarayanan ve arkadaşları yaptıkları çalışmada, bireylerin sosyal medya okuryazarlık seviyeleri ve sosyal medyadaki sahte haberleri tespiti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda, sosyal medya okuryazarlığı ile sahte haber paylaşımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcılar ne kadar sosyal medya okuryazarı ise sahte haber paylaşma olasılığının bir o kadar azaldığı açıklanmıştır. Bu çalışma aynı zamanda daha yüksek sosyal medya okuryazarlık seviyesinin eksik bilgi paylaşma konusundaki isteksizlik ve sosyal medya bağlamlarında bilgiyi doğrulama ve onaylamaya yönelik tutumlarla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Sankaranarayanan vd., 2023, s. 170). Bu aşamada sosyal

medya kullanıcılarının sosyal medya okuryazarı olmasında ağ seçimleri, içeriği değerlendirme ve gözleme yeteneklerinin yanı sıra sosyal medyadaki gerçekliğin çok yönlü olabileceğini ve oluşturulan her bir içeriğin belirli kullanıcı sınırlamalarıyla oluştuğunu bilmesi ve bu bilinçle içeriğe yaklaşması önemlidir (Cho vd., 2022, s. 12).

Dijital okuryazarlık, günümüzün dijital dünyasında bilgi ve teknolojiyle etkili bir şekilde başa çıkmak için gereken temel yeteneklerden biridir. Dijital bölünme, dijital teknolojilere erişim, kullanım ve bilgiye ulaşma konusunda farklılıkların ve eşitsizliklerin olduğu durumu ifade eder. Bu nedenle, dijital okuryazar olmak dijital bölünmenin azaltılmasında ve toplumsal eşitliğin artırılmasında önemli bir rol oynayabilir. Dijital becerilere sahip olanlar dijital dünyada bilgiye ulaşabilir, eğitim ve istihdam olanaklarından faydalanabilir, dijital katılım ve demokratik süreçlere katılabilirler. Öte yandan, dijital bölünme, dijital okuryazarlık düzeyi, teknoloji erişimi ve dijital beceri açısından farklı toplumsal kesimler arasında mevcut olan eşitsizlikleri de ifade edebilir.

Dijital okuryazarlıklar ve dijital bölünme arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmada, ağ oluşturmanın yoğun olduğu ve küresel işbirliğine dayalı sorun çözmenin hakim olduğu dijital çağda bile, dijital okuryazarlıkların dijital bölünme faktörlerinde çok önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bahsedilen Liubiniene ve Thunqvist'in yaptıkları çalışmada, dijital kültürün yayılmaya başlamasının temellerini oluşturan teknolojik altyapıyı geliştirmenin dijital bölünmeyi azaltmada yeterli olmadığı görülmüştür. Toplumun her kesiminin ekonomik, eğitimsel ve sosyo-kültürel gelişimini sağlayarak dijital okuryazarlık seviyelerinin artırılması ile dijital bölünmenin azalacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında, dijital medya okuryazarlığı açısından yaş en önemli faktör olarak görülmüştür. Yetişkin nüfusun henüz internetin günlük kullanımına tam anlamıyla dahil olmamasının nedenlerinden biri dijital okuryazarlık becerileridir. Bunda ayrıca sosyoekonomik seviyeler de etkilidir (Liubiniene ve Thunqvist, 2015, s. 145-146).

Dijital okuryazarlık, dijital bölünmeyi azaltmak için önemli bir rol oynamaktadır. Bunlardan bazılarını şu şekilde açıklayabiliriz:

- **Erişim ve Katılım:** Dijital okuryazar bireyler, dijital teknolojilere daha kolay erişebilir ve bu teknolojileri daha etkin bir şekilde kullanabilirler. Bu, dijital dünyadaki bilgiye, eğitim ve istihdam olanaklarına daha iyi erişim sağlar ve dijital bölünmeyi azaltabilir. Örneğin, dijital becerilere sahip bireyler daha fazla online kaynağa ulaşabilir ve dijital platformlarda etkili bir şekilde öğrenebilirler.

- **Eğitim ve İstihdam Fırsatları:** Dijital okuryazarlık, eğitimde ve iş dñnyasında fırsat eşitliğini artırabilir. Dijital becerilere sahip olanlar, dijital becerilerin iş piyasasında ve eğitimde giderek daha önemli hale geldiği günümüzde daha fazla fırsata sahip olurlar. Bu, dijital okuryazarlık düzeyi yüksek bireylerin dijital bölünme açısından daha avantajlı konuma gelmelerini sağlayabilir.
- **Sosyal Katılım:** Dijital okuryazar bireyler, sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla daha aktif bir şekilde toplumda yer alabilirler. İnternet üzerinden haberlere ve güncel olaylara erişme, dijital platformlarda etkili bir şekilde iletişim kurma ve toplumsal konulara katkıda bulunma yetenekleri artabilir.

Tezin alanyazın bölümlerinin ardından buradan itibaren yöntem bölümüne geçilmektedir. Bu aşamada, çalışmanın temel dayanağı olan araştırma tasarımı, veri toplama süreci, bulgular, yorumlar, sonuç ve öneriler detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Yöntem kısmı, çalışmanın bilimsel temellerini oluşturan metodolojiyi ortaya koyarak araştırmanın nasıl yürütüldüğüne dair bir anlayış sunarak, bulgulara ve sonuçlara nasıl ulaşıldığını net bir şekilde açıklamayı amaçlamaktadır.

3. YÖNTEM

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Araştırma deseni belirlenirken nitel bakış açısının benimsenmesinin gerek konunun derinliği gerekse ulaşılmak istenen hedef kapsamında çeşitli gerekçeleri vardır. Nitel araştırmaların doğası gereği araştırmacının yorumlayıcı ve anlamlara odaklanan yapısı özellikle iletişim ve toplum araştırmalarında sorunun özüne odaklanması var olan nicel bilgilerin de anlamlandırılması açısından oldukça önemlidir.

Araştırmanın ele aldığı dijital bölünme konusunun literatürüne baktığımızda yapılan çalışmaların genellikle nicel perspektiften ele alındığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda dijital materyallere erişim sosyoekonomik, yaş, cinsiyet, eğitim gibi kategorilerde araştırılmıştır (Hüsnuoğlu, 2016; Ahmed, 2015; Yılmaz, 2011; Akyazı, 2007; Soysal, 2017; Kuh, 2019). Genellikle nicel yöntem ile istatistiksel veriler eşliğinde bulgular sunulmuştur ve toplumun dijital yapısına genelleme yapılmıştır. Tüm bu çalışmalar birinci düzey dijital bölünmeye işaret etmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırmalar, özellikle toplum bazlı demografik açıdan genel bir istatistiksel sonuç sunuyor olsa da bireysel bazlı dijital bölünmeyi anlamak için oldukça yüzeysel kalmaktadır. Bu açığı kapatmak amaçlı bireysel kullanım farklılıklarına yönelmek doğru olacaktır. Bu noktada nitel bakış açısı temel araç olarak araştırmayı esas almakta ve ayrıntılı analiz imkanı sağlamaktadır.

Creswell nitel araştırmada araştırmacıların akıl yürütme sürecini şu şekilde özetlemektedir:

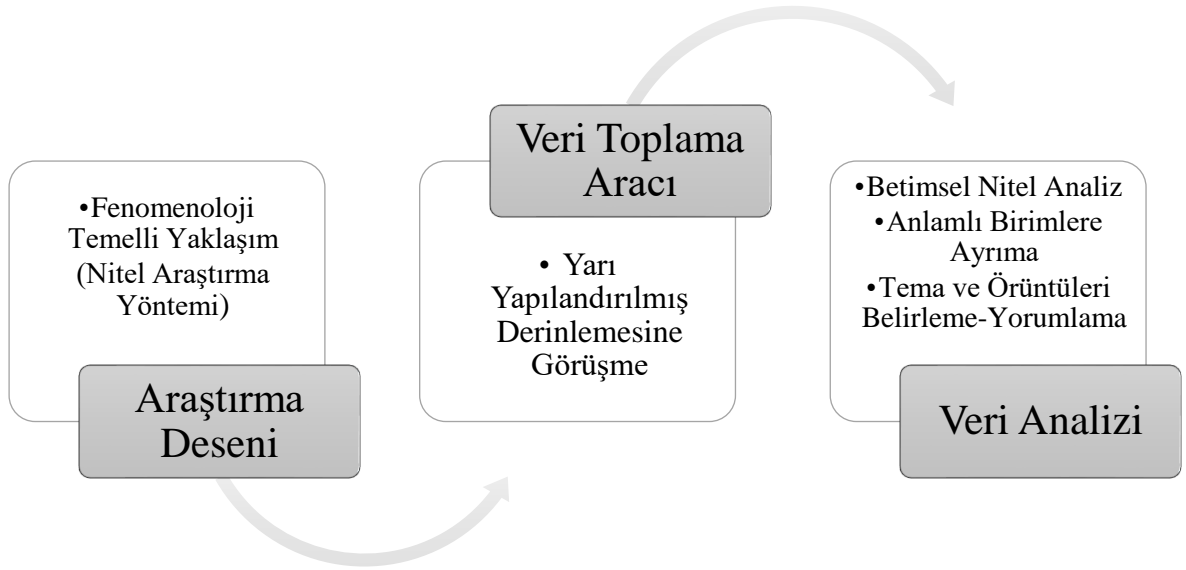
Nitel araştırmacılar; verileri tümevarımsal bir şekilde daha soyut bilgi birimleri şeklinde organize ederek, örüntü, kategori ve temaları "aşağıdan yukarıya" doğru oluştururlar. Bu tümevarımsal süreç, kapsamlı bir dizi tema oluşturuncaya dek, temalar ve veri tabanları arasında ileri ve geri çalışan araştırmacılar içerir. Ayrıca, bu süreçte ortaya çıkan temalar veya soyutlamalara şekil verebilmesi için, katılımcılarla etkileşimli bir işbirliği de içerebilir. Araştırmacılar oluşturdukları temaları verilerle karşılaştırarak sürekli kontrol ettiklerinden, tütümdengelimli düşünme becerilerini de kullanırlar. Tütümevarım - tütümdengelim mantık süreci, nitel araştırmacının araştırma süreci boyunca karmaşık akıl yürütme becerilerini kullandığı anlamına gelir (2007, s. 45).

Araştırmada Creswell'in bahsettiği gibi araştırma konusu çerçevesinde oluşturulacak kategoriler Dijk'in Kaynaklar ve Benimseme Teorisi'ndeki dijital teknolojiye erişimin dört basamağı olan kategorilere göre oluşturulmuştur:

- Erişim için motivasyon

- Fiziksel ve materyal erişim
- Dijital beceriler
- Kullanım farkları

Bu ana 4 tema rehber alınarak oluşturulan çalışmada fenomenolojik yaklaşım benimsenerek katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler alt temalara ayrıştırılarak daha detaylı bir analiz imkanı elde edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın yöntem planlaması aşağıdaki şekilde gösterilmektedir:



Şekil 10. Yöntem planlaması

Nitel araştırma ile şekillendirilen çalışmada elde edilen veriler, betimsel analiz ile anlamlı birimlere ayırma, tema ve örüntüleri açığa çıkarma ve betimleme- yorumlama aşamalarını içermektedir.

3.1. Neden fenomenolojik yaklaşım?

Fenomenolojik yaklaşım, nesnel dünyayı doğrudan algılama deneyimine odaklanan bir felsefi ve bilimsel yaklaşımdır. Bu yaklaşım, özellikle Edmund Husserl tarafından geliştirilmiş olup, modern felsefenin önemli bir akımıdır. Fenomenolojik yaklaşım, düşüncelerimizin ve deneyimlerimizin temel yapılarına odaklanarak, dünyayı doğrudan algılama deneyimimizi anlamaya çalışır. Bu yaklaşım, bir şeyin kendisi olarak nesnel gerçekliğe ulaşmaya çalışır ve bu gerçekliğin yalnızca bizim algımızla var olduğunu savunur. Fenomenolojik yaklaşım, doğrudan gözleme dayanan bir yöntem kullanır ve araştırmacıların doğrudan gözlemledikleri deneyimleri analiz etmelerini gerektirir. Bu analiz sürecinde, araştırmacılar deneyimleri parçalara ayırarak ve her parçanın

özelliklerini ve anlamlarını anlamaya çalışarak, deneyimleri daha iyi anlamaya çalışırlar. Fenomenolojik yaklaşım, birçok disiplin tarafından kullanılmaktadır, özellikle de felsefe, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi alanlarda. Bu yaklaşım, insan deneyiminin anlaşılmasında büyük bir rol oynamaktadır ve insanların dünyayı nasıl algıladıklarını anlamak için önemli bir araçtır. Deneyim yorumlanırken önceden yerleştirilen tüm yanlış yapılandırmalardan ve dayatmalardan kaçınmaya çalışılmalıdır (Moran, 2000, s. 4-6; Husserl, 1960). Fenomenolojik araştırmada, araştırmacı bireylerle yüz yüze görüşerek, açık uçlu sorular sorarak, katılımcıların deneyimlerini ve anlamlarını anlamaya çalışır. Bu yaklaşım, bireysel deneyimlerin ve anlamların öznel olduğunu kabul eder ve bu nedenle araştırmacı, bireysel deneyimleri ve anlamları anlamak için bireylerin kendi sözleri ve anlatımlarını kullanır.

Fenomenoloji araştırmasının odak noktası, bir açıklama sağlamak ve manipülatif varsayımlara dayalı önyargılı özgür düşüncüyü kullanmaktan ziyade bireyin algılarını ve deneyimlerini ortaya çıkararak bir betimleme yapma imkanı yakalamaktır (Moustakas, 1994, s. 12).

Nitel araştırma yöntemlerinin birçoğu gibi, fenomenolojik araştırmalar da verilerin anlamlandırılması ve yorumlanması için kritik aşamalar içermektedir. Bu aşamalar, araştırmacının verileri analiz etmesi, anlamlandırması ve sonuçları yorumlaması için önemli bir temel oluşturur.

Moustakas, 1994 yılında "Phenomenological Research Methods" (Fenomenolojik Araştırma Yöntemleri) adlı kitabında fenomenolojik araştırma aşamalarını şu şekilde tanımlamıştır:

Tablo 8. *Fenomenolojik araştırma aşamaları (Moustakas, 1994, s. 84-102)*

Fenomenolojik Redüksiyon:	Araştırmacının önyargılardan arınma süreci
Anlam Yapısının Aranması:	Verilerin incelenerek ortak temaların bulunması
Kategorilendirme:	Benzer anlam yapılarının gruplandırılması
Esas Fenomenin Açığa Çıkarılması:	Araştırmacının temel fenomeni belirlemesi

Tablo 8. (Devam) Fenomenolojik araştırma aşamaları (Moustakas, 1994, s. 84-102)

Açıklığın ve Bütünlüğün İncelenmesi:	Verilerin bütünlüğünün değerlendirilmesi
Açıklamanın ve Yorumlamanın Uygunluğu:	Elde edilen verilerin açıklanması ve yorumlanması

Bu tabloda, Moustakas'ın fenomenolojik araştırma aşamaları ve her bir aşamanın kısa bir açıklaması yer almaktadır. Her aşama, fenomenolojik araştırma sürecinin farklı bir yönünü temsil eder ve katılımcıların öznel deneyimlerini anlamak için önemli bir rol oynamaktadır.

- **Fenomenolojik Redüksiyon (Epokhe):** Fenomenolojik araştırmanın temel adımı olan redüksiyon, araştırmacının önyargılarından, varsayımlarından ve önceden edindiği bilgilerden arınması sürecidir. Araştırmacı, nesnel gerçeklikten ziyade katılımcıların öznel deneyimlerine odaklanır. Redüksiyon süreci, araştırmacının katılımcıların dünyasına doğrudan ve önyargısız bir şekilde ulaşmasını sağlar (Husserl, 2000, s. 189).
- **Anlam Yapısının Aranması:** Bu aşamada araştırmacı, katılımcıların deneyimlerinden anlam yapılarını ve ortak temaları çıkarmaya çalışır. Veri toplama sürecinde elde edilen katılımcıların ifadeleri, metinleri ya da anlatıları incelenir ve belirli anlam örüntüleri ve yapılarını ortaya çıkarmak için analiz edilir. Anlam yapısının özüne ulaşılmaya çalışılır (Husserl, 2003, s. 71).
- **Kategorilendirme:** Verilerin analizi sırasında, araştırmacı benzer anlam yapılarını içeren ifadeleri gruplandırır ve tematik kategoriler oluşturur. Kategorilendirme, katılımcıların deneyimlerini daha anlamlı ve anlaşılır bir şekilde düzenlemeye yardımcı olur.

Düşünceler algıya veya hayal gücüne dayanan genellik bilincinde kendini sağlam bir şekilde tesis ederken, sezgi, algının içeriğini ve onun tekil öz duygusunu ortaya koymaktadır. Açıkça görülen her önermenin önkoşulu olan kategoriler de buna dahil edilmelidir. Bu şekilde kategoriler düşünme yollarını karakterize etmek için kullanılır (Husserl, 2003, s. 95).

- **Esas Fenomenin Açığa Çıkarılması:** Bu aşamada araştırmacı, fenomenin veya temel özdeğerin ne olduğunu belirlemeye çalışır. Temel özdeğer, katılımcıların deneyimlerinin temel yapısını ve anlamını yansıtan merkezi bir tema veya fenomendir (Moustakas, 1994, s. 6-10).
- **Açıklığın ve Bütünlüğün İncelenmesi:** Araştırmacı, elde edilen verilerin açıklığını ve bütünlüğünü değerlendirir. Verilerin bütünlüğü ve açıklığı, katılımcıların deneyimlerinin tam olarak anlaşılıp anlatıldığından emin olmayı sağlar.
- **Açıklamanın ve Yorumlamanın Uygunluğu:** Araştırmacı, elde edilen verilerin açıklanmasını ve yorumlanmasını gerçekleştirir. Bu aşamada araştırmacı, fenomenin özdeğerini, katılımcıların anlamlarını ve diğer önemli bulguları açıklar ve yorumlar (Moustakas, 1994).

Fenomenolojik çalışma, insan deneyimlerini açıklamaya çalışırken ne deneyimin öznesine ne de nesneye odaklanır. Fenomenolojide amaç deneyimin temas noktasına odaklanmaktır (Edie, 1962, s. 19). Tüm bu özelliklerden hareketle, bu çalışmada katılımcıların haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanma deneyimlerine odaklanılmış, fenomenoloji yaklaşımıyla bu deneyimler betimlenmiş ve bu deneyimlere göre farklılaşan sonuçlar dijital bölünme ile ilişkili olarak incelenmiştir.

Fenomenolojik yaklaşım birçok alanda olduğu gibi iletişim çalışmalarında da verimli bir şekilde kullanılmaktadır. Bu yaklaşım ve bakış açısı, bireylerin deneyimlerine ve anlamlarına odaklanarak, iletişim süreçlerinin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlar. Araştırmacılar, katılımcıların kendi deneyimlerini ifade etmelerine ve öznel bakış açılarından yola çıkarak verileri analiz etmelerine izin vererek, iletişim alanında farklı ve zengin bir bakış açısı sunabilmektedirler.

Medya deneyimlerinin keşfinde ve iletişim araçlarının değerlendirilmesinde oldukça derin bir şekilde araştırma yapmaya olanak sağlayan fenomenolojik yaklaşım, medya kullanımı sırasında bireylerin deneyimlerini anlamak için katılımcıların medya içeriğiyle etkileşimlerini, medya deneyimlerini ve medya aracılığıyla nasıl anlamlar yarattıklarını derinlemesine mülakatlar ile incelenebilmektedir. Aynı şekilde iletişim araçlarının değerlendirilmesinde, belirli iletişim araçlarının (örneğin sosyal medya platformları, mesajlaşma uygulamaları vb.) kullanımını incelemek için bireylerin bu araçları nasıl kullandığını, bu araçlar aracılığıyla nasıl iletişim kurduğunu ve bu

iletişimlerin deneyimlerini nasıl şekillendirdiğini sorgulamak üzerine geniş kapsamlı araştırmalara fırsat vermektedir.

Fenomenolojik yaklaşımın araştırmacıya sunduğu bu özellikler dikkate alınarak araştırma kapsamında, bireylerin dijital teknolojilere erişim ve kullanımı üzerindeki deneyimlerini anlamak için bu yaklaşım benimsenmiştir. Bu bağlamda, fenomenolojik yaklaşım, bireylerin dijital teknolojilere yönelik farklı deneyimlerini ve bölünmenin altında yatan nedenleri anlamak için önemli bir araştırma perspektifi sunmaktadır.

Fenomenolojik yaklaşımın dijital bölünme araştırmalarında kullanılması aşağıdaki şekillerde gerçekleştirilebilir:

- **Erişim Deneyimleri:** Fenomenolojik yaklaşım, farklı sosyo-ekonomik gruplardan insanların dijital teknolojilere erişim deneyimlerini anlamak için kullanılabilir. Araştırmacılar, düşük gelirli bireylerin, kırsal kesimde yaşayanların veya yaşlıların dijital teknolojilere erişim deneyimlerini ve bu deneyimlerin günlük yaşamlarına nasıl yansıdığını anlamak için katılımcılarla mülakatlar yapabilirler.
- **Kullanım Alışkanlıkları ve Davranışları:** Fenomenolojik yaklaşım, dijital teknolojileri farklı şekillerde kullanan bireylerin deneyimlerini anlamak için kullanılabilir. Örneğin, araştırmacılar, dijital teknolojileri aktif bir şekilde kullanan gençlerin, teknolojik olarak daha az yetkin olan yetişkinlerin veya diğer grupların dijital teknolojileri nasıl kullandıklarını, neden kullandıklarını ve bu kullanımın kendileri için nasıl bir anlam ifade ettiğini anlamak için katılımcılarla derinlemesine mülakatlar yapabilirler.
- **Dijital Katılım ve Uyum:** Fenomenolojik yaklaşım, dijital bölünmenin etkilerini ve sonuçlarını anlamak için kullanılabilir. Araştırmacılar, dijital teknolojilere erişimdeki farklılıkların sosyal katılım, bilgi edinme, eğitim ve istihdam gibi alanlarda nasıl farklı sonuçlar doğurduğunu anlamak için katılımcıların deneyimlerini araştırabilirler.

Fenomenolojik yaklaşımın dijital bölünme araştırmalarında kullanılması, bireylerin öznel deneyimlerine odaklanarak bölünmenin altında yatan nedenleri, etkileri ve sonuçlarını daha iyi anlamak için önemli bir araştırma yöntemi sağlar. Araştırmacılar, katılımcıların deneyimlerini ve anlamlarını dikkate alarak, dijital bölünmenin azaltılması ve dijital eşitliğin artırılması için daha etkili politika ve müdahalelerin geliştirilmesine katkıda bulunabilirler.

Araştırma doğrultusunda nitel yöntem kapsamında veriler, fenomenolojik yaklaşım ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme ile toplanmıştır. Katılımcıların sosyal ağlarda enformasyona ulaşma deneyimlerinin bireysel özellikleri odaklı olduğu düşünüldüğünden bu yaklaşım seçilmiştir. Görüngü bilim farkında olduğumuz, ancak derinliğine ve ayrıntılarına sahip olmadığımız olguları ele almaktadır. Böylece tam anlamıyla kavrayamadığımız olguların araştırılmasında uygun bir zemin sunmaktadır. Fenomenolojinin amacı yaşanan deneyimin anlamlandırılmasıdır. Bu kapsamda, kullanıcıların sosyal ağlarda enformasyona ulaşma deneyimleri anlamlandırılmaya çalışılmaktadır.

Dijital bölünmenin iletişim araçlarına erişimden kaynaklanmasından ziyade bu araçların kullanımından kaynaklandığı düşüncesinden hareketle, gerçekliğin keskin olmadığı, kültürel ve bireysel bağlamı çerçevesinde araştırılması amacı taşıyan çalışmada; kişilerin beklenti, deneyim ve motivasyonlarının ön planda tutulduğu fenomenolojik yaklaşım benimsenmiştir.

Sanders'e göre, fenomenolojik araştırmada araştırmacının şu soruları sorması beklenir:

1. İncelenen deneyim nasıl tanımlanabilir?
2. Bu tanımlamalarda ortaya çıkan temalar nelerdir?
3. Bu temaların öznel yansımaları nelerdir?
4. Bu öznel yansımaların özü nedir? (1982, s. 357).

Bu doğrultuda çalışmada irdelenen sorular şu şekildedir:

- Katılımcıların haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanma deneyimi nasıl tanımlanabilir?
- Haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanma deneyimlerinden ortaya çıkan temalar nelerdir?
- Ortaya çıkan bu temaların katılımcılar arasındaki farklılıkları nasıldır?
- Katılımcılar arasında ortaya çıkan, çalışmada dijital bölünme olarak kavramsallaştırılan bu farklılıkların özü nedir?

Tüm bu sorulardan hareketle haber kaynağı olarak sosyal medya kullanımı ve dijital bölünme üzerinde neden- sonuç ilişkisi kurulmaya çalışılmıştır.

3.2. Veri Toplama Tekniği: Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme ve Gözlem

Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme ile katılımcılardan veriler toplanmıştır. Hazırlanan sorular; yeni bir teknolojiyi benimseme sürecinde motivasyon durumu (zaman, maddi, sosyal ve kültürel kaynaklar), operasyonel beceriler (dijital medyayı başarıyla kullanmak), formal beceriler (web tarama- araştırma yapma), enformasyon becerisi (dijital medya içeriğinin doğru bir şekilde aranması, seçilmesi ve değerlendirilmesi) ve içerik yaratma becerileri kategorileri doğrultusunda oluşturulmakta olup demografik özellikler ve gözlem verileri için ise form hazırlanmıştır. Gözlem, bu çalışmada katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevapları destekleme amaçlı yapılmıştır. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde her katılımcıdan o gün sosyal medyada ulaştığı herhangi bir habere tekrar ulaşmaları istenmiştir ve katılımcının haber içeriğiyle ilgili davranışları gözlemlenerek bir çetele tablosu tutulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları ve gözlem formunun verileri ayrı ayrı değerlendirilerek veri çeşitliliği artırılmıştır.

3.3. Araştırma Örnekleme

Araştırmada olasılığa dayalı olmayan amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin örneklem seçilerek derinlemesine araştırma yapılmıştır. Araştırmada fenomenolojik yaklaşım benimsendiği için örneklem, mutlaka belirlenen fenomeni deneyimlemiş kişilerden oluşturulmuştur. Fenomenolojik yaklaşım çerçevesinde az sayıda örnekleme daha derinlemesine veri toplama gerçekleştirmek, daha nitelikli bilgiye ulaşmak hedeflenmiştir. Olasılıklı olmayan örnekleme ile araştırma sorularını yanıtlayabilecek, bilgi bakımından zengin birimlere odaklanılmaktadır. Araştırmada dijital bölünme problemi, bireylerin eğitim seviyesi üzerinden üniversite eğitimi olanlar ve olmayanlar olarak dijital medya okuryazarlığı ekseninde değerlendirilmiştir. Amaçlı ölçüt örnekleme belirleme tekniğinin kullanıldığı araştırmada ölçütler şu şekilde belirlenmiştir:

- Araştırmaya konu olan fenomeni (sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanma) deneyimlemiş katılımcılar.
- En az bir tane internet ve sosyal medyaya erişimi olan dijital cihaza sahip olan katılımcılar.

- Dijital yerli olarak kavramlaştırılan, dijital teknolojiler ile doğar doğmaz tanışan ve interneti etkili bir şekilde kullanan Z kuşağını temsil eden 18-23 yaş arası üniversite eğitimi olan kadın-erkek katılımcılar.
- Dijital yerli olarak kavramlaştırılan, dijital teknolojiler ile doğar doğmaz tanışan ve interneti etkili bir şekilde kullanan Z kuşağını temsil eden 18-23 yaş arası üniversite eğitimi olmayan kadın-erkek katılımcılar.

Katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yarı yapılandırılmış sorular ile gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, katılımcıların enformasyon odaklı sosyal ağ kullanım deneyimlerinin yorumlayıcı fenomenolojik yaklaşımla 'kaynaklar ve benimseme teorisi' rehberliğinde dijital bölünme süreci ile ilişkisi incelenmiştir. Katılımcıların enformasyon odaklı sosyal ağ kullanım deneyimlerinin yorumlayıcı fenomenolojik yaklaşımla 'kaynaklar ve benimseme teorisi' rehberliğinde dijital bölünme süreci ile ilişkisi analiz edilirken veri analizindeki tema ve örüntüler ile yorumlar yapılmıştır.

3.4. Araştırmanın Analizi ve Raporlanması

Araştırma raporlanırken önce amacın tanımlama olduğu analizlerin özeti verilmiş, sonrasında yorum ve bağlantı kurma amacı ile tartışma yapılarak, dijital bölünme kavramı katılımcıların enformasyon odaklı sosyal medya kullanma deneyimleri, dijital kültürler ve ağ yapısı bağlamları ile analiz edilmiştir. Katılımcıların enformasyon odaklı sosyal ağ kullanım deneyimlerinin yorumlayıcı fenomenolojik yaklaşımla 'kaynaklar ve benimseme teorisi' rehberliğinde dijital bölünme süreci ile ilişkisi analiz edilirken veri analizindeki tema ve örüntüler şu başlıklarda oluşturulmaktadır:

- İnternet Kültürleri (dijital yerliler)
- Kullanım Becerileri (dijital okuryazarlık)
- Medya Platformlarının Yapısı (kontrol, gözetim, reklam, algoritma)

Genel temalar ve oluşturulan bu alt kategoriler ile derinlemesine görüşme verileri nitel veri analiz programı olan MAXQDA⁶ programı aracılığı ile sistematik bir analizden geçirilerek bulgular tablo ve görseller ile sunulmuştur.

⁶Maxqda, nitel ve nicel verilerin sistematik olarak düzenlenmesini, analiz edilmesini ve değerlendirilmesini sağlayan bir bilgisayar yazılım programıdır. Maxqda programı aracılığıyla nitel veriler olan metinler, görüşmeler, odak grup çalışmaları, raporlar, tablolar, fotoğraflar, videolar, taşınabilir belge biçimleri (pdf), sosyal medya verileri, internet siteleri ve ses dosyalarını vs. ile nicel nitelikteki anket verileri analiz edilebilmektedir. Maxqda programı temelde nitel verilerin deşifre edilmesi (transkript), kodlanması, notların (memoların) oluşturulması, tema ve kategorilerin nicelleştirilmesi, nitel verilerin görselleştirilmesi ve modellerin oluşturulması gibi özelliklere sahiptir (Dereli, 2023, s. 149-150).

3.5. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Nitel araştırmaların doğası gereği kesin bir geçerlik ve güvenilirlik tespiti yapmak zor olduğundan doğru bilgiye ulaşmada gerekli önlemler alınmış, veriler açık ve ayrıntılı bir şekilde başka bir araştırmacının değerlendirmesine imkan verecek şekilde tanımlanmıştır. Olumlu, olumsuz her türlü veri ön yargısız olarak değerlendirilerek çalışmaya dahil edilmiş, veri kaynaklarından doğrudan alıntılar verilmiştir. Veriler ayrıntılı betimlenerek saklanmıştır. Bulguların analizinde şeffaf, tarafsız ve sistematik bir şekilde ilerlenmiştir.

Çalışma boyunca veriler oluşturulurken varsayımlardan sıyrılarak (parantez olarak) veriler oluşturulacak analiz yapılmıştır. Ana ve yardımcı temalar, raporlaştırılırken yeniden gözden geçirilmiştir. Elde edilen verilerin temalaştırılmasında, fenomenle ilgili olan ifadelerin ortaya çıkarılmasında iki kodlayıcı çalışmış, sonrasında elde edilen iki farklı tema listesi karşılaştırılarak öne çıkan temalar analizde kullanılmak üzere tekrar listelenmiştir. Analizde görev alan ikinci kodlayıcı, Ankara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü doktora öğrencisidir ve nitel çalışma alanında deneyime sahiptir. Kodlayıcılar Maxqda nitel analiz programının kullanımı ile ilgili yeterli bilgi ve beceriye sahiptir.

Çalışmada güvenilirlik sağlamak adına uygulanan adımlar:

- **Erteleme/Bloklama (Epoche):**

Bu aşamada, önyargılar tanımlanır ya da elimine edilir. Araştırmacılar, araştırılan görüngenüye ilişkin önyargı, varsayımlar ya da basmakalıp yargıları ortadan kaldırarak analize başlar (Husserl, 1931, s. 108). Araştırmada, elde edilen bulguların analizinde önceki deneyimler ve önkabuller dikkate alınmayarak tamamen içeriğe odaklanılmıştır. Bu durum araştırma boyunca temel tutum olarak benimsenmiştir.

- **Paranteze Alma (Fenomenolojik indirgeme):**

Araştırmacı, istenmeyen ve çalışmayla ilgisi olmayan ikincil verileri tanımlar. Buradaki amaç, araştırmacı doğrudan katılımcıya odaklanmalı, kendi kişisel görüşlerini paranteze almasıdır (Moustakas, 1994, s. 4). Araştırmada, elde edilen veriler konunun amacına yönelik olarak tüm ifadeler listelenmiştir. Sonrasında, fenomenle ilgisi olmayan ifadeler çıkarılarak önemli olan ifadeler tekrar listelenmiştir. Bu ifadelerin çıkarılmasında ayrıca bir araştırmacı daha bu noktada çalışmaya dahil edilerek, elde edilen temalar karşılaştırılmıştır.

Araştırmada elde edilen tüm veriler tekrar tekrar okunarak uygun temalar gözden kaçırılmamıştır. Katılımcılardan elde edilen verilerde araştırmının özünü oluşturan fenomenle ilgili olan noktalara odaklanılmış ve görüşmeler boyunca bu doğrultuda notlar oluşturulmuştur. Bu noktada, düşünce ve sezgisel yollarla oluşturulan bulgu ve temaların içebakışa dayanması fenomenolojik çalışmayı öznelci olması yönünde zayıflatabilir. Ancak bu düşüncenin araştırmının özüne bakıldığında doğru olmadığı görülebilir. Öyle ki, fenomenolojik yaklaşımda öznel bakış; sadece araştırmacının bildiği ve gözlemlenemeyen şeylerden farklı olarak bireyin içinde var olan öznel olgular, bireyin dışındaki nesnel olgularla karşılaştırılarak yorumlanır (Sanders, 1982, s. 355).

Ayrıca araştırma analizinde geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması adına, katılımcıların görüşme transkripsiyonları bir başka yardımcı araştırmacı tarafından gözden geçirilmiş ve onaylanmıştır. Ek olarak, çalışmada bulgular kısmında veri kaynaklarından doğrudan alıntılar verilerek veriler ayrıntılı olarak betimlenmiştir.

3.6. Verilerin Analizi ve Temalar

Araştırma sorusu ve çalışmanın amacı doğrultusunda toplamda 24 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmadaki katılımcılar araştırma için belirlenen fenomeni deneyimlemiş yani sosyal medya aracılığı ile habere ulaştıklarını, haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılardan toplanan veriler derinlemesine görüşme ve sosyal medya kullanım gözlemleri olarak iki aşamadan oluşmaktadır. Görüşülen katılımcılar araştırmının sınırı olarak belirlenen Z kuşağına dahil olan 18-23 yaş aralığındadır. Belirlenen katılımcıların sosyal medya kullanım deneyimleri dijital bölünme ekseninde incelenirken dijital okuryazarlık çerçevesinde analiz edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda belirlenen yaş aralığındaki katılımcılar eşit bir şekilde üniversite eğitimi olanlar (öğrenci ya da mezun) ve üniversite eğitimi olmayanlar şeklinde belirlenerek eğitim düzeyinin bireyler arası dijital bölünmede anlamlı bir fark yaratıp yaratmadığı karşılaştırılmaktadır. Ayrıca katılımcıların cinsiyetleri eşit şekilde belirlenmiş olup 12 üniversite eğitimi olan katılımcı (6 kadın- 6 erkek), 12 üniversite eğitimi olmayan katılımcı (6 kadın- 6 erkek) bulunmaktadır. Katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme soruları olarak hazırlanan 15 yarı açık uçlu soru sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış bir fenomenolojik görüşme süreci hazırlanarak toplamda yaklaşık 720 dakika ses kayıtlı materyal toplanmıştır. Araştırma verileri 5 temel tema olan; “motivasyon, fiziksel ve materyal erişim, dijital beceriler ve kullanım ve

sosyal medya platformlarının yapısı” temaları ile kategorize edilmektedir. Genel anlamda görüşmelerden elde edilen benzer bağlamsal veriler ile de alt temalar oluşturulmuştur.

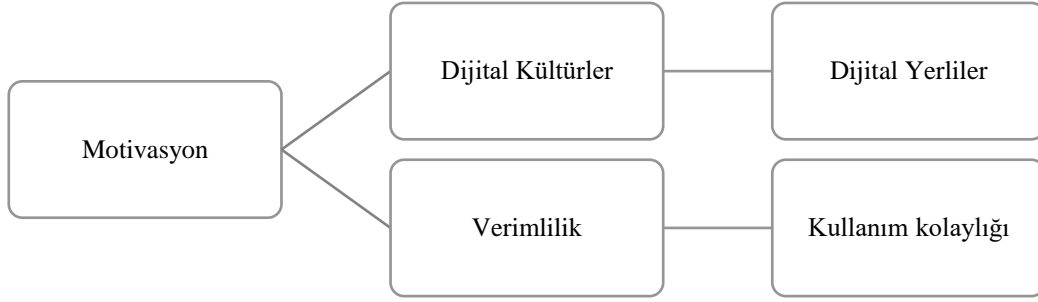
Katılımcılardan veri toplamanın ikinci aşamasında ise katılımcılara görüşme yapıldığı gün sosyal medyadan hangi haberleri takip ettikleri sorulmuş, o güne ait sosyal medyadan ulaştıkları akıllarında kalan bir habere sosyal medyayı kullanarak tekrar ulaşmaları istenmiştir. Gözlem yapılarak elde edilen veriler, katılımcıların hangi tür haberleri sosyal medyadan takip ettikleri, habere ulaşmak için hangi cihaz ve sosyal medya uygulamasını kullandıkları, haber içeriği ile ilgili bir etkileşimde bulunup bulunmadıkları, içeriği teyit etme – içeriğe güvenirlilik düşünceleri incelenmiş ve tablolar ile yorumlanmıştır.

3.6.1. Görüşme Verilerinin Analizi

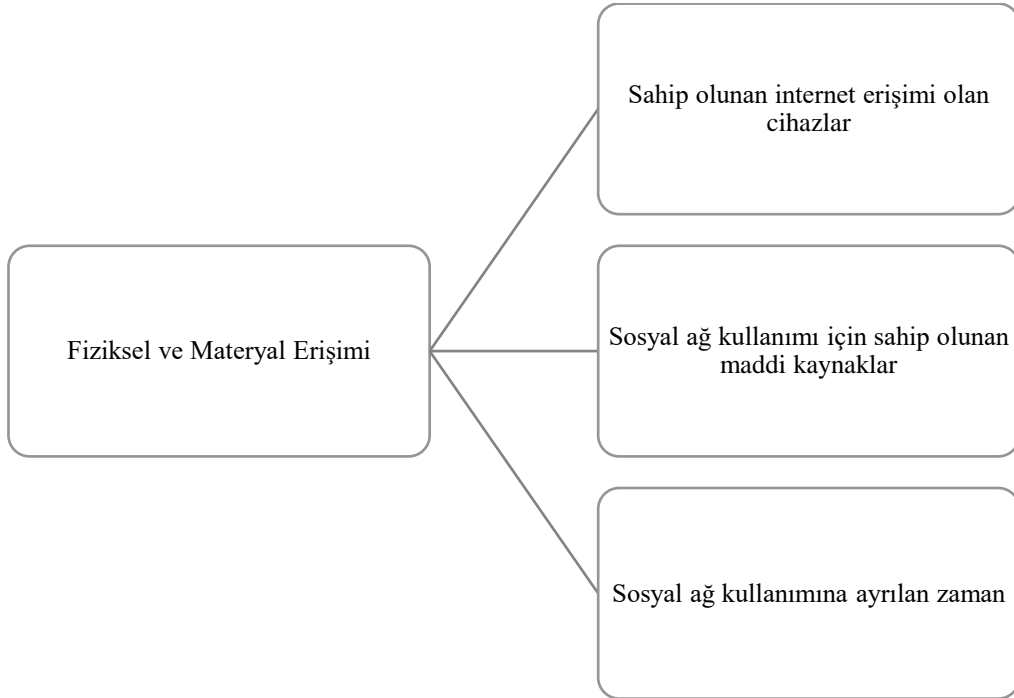
Derinlemesine görüşme yöntemleri fenomenolojik yaklaşımın öncül veri oluşturma teknikleri arasında yer almaktadır. Veri oluşturma sürecinde çok boyutlu olarak fenomene odaklanılmıştır. Araştırma raporlanırken de önce amacın tanımlama olduğu analizlerin özeti verilmiş, sonrasında yorum ve bağlantı kurma amacı ile tartışma yapılarak, dijital bölünme kavramı katılımcıların enformasyon odaklı sosyal medya kullanma deneyimleri dijital kültürler, dijital okuryazarlık ve ağ yapısı bağlamları ile analiz edilmiştir. Fenomenolojik yaklaşımın önemli noktalarından olan veri analizi sürecinde verileri transkript etme, anlamlı birimlere ayırma, tema ve örüntüleri belirleme ve sonuç olarak ortaya çıkan verileri araştırma kapsamında yorumlayarak açıklamak hedeflenmiştir.

3.6.1.1 Verilerin Temalandırılması

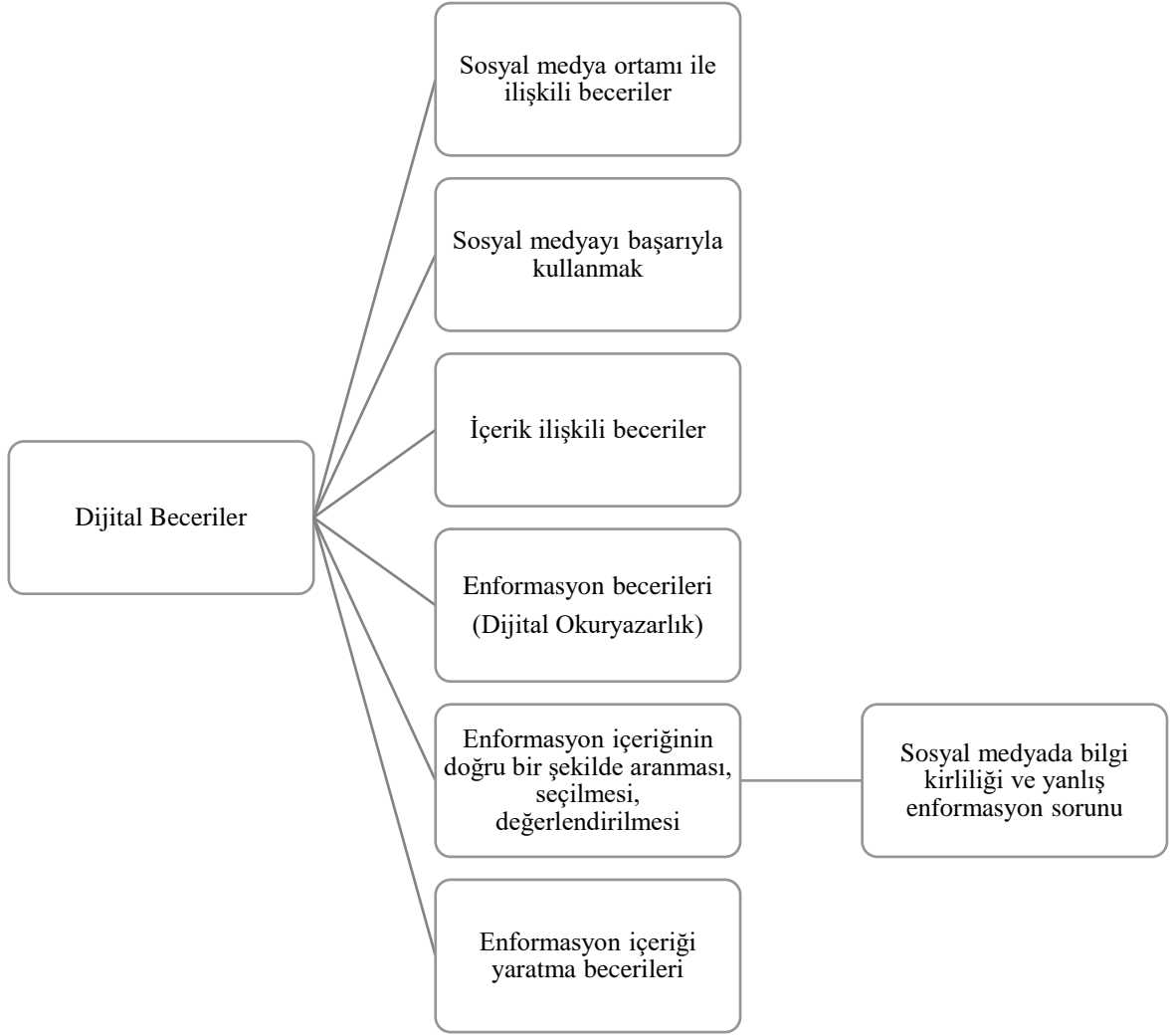
Görüşme verilerinden elde edilen temalar aşağıdaki şemalarla gösterilmektedir:



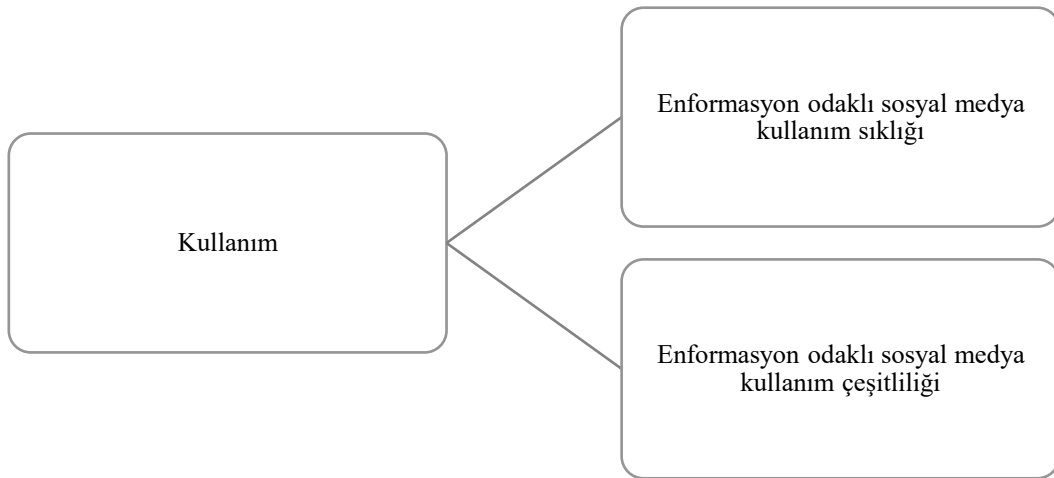
Şekil 11. *Motivasyon teması ve alt temaları*



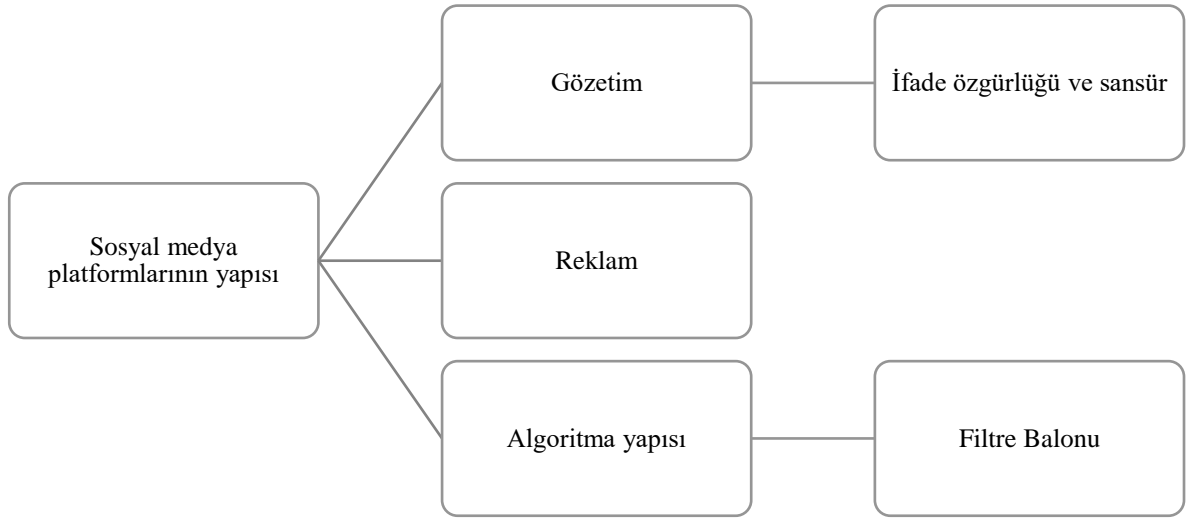
Şekil 12. *Fiziksel ve materyal erişimi teması ve alt temaları*



Şekil 13. Dijital beceriler teması ve alt temaları



Şekil 14. Kullanım teması ve alt temaları



Şekil 15. Sosyal medya platformlarının yapısı teması ve alt temaları

3.6.2. Gözlem Verilerinin Analizi

Gözlem yapılarak elde edilen veriler, katılımcıların hangi tür haberleri sosyal medyadan takip ettikleri, habere ulaşmak için hangi cihaz ve sosyal medya uygulamasını kullandıkları, haber içeriği ile ilgili bir etkileşimde bulunup bulunmadıkları, içeriği teyit etme – içeriğe güvenilirlik düşünceleri incelenmiş ve tablolar ile yorumlanmıştır.

Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde her katılımcıdan o gün sosyal medyada ulaştığı herhangi bir habere tekrar ulaşmaları istenmiştir ve katılımcının haber içeriğiyle ilgili davranışları gözlemlenerek aşağıda verildiği gibi bir çetele tablosu tutulmuştur.

Katılımcıların habere ulaşmak için hangi sosyal medya uygulamasını tercih ettiği, tercih edilen haber içeriğinin kullanıcı içerikli mi yoksa profesyonel haber sayfası mı olduğu, katılımcının haber içeriği ile etkileşim kurup kurmadığı, ulaştığı haberi güvenilir bulup bulmadığı, içerikle ilgili teyit ihtiyacının olup olmadığı sorgulanmıştır. Gözlem verileri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 9. Üniversite eğitimi olan katılımcıların gözlem verileri

Katılımcılar	Sosyal Medya Erişimi Olan Cihaz Sayısı	Haber Odaklı Sosyal Medya Kullanım Süresi (günlük)	Haber İçerikli Sosyal Medya Uygulama Sayısı	İlk Tercih Edilen Sosyal Medya Uygulaması	İçerik Oluşturucu : Gazeteci/Profesyonel Haber Sayfası/Birincil Kaynak	İçerik Oluşturucu: Kullanıcı	Haber İçeriği Etkileşimi (Beğenme, yorum, paylaşım)	Haber İçeriği Güvenilirliği	Haber Teyit İhtiyacı	Teyit Becerisi	Dijital Okuryazarlık Eğitimi
K1	3	4 saat	4	Youtube	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗
K2	2	3 saat	4	Twitter	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓
K3	2	3 saat	3	Twitter	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗
K4	2	2 saat	3	Instagram	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗
K5	2	2 saat	3	Youtube	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✓

Tablo 9. (Devam) *Üniversite eğitimi olan katılımcıların gözlem verileri*

K6	3	4 saat	5	Youtube	X	✓	X	X	✓	X	X
K7	1	3 saat	5	Twitter	✓	X	✓	X	✓	X	X
K8	3	3 saat	3	Instagram	X	✓	✓	X	✓	✓	✓
K9	2	1 saat	4	Instagram	X	✓	X	X	✓	✓	✓
K10	1	2 saat	4	Twitter	✓	X	✓	✓	X	✓	✓
K11	1	3 saat	2	Twitter	✓	X	X	✓	X	X	X

Tablo 10. Üniversite eğitimi olmayan katılımcıların gözlem verileri

Katılımcılar	Sosyal Medya Erişimi Olan Cihaz Sayısı	Haber Odaklı Sosyal Medya Kullanım Süresi (günlük)	Haber İçerikli Sosyal Medya Uygulama Sayısı	İlk Tercih Edilen Sosyal Medya Uygulaması	İçerik Oluşturucu: Gazeteci/Profesyonel Haber Sayfası/Birincil Kaynak	İçerik Oluşturucu: Kullanıcı	Haber İçeriği Etkileşimi (Beğenme, yorum, paylaşım)	Haber İçeriği Güvenilirliği	Haber Teyit İhtiyacı	Teyit Becerisi	Dijital Okuryazarlık Eğitimi
L1	2	3 saat	3	Facebook	×	✓	✓	✓	×	×	×
L2	2	2 saat	3	Twitter	✓	×	✓	✓	×	×	×
L3	2	1 saat	3	Instagram	×	✓	✓	✓	×	×	×
L4	1	2 saat	4	Instagram	×	✓	×	×	✓	✓	×
L5	3	3 saat	2	Instagram	✓	×	✓	✓	×	×	×

Tablo 10. (Devam) Üniversite eğitimi olmayan katılımcıların gözlem verileri

L6	2	4 saat	4	Instagram	X	✓	X	X	✓	✓	X
L7	1	3 saat	3	Twitter	✓	X	✓	✓	X	X	X
L8	1	2 saat	4	Youtube	✓	X	X	✓	X	X	X
L9	2	1 saat	2	Instagram	X	✓	✓	X	✓	X	X
L10	1	1 saat	2	Youtube	✓	X	X	✓	✓	X	X
L11	2	2 saat	3	Youtube	X	✓	✓	X	✓	X	X
L12	2	2 saat	3	Instagram	X	✓	X	X	✓	X	X

4. BULGULAR VE YORUM

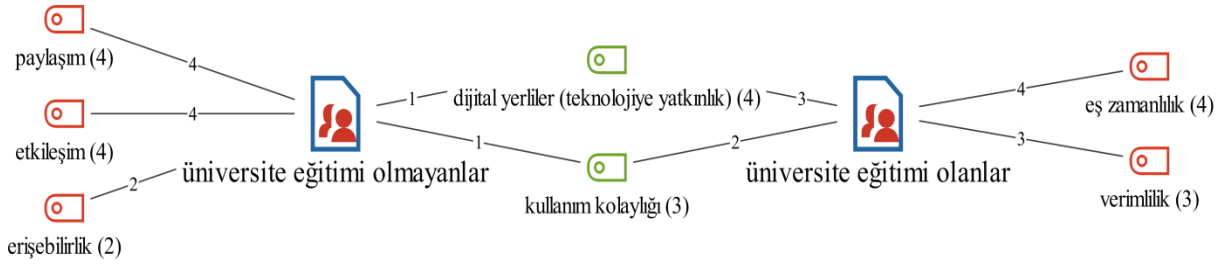
4.1. Birinci Tema: Erişim İçin Motivasyon

Sosyal medya platformları, güncel haberlerin takip edilmesini, ilgi alanlarına yönelik bilgi edinmeyi ve kaynaklara kolay erişimi sağlamaktadır. Bireyler, sosyal medyayı haberlerden, bloglardan, uzmanlardan veya diğer kaynaklardan bilgi edinmek ve güncel kalmak için kullanabilmektedir. Bu durumun gerçekleşebilmesi ise kişilerin sosyal medya platformlarını kullanma motivasyonları ile ilişkilidir. Yeni bir teknolojinin benimsenmesinde ilk aşama teknolojiye erişim için sağlanması gereken motivasyondur. Teknolojiyi kullanmada yeterince motive olmayan insanlarla olan insanlar arasında enformasyona ulaşma sürecinin henüz ilk basamağında oluşan bu fark bireyler arası dijital bölünmenin oluşmasına neden olmaktadır. Yapılan araştırmaya katılan 24 katılımcıya bu aşamada yöneltilen; “Sosyal medyayı habere ulaşmak için kullanmanızda sizi motive eden etmenler nelerdir? Hangi sebeplerle sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanıyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar genel anlamda ‘dijital kültürler (dijital yerliler)’ ve ‘kullanım kolaylığı’ ortak temalarında birleşmektedir. Üniversite eğitimi olan ve olmayan katılımcılar arasında sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanma motivasyonunda hemfikir olunduğu görüşme verilerinden elde edilmiştir.

Tablo 11. Erişim için motivasyon

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
Eş zamanlılık		4	4
Verimlilik		3	3
Dijital yerliler (teknolojiye yatkınlık)	1	3	4
Paylaşım	4		4
Erişebilirlik	2		2
Etkileşim	1	2	3
Kullanım kolaylığı	1	2	3
TOPLAM	12	12	24

Elde edilen verilerde her iki kategorideki katılımcılar *teknolojiye yatkınlık* ve *kullanım kolaylığı* temalarında ortak paydada buluştukları görülmektedir. Öte yandan üniversite eğitimi olmayan katılımcıların sosyal medyayı haber odaklı kullanma motivasyonları; sosyal medyada paylaşım, etkileşim ve erişebilirlik alt temaları ön plana çıkmıştır. Üniversite eğitimi olan katılımcıların ise sosyal medyanın *eş zamanlı olma* özelliği ve *kullanım verimliliği* alt temalarının motivasyonlarını şekillendirdiği görüşme verilerinden elde edilmiştir.



Şekil 16. Erişim için motivasyon haritası

4.1.1. Sosyal medya kullanım ve erişim kolaylığı alt teması

K2 kod isimli katılımcı haberlere ulaşmak için geleneksel medyayı tercih etmediğini, bilgi ve haber edinme ihtiyacını yalnızca sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiğini belirterek bu amaçla sosyal medya kullanım motivasyonunu şu şekilde açıklamaktadır;

“Haberleri uzun zamandır sosyal medyadan takip ediyorum. Bence çoğu kişi artık televizyon ve gazeteye bakmıyor bile. Kullanması kolay ve istediğim zaman istediğim habere ulaşabiliyorum. Beni motive eden en önemli şey bu. Ayrıca yeni teknolojileri takip etmeyi de seviyorum. Herkes artık haberleri sosyal medyadan takip ediyor. Ben de özellikle gündemle ilgili gelişmeleri kaçırmak istemediğim için daha hızlı bir şekilde haberlere sosyal medyadan ulaşıyorum.”

Yine benzer şekilde sosyal medyaya ulaşma imkanının oldukça kolay olduğunu vurgulayan K1 kod isimli katılımcı da erişim kolaylığı sebebiyle sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullandığını belirtmiştir:

“Yani şöyle öncelikle zaman çok kıymetli olduğu için artık böyle kısa kısa sürelerle sosyal medyayı zaten sürekli kullanıyoruz. Gün içerisinde oradan habere ulaşmak, yani ekstradan gidip bir gazete sitesine girmektense oraya girmek benim için daha basit ve

kolay oluyor. Güzel oluyor. Bir de şöyle ben genelde youtube kullanıyorum, televizyonum da olmadığı için oradan haber takip etmek benim için çok basit oluyor açıkçası.”

L4 kod isimli katılımcı ise kullanım kolaylığı motivasyonunu şu şekilde belirtmektedir:

“Ben haberlere ulaşmak için sosyal medyayı yalnızca telefonumdan kullanıyorum. Haberlerin telefonda elimizin altında olması çok büyük kolaylık. Uzun uzun televizyonda haber izlemek artık kolaylık sağlamıyor. Ben telefonuma girip kolay bir şekilde haberlere ulaşarak haber bilgimi sağladığımı düşünüyorum.”

Sosyal medya kullanım ve erişim kolaylığı, katılımcıların sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanma motivasyonunu etkileyen kilit faktörler olarak görülmektedir. Hızlı erişim imkanı sayesinde katılımcılar, anlık bildirimlere, güncellemelere ve etkileşimlere kolayca katılabilirler. Kullanıcı dostu arayüzler ve mobil uygulamaların yaygın kullanımı, platformlara rahatlıkla gezinme ve etkileşime geçme imkanı sunmaktadır. Anlık bildirimler, bireylerin sosyal medyadaki etkileşimlere hızlı yanıt vermelerini sağlar. Ayrıca, çeşitli içerik formatlarına kolay erişim, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun içerikleri bulmalarını ve daha fazla zaman harcamalarını teşvik edebilir. Bu faktörler bir araya geldiğinde, sosyal medyanın kullanımını daha çekici ve etkili kılarak katılımcıların bu platformları aktif olarak kullanma isteğini artırdığı ve motive ettiği belirlenmiştir.

4.1.2. Dijital teknolojiye yatkınlık alt teması (Dijital Yerliler)

Katılımcılar, haber odaklı sosyal medya kullanım deneyimlerinden bahsederken geleneksel medyadan bu anlamda uzaklaştıkları, haber kaynağı olarak sosyal ağlara yöneldikleri açıkça görülmektedir. Bu duruma sosyal medya ortamlarının yarattığı hız, kolay erişebilirlik, kolay kullanım gibi özelliklerin yanı sıra katılımcıların Z kuşağı şeklinde belirtilen yaş grubuna dahil olması ve dijital yerliler olarak kavramlaştırılan grupta yer almaları, dijital teknolojileri kullanmada istekli olmalarının bir diğer sebebi olarak düşünülebilir. L8, K7 ve K3 kod isimli katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonu için yaptığı şu açıklamalardan da dijital teknolojilerin kullanımında teknolojiye bakış açılarının baskın olduğu incelenmiştir:

L8 kod isimli katılımcı;

“Ben hiçbir zaman gazete okuyan biri olmadım. Benim arkadaşlarımda da durum böyle. Haber kanallarını da daha çok annem babam takip ediyor, ben onları da takip

etmiyorum. Yıllardır sosyal medya kullanıyorum ben. Bence birçok habere istediğim zaman sosyal medyadan ulaşmak daha avantajlı. Evet sürekli yeni bir uygulama çıkıyor. Her çıkan uygulamayı kullanmayı deniyorum, bence herkes kullanmalı. Her uygulamanın farklı artıları var. Bu yüzden her yeni uygulamayı takip edip kullanmak gerek.”

K7 kod isimli katılımcı:

“Yani sosyal medyada haberlere bakarken benim pek önyargım olmadı. Artık herkes sosyal medya kullanıyor zaten. Telefon hep yanımızda açıp hemen bakıyoruz. Televizyon gibi haber saatini beklemiyoruz. Kullanmaktan çekinmiyorum yani. Hatta tam tersi sosyal medya olmasa hiç gündemi takip edemezdim zaten zaman kalmıyor hayatın koşturmacası içinde. Bence bu yüzden iyi ki haberleri artık uygulamalardan takip ediyoruz.”

K3 kod isimli katılımcı:

“Büyüklerimiz bile artık sosyal medyayı çok fazla kullanmaya başladı. Bizim kuşak zaten sosyal medyayı elinden düşürmüyor. Açıkçası ben de onlardan biriyim. Gündemle ilgili haberleri, siyaseti, sporu her şeyi sosyal medyadan takip etmeyi seviyorum. Liseden beri bu uygulamaları kullanıyorum. Hiç gazete aldığımı bile bilmem. Her gün gözümü açtığım gibi sosyal medyadan haber sayfalarına bakarım, ülke gündemindeki tweetlere bakarım. Sosyal medyayı kullanmak gündemden geri kalmamak için çok önemli.”

Araştırma kapsamındaki katılımcıların dijital yerliler olarak tanımlanan yaş grubunda olmaları dijital yatkınlıklarının yüksek olmasına işaret etmektedir.

Z kuşağı, genellikle 1997 ve 2012 yılları arasında doğan ve dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla büyüyen bir nesildir. Ağ toplumunda Z kuşağı olarak adlandırılan bu grup, dijital yerliler olarak da anılmaktadır. Bu nesil, internet ve sosyal medya gibi dijital teknolojilerin doğal bir parçası olarak büyümüştür ve çoğu zaman diğer kuşaklardan farklı özelliklere sahiptir. Z kuşağı, diğer kuşaklara göre daha bağımsız, teknolojiye daha yatkın ve sosyal medya kullanımında daha aktiftir. Bu nesil, akıllı telefonlar, tabletler ve diğer dijital cihazlar aracılığıyla sürekli olarak internete bağlı kalmayı tercih eder. Sosyal medya platformları, Z kuşağının sosyal etkileşimlerini sürdürdüğü, bilgi alışverişi yaptığı ve kendilerini ifade ettiği bir ortam haline gelmiştir.

Z kuşağı, sosyal medyayı çeşitli amaçlarla kullanır. İlk olarak, sosyal medya onlara iletişim kurma ve bağlantı kurma imkanı sunar. Arkadaşlarıyla, aileleriyle ve dünyadaki diğer insanlarla kolaylıkla iletişim kurabilirler. İkincisi, sosyal medya, kişisel ifade ve

kendini tanıtma aracı olarak hizmet eder. Z kuşağı, paylaşımlar, fotoğraflar, videolar ve hikayeler aracılığıyla kendilerini ifade eder ve diğer insanlarla etkileşime geçer. Ayrıca, sosyal medya üzerinden ilgi alanlarına yönelik içerikler bulabilir ve bu şekilde bilgi edinebilirler.

Dijital yerliler kavramı genel anlamda dijital teknolojilerin içine doğmuş bir nesli betimlediği için çoğu zaman bu kavram, yerlilerin güçlü bir teknolojik beceriye ve donanıma sahip olduğu gibi popüler bir algıya yol açmaktadır. Dijital yerlilerin dijital göçmenlerden teknoloji kullanımında çok ileride olduğu ve kendi aralarında da benzer bir kullanım düzeyine sahip olduğu düşüncesi genel anlamda hakim olan düşüncedir. Ancak durumun tam olarak bu şekilde olmadığı, dijital yerlilerin teknolojiyi kullanım motivasyonu olarak yeni teknolojilere hevesli olmaları bir kenara dursun, ağ içeriğinin karmaşıklığı ve bilgi düzensizlikleri aynı kuşaktaki bireylerin de kendi aralarında kullanım becerilerini sorgulatmaktadır. Dijital yerliler kavramı genellikle bu sınıflandırmadaki gençlerin otomatik bilgilenmesi gibi tehlikeli bir algı yaratarak dijital bölünme hakkında bakış açılarını yanlış yönlendirmektedir. Dijital yerlilerin yeni sosyal ağları kullanma hevesleri ve merakları yeni teknolojiler ile ilgili anlamlı bilgiler geliştirmelerine katkıda bulunabilir ancak ortaya çıkan bilgi ve deneyimde büyük farklılıklar var olabilir (Boyd, 2014, s. 176-178).

Çeşitli çalışmalar, internet kullanım motivasyonunun dijital bölünme ile ilişkili olduğunu göstermektedir. İnternet kullanım motivasyonu, bu eşitsizlikleri etkileyebilir çünkü insanların internete yönelik motivasyonları, teknolojiye erişimlerini ve kullanım becerilerini de şekillendirir. İnternet kullanım motivasyonu dijital bölünmeyi derinleştirebilir. Örneğin, bazı bireyler eğlence ve sosyal medya gibi yüzeysel amaçlarla interneti kullanırken, diğerleri eğitim, kariyer gelişimi veya sağlık hizmetlerine erişim gibi daha derinlemesine amaçlarla interneti kullanma motivasyonuna sahip olabilir. Bu durumda, daha derinlemesine amaçları olan bireyler daha fazla fırsata erişebilirken, yüzeysel amaçları olan bireyler dijital bölünme nedeniyle önemli bilgilere veya kaynaklara ulaşma konusunda kısıtlamalarla karşılaşabilir. Ancak bu çalışmada araştırma kapsamı sosyal medya aracılığı ile yalnızca enformasyona ulaşma ekseninde gerçekleştirildiği için bu durum bu çalışma dahilinde değildir.

İki farklı katılımcı kategorisinin bu ortak alt temaları haricinde üniversite eğitimi olmayan katılımcılarda motivasyon temasının *paylaşım* ve *etkileşim* alt temaları dikkat

çekmektedir. L11 kod isimli katılımcı paylaşım ve etkileşim özellikleri sebebi ile sosyal medya uygulamalarını kullandığını vurgulayarak şunları söylemiştir:

“Sosyal medyada bir haber gördüğümde ilgimi çekiyorsa o haber paylaşım yapıyorum. Kendi arkadaş grubuma gönderiyorum ya da onlar bana gönderiyor. Böyle olması tabii daha çok bilgilendiriyor bizleri. Haberler paylaşıldıkça daha çok yayılıyor bence bu bile sosyal medyayı kullanmamız için çok önemli bir sebep.”

Katılımcıların haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmasında bir diğer motivasyon olarak sosyal medyanın paylaşım ve etkileşim özelliği olduğu görülmüştür. Katılımcılar, paylaşılan içeriklere gelen beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar aracılığıyla onay ve takdir hissi yaşamaktadırlar. Sosyal medyanın kullanıcıları birbirine bağlaması ve etkileşimi sayesinde yeni sosyal bağlantılar kurulması önemli olmaktadır. Ayrıca, platformlar kullanıcıları kendilerini ifade etme fırsatı sunmakta bu da kullanıcıları motive etmektedir. Topluluklara katılım, bilgi paylaşımı, yeni haber paylaşım trendlerine uyumluluk sosyal medyanın kullanıcıları çeşitli şekillerde etkilemesine katkıda bulunan diğer motivasyon faktörleridir. Bu dinamikler, sosyal medyanın kullanıcıları sürekli olarak paylaşım yapmaya ve etkileşimde bulunmaya teşvik eden önemli etmenler olarak düşünülmektedir.

4.2. İkinci Tema: Fiziksel ve Materyal Erişimi

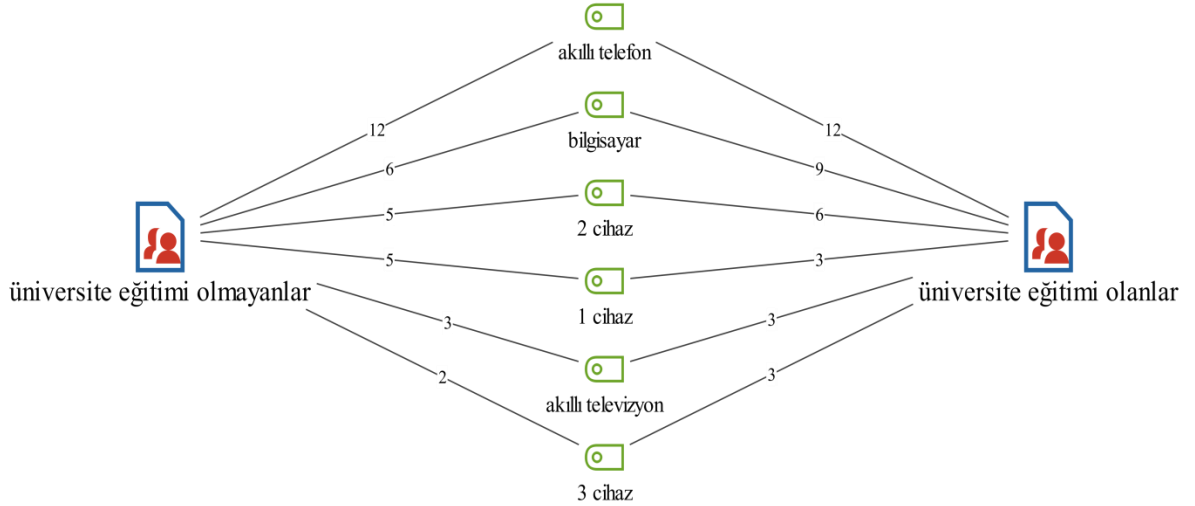
Fiziksel ve materyal erişim ile dijital bölünme arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Dijital bölünme, insanlar arasındaki bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım becerilerindeki eşitsizlikleri ifade ederken, fiziksel ve materyal erişim ise bu eşitsizliklerin temelini oluşturan faktörleri ifade etmektedir.

Fiziksel erişim, kişilerin bilgi ve iletişim teknolojilerine fiziksel olarak ulaşabilme yeteneğiyle ilgilidir. Bu, internete erişim sağlayacak altyapı, bilgisayar, akıllı telefon, tablet gibi cihazlara sahip olmayı içerir. Materyal erişim ise bu cihazlara ve teknolojik araçlara erişim sağlamayı destekleyen kaynaklar, maliyetler, teknik beceriler ve eğitim gibi materyal unsurları içermektedir. Fiziksel ve materyal erişimdeki eşitsizlikler, dijital bölünmeyi derinleştirir. Birçok kişi, düşük gelir düzeyi, kırsal bölgelerde yaşama veya gelişmekte olan ülkelerde bulunma gibi nedenlerden dolayı internete veya uygun teknolojik cihazlara fiziksel olarak erişemeyebilir. Ayrıca, bu cihazları satın almak, güncellemek veya tamir etmek için yeterli maddi kaynaklara sahip olmayabilirler. Bu

durumda, fiziksel ve materyal erişim eksikliği dijital bölünmeyi artırır ve bu kişilerin dijital dünyadaki fırsatlardan mahrum kalmalarına neden olabilir (Dijk, 2018, s. 276-277).

Tablo 12. Fiziksel ve materyal erişimi

	Üniversite eğitimi olanlar	Üniversite eğitimi olmayanlar	TOPLAM
3 cihazı olanlar	3	2	5
2 cihazı olanlar	6	5	11
1 cihazı olanlar	3	5	8
Akıllı televizyon	3	3	6
Bilgisayar	9	6	15
Akıllı telefon	12	12	24



Şekil 17. Fiziksel ve materyal erişimi haritası

Bu bağlamda araştırma kapsamında katılımcılara “sosyal medyayı haber odaklı kullanırken hangi erişim cihazlarını kullandıkları, sosyal ağ kullanımı için sahip oldukları maddi kaynakları ve bu kaynakları kullanmaya ayırabildikleri zamanın ne kadar olduğu” sorulmuştur. Katılımcıların sosyal ağlara fiziksel erişimlerinin daha çok akıllı telefonlar üzerinden gerçekleştiği görülmüştür. Katılımcılar arasında akıllı telefonlar sosyal ağ erişimi için birinci tercih olurken, ikinci olarak bilgisayar ve üçüncü olarak internet bağlantılı televizyon kullandıkları sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların sosyal medyaya en çok akıllı telefonlarla bağlantı sağlaması, dijital iletişimdeki ve sosyal medya kullanımındaki önemli bir değişimi yansıttığı söylenebilir.

Akıllı telefon kullanımı, teknolojik evrim ve iletişim alışkanlıklarının nasıl dönüştüğünün bir yansımasıdır. Kullanıcılar, mobil cihazları aracılığıyla sosyal medyaya olan bağlılıklarını her an sürdürerek dijital dünyada hızla gelişen iletişim araçlarına adaptasyonlarını göstermektedirler. Habere ulaşmada da büyük yenilik yaratan akıllı telefonlar, kullanıcılara her an her yerden sosyal medya ile habere erişim imkanı tanımaktadır. Bu durum, mobil cihazlar aracılığıyla anlık olarak paylaşım yapma, enformasyon ile ilgili güncellemeleri takip etme ve etkileşime geçme yeteneğini artırmaktadır. Bu anlık katılım, sosyal medyanın dinamik ve hızlı doğasına uygun bir şekilde gerçekleşerek kullanıcıların sosyal ağlarda daha aktif ve sürekli olarak yer almalarını sağlamaktadır.

Bu tema ile bağlantılı olarak katılımcılara yöneltilen sorular doğrultusunda K3 kod isimli katılımcı sosyal medya erişimi ile ilgili:

“Haber ve bilgi aramak için sosyal medyayı genellikle telefondan kullanıyorum. Her zaman elimin altında olduğu için sık sık bakabiliyorum. Farklı cihaz olarak bilgisayardan da takip ediyorum. Evdeyken sosyal medyayı kullanım sürem daha fazla oluyor. Sonuçta evde bağlı internet var ve sınırsız kullanabiliyorum ama dışardayken sonuçta hattımın belli bir GB kotası var o sebeple daha az kullanıyorum.”

Bir diğer katılımcı K11:

“Yani daha çok telefondan sosyal medya kullanıyorum haberler için. Evde internet bağlantısı yok zaten bu yüzden telefonun internetini kullanıyorum. Bağlantı sorunları tabii bazen oluyor hattın interneti bitebiliyor. Son zamanlarda internet paketleri çok pahalı o yüzden dikkatli kullanmaya çalışıyoruz tabii.”

Katılımcılardan L5:

“Daha çok bilgisayar başında olduğum için bilgisayardan sosyal medyaya bağlanmak daha iyi benim için ama telefon daha pratik yine de. Ama kesinlikle türkiye’de bağlantı hızı çok yetersiz. Sürekli kopma, donma sorunları yaşıyorum ve özellikle gündemde önemli konular olduğunda internet yavaşlatılıyor. En son deprem olaylarında saatlerce Twitter’a giremedik biliyorsunuz. Birçok kişi acil durumlarda Twitter’dan haberleşebiliyor ama böyle olunca bilgilendirme hakkımızın elimizden alındığını düşünüyorum.”

K6 kod isimli katılımcı:

“İnternete ulaşmada bir sorunum yok sınırsız internet kullanıyorum zaten istediğim zaman sosyal medyaya girebiliyorum. Şimdiye kadar o açıdan bir sorun yaşamadım ben. Daha çok telefon ve bilgisayar kullanıyorum.”

K1 kod isimli katılımcı:

“Ben de genellikle dışarda olduğum için telefon kullanıyorum internet hesaplarım için. Ama çok büyük dosyalar indirmek sıkıntı oluyor. Yani uzun haber videoları izlemek için çok fazla GB harcanması lazım bu yüzden çok uzun kullanmıyorum.”

Kitle iletişimi ve enformasyona ulaşma sürecinde yaygın olarak kullanılan kablolar gelişmiş yeni cihazlarla birlikte yerini atmosferik uydu ağlarına bırakmış durumdadır. Ağ toplumunda sabit telefonların yerini mobil akıllı telefonlar alırken bilgisayar kabloları da yerini yaygın olarak kablosuz bağlantılara bırakmıştır. Ancak kablo bağlantılarına oranla kablosuz bağlantı günümüzde hala birçok ülkede ve ülkemizde altyapı sorunlarıyla karşı karşıyadır. Görüşmelerde bu konuyla ilgili düşüncelerini ve deneyimlerini dile getiren katılımcılar, bağlantı –hız sorunlarının ve internet kotalarının sosyal medya üzerinden habere ulaşmaları noktasında olumsuz bir etki yarattığına dikkat çekmektedir. Katılımcılardan K12 bu durumla ilgili olarak şunları belirtmiştir:

“Bizim gibi öğrenciler için özellikle ülkemizde internet kullanmak gerçekten son zamanlarda iyice pahalı olmaya başladı. Bu kadar pahalı olmasına karşın yeteri kadar verimli de kullanamıyorum ben interneti bu konuda. Dediğiniz gibi haber ararken, bilgi ararken de aşırı kullanımdan kaçıyorum kota yüzünden. Bu durum bilgi almamı tabi olumsuz etkiler.”

Aynı şekilde L7 kod isimli kullanıcı da sosyal medya erişimi ile ilgili deneyimlerini aktarırken daha çok telefon kullandığını ancak internete bağlanma noktasında sahip olduğu internet kotasının yetersiz olduğunu belirterek bu durumun haber kaynaklarına sosyal medya üzerinden ulaşma noktasında sorun yarattığını iletmiştir;

“Hep ulaşabildiğim için telefondan bağlanıyorum sosyal medya hesaplarına. Zaten artık telefon bilgisayarlardan bile daha pratik geliyor bana. Youtube’da takip ettiğim haber kanalları yeni videolar yüklediğinde de genelde televizyondan izlemeyi tercih ederim uzun yayınları. Ancak telefon çok pratik en çok kullandığım cihaz ama yine de internet kotası sorunu oluyor tabi. Özellikle çok fazla kullandığım aylarda internet paketi bitebiliyor ve bir süre sosyal medyayı kullanamadığım da oluyor, o zaman tabi hemen ulaşamıyorum istediğim bilgiye bu benim için bir sorun mesela.”

Ağ ve dağıtım operatörleri, telefon operatörleri, internet sağlayıcılar ağ üzerinde kullanıcıların neye erişim sağlayabileceğine, ağ uygulamalarının ne kadar masraflı olacağına karar vererek bir bakıma ağlarda denetleyici görevi görmektedirler (Dijk, 2001, 287-288). İnternet erişiminin yüksek maliyeti, dijital uçuruma katkıda bulunan önemli bir faktördür ve dijital kaynaklara ve fırsatlara erişimdeki eşitsizlikleri daha da derinleştirir. Karşılabilirlik, kimlerin dijital dünyaya tam olarak katılabileceğini ve avantajlarından yararlanabileceğini belirlemede çok önemli bir rol oynamaktadır. Katılımcıların dile getirdikleri GB ve internet kota sorunları, sınırlı veri miktarının hızla tüketilmesine yol açabilir. Sosyal medya uygulamalarındaki haber içeriklerinin yüksek kaliteli görsel ve video içerikleri, veri kullanımını artırabilir, bu da kullanıcıların kota aşmaları ve ek maliyetlerle karşılaşmalarına neden olabilmektedir. Katılımcıların bu sorun üzerinde oldukça fazla durduğu araştırmada dikkat çeken bir sonuçtur. Katılımcılar, kota sorunları nedeniyle video ve görsel içeriklerin kalitesini düşürerek daha az veri tüketmeye çalışabilirler. Bu durum, içerik kalitesinde bir azalmaya ve daha düşük çözünürlüklü medya içeriklerine maruz kalınmasına neden olabilir. Sosyal medya ile habere ulaşma önünde bir sorun olarak bağlantı sorunları, sosyal medya içeriğinin yavaş yüklenmesine ya da tamamen yüklenmemesine neden olabilir. Bu durum, kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemekte ve haber içeriklerine erişimde sorunlara neden olmaktadır. Ayrıca sosyal medyayı kullanma motivasyonlarında belirtilen paylaşım ve etkileşim motivasyonları da bağlantı sorunları ile olumsuz etkilenebilir. Yavaş veya kesintili bağlantılar, kullanıcıların sosyal medyada etkileşime girmelerini zorlaştırabilir. Yorum yapma, paylaşma veya canlı yayınlara katılma gibi etkileşimlerde güçlük çekilmesi, sosyal medya deneyimini kısıtlayarak kullanıcıların motivasyonlarını olumsuz etkileyebilir.

Toplumda bazı bireylerin bu gibi sorunlarla dijital medyayı kullanmada daha az motive olmaları, maddi kaynaklardan kaynaklı bağlantı sorunları yaşayarak bilgi ve enformasyondan mahrum kalmaları bireyler arası dijital bölünmeleri artırabilir. Dijk'ın da belirttiği gibi, dijital bölünme 'enformasyon seçkinleri'ni daha da güçlü hale getirirken, dijital teknolojilere ulaşmada sorun yaşayan bireylerin toplumda dışlanmasına neden olmaktadır (Dijk, 2018, s. 284).

Tablo 13. *Kullanım süresi*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
4 saat ve üzeri		1	1
3-4 saat	4	4	8
1-2 saat	8	7	15
TOPLAM	12	12	24

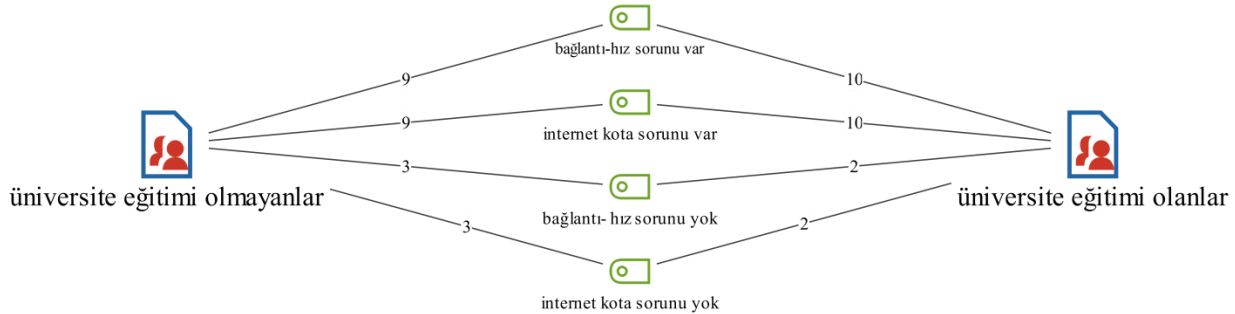
Katılımcılar arası kullanım sürelerine bakıldığında, her iki katılımcı kategorisinde de bir gün içerisinde 1-2 saat haber odaklı sosyal medya kullanımını yaygındır. Eşit oranda toplam 8 katılımcının 3-4 saat zaman ayırdığı 1 kişinin ise 4 saat üzeri sosyal medyaya zaman ayırdığı görülmektedir.

Dijital bölünme araştırmalarında teknolojiyi kullanma motivasyonu oluştuktan sonra en önemli ikinci basamak o teknolojiye erişim ve maddi kaynakların varlığıdır. Genellikle yapılan yüzeysel araştırmalarda erişim boyutu, kullanım açısından tanımlanarak bireylerin interneti bir kez kullanıp kullanmadığı ya da belirlenen bir zaman diliminde kullanıp kullanmadığı sorgulanırken kullanım şekli ve kullanım yeri dikkate alınmamaktadır. Oysa dijital bölünmenin erişim ayağı; internet ekipmanı, ağ bağlantılarının yapısı, dijital teknolojinin donanımına ve operasyonel yazılımına göre değişebilen karmaşık bir basamaktır. Kişinin internete hangi cihazdan ve nerede bağlandığı, bağlanılan ağın teknik yapısı (DSL, geniş bant bağlantısı, çevirmeli internet bağlantısı vb.) gibi özellikler bireyler arası sayısal uçurumu belirlemektedir (Dijk, 2005, s. 47-49). Araştırmaya katılan katılımcılarla yapılan görüşmelerde fiziksel erişim olarak birincil erişim noktası olarak adlandırabileceğimiz bireysel telefonlar ve sahip olunan internet sağlayıcı telefon hattı, kişisel bilgisayar ve ev interneti özelinde araştırma yapılmış, diğer çevresel kaynaklar (okul, iş yeri, halka açık internet ağı vb.) araştırma kapsamına alınmamıştır. İnternet hızı ve bağlanabilirliği, dijital kullanım düzeyini ve kaynaklara erişimi belirlemede çok önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek hızlı internete eşit olmayan erişim, bireylerin dijital faaliyetlere tam olarak katılma yeteneklerini sınırlandırarak ve temel hizmetlere, eğitime ve ekonomik fırsatlara erişimlerini engellemektedir. Katılımcı görüşmelerinde internet bağlantı hızı, internet kullanım kotası gibi konular hakkında katılımcıların çoğu, bu konunun sorunlu yanlarından bahsettiği ve sahip oldukları bu konudaki mevcut durumdan memnun olmadıklarını dile getirmişlerdir.

Tablo 14. Maddi kaynak sorunları

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar
Bağlantı-hız sorunu yok	3	2
Bağlantı-hız sorunu var	9	10
İnternet kota sorunu yok	4	2
İnternet kota sorunu var	9	10
TOPLAM	24	24

Yüksek hızlı internet bağlantısına sahip bölgeler, düşük hızlı veya hiç internet bağlantısına sahip bölgelerle karşılaştırıldığında daha fazla bilgiye ve çevrimiçi kaynaklara erişim sağlayabilir. Dijital bölünme, bu tür bölgeler arasındaki farklı internet erişimi seviyelerinden kaynaklanır. Hızlı ve güvenilir internet bağlantısına sahip olanlar daha fazla bilgiye ulaşabilirken, zayıf veya hiç bağlantısı olanlar bilgi ve fırsatlardan yoksun kalabilir.



Şekil 18. Maddi kaynak sorunları haritası

Yüksek hızlı internet bağlantısı olanlar, dijital içerik üretme, online platformlara katılma ve dijital yaratıcılık, dijital enformasyona ve bilgiye ulaşma konusunda daha fazla fırsata sahip olabilir. Dijital bölünme, düşük hızlı bağlantıya sahip kişilerin bu tür dijital katılım ve yaratıcılık fırsatlarından mahrum kalmasına neden olabilir.

4.3. Üçüncü Tema: Dijital Beceriler

Dijital beceriler ile dijital bölünme arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Dijital bölünme, insanlar arasındaki bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım

becerilerindeki eşitsizlikleri ifade ederken, dijital beceriler ise bireylerin bu teknolojileri etkili bir şekilde kullanabilme yeteneklerini ifade etmektedir.

Dijital becerilere sahip olan bireyler, bilgi ve iletişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanabilir, çevrimiçi kaynakları araştırabilir, dijital içeriği üretebilir ve çevrimiçi iletişim kurabilirler. Bu becerilere sahip olmak, bilgiye erişim, eğitim, istihdam ve toplumsal katılım gibi fırsatlardan daha fazla yararlanmayı sağlamaktadır.

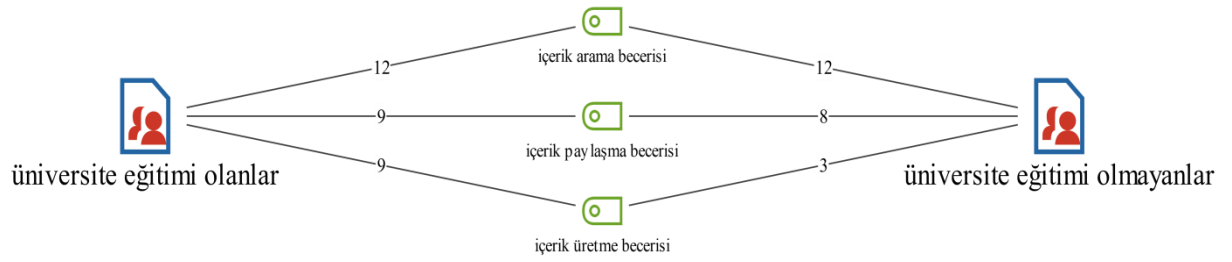
Araştırma kapsamında katılımcıların sosyal medyada enformasyona ulaşma, enformasyonu üretme ve değerlendirme becerileri sorgulanarak; sosyal medya ortamı ile ilişkili becerileri; başarıyla sosyal medyayı kullanma, içerik ile ilişkili becerileri; enformasyon içeriğinin doğru bir şekilde aranması, seçilmesi, değerlendirilmesi, enformasyon içeriğini üretme becerisi ve bilgi kirliliği karşısında teyit becerisi görüşme verileri ile analiz edilmiştir.

4.3.1. Kullanım becerisi (içerik arama, paylaşma, üretme becerisi) alt teması

Tablo 15. *Kullanım becerisi*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
İçerik üretme becerisi	3	9	12
İçerik paylaşma becerisi	8	9	17
İçerik arama becerisi	12	12	24

Yukarıdaki tabloda gösterildiği gibi üniversite eğitimi olanlar ve olmayanlar arasında kullanım becerisi temasında belirgin bir fark gözükmemektedir. Sosyal medyada haber içeriğini arama becerisi alt temasında her iki farklı kategorideki katılımcıların tamamı içerik arama becerilerinin yeterli olduğunu düşünmektedir. İçerik paylaşma temasında belirgin bir fark yokken içerik üretme becerisi üniversite eğitimi olan katılımcı grubunda daha fazla kodlanmıştır.



Şekil 19. Kullanım becerisi haritası

Sosyal medya kullanım becerileri ile ilgili katılımcıların aktardıkları bazı deneyimler şu şekildedir:

K6 kod isimli katılımcının aktardıkları:

“Sosyal medyada habere ulaşmak için uygulamalar üzerinden arama yapabiliyorum. Zaten sayfaları takip edince haberler bizim kendi sayfamıza düşüyor. Bunun haricinde ben de istediğim, merak ettiğim bir konu ile ilgili arama yaparak bilgiye ulaşabiliyorum. Örneğin şimdi seçim sürecinde partilerle ilgili güncel haberleri bulmak için her gün arama yapıyorum. Haber içeriğini paylaşma ve içerik üretme konusunda da bilgim var. Belli bir beceriye sahip olduğumu düşünüyorum zaten uzun zamandır sosyal medya kullanıyorum. Birçok uygulamaya da aşinayım bu konuda. Ancak bilgim olsa da çok fazla içerik üretme ve paylaşma taraftarı değilim.”

K1 kod isimli katılımcı ise dijital becerileri ile ilgili şunları belirtmiştir:

“Sosyal medyada haber içeriklerini arayıp bulabiliyorum. Bu konuda bir problemim yok. İstersem paylaşım da yapabilirim kendi sayfamda ya da farklı uygulamalar üzerinden bir haberi çeşitli yerlerde paylaşabilirim. Sıklıkla kullandığım Instagram uygulamasında içerik üretebilirim mesela ama Youtube’da örneğin hiç bir şey paylaşmadım ya da nasıl paylaşıldığını da bilmem açıkçası oraya izlemek için girerim sadece.”

L12 kod isimli katılımcı ise dijital becerilerinin sosyal medyada bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma ve üretme açılarından yeterli olduğunu söyleyerek;

“Sosyal medya uygulamalarını kullanmada bir sorun yaşamıyorum. Haberleri araştırırım, yorum yaparım, paylaşıyorum. Yani aktif bir şekilde kullanıyorum. Televizyonda çok haber takip etmiyorum bu yüzden sosyal medyaya daha çok yöneldiğim için kullanma becerilerim de arttı bu şekilde.”

L6 kod isimli katılımcı da dijital becerilerinin gelişmiş olmasını sosyal medya uygulamalarında çok fazla zaman geçirmesinden kaynaklandığını düşünerek bu konudaki deneyimlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Gün içinde sosyal medyayı baya çok kullanıyorum. Tabii kullana kullana belli bir zaman sonra her şeyini çözüyorsun uygulamaların. Mesela ben Twitter uygulamasını geç kullanmaya başladım o yüzden henüz tam anlamıyla iyi kullanamıyorum ama Instagram ve Youtube uygulamalarında her zaman haber takibi yapıyorum. Beğeni, yorum yaparım etkileşim kurarım. Yani bu uygulamaları kullanabilmek için bir eğitim almadım, kullandıkça gelişti bende. Bir de artık bizim bir parçamız gibi bu telefonu kullandığımız için otomatik bir şekilde haberlere girip bakıyorum, arıyorum. Bu artık günlük hayatımın bir parçası olmuş yemek yeme su içme gibi.”

Üniversite eğitimi olan katılımcıların sosyal medyada daha fazla içerik üretme becerisi olması daha yüksek eğitim seviyesindeki bireylerin genellikle teknoloji kullanımında daha yetenekli olduğunu düşündürtebilir. Bu durum, diğer kullanıcılara göre sosyal medya platformlarını etkili bir şekilde kullanma, içerik oluşturma araçlarını kullanma ve dijital medyayı yönetme konusunda avantaj sağlamaktadır.

Tablo 16. Motivasyon ve kullanım becerisi ilişkisi

	İçerik üretme becerisi	İçerik paylaşma becerisi	İçerik arama becerisi
Eş zamanlılık	4	3	4
Verimlilik	2	3	3
Dijital yerliler (teknolojiye yatkınlık)	8	14	19
Paylaşım	3	6	10
Erişebilirlik	2	4	5
Etkileşim		4	5
Kullanım kolaylığı	12	17	24
TOPLAM	31	51	70

Kullanım becerileri ve sosyal medya kullanma motivasyonları karşılaştırıldığında yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi sosyal medyayı kullanım kolaylığı açısından tercih edenlerin içerik üretme, paylaşma ve arama becerilerinin daha fazla olduğu, aynı şekilde

teknolojiye yatkın olmanın da beceriler üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Etkileşim motivasyonu ile ilişkili olanların daha çok içerik paylaşım ve arama becerilerine sahip olduğu görülürken paylaşım motivasyonunda içerik arama becerisinin daha üstün olduğu kodlanmıştır. Kullanım kolaylığı motivasyonu ile sosyal medyayı tercih eden katılımcıların tamamı sosyal medyada içerik arama becerisine sahip olduğunu belirtmiştir. Tablo 16’da yer alan ‘Toplam’ ifadesi kişi sayısı değil, motivasyon ve kullanım becerilerinin karşılaştırmasının ortaya koyulduğu kod değerlerinin toplamını ifade etmektedir.

Ağ toplumunun karmaşık yapısında bilginin aranması, seçilmesi, kullanılması her ne kadar sosyal medya uygulamalarının günlük hayatın bir parçası gibi sıkça kullanılmasıyla alakalı gelişen beceriler olsa da bu becerilerin öğrenilmesi noktasında durum sanıldığı kadar basit gerçekleşmemektedir. Öyle ki bilgi kaynaklarının giderek büyümesi bu bilgi kaynaklarına karşı okuryazarlık geliştirilmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Görüşmelere katılan katılımcılarda da görülen özellikle içerik üretme becerilerinin diğer kullanım becerilerine göre daha az olması katılımcıların genelinde sosyal ağları kullanırken içerik ilişkili becerilerin yetersiz olduğunu göstermektedir. Üniversite eğitimi olan ve olmayanlar arasında kullanım becerileri bağlamında karşılaştırma yapıldığında ortam ilişkili becerilerde (sosyal medya uygulamalarını başarıyla kullanmak-tuş bilgisi-) bir bölünmenin olmadığı ancak içerik ilişkili becerilerde, özellikle içerik üretimi noktasında bir dijital bölünmeden söz edilebilir. Genel okuryazarlık yani genel eğitim seviyesi yüksek olan katılımcıların diğer katılımcılara göre içerik üretme becerilerinin yüksek olduğu görülmüştür. Maddi kaynaklardan ziyade zihinsel kaynakların dağıtımından (Dijk, 2018, s. 681) kaynaklanan bu fark yaş ve eğitim seviyesi gibi kişisel kategorilerle sıkı bir ilişkiye sahiptir. Çalışmada her iki katılımcı grubunun da aynı yaş aralığından seçilmiş olması yaş faktörünün belirleyiciliğini devre dışı bırakarak eğitim faktörünün önemini vurgulamaktadır.

4.3.2. Dijital okuryazarlık eğitimi alt teması

Eğitim ve dijital teknolojiler noktasında düşünülmesi gereken en önemli konulardan biri şüphesiz ki dijital okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, enformasyon okuryazarlığı konularıdır. Dijital okuryazarlık ile dijital bölünme arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Dijital okuryazarlık, bireylerin dijital teknolojileri etkili bir şekilde

kullanabilme becerisini ifade ederken, dijital bölünme ise bu becerilerdeki eşitsizlikleri ifade etmektedir.

Dijital okuryazarlık becerilerindeki eşitsizliklerden kaynaklanan dijital bölünme, düşük gelir düzeyi, eğitim seviyesi, yaşlılık gibi faktörlerden kaynaklanabilir. Araştırmada bu noktaya eğitim seviyesi çerçevesinden yaklaşmış ve üniversite eğitimi olanlar ve olmayanlar arasında bir bölünmenin varlığı yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcıların herhangi bir dijital okuryazarlık eğitimlerinin olup olmadığı sorgulanmıştır. Bu eğitim lise, üniversite ders içeriği şeklinde olabileceği gibi kurs, kişisel gelişim gibi kişilerin kendi çabalarıyla edinilen eğitimi de kapsamaktadır. Bu sorgulamadan hareketle edinilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Tablo 17. *Dijital okuryazarlık eğitimi*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
Dijital okuryazarlık eğitimi yok	12	7	19
Dijital okuryazarlık eğitimi var		5	5
TOPLAM	12	12	24

Araştırma kapsamında, katılımcılardan üniversite eğitimi olmayanların hiçbirinin dijital okuryazarlık eğitimi olmadığı ortaya çıkmıştır. Üniversite eğitimi olanlardan ise 5 katılımcının okuryazarlık eğitimi olduğu 7 katılımcının ise olmadığı görülmektedir. Dijital okuryazarlık eğitimi olan katılımcıların bu eğitimi nasıl aldıkları sorulduğunda üniversite eğitimleri kapsamında olduğu öğrenilmiştir.

Katılımcılardan K10, dijital okuryazarlık eğitimi hakkında:

“Dijital okuryazarlığın artık çok önemli olduğunu düşünüyorum. Aslında kendi isteğimle bu eğitimi aldım. Üniversitede düzenlenen birkaç gün sertifikalı bir eğitimdi. Eğitim boyunca özellikle sosyal medyadaki yanlış bilgilerle mücadele konusunda bilgilendirmeler yapıldı. Yalan haberi nasıl anlayacağımızı, teyit edebileceğimizi gösterdiler. Bu eğitimin benim için verimli olduğunu düşünüyorum. Özellikle dijital ortamdaki bilgilere daha temkinli yaklaşıyorum artık. O konuda bir bilinç geliştirdi gerçekten.”

K5 isimli katılımcının dijital okuryazarlık eğitimi hakkındaki deneyimleri ise şu şekildedir:

“Ben dijital teknolojiler dersim kapsamında ödev konusu olarak dijital okuryazarlık konusunu seçmiştim. Aslında o şekilde bu konuda bilgi sahibi olmuş oldum. Bu konuda kendi bölümümün avantajı diyebilirim. Yoksa lisede buna dair herhangi bir eğitim verilmemişti bize. Üniversitede de her bölümde bu dersin olduğunu sanmıyorum ama tabii çok önemli şu zamanda hepimiz bu teknolojileri kullanırken bilgili olmamız lazım. Kendim bu konuda bilgi sahibi olduktan sonra sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarım değişti mi dersiniz bence illa ki bir fark olmuştur. En azından paylaşımlarda telif ve etik ihlaller, bilgileri doğrulamak gibi konularda bazı şeyler öğrenmiş oldum.”

Katılımcılardan K2, dijital okuryazarlık eğitimi ile sosyal medyada dolaşımda olan bilgilerin güvenilirliğini sorgulama bilinci kazandığını belirterek şu noktalara değinmiştir:

“Sosyal medyada çok fazla bilgi kirliliği var. Özellikle kullanıcılar çok fazla yalan haber yayıyorlar. Bu son deprem olayından sonra mesela depremle ilgili doğru haberlere ulaşmak çok zor olmaya başladı. Eskiden olsa daha kolay gördüğüm haberleri sorgulamadan inanabilirdim ama şimdi çoğunu güvenilir bulmuyorum, sorguluyorum. Katıldığım okuryazarlık eğitiminin bunda katkısı oldu.”

Dijital okuryazarlığın dijital bölünmeyi etkilemesi kaçınılmazdır. Dijital okuryazarlık becerilerine sahip olan bireyler, bilgiye erişme, çevrimiçi kaynakları değerlendirme, dijital içerik üretme ve çevrimiçi iletişim kurma konularında daha yetkin olurlar. Bu becerilere sahip olmak, dijital dünyanın sunduğu fırsatlardan daha fazla yararlanmayı ve bilgiye daha etkin bir şekilde erişmeyi sağlamaktadır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler bu anlamda değerlendirildiğinde, dijital okuryazarlık becerilerine sahip olan katılımcıların olmayan katılımcılara karşı bilgiye erişme için sosyal medya uygulamalarını kullanma noktasında bir bölünmenin olmadığı ancak doğru bilgiye ulaşma, içeriği sorgulama, teyit etme ve değerlendirme noktalarında bireyler arası bir bölünmeye neden olduğu görülmektedir. Bu bağlamda anlaşılan şudur ki, çalışmanın dijital okuryazarlık başlığı altında açıklandığı gibi dijital okuryazarlık seviyeleri bireylerin sosyal medyada işlevsel kullanıcı olmaları ile ilgili bir bölünme yaratmazken, eleştirel kullanıcı olmaları ile ilgili bölünmeye neden olabilmektedir.

4.3.2.1. Bilgi kirliliği, haber güvenilirliği ve teyit becerisi

İnternetteki bilgi kirliliği, içerik güvenilirliği ve içerik teyit becerisi ile dijital bölünme arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bilgi kirliliği, yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yaygın olduğu, güvenilir kaynaklardan ayrışmanın zor olduğu bir ortamda meydana gelmektedir. Bilgi kirliliği, dijital bölünmeyi derinleştirebilir ve eşitsizlikleri artırabilir. Dijital bölünme, bilgiye erişimdeki eşitsizlikleri kapsar. Bu bağlamda, bilgi kirliliğiyle mücadele etme ve doğru bilgilere ulaşma becerilerine sahip olmak, dijital bölünmeyi azaltmada önemli bir rol oynamaktadır.

Günümüzde yapılan çalışmalarda dijital bölünmenin bir boyutu olarak bilgiye erişimdeki eşitsizliklerin yanı sıra bilgi kalitesi ve güvenilirliği konuları da ele alınmaktadır. Birçok araştırma, düşük sosyoekonomik statüye ve eğitime sahip bireylerin, bilgi kalitesi ve güvenilirliği konusunda daha fazla sıkıntı yaşadığını göstermektedir. Örneğin, dijital bölünme ile ilgili olarak yapılan bir araştırma olan "Digital Inequality: The Social Dynamics of Information Poverty" (DiMaggio ve ark., 2004), sosyoekonomik statüsü ve eğitim seviyesi düşük olan bireylerin, güvenilir kaynakları değerlendirme ve bilgi kalitesini sorgulama konusunda daha az beceriye sahip olduğunu bulmuştur.

Araştırma kapsamında katılımcılara sosyal medyada karşılaştıkları ya da arayıp ulaştıkları haber içeriklerini genel anlamda güvenilir bulup bulmadıkları sorulmuş ve aşağıdaki tabloda gösterilen sonuca ulaşılmıştır:

Tablo 18. Haber içeriği güvenilirliği

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
İçeriği güvenilir bulma	7	4	11
İçeriği güvenilir bulmama	5	8	13
TOPLAM	12	12	24

Bu tabloya bakıldığında üniversite eğitimi olan katılımcıların olmayanlara göre sosyal medyadaki haber içeriklerini güvenilir bulmama noktasında daha fazla sayıda olduğu söylenebilir.

Katılımcılardan K4 ve L1 genel anlamda sosyal medyadaki haber içeriklerini güvenilir bulduklarını belirterek şu deneyimlerini aktarmışlardır:

K4 kod isimli katılımcı:

“Sosyal medyada bilgi kirliliği çok fazla var tabi ama doğru sayfaları haber okumak için kullanınca bence güvenilir bir mecra. Profesyonel haber sayfalarını kullanmayı daha çok tercih ediyorum bu yüzden ben güvenilir buluyorum baktığım haberleri.”

L1 kod isimli katılımcı:

“Yani sosyal medyanın kötü tarafları da var iyi tarafları da var. Önemli olan doğru kullanmak. Bilmediğim haber sayfalarına pek bakmıyorum. Daha çok siyasetçilerin sayfalarına bakıyorum, bazı gazetelerin hesaplarına bakıyorum. Bunlar güvendiğim yerler zaten. O açıdan güvenilir bulduğum kaynaklar var yani. Yoksa çok kullanmazdım heralde diye düşünüyorum.”

Sosyal medyada haber içeriklerini genel anlamda güvenilir bulmayan katılımcılardan K6 ve L11 ise bu konuda şu şekilde yanıtlar vermişlerdir:

K6 kod isimli katılımcı:

“Sosyal medya uygulamaları artık öyle yerler oldu ki her kullanan bir bilgi paylaşıyor. Kimse o bilgileri teyit etmeden, sorgulamadan yayıyor. Bu şekilde çok fazla yanlış bilgi var, bilgi kirliliği var. Böyle bir ortamda doğru bilgiye ulaşmak zaten başlı başına çok zor. Bu ortamlarda her karşımıza çıkan bilgiye güvenirsek zaten yandık. Haberci olmayanlar da haber içeriği yapıyor, sırf tıklanmak için beğeni almak için yalan yanlış içerikler üretiliyorlar. Bu bilgilere inanan kullanıcılar da çok fazla. Özellikle benim anne babamın yaş grubu bu tür bilgilere çok inanıyorlar. Ben çoğu zaman onları uyarıyorum, düzeltiyorum fakat bunun önüne geçmek çok zor gerçekten. Az önce konuştuğumuz gibi dijital eğitimler çok önemli oluyor bu aşamada.”

L11 kod isimli katılımcı:

“Ben pek güvenilir bulmuyorum. Twitter’da mesela trol sahte hesaplar var. Bunlar kasıtlı olarak yalan haber yapıyorlar. Çoğu insanı yanlış yönlendiriyorlar. Ben bildiğim, güvendiğim habercileri ya da fenomenleri takip ediyorum. Onların da çoğu taraflı tabi ama en azından yanlış bilgi çok olmuyor. Zaten gündem sürekli değişiyor, çok fazla haber birikiyor. Bu haberlerin çoğu da sosyal medyada yanlış veriliyor bu yüzden çok güvenmiyorum ben.”

Bilgi kirliliği ve yanlış haberler, dijital eşitsizliğe ve dijital bölünmeye katkıda bulunabilir. Görüşme bulguları ile dijital bölünmeyi bu çerçevede yorumlamak gerekirse ayrı kategorilerde şu şekilde açıklayabiliriz:

Dijital okuryazarlık eksikliği: Bilgi kirliliği ve yanlış haberlerin etkisini azaltmak için bireylerin dijital okuryazarlığa sahip olması önemlidir. Dijital okuryazarlık, internetten gelen bilgileri eleştirel bir şekilde değerlendirebilme, doğru ve güvenilir kaynakları ayırt edebilme becerisini içerir. Ancak, düşük okuryazarlık düzeyine veya dijital beceri eksikliğine sahip olan insanlar, yanlış haberlere ve manipülatif bilgilere daha savunmasız olabilirler. Teyit becerilerinin olmaması karşılaşılan yanlış haberleri sorgulama noktasında bireyleri olumsuz etkileyebilir. Bu anlamda teyit becerisi olanlar ve olmayanlar arasında doğru bilgiye ulaşma ve bilgiyi değerlendirme sürecinde bir bölünme yaşanabilir.

Katılımcıların sosyal medya haber içeriğini teyit becerisi şu şekildedir:

Tablo 19. *Teyit becerisi*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
Teyit becerisi yok	10	6	16
Teyit becerisi var	2	6	8
TOPLAM	12	12	24

Üniversite eğitimi olan katılımcılardan 6 kişinin teyit becerisi olduğu, olmayan katılımcıların ise 2 kişinin teyit becerisi olduğu görülmektedir.

Toplumsal etkileşim ve kutuplaşma: Yanlış haberler ve manipülatif bilgiler, toplumda kutuplaşmaya ve ayrışmaya yol açabilir. Dijital ortamda yayılan yanlış bilgiler, sosyal medya platformlarında yayılma hızı ve erişilebilirliği açısından da avantajlı olabilir, bu da kutuplaşmayı daha da derinleştirebilir ve dijital uçurumu artırabilir.

Güven kaybı: Yanlış haberler ve bilgi kirliliği, insanların sosyal medya platformlarına ve içeriklerine güvenini zedeleyebilir. Yanlış haberler ve bilgi kirliliği, medya kuruluşlarının güvenilirliğini sorgulamaya yönlendirebilir. Medya, topluma doğru ve tarafsız bilgi sağlama sorumluluğunu taşır. Ancak, yanlış haberlerin yayılması ve manipülatif bilgilerin kullanılması, insanların medyaya olan güvenini zedeleyebilir. Bu, haber kaynaklarına ve gazetecilere olan güvenin azalmasına ve medyanın sağlıklı bir demokraside oynadığı önemli rolün zayıflamasına yol açabilir. Yanlış haberler ve bilgi kirliliği, insanların hükümetlere, kurumlara ve liderlere olan güvenini sarsabilir. İnsanlar,

doğru ve güvenilir bilgilerin sunulmadığı bir ortamda, karar vericilere olan güvenlerini kaybedebilirler. Bu durum, siyasi istikrarsızlık, kamuoyu desteğinin azalması ve toplumsal hoşnutsuzluk gibi sonuçlara yol açabilir. Ayrıca yanlış haberler ve bilgi kirliliği, bireyler arasındaki sosyal ilişkilerde de güven kaybına neden olabilir. İnsanlar, yanlış haberlerin ve manipülatif bilgilerin yayılması nedeniyle birbirlerine olan güvenlerini kaybedebilirler. Bilgi kirliliği, toplum içinde yanlış anlamalar, tartışmalar ve ayrışmalara yol aarak sosyal bağları zayıflatabilir. Siber kutuplaşma olarak da adlandırabileceğimiz bu durum dijital bölünmenin sosyolojik bir sonucu olarak karşımıza çıkabilir.

Katılımcılar arasında dijital okuryazarlık eğitimi ve içeriği teyit becerisi arasında ilişki olup olmadığı karşılaştırıldığında aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır:

Tablo 20. *Teyit becerisi ve dijital okuryazarlık ilişkisi*

	Dijital okuryazarlık eğitimi yok	Dijital okuryazarlık eğitimi var	TOPLAM
Teyit becerisi yok	16		16
Teyit becerisi var	3	5	8
			24

Tabloya göre, dijital okuryazarlık eğitimi olan 5 kişinin tamamı teyit becerisinin olduğunu belirtirken, dijital okuryazarlık eğitimi olmayan 16 kişiden 3 tanesinin teyit becerisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada bu kişilerin teyit becerileri sorgulanmış ve sosyal medya sayfalarından içeriği teyit etme becerisi kazandıkları öğrenilmiştir. Bununla ilgili katılımcılardan L4 şunları söylemiştir:

“Bir eğitimim yok ama Instagram sayfalarında karşıma çıkmıştı bu konu. Güncel haberleri teyit sayfalarına gidip kontrol edebiliyorum. Bazen çok mantıksız, yalan olduğu belli olan haberler görüyorum teyit sayfalarından bakıyorum doğru mu diye.”

Ayrıca alışma kapsamında katılımcıların sosyal medyadaki haber içeriklerinin güvenirliğini sorgulamada sıklıkla takip ettikleri haber içeriklerinde içerik üreticisi türü de araştırılmıştır. Katılımcıların genellikle takip ettikleri ve haber odaklı kullandıkları sosyal ağ sayfalarının kullanıcı türevli içerikler mi yoksa profesyonel haber üreticisi sayfaları mı olduğu incelendiğinde sonuç tabloda belirtilmiştir:

Tablo 21. *İçerik üreticisi türü*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
Kullanıcı içeriği	8	2	10
Profesyonel içerik	4	10	14
TOPLAM	12	12	24

Tabloda görüldüğü üzere üniversite eğitimi olanların ağırlıklı olarak sosyal medyada profesyonel haber sayfalarını takip ettiği, üni. eğitimi olmayanların ise kullanıcı içeriklerini daha çok takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların sosyal medyada profesyonel haber sayfalarını mı kullanıcı sayfalarını mı daha güvenilir buldukları incelendiğinde, katılımcıların kullanıcı tarafından oluşturulan haber içeriklerini daha az güvenilir bulduğu sonucuna varılmıştır.

Katılımcılardan K5 bu konu hakkında:

“Kullanıcılar sosyal medyada hızlı bir şekilde haber içerikleri oluşturup paylaşıyorlar. Bu içeriklerin kaynağı, güvenilirliği ve doğruluğu konusunda emin olabileceğimizi sanmıyorum. Genelde kullanıcılar haberleri kendi deneyimlerinden veya duyumlarından yola çıkarak paylaşıyorlar. Bazı kullanıcı sayfaları kendi çıkarları doğrultusunda gerçeği çarpıtarak veya yanıltıcı bilgileri bilinçli olarak yayarak sosyal medyayı kullanıyorlar. Ben bu sebeplerle genellikle youtube üzerinden bağımsız gazetecilik yapan profesyonel sayfaları takip ediyorum.”

Aynı şekilde L2 kod isimli katılımcı da kullanıcı içeriklerini pek güvenilir bulmadığını belirtmiş ve şunları eklemiştir:

“Kullanıcıların ürettiği haber sayfaları genelde çok yanlı oluyor ve haberi doğru yansıtmıyor. Aslında bu sayfalardaki içerikler haber gibi de durmuyor zaten. Ben tarihi belli, haberdeki kişilerin belli olduğu yani gazetelerdeki gibi haberlerin her şeyinin belli olduğu sayfaları seviyorum. Bu sayfalar daha çok güven veriyor. Diğer sayfalar bilgi vermek için değil de daha çok tıklanma için, para kazanmak, reklam almak için oluşturulmuş sayfalar olarak geliyor bana.”

Sosyal medyada bulunan profesyonel haber sayfaları ise katılımcılar tarafından daha güvenilir bulunmaktadır. Yapılan görüşmeler sonucunda profesyonel sayfaların daha güvenilir bulunma nedenleri aşağıdaki maddelerle şu şekilde yorumlanabilir:

Haber Standartlarına Uygunluk: Profesyonel haber sayfaları, gazetecilik etiği ve standartlarına uygun olarak haberleri hazırlar ve sunar. Bu standartlar, haberin doğruluk, tarafsızlık, bağımsızlık ve kamu yararına uygunluğunu sağlar. Bu sayede, haberlerin güvenilirliği artar ve yanlış bilgilerin yayılmasını önleyebilir.

Doğrulama ve Kaynak Kontrolü: Profesyonel haber sayfaları haberleri doğrulama süreçlerine tabi tutar ve çeşitli kaynakları kontrol ederek haberin doğruluğunu teyit eder. Bu, haberlerin güvenilirliğini artıran bir adımdır.

Editöryal Kontrol ve Denetim: Profesyonel haber sayfaları, haber içeriği üzerinde editöryal kontrol ve denetim yaparlar. Bu sayede haberlerin kalitesi ve doğruluğu konusunda bir süzgeç işlevi görerek güvenilir içerikler sunarlar.

Güvenilir Kaynak Bağlantıları: Profesyonel haber sayfaları, haberlerinde kullandıkları bilgileri ve kaynakları açıkça belirtirler. Güvenilir haberler, çeşitli kaynaklar tarafından desteklenir ve haber içeriğinde bu kaynakların bağlantıları verilir. Bu sayede, okuyucuların doğrulanabilir ve güvenilir kaynaklara ulaşmaları mümkün olur.

Güvenilir Tarihlendirme: Profesyonel haber sayfaları, haber içeriklerini tarihlendirir ve güncelliği sağlamak için haberin yayımlandığı tarihi belirtir. Bu, okuyucuların haberin ne zaman yayımlandığını bilerek haberin güncelliğini ve geçerliliğini değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır.

Düzeltilme: Profesyonel haber sayfaları, hata yaptıklarında ve yanlış bilgi sunduklarında düzeltmeler yapar ve hatayı kabul ederler. Bu, şeffaflık ve hesap verebilirlik anlayışını yansıtır ve okuyucuların haberlerine olan güvenlerini artırabilir.

Sonuç olarak, profesyonel haber sayfaları, gazetecilik etiği ve standartlarına uygun olarak haberleri doğrulayan, kaynak kontrolleri yapan, editöryal denetim sağlayan ve doğrulanabilir bilgilerle destekleyen sayfalardır. Bu nedenle, sosyal medyada profesyonel haber sayfaları, kullanıcıların güvenilir haber kaynakları olarak tercih etmeleri gereken önemli bir faktördür. Bu sayılan kriterlere uymayan sosyal medya sayfaları haber üretim sürecinde hatalı bilgilere açık hale gelebilirler. Böyle bir durumda profesyonel haber sayfalarını takip edenler ve kullanıcı içeriklerini takip edenler arasında haber bilgilenmesi anlamında dijital bölünme yaşanabilir.

4.4. Dördüncü Tema: Kullanım

Kullanım çeşitliliği, dijital teknolojilerin farklı amaçlarla ve çeşitli işlevlerle kullanılmasını ifade etmektedir. Dijital bölünme, bireylerin dijital teknolojileri kullanma becerileri, bilgiye erişim imkanları ve teknolojik altyapı gibi faktörlerdeki eşitsizlikleri kapsar. Bu eşitsizlikler, kullanım çeşitliliğini de etkiler. Motivasyon, dijital beceriler, eğitim seviyesi, sosyoekonomik seviye gibi faktörler kullanım konusunda çeşitli etkilere sahiptir. Bununla birlikte, kullanım çeşitliliği ile dijital bölünme arasındaki ilişki karmaşıktır. Dijital teknolojilere erişimi sınırlı olan bireyler, daha az kullanım çeşitliliği ile karşı karşıya kalabilirken, aynı zamanda dijital becerilerini geliştirme ve daha geniş kullanım fırsatlarına erişme konusunda da dezavantajlı durumda olabilirler. Bu da dijital bölünmeyi daha da derinleştirebilir. Ancak eşit düzeyde fiziksel erişimin olması eşit kullanımın olacağı anlamına gelmemektedir. Kullanıma etki eden en önemli faktörler zaman ve çeşitliliklerdir.

4.4.1. Kullanım zamanı alt teması

Katılımcıların sosyal medyayı haber odaklı kullanım süreleri ve kaç tane uygulama kullandıkları aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 22. *Kullanım süresi ve çeşitliliği*

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar
4 üzeri sosyal medya uygulaması		2
3-4 sosyal medya uygulaması	9	9
1-2 sosyal medya uygulaması	3	1
4 saat ve üzeri		1
3-4 saat	4	4
1-2 saat	8	7
TOPLAM	24	24

Katılımcıların gün içerisinde sosyal medya kullanarak habere ulaşmasıyla ilgili ne kadar zaman buldukları, nasıl zaman ayırdıkları sorgulanmıştır. Bu doğrultuda katılımcılardan K1:

“Evet sosyal medyayı kullanmak için zaman buluyorum yani telefonda baktığım için işimin arasında bile girip bakarım o gün ne oldu, ne yaşandı diye takip ederim. Zaten sanki artık herkes gündemin bağımlısı olmuş gibi bizim ülkemizde sürekli gündem hareketli olduğu için bakma ihtiyacı hissediyoruz. Benim arkadaş çevrem de bu şekilde sürekli birbirimize haberleri yolluyoruz bütün gün. Belki de zamanımızın çoğunu buna harcıyoruz diyebilirim.”

Katılımcılardan L5:

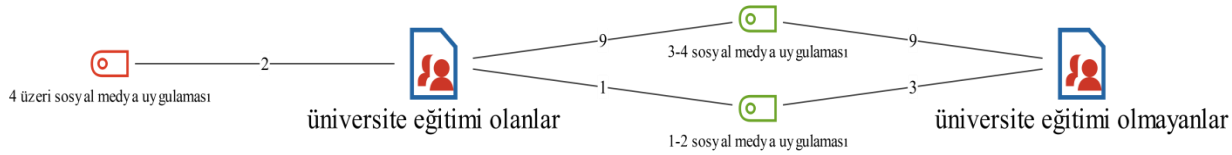
“Özellikle önemli olayların olduğu zamanlar çok fazla zaman ayırıyorum sosyal medyaya. Korona zamanlarında mesela sürekli sosyal medya kullanıyorduk. Depremden sonra da çok fazla sosyal medyaya zaman ayırdım daha hızlı haber alabilmek için. Yani böyle önemli olaylarda zamanım olmasa bile bir şekilde takip etmek için zaman yaratıyorum.”

Katılımcılardan K7 ise çok fazla zaman ayıramadığını belirterek:

“Gün içinde çok fazla sosyal medya kullanmıyorum zamanım olmadığı için ama akşamları televizyona bakmak yerine sosyal medyada geziyorum, haberleri inceliyorum. Günlük kullanımım çok fazla sayılmaz yani ama önemli siyasi durumlar gibi merak ettiğim konulara daha çok zaman ayırıyorum.”

4.4.2. Kullanım sıklığı ve çeşitliliği alt teması

Araştırma kapsamında katılımcılara haber odaklı kaç tane sosyal medya uygulaması kullandığı sorulmuş ve deneyimleri incelenmiştir. Katılımcıların ağırlıklı olarak 3-4 sosyal medya uygulaması kullandıkları görülmüştür.



Şekil 20. Kullanım çeşitliliği haritası

Katılımcılardan K3:

“Gün içinde sık sık sosyal medyadan haberleri takip ediyorum, bilgilenmek için kullanıyorum. Bunun için kullandığım birçok uygulama var tabii tek bir sayfadan bakmıyorum, çeşitli uygulamaları kullanıyorum. Youtube, instagram, twitter gibi.”

Katılımcılardan K9:

“Sosyal medyayı tabii çok sık kullanır olduk zaten sanırım yanlış bilmiyorsa dünyada da en çok sosyal medya kullanan ülkelerden biriyiz. Uyanır uyanmaz direkt elimize telefonu alıyoruz, çoğumuz böyleyiz bence. Ondan sonra yatana kadar sürekli sayfaları yeniliyoruz, kontrol ediyoruz gün içinde. Bunu daha çok haberleri takip etmek için yapıyorum son zamanlarda. Eskiden daha çok eğlence amaçlı kullanıyordum sosyal hesapları. Şimdi daha çok bilgi edinmek için kullanıyorum açıkçası.”

Katılımcılardan L1:

“Her çıkan uygulamayı takip etmek zor aslında çünkü neredeyse her gün yeni bir uygulama çıkıyor. Aslında artık çoğu birbirine de benzemeye başladı. Ben daha çok alışık olduğum, ilk zamanlardan beri takip ettiğim uygulamaları kullanmayı seviyorum. Çok fazla son zamanlarda yeni çıkan uygulamaları bilmiyorum.”

Katılımcılardan K12:

“Tüm haber yapan sosyal medya ortamlarını biliyor musunuz deseniz hayır derim. Daha çok çevremdekilerin de kullandığı bilindik uygulamalara hakimim. Sonuçta arkadaşlarımızla, ailemizle iletişim kuruyoruz bu uygulamalarla. Farklı bir yeni çıkan platforma girdiğimde çevremde pek kullanılmıyorsa ben de kullanmıyorum. Bu biraz zincirleme devam ediyor sanırım çevremizle.”

L3 kod isimli katılımcı ise:

“Bence çeşitli uygulamalardan haber takip etmek önemli. Nasıl tek bir TV kanalından haber takip etmeyip çeşitli kaynaklara bakıyorsak sosyal medya da böyle benim için. Örneğin kullanıcı içerikli haber sayfalarını takip edip dikkatimi çeken bir haber oldu mesela o haberle ilgili Youtube’da ya da başka uygulamalarda da arama yapıyorum. Çeşitli yerlerden bilgi toplamak, haberle ilgili daha çok bilgilenmemizi sağlıyor diye düşünüyorum.”

L10 kod isimli katılımcı:

“Ben her çıkan uygulamayı takip edemiyorum maalesef. Özellikle yeni çıkan uygulamalar bana karışık geliyor ve zaten her uygulamanın içi aynı olmaya başladı diye düşünüyorum. Zaten çok fazla sosyal medya kullanımına zaman da ayırmadığım için bana bir iki tane uygulama yetiyor bilgi almam için.”

Kullanım, yeni iletişim teknolojilerinin benimsenmesinde önemli bir aşamadır ve dijital bölünme sürecinde erişim, motivasyon ve beceriler kadar önem arz etmektedir.

Öyle ki Dijk; “bir kullanıcı internet kullanmak için motive olabilir, fiziksel erişimi olabilir, dijital beceriye de sahip olabilir ancak fiili olarak kullanmak için herhangi bir ihtiyaç, durum, zorunluluk veya zamana sahip olmayabilir veya çok basitçe onları kullanmak için hiç çaba sarf etmeyebilir.” diyerek aslında kullanım aşamasının diğer tüm aşamaları gerçekleştirmek için ne kadar önemli bir son adım olduğunu vurgulamaktadır (Dijk, 2018, s. 683).

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, dijital içerik ve hizmetlerde büyük bir çeşitlilik oluşmuştur. Video içerikleri, sosyal medya platformları, eğitim materyalleri, haber siteleri ve daha pek çok farklı dijital hizmet bulunmaktadır. Bu farklı içerik ve hizmetlere erişimdeki farklılıklar, dijital kullanım çeşitliliğini etkiler. Aynı şekilde bilgi-haber içerikli sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamalardaki haber sayfaları her geçen gün giderek artış göstermektedir. Ne kadar fazla platform o kadar fazla doğru haber-bilgi anlamına gelmeyeceği gibi tek bir kaynaktan haber almak da bilgi kirliliğiyle karşılaşma olasılığını azaltmamaktadır. Ancak şöyle bir gerçek vardır ki kullanım çeşitliliği arttıkça yeni teknolojilere uyum sağlama ve daha fazla bilgiye ulaşma imkanı artmaktadır. Diğer taraftan yeni teknolojilerin takip edilmemesi, kullanılmaması teknolojilere uyum sağlamayı zorlaştırarak bireyler arası dijital bölünmeye yol açabilir.

Ayrıca sosyal medya uygulamalarının ne amaçla kullanıldığı da dijital bölünmeyi artıran önemli faktörlerden biridir. Yapılan çalışmalarda düşük eğitim seviyesindeki kullanıcıların interneti daha çok sohbet, oyun gibi nedenlerle kullandığı yüksek eğitim seviyesindeki kullanıcıların ise daha çok hizmet, eğitim, bilgi, haber odaklı internet kullandığı ve bu durumun dijital uçuruma neden olduğu vurgulanmaktadır (Dijk, 2018, s. 689). Ancak araştırma kapsamında katılımcıların yalnızca haber odaklı sosyal medya kullanımları incelendiğinden kullanım nedenlerinden doğabilecek dijital bölünme incelenmemiştir.

4.5. Beşinci Tema: Sosyal medya platformlarının yapısı

Araştırmada beşinci ve son tema olarak sosyal medya platformlarının yapısı ele alınmıştır. Sosyal medya platformlarının yapısı ve dijital bölünme arasında karmaşık bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarının yapısı, bireylerin erişimine, etkileşimine ve bilgiye ulaşımına, değerlendirilmesine farklı etkilerde bulunmaktadır. Araştırmada katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda sosyal medya ortamlarında habere ulaşma, haberi paylaşma ve değerlendirme aşamalarında yaşadıkları

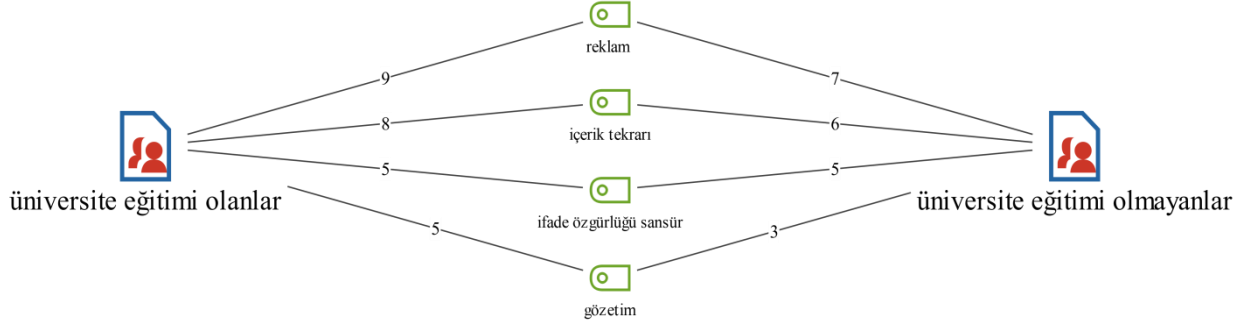
sorunlardan bahsederek *gözetim, ifade özgürlüğü ve sansür, içerik tekrarı ve reklam* alt temalarının incelenmesini gerekli kılmışlardır.

Gözetim, ifade özgürlüğü/sansür, içerik tekrarı ve reklam ile ilgili sorun yaşayan katılımcı sayıları aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 23. Platform yapısı sorunları

	Üniversite eğitimi olmayanlar	Üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
İfade özgürlüğü ve sansür	5	5	10
İçerik tekrarı	6	8	14
Reklam	7	9	16
Gözetim	3	5	8

Tabloda, katılımcıların en çok reklam sorununu dile getirdikleri, ardından içerik tekrarı sorununun belirtildiği görülmektedir.



Şekil 21. Platform yapısı sorunları haritası

4.5.1. Reklam sorunu alt teması

Katılımcıların çoğu sosyal medyada habere ulaşma noktasında reklam sorunuyla karşı karşıya kaldıklarını dile getirmiştir. Sosyal medya uygulamalarında reklamların kullanılması, şirketlerin ürünlerini ve markalarını geniş bir kitleye tanıtmaya ve pazarlama fırsatı sağlamaktadır. Reklamlar, kullanıcıların ilgi alanlarına göre hedeflenerek daha etkili ve özelleştirilmiş bir deneyim sunmaktadır. Aynı zamanda reklam verenlerin performanslarını izleyerek ve analiz ederek stratejilerini optimize etmelerine olanak tanır. Bu nedenle, sosyal medya reklamları, şirketler için önemli bir pazarlama aracı olarak

kabul edilir. Ancak sosyal medya kullanıcılarının hemen hemen her platformda kontrolsüzce ve yoğun bir şekilde çıkan reklamlar sonucu sosyal medya kullanım deneyimlerinin olumsuz etkilendiği düşünülmektedir.

Bu konu ile ilgili katılımcılardan K5 şunları aktarmıştır:

“Ben özellikle haber izlemek için Youtube kullanıyorum. Bu platformun tabii birçok avantajı var. İstediğim zaman kullanabilmem, çok fazla içeriğin olması çok önemli ancak reklamların çok fazla olması bazen sanki televizyon izliyormuşum gibi hissettiriyor. O zaman bu uygulamanın ne anlamı kaldı diyebiliyorum. Reklamları çoğu zaman atlayamıyorum. Uzun süren arka arkaya çıkan reklamlar insanı soğutuyor açıkcası. Bence bilgi edinmemizin önünde bir engel bu.”

L8 kod isimli katılımcı bu konu hakkında:

“Gazetelerin internet sayfalarında zaten reklamlardan haberi göremiyoruz. Sosyal medya da giderek buna dönmeye başladı. Ücretli (premium) üyelik alınca Youtube’da reklamlar çıkmıyormuş ancak o da belli bir maliyet demek o yüzden ben normal şekilde kullanıyorum ve reklamlarla uğraşıyorum. Sırf bu reklam sorunu yüzünden sonunu getirmeden kapatıyorum izlediğim haberi.”

Katılımcılardan K7 reklam sorununu ve Clickbait (Tık tuzağı) sorununu şu şekilde aktarmıştır:

“Ben birçok uygulama kullanıyorum haber ve bilgi edinmek için ama bence birçok sayfada reklam ve yanlış başlıklı paylaşılan haberler yüzünden hiç güven kalmıyor. Bir bilgi ararken aradığım şeyle ilgili bir video buluyorum, videoya tıklıyorum ve bambaşka bir içerik çıkıyor. Özellikle bu fenomen dediğimiz kullanıcıların ürettiği içerikler böyle oluyor. Tıklanma ve para kazanma için hem bizim için zaman kaybına neden oluyorlar hem de aradığımız bilgiye ulaşamıyoruz.”

Katılımcılardan L12:

“Sürekli sayfalarda reklam çıkması, haberlere ulaşmayı zorlaştırıyor. Daha çok instagram kullanıyorum haber içeriklerine bakmak için ama mesela bir sayfa bir habere yönlendirmek için bağlantı veriyor. O bağlantıya girdiğimizde reklama yönlendirmiş olabiliyor. Özellikle önemli bir haberi araştırırken ya da okurken dikkatim dağılıyor. Bu şekilde yapan sayfaları takip etmemeye çalışıyorum ben.”

Sosyal medyada haber ararken reklam çıkması, kullanıcıları çeşitli şekillerde etkileyebilmektedir. Katılımcıların çoğu bu durumdan rahatsızlığını dile getirerek

enformasyona ulaşma sürecinde reklamın olumsuz etkilerinden bahsetmişlerdir. Bununla alakalı görüşme verileri dikkate alındığında reklamın enformasyona ulaşmada yaratabileceği sorunları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Dikkat dağıtma: Reklamlar, kullanıcının asıl amacı olan haber aramayı kesintiye uğratabilir. Kullanıcılar, reklamların ilgisini dağıtarak asıl amacından uzaklaşabilir ve dikkatlerini reklamlara odaklayabilirler. Bu da kullanıcıların istedikleri haberlere ulaşma sürecini yavaşlatabilir veya engelleyebilir.

Güvenilirlik kaybı: Reklamlar, haber içeriğiyle karıştırılabileceği için kullanıcıların güvenilirlik konusunda şüphe duymalarına neden olabilir. Reklamlar, doğru ve tarafsız haber içeriği sunma amacı taşımazken, kullanıcılar reklam içeriklerini haber içerikleriyle bir arada gördüklerinde haberin güvenilirliğine dair endişeler yaşayabilirler. Tık tuzağı (clickbait), internet içeriklerinde kullanılan ve insanları tıklamaya yönlendiren, genellikle çarpıcı başlık veya açıklamalardır. Tık tuzağı, kullanıcıların dikkatini çekmek ve içeriğe daha fazla erişim sağlamak amacıyla tasarlanır. Ancak, içeriğin vaat ettiği kadar ilgi çekici veya önemsiz olduğu durumlar olabilir. Tık tuzağı, içerik yayıncıları ve reklamverenler tarafından kullanılan bir stratejidir. Çoğunlukla sosyal medya, haber siteleri, bloglar ve video platformlarında karşılaşılabılır. Tıklanma sayısını artırmak amacıyla kullanılan tık tuzağı başlıklar, kullanıcıların merakını uyandırmak, olayları abartmak veya şaşırtıcı iddialar sunmak gibi yöntemlerle dikkat çeker. Örneğin, "Şok edici haber! İnanamayacaksınız!" gibi ifadeler, tık tuzağı örneklerine örnek olarak verilebilir. Tık tuzağı kullanımı, içerik yayıncılarının dikkat çekmeye ve daha fazla tıklama almaya odaklanmasına neden olabilir. Ancak, tık tuzağı içerikler, kullanıcıların güvenini zedeler ve kaliteli içeriğe ulaşımı engelleyebilir. Kullanıcılar, tık tuzağına yönlendirildiklerinde, içeriğin gerçek değerini bulamayarak hayal kırıklığına uğrayabilir ve güvenilir içerik kaynaklarına olan inançlarını yitirebilirler. Sonuç olarak, tık tuzağı, içeriklerin tıklanma sayısını artırmak için kullanılan çekici ve dikkat çekici başlık veya açıklamalardır. Bu tür taktikler, kullanıcıların dikkatini çekme amacıyla kullanılabilir, ancak uzun vadede güvenilirlik ve kullanıcı memnuniyeti açısından olumsuz etkilere yol açabilir.

Manipülasyon etkisi: Reklamlar, kullanıcılara belirli ürünleri, hizmetleri veya görüşleri tanıtmak için tasarlanır. Bu reklamların manipülatif olması, kullanıcıların düşüncelerini etkileyebilir ve yönlendirebilir. Bu durum, kullanıcıların haber arama

sürecinde, reklamların etkisi altında kalmasına ve daha kolay manipüle edilebilir hale gelmesine neden olabilir.

Zaman kaybı: Reklamların çıkması, haber arama sürecinde kullanıcıların zamanını harcamalarına neden olabilir. Kullanıcılar, reklamları geçmek veya kapatmak için zaman harcadıkça, istedikleri haberlere ulaşma süresi uzayabilir. Bu da kullanıcıların haber içeriğine ulaşma motivasyonunu azaltabilir.

Duygusal etkileşim: Reklamlar, duygusal tepkileri tetiklemek için tasarlanabilir ve kullanıcıların duygusal bağlamda etkilenmelerine neden olabilir. Bu duygusal etkileşim, kullanıcıların haber içeriklerine daha tarafsız bir şekilde yaklaşmalarını zorlaştırabilir ve duygusal yönlendirme altında haberleri değerlendirmelerine neden olabilir. Özellikle siyasi reklamların haber içerikleri sayfalarında sıkça kullanılması bu duruma örnektir.

Sonuç olarak, sosyal medyada haber ararken reklam çıkması, kullanıcıları çeşitli şekillerde etkileyebilir ve haber içeriğine ulaşma sürecini etkileyebilir. Reklamların doğru bir şekilde konumlandırılması ve kullanıcının haber arama sürecini mümkün olduğunca etkilemeden sunulması önemlidir.

4.5.2. İçerik tekrarı alt teması (Filtre Baloncuğu)

Katılımcılar haber odaklı sosyal medya kullanım deneyimlerinden bahsederken sıklıkla aşına oldukları haber türlerinin karşlarına çıkmasından, aynı haberlerin ve bilgilerin kişisel sayfalarında yer almasından bahsetmektedirler.

Sosyal medya platformlarının algoritma yapısı, kullanıcıların içerikleri görme sırasını ve önerilen içerikleri belirleyen kompleks matematiksel formüller ve kurallar içermektedir. Her platformun algoritması birbirinden farklı olabilir ve sürekli olarak güncellenir. Bununla birlikte, genel olarak sosyal medya platformları, kullanıcı deneyimini artırmak ve içeriği daha kişiselleştirilmiş hale getirmek amacıyla algoritmalar kullanır. Sosyal medya platformlarının algoritması, kullanıcıların haber ararken karşılaştığı içeriğin sırasını ve önerilen haberleri etkilemektedir. Algoritma, kullanıcının ilgi alanlarına, etkileşim geçmişine, arkadaş çevresine ve platformdaki davranışlarına göre içerikleri kişiselleştirir ve belirli içerikleri öne çıkarır.

Sosyal medya algoritmaları, kullanıcının daha önceki etkileşimlerine dayanarak ilgi alanlarına uygun haber içeriklerini önerir. Örneğin, spora ilgi gösteren bir kullanıcıya spor haberleri daha sık gösterilebilir. Algoritma, kullanıcının daha fazla etkileşimde

bulunduğu içerikleri öncelikli olarak gösterir. Örneğin, sıkça beğenilen, yorum yapılan veya paylaşılan haberler, kullanıcının haber akışında üst sıralarda yer alabilir. Ayrıca sosyal medya algoritmaları, kullanıcının arkadaşları veya takip ettiği kişilerin paylaşımlarını önemser. Kullanıcının çevresindeki insanların paylaştığı haberler, kullanıcının haber arama sürecinde daha sık görülebilir. Algoritmalar, güncel ve popüler haberlere öncelik verebilir. Yeni ve önemli haberler, kullanıcının ilgisini çekebilecek şekilde haber akışında öne çıkabilir. Kullanıcının sosyal medya platformundaki davranışları, içerikleri nasıl tükettiği ve gezdiği sayfalar, algoritmanın içerikleri nasıl düzenleyeceğini belirler. Örneğin, video içeriklere daha fazla ilgi gösteren bir kullanıcıya video içerikleri daha sık önerilebilir (innova.com.tr).

Sosyal medya algoritmalarının haber arama sürecini kişiselleştirerek içerikleri kullanıcının ilgi ve ihtiyaçlarına uygun hale getirmesi, kullanıcı deneyimini artırmayı amaçlar. Ancak, bu algoritmaların kişiselleştirme etkisi, kullanıcıları farklı dünya görüşleri ve haberlerle sınırlayabilir ve "filtre balonu" olarak adlandırılan duruma yol açabilir. Bu nedenle, algoritma etkisiyle dijital bölünmelerin önlenmesi için haber arama sürecinde birden fazla kaynaktan haberleri takip etmek ve çeşitli perspektifleri değerlendirmek önemlidir.

Bu konuda bazı katılımcıların deneyimleri şu yöndedir:

Katılımcılardan K7:

“Sürekli aynı tarz haberlerin karşına çıktığının farkındayım aslında bu yeni farklı haberlere ulaşmamı engelliyor. Mesela ben en çok Twitter kullanıyorum gündemi takip etmek için. Twitter’i açtığımda gündemdeki hashtag’lere girip bakıyorum. O şekilde haber araması yapıyordum. Bir zaman sonra hep aynı konuların karşına çıktığını fark ettim ve arkadaşımın gündem başlıklarına baktım onun hesabından. İkimize farklı konuları o günlük gündem olarak gösterildiğini gördüm. Mesela ben bunu bilmiyordum yani kişiye özel olduğunu. Herkesin aynı gündem başlıklarını gördüğünü düşünüyordum ama öyle değilmiş. Bu durumda herkes kendi ilgi alanlarına göre bilgileniyor olabilir.”

Katılımcılardan L9:

“Örneğin sosyal medyada ben arkadaşıma bir haber gönderdiğimde O, o haberi görmüş oluyor daha önce. Ya da benim karşına çıkan bir habere baktığımda kendi arkadaşlarımdan o içerikle etkileşimi olduğunu görüyorum. Yani karşına çıkan haberlerin kendi arkadaşlarımdan etkileşimine göre olduğunun farkındayım. Bu durumda tabii hep

aynı içerikleri görüp duruyoruz öyle bir döngü oluşuyor ama bu durum nasıl engellenir bilmiyorum.”

K3 kod isimli katılımcı da bu durumla ilgili olarak Youtube önerilerinde benzer haberlerin olduğuna dikkat çekmektedir:

“Youtube anasayfama girdiğimde önerilen haber videoları oluyor. Bu videolar zaten ya daha önce benim takip ettiğim hesaplar ya da izlediğim konularla ilgili oluyor. Örneğin ben spor haberlerini daha çok takip ediyorum bu sebeple anasayfamda spor haberlerinden başka haber önerisi görmüyorum diyebilirim.”

Yankı odası kavramının karşılığı olarak dijitalde karşımıza çıkan filtre balonu terimi, algoritmaların kişilere özel yarattığı bilgi ekosistemini ifade etmektedir. Dijital ortamlarda kullanıcılara özelleştirilmiş bilgilerin sunulması kişileri belirli bir filtre balonuna sokarak ilgi alanlarının ve dijital çevresinin dışına çıkmasını zorlaştırmaktadır (Dahlgren, 2021, s. 17).

Filtre baloncuğu kavramı, E. Pariser tarafından *"The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think"* adlı kitabında tanımlanmış ve popüler hale gelmiştir. Filtre baloncuğu (filter bubble), kişiye özel içerik sunma algoritmalarının etkisi altında, bir kullanıcının dijital dünyada sıkça etkileşimde bulunduğu, görüşlerini, inançlarını veya ilgi alanlarını doğrulayan içeriklerle çevrili olması durumunu ifade eder. Yani, kişinin dijital ortamda maruz kaldığı içerikler, daha çok kendi görüşlerine ve beğenilerine uygun içeriklerden oluşurken, farklı veya zıt düşüncelere sahip içeriklerden izole olmasına yol açabilir. Filtre baloncuğu oluşumu, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlarda kullanıcı deneyimini kişiselleştiren algoritmalar nedeniyle ortaya çıkar. Bu algoritmalar, kullanıcının geçmiş etkileşimlerine, arama geçmişine, beğenilerine ve arkadaş çevresine göre içerikleri filtreleyerek, kullanıcının ilgisini çekebilecek içerikleri öne çıkarır ve farklı görüşleri dışlayabilir. Filtre baloncuğu oluşumu, bazı olumlu yönleri de içerebilir. Örneğin, kullanıcıların ilgisini çekebilecek içerikleri kolayca bulmalarına ve aradıklarını daha hızlı bulmalarına yardımcı olabilir. Ancak, bu durum aynı zamanda kullanıcıları farklı bakış açılarından ve haber kaynaklarından izole ederek, bilgi çeşitliliğinin azalmasına ve yanlış bilgi ve doğrulanmamış haberlerin yayılmasına katkıda bulunabilir. Filtre baloncuğu, kullanıcıların kendilerini yalnızca kendi düşüncelerini yansıtan bir bilgi yelpazesine kapatmalarına ve farklı bakış açılarına maruz kalmadan kalıcı bir şekilde inançlarını

güçlendirmelerine neden olabilir. Bu da toplumsal bölünmeleri artırabilir ve farklı düşünen insanlar arasında diyalog ve anlayışın azalmasına yol açabilir. Örneğin, bir kişinin sosyal medya platformunda sürekli olarak siyasi görüşlerine uygun haberler ve içerikler görüyor olması, onun farklı siyasi düşüncelere veya haber kaynaklarına erişimini azaltabilir ve böylelikle farklı bakış açılarını anlamasını engelleyebilir (Pariser, 2011).

Tüm bu faktörler bireyler arası dijital uçurumu genişletebilir. Filtre balonunun yol açtığı bilgi çeşitliliği eksikliği, bireylerin sadece kendi dünya görüşlerini güçlendirmelerine ve bu nedenle dijital bölünmeye neden olabilir. Filtre balonu ile kullanıcılar, sıklıkla yanlış veya doğrulanmamış haberlere maruz kalmaktadırlar. Bu, dijital bölünmeyi artırabilir ve toplumun habere ulaşmada ortak gerçeklere ulaşma çabalarını zorlaştırabilir. Ayrıca bu durum ilerleyerek bireyler temelinde olmaktan çıkabilir ve toplumlar arası farklı dünya görüşlerine sahip toplulukları sürekli kendi görüşlerine maruz bırakarak birbirinden uzaklaştırıp dijital eşitsizliklere yol açabilir.

4.5.3. İfade özgürlüğü ve gözetim alt temaları

Katılımcıların haber odaklı sosyal medyayı kullanma davranışlarında bir diğer sorun olarak bahsettikleri konu ise sosyal medya platformlarındaki ifade özgürlüğü ve gözetim sorunu konuları olmuştur. Katılımcılar özellikle haber paylaşım ve haber içeriği üretim aşamalarında herkese açık içerikleri paylaşırken yeteri kadar özgür hissetmediklerini dile getirmişlerdir.

Sosyal medyadaki gözetim sorunu, kullanıcılar üzerinde çeşitli olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Gözetim, kullanıcıların internet üzerindeki faaliyetlerinin takip edilmesi, izlenmesi veya gözlenmesi anlamına gelerek, sosyal medya platformları tarafından, reklamcılar veya hükümetler gibi üçüncü taraflar tarafından yapılabilmektedir. Görüşmeler sırasında bu durumla ilgili çeşitli katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K11 kod isimli katılımcı:

“Sosyal medya uygulamaları aslında ilk popüler olduğunda gazete ve televizyonlara göre daha çok ifade özgürlüğü yaratacak, herkes her konuda özgürce fikirlerini yazacak diye düşünmüştük. Zamanla bunun böyle olmadığını yani özellikle bizim ülkemizde böyle olmadığını görmeye başladık çeşitli örneklerle. Yine çoğu kişi birçok düşüncesini sosyal medyada dile getiriyor ancak çoğu kişi de çekinerek sosyal medyayı kullanıyor. Mesela ben bu konuda çekinerek kullananlar tarafındayım. Özellikle

siyasetle ilgili bir içerik paylaşmamayı tercih ediyorum. Bu anlamda daha özgür olmayı isterdim tabi.”

K1 kod isimli katılımcı:

“Ben özellikle sosyal medyada her adımımızın kayıt altına alınması hatta paylaşımlarımızın silinse bile aslında tamamen yok olmadığına bilincindeyim ve bu sebeple haber paylaşımı yapma ya da haberlerle ilgili çok fazla eleştirel yorumlar yapmaktan da kaçınıyorum. Sosyal medyayı gün içinde çok kullanmama karşı daha çok pasif kullanıcıyım diyebiliriz. Etkileşimde bulunmayı pek sevmiyorum bu sebeple.”

Katılımcılardan L5:

“Sosyal medyadaki hareketlerimizin kayıt altına alınması ve hükümetlerin bunları istedikleri zaman kullanabilmesi sosyal medyayı daha dikkatli kullanmamızı gerektiriyor. Ben genellikle etkileşimde bulunuyorum, yorum yaparım, içerik paylaşırım aslında kendimi ifade edebiliyorum en azından kendi kullanıcılarıma ama hesaplarımı gizli tutuyorum. Kişisel paylaşımlarımı herkese açmıyorum.”

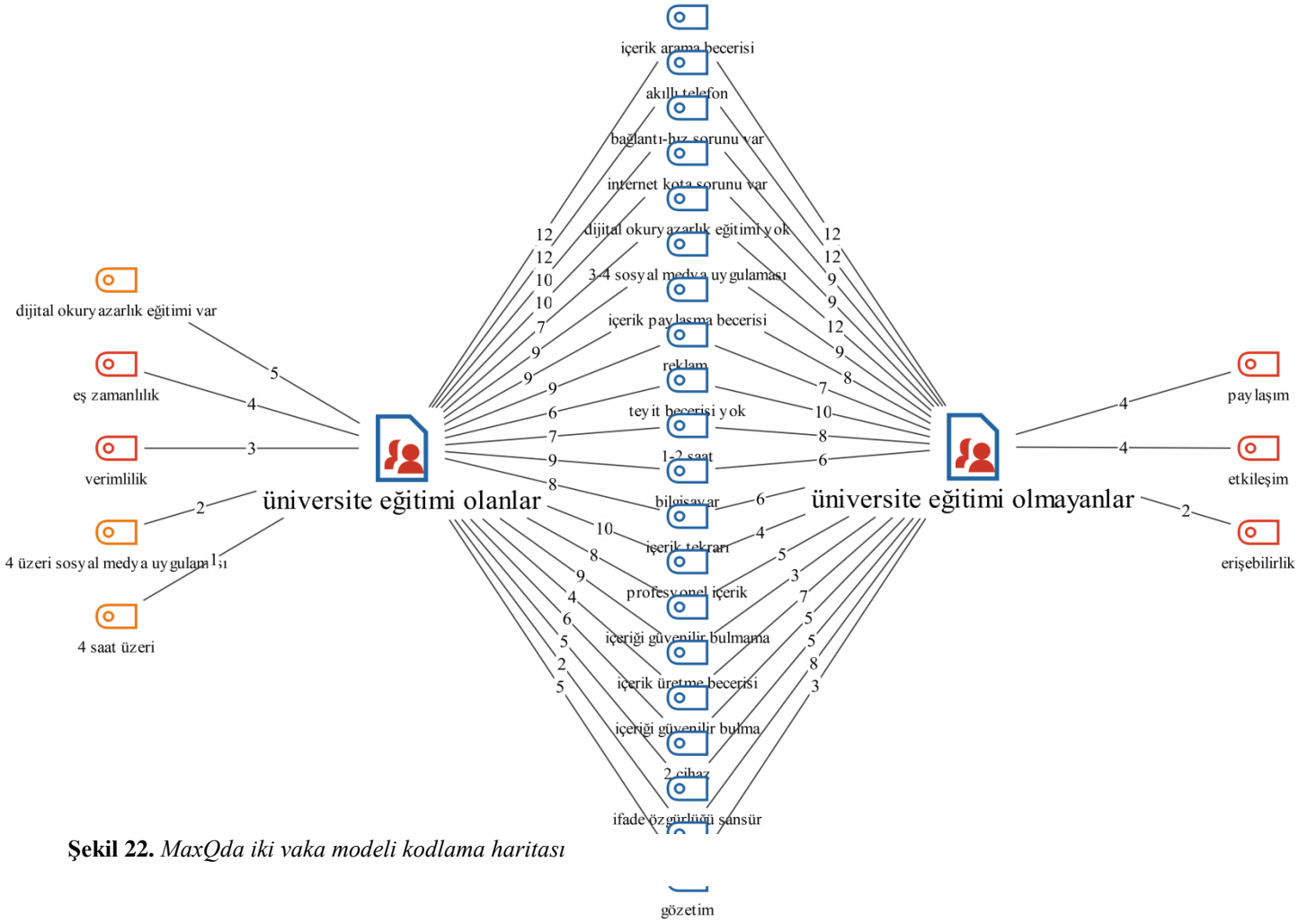
Katılımcıların genel anlamda sosyal medyayı haber odaklı kullanırken gizlilik endişesi yaşadığı düşünülebilir. Gözetim, kullanıcıların kişisel verilerinin toplanması ve izlenmesiyle ilgili gizlilik endişelerine yol açmaktadır. Kullanıcılar, özel yaşamlarının ve kişisel bilgilerinin izinsiz bir şekilde ele geçirileceğinden veya paylaşılacağından endişe duyabilirler. Özgürlük ve sansür korkusu ile kullanıcıların düşüncelerini ifade etmesi baskılanabilmektedir. Gözetim, kullanıcıların bazı içerikleri paylaşmaktan kaçınmasına veya farklı düşüncelere sahip olmaları durumunda kendilerini ifade etmekten çekinmelerine yol açabilir.

Sosyal medya ortamlarındaki gözetim, kullanıcıların davranışlarını ve tercihlerini anlamak ve yönlendirmek için kullanılabilir. Bu durumda özellikle haber davranışları manipülasyon ve algı yönetimine açık hale gelebilir.

Sosyal medyadaki ifade özgürlüğü sorunu, kullanıcıların haber içeriği üretmelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Katılımcıların bir kısmı bu sebeple içerik üretme ve paylaşma konusunda kendilerini sansüre ittiklerini belirtmiştir. Sosyal medyada ifade özgürlüğü sorunu, kullanıcıları içeriklerini paylaşırken daha temkinli davranmaya ve kendi düşüncelerini ifade etmekten kaçınmaya teşvik edebilir. Eğer kullanıcılar sosyal medyada ifade özgürlüğü kısıtlamaları nedeniyle özgün düşüncelerini veya haber içeriklerini paylaşmaktan kaçınırlarsa, bu, çevrimiçi ortamda özgün ve çeşitlilik sağlayan

haber içeriği eksikliğine de neden olabilir. Ifade özgürlüğü kısıtlamaları, sosyal medya platformlarının ve diğer etkileşimli mecraların içerikleri denetlemesi ve kullanıcıların davranışlarını anlamak ve yönlendirmek için kullanılması riskini artırabilir. Kullanıcılar, algoritmalar tarafından şekillendirilen içeriklerle karşılaşmaktan ve manipüle edilmekten endişe edebilirler.

Sonuç olarak, sosyal medyadaki ifade özgürlüğü sorunları, kullanıcıları haber içeriği üretme ve paylaşma konusunda çeşitli endişelerle karşı karşıya bırakabilir. Bu sorunlar, özgün içerik üretimini ve çeşitli haberlerin yayılmasını engelleyebilir, yanlış bilgilerin yayılmasına yol açabilir ve kullanıcıların dijital ortamda güvenli bir şekilde ifade etme haklarına zarar verebilir. Bu açıdan özellikle sosyal medyada bilgi-haber paylaşımı noktasında daha özgür ifade ortamının olduğu ülkelerle olmayan ülkeler arasında dijital eşitsizlikler artacaktır. Araştırmada derinlemesine görüşmeler sonucunda oluşturulan tüm kodlama ve temalar MaxQda programı ile oluşturulan aşağıdaki İki Vaka Modeli kodlama haritasında gösterilmektedir:



Şekil 22. MaxQda iki vaka modeli kodlama haritası

Tablo 24. *MaxQda tüm temalar ve verileri*

Kod Sistemi	üniversite eğitimi olmayanlar	üniversite eğitimi olanlar	TOPLAM
platform yapısı sorunları			0
ifade özgürlüğü sansür	5	5	10
içerik tekrarı	6	8	14
reklam	7	9	16
gözetim	3	5	8
maddi kaynaklar			0
bağlantı- hız sorunu yok	3	2	5
bağlantı- hız sorunu var	9	10	19
internet kota sorunu yok	3	2	5
internet kota sorunu var	9	10	19
içerik üreticisi			0
kullanıcı içeriği	8	2	10
profesyonel içerik	4	10	14
dijital okuryazarlık eğitimi			0
dijital okuryazarlık eğitimi yok	12	7	19
dijital okuryazarlık eğitimi var		5	5
kullanım			0
4 üzeri sosyal medya uygulaması		2	2
3-4 sosyal medya uygulaması	9	9	18
1-2 sosyal medya uygulaması	3	1	4
içeriği teyit becerisi			0
teyit becerisi yok	10	6	16
teyit becerisi var	2	6	8
haberi değerlendirme becerisi			0
içeriği güvenilir bulma	7	4	11
içeriği güvenilir bulmama	5	8	13
kullanım becerisi			0
içerik üretme becerisi	3	9	12
içerik paylaşma becerisi	8	9	17
içerik arama becerisi	12	12	24
sosyal ağ kullanım süresi			0
4 saat üzeri		1	1
3-4 saat	4	4	8
1-2 saat	8	7	15
fiziksel ve materyal erişimi			0
cihaz sayısı			0
3 cihaz	2	3	5
2 cihaz	5	6	11
1 cihaz	5	3	8
akıllı televizyon	3	3	6
bilgisayar	6	9	15
akıllı telefon	12	12	24
motivasyon			0
eş zamanlılık		4	4
verimlilik		3	3
dijital yerliler (teknolojiye yatkınlık)	1	3	4
paylaşım	4		4
erişebilirlik	2		2
etkileşim	4		4
kullanım kolaylığı	1	2	3
Σ TOPLAM	185	201	386

Yukarıdaki tablo 24'te analiz boyunca kodlanan tüm temaların katılımcılar tarafından ifade edilen toplam değerini göstermektedir. Araştırmada derinlemesine görüşmeler sonucunda oluşturulan tüm kodlama ve temalar MaxQda programında kod matris tarayıcısı ile oluşturulan toplam 386 kodlama yukarıdaki tabloda gösterilmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde dünya genelinde dijital teknolojiler, yeni iletişim araçları ve internet, ülke nüfuslarının büyük bir bölümünde yaygınlaşarak gelişim göstermektedir. Özellikle dijital yerliler olarak kavramlaştırılan genç kuşak için dijital teknolojilerin kullanımı azımsanmayacak düzeydedir. Son on yılda yapılan çalışmalarda da görüldüğü üzere, internet teknolojilerinin yaygın kullanıldığı toplumlarda dijital bölünme odağında motivasyon ve fiziksel erişim ayrımının giderek daraldığı incelenmektedir. Ülkemizde de bu durum genç kuşakta bu şekilde seyretmekte, genç kuşağın dijital teknolojilere fiziksel erişim oranı %95'in üzerinde seyretmektedir. Durumun böyle olması bireyler arası bölünmenin erişim ayağında bölünmenin azaldığını gösterse de farklı açılardan ortaya çıkan ve devam etmekte olan dijital bölünme türleri önemini korumaktadır.

Dijital teknoloji ve kaynaklara fiziksel erişimde bireyler arası dengenin sağlanmaya başlamasıyla dijital bölünme araştırmaları internet becerilerinin, kullanımının ve sonuçlarının belirleyicilerine odaklanmaya başlamıştır. İkinci seviye dijital bölünme olarak kavramlaştırılan bu durum, fiziksel erişim ayrımının kapanmasıyla ortadan kalkmamakta hatta tam tersi kaynakların artması, enformasyon ve stratejik beceriler konusunda daha başarılı olmayı gerektirdiğinden özellikle farklı kuşaklar ve farklı eğitim seviyesindeki bireyler arasında giderek artmaktadır. Tam bu noktadan hareketle çalışmada aynı yaş grubunda olan ancak farklı eğitim seviyelerinde olan katılımcıların sosyal medya kullanımına bağlı aralarındaki dijital bölünme incelenmiştir. Araştırmada eğitim düzeyinin baz alınması, dijital okuryazarlık anlamında katılımcılar arasındaki farklılıklara odaklanarak dijital bölünme ile ilişkilendirme amaçlanmıştır. Ayrıca yapılan çalışma katılımcıların enformasyon kaynağı olarak sosyal medya kullanımı ile sınırlandırılmıştır.

Özellikle internetin içine doğan dijital yerliler olan Z kuşağı için sosyal medya platformları bilgi ve enformasyona giden başlıca ağ geçitleri haline gelmiştir. Bununla birlikte, gençlerin yüksek sosyal medya kullanım sıklığı, mutlaka yüksek düzeyde dijital medya okuryazarlığı anlamına gelmemektedir. Özellikle sosyal medyada, haberler ve

diğer içeriklerde gezinmek yalnızca bir teknolojik ve eleştirel yeterlilik meselesi değil, aynı zamanda çeşitli iletişimsel ve katılımcı beceriler gerektiren sosyal bir pratik haline gelmektedir.

Katılımcıların haber odaklı sosyal medya kullanım motivasyonlarını incelemek üzere elde edilen verilerde her iki kategorideki katılımcıların *teknolojiye yatkınlık* ve *kullanım kolaylığı* temalarında ortak paydada buluştukları görülmektedir. Öte yandan üniversite eğitimi olmayan katılımcıların sosyal medyayı haber odaklı kullanma motivasyonları; sosyal medyada paylaşım, etkileşim ve erişebilirlik alt temaları ön plana çıkmıştır. Üniversite eğitimi olan katılımcıların ise sosyal medyanın *eş zamanlı olma* özelliği ve *kullanım verimliliği* alt temalarının motivasyonlarını şekillendirdiği görüşme verilerinden elde edilmiştir. Katılımcıların, çeşitli nedenlerle sosyal medyayı bilgi amaçlı kullanma konusunda yeterince motive olmuş olmaları ve ağ bağlantılı toplumda aktif katılımcılar olmaları doğuştan kullanım becerilerine sahip oldukları anlamına gelmemektedir. Dijital yerliler kavramı ile her ne kadar Z kuşağının dijital teknolojileri kullanmaya olan yatkınlığına vurgu yapılmış olursa da bu kavram dijital okuryazarlık becerilerine odaklanmak için dikkat dağıtıcı olabilir. Dijital yerliler diyerek genç kuşağın teknoloji kullanımı konusunda baştan avantajlı olduğunu kabul etmek birçok nedenle ortaya çıkabilecek dijital bölünme unsurlarının göz ardı edilmesine neden olabilir. Sosyal medya ortamlarında sıklıkla haber içeriklerine maruz kalmak ve etkileşim kurmak kullanıcıları bu anlamda eleştirel dijital medya okuryazarı yapmamaktadır.

Yapılan çalışma kapsamında katılımcıların haber odaklı sosyal medya kullanımları için fiziksel ve materyal erişimlerinin yeteri düzeyde olduğu, internet erişimi olan en az bir cihaza sahip olunduğu, çoğu katılımcının ise birden fazla internet bağlantısı olan cihaza sahip olduğu görülmüştür. Motivasyon ve fiziksel materyal erişim temalarında katılımcılar arasında belirgin bir dijital bölünmenin olmamasını belirtmiş olduğumuz gibi Z kuşağının yaygın bir şekilde sosyal medya ve dijital araçları kullanması kaynaklı olduğunu söyleyebiliriz. Ancak katılımcıların internet kullanım maliyetlerine vurgu yapması, erişimdeki kota ve bağlantı hızı sorunlarından bahsetmeleri de önemli bir noktadır. Bu aşamada maddi kaynaklar sebebiyle bireyler arası dijital bölünme oluşmaktadır. İnternet erişiminin yüksek maliyeti, dijital bölünmeyi artırabilir ve farklı gruplar arasında teknoloji kullanımı ve internete erişim açısından eşitsizliklere neden olabilir. İnternet hızı ve bağlanabilirliği, dijital kullanım düzeyini ve kaynaklara erişimi

belirlemede çok önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek hızlı internete eşit olmayan erişim, bireylerin dijital faaliyetlere tam olarak katılma yeteneklerini sınırlayarak ve temel hizmetlere, eğitime ve ekonomik fırsatlara erişimlerini engellemektedir. Katılımcı görüşmelerinde internet bağlantı hızı, internet kullanım kotası gibi konular hakkında katılımcıların çoğu, bu konunun sorunlu yanlarından bahsettiği ve sahip oldukları bu konudaki mevcut durumdan memnun olmadıklarını dile getirmişlerdir.

Katılımcıların sosyal medyada habere ulaşmalarında fiziksel erişimlerinin büyük çoğunlukla akıllı telefonlar ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medyadan haberleri takip etmek, hızlı, kişiselleştirilmiş ve etkileşimli bir haber deneyimi sunmaktadır. Kullanıcılar, bu şekilde güncel kalmak ve kendi haber alışkanlıklarını şekillendirmek konusunda daha fazla kontrol sahibi olabildikleri için bu durumdan memnundurlar. Ancak, akıllı telefon kullanımının haberlere ulaşmada rolü, çeşitli dijital bölünmeleri etkileyebilir. Erişim ve altyapı farklılıkları, teknolojik okuryazarlık seviyelerindeki farklılıklar, haber uygulamaları, güvenilir haber kaynakları ve bilgi doğrulama araçlarının etkili bir şekilde kullanılmasını zorlaştırabilir.

Katılımcı grupları arasında dijital beceriler ve dijital okuryazarlık bulguları değerlendirildiğinde, üniversite eğitimi olanlar ve olmayanlar arasında haberi arama ve paylaşma becerisi temasında belirgin bir fark gözükmemektedir. Sosyal medyada haber içeriğini arama becerisi alt temasında her iki farklı kategorideki katılımcıların tamamı içerik arama becerilerinin yeterli olduğunu düşünmektedir. İçerik paylaşma temasında belirgin bir fark yokken içerik üretme becerisi üniversite eğitimi olan katılımcı grubunda daha fazla kodlanmıştır. Sosyal medyanın, kitlesel kullanımlarıyla karakterize edilmesi, içerik oluşturmaya izin vermesi ve yalnızca pasif olarak tüketilmeyip, kitle iletişim araçları hakkında resmi bilgisi olmayan kişilerin bilgi üretmesini mümkün kılması gibi özellikleri oldukça önemlidir. Sosyal medyada enformasyonla ilgili içerik üreten kişiler, üretmeyenlere göre dijital bölünme açısından çeşitli avantajlara sahip olabilirler. Enformasyonla ilgili içerik üreten kişiler, belirli konularda uzmanlık kazanabilirler. Enformasyonla ilgili içerik üreten kişiler ile üretmeyenler arasında bilgiye erişim, toplumsal etkileşim ve profesyonel fırsatlar konusunda belirgin uçurumlar oluşabilir.

Katılımcıların sosyal medyada haber içeriğini arama ve paylaşma noktalarında kayda değer farklılıklarının olmaması doğru bilginin seçilip, değerlendirilmesi aşamasında da eşit düzeyde olduklarını göstermemektedir. Kullanıcılar tarafından

oluşturulan bilgiler, kişisel verilerin paylaşılmasının sonuçları hakkında bilgi sahibi olmayı ve dijital parmak izini dikkate alarak bilgi üretmeyi gerektirir, çünkü bu bilgiler sosyal medya platformları tarafından kullanılır ve bu nedenle kullanıcılar hangi içeriği paylaşacağını değerlendirmelidir. Bu da önemli ölçüde dijital becerilere sahip okuryazar olmayı gerektirmektedir.

Sosyal medya platformlarında sürekli bir bilgi akışı vardır ve bu da kullanıcıların aşırı bilgi yüklenmesine yol açabilir. Haber bombardımanı, kullanıcıların önemli haberleri takip etmesini veya gerçek haberleri sahte haberlerden ayırt etmesini zorlaştırabilir. Bu durum, haber tüketiminde yorgunluk, dikkat eksikliği ve bilgi yetersizliği gibi sorunlara neden olabilir. Bununla birlikte, sosyal medyada bilgi aşırı yüklenmesi konusu genellikle bilgi çağı, bilgi fazlalığı veya bilgi bombardımanı olarak adlandırılan bir fenomeni ifade etmektedir. Sosyal medyada bilgi kirliliği, günümüz dijital çağında sosyal medyanın hızla yayılması ve bilgiye kolay erişim imkanı sunması sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Sosyal medya platformları, kullanıcıların sürekli bir bilgi akışına maruz kaldığı, çeşitli içeriklerin yoğun bir şekilde sunulduğu bir ortam sağlar. Sosyal medya platformları, çeşitli kaynaklardan gelen bilgileri bir araya getirir ve karmaşık bir bilgi çeşitliliği sağlar. Bu durum, kullanıcıların doğru bilgiyi filtrelemesini ve güvenilir kaynakları belirlemesini zorlaştırabilir. Kullanıcılar, yanlış veya güvensiz kaynaklardan gelen bilgilerle karşılaşabilir ve yanlış yönlendirilebilirler. Bu anlamda, sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanırken doğru içerikle sahte içerikleri ayırt edebilme becerisi, içeriğin doğru kaynağına ulaşma başarısı ve teyit becerisi gerekmektedir. Bu konuda yapılan araştırma sonucunda eğitim seviyesi yüksek olan katılımcıların düşük eğitim seviyesindeki katılımcılara oranla daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Haber içeriklerinin teyit becerisi olması, sosyal medya kullanıcılarının haberleri doğrulama ve sahte haberleri ayırt etme becerilerini içerir. Bu beceriye sahip kullanıcılar, haberlerin doğruluğunu sorgulama ve güvenilir kaynaklar tarafından doğrulanmış haberlere odaklanma eğilimindedir. Böylece, yanlış bilgi ve sahte haberlerin yayılmasını engellemeye daha yatkın olurlar. Ancak, kullanıcıların bu beceriye sahip olmaması, dijital bölünmeyi derinleştirebilir. Bazı kullanıcı grupları, doğru ve güvenilir haberleri ayırt etmekte zorlanabilirler ve sahte haberlerin etkisine daha fazla maruz kalabilirler. Bu durum, haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda bilinçsizce hareket eden kullanıcıların manipülatif içeriklere daha açık hale gelmesine

neden olabilir. Dijital bölünme, sosyal medya kullanıcılarının bilgiye erişim ve değerlendirme becerilerindeki farklılıkların yanı sıra, güvenilir haber içeriği üretme konusundaki yeteneklerde de görülebilir. Bilgiye erişimdeki eşitsizlikler ve dijital beceri eksiklikleri, haber içeriklerinin kalitesi ve güvenilirliği üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Sonuç olarak, sosyal medyada haber içeriklerinin teyit becerisi olması veya olmaması, dijital bölünmeyi etkileyen önemli bir faktördür. Dijital bölünmeyi azaltmak için, toplumda dijital okuryazarlığı ve bilgi doğrulama becerilerini geliştirmeye yönelik çabaların artırılması ve bilgiye erişimdeki eşitsizliklerin azaltılması önemlidir. Bu şekilde, daha güvenilir ve doğru haber içeriği tüketen bir toplum oluşturmak mümkün olabilir.

Katılımcıların sosyal medya haber içeriklerini güvenilir bulması ve eğitim seviyeleri karşılaştırıldığında, üniversite eğitimi olan katılımcıların olmayanlara göre sosyal medyadaki haber içeriklerini güvenilir bulmama noktasında daha fazla sayıda olduğu söylenebilir. Eğitim seviyesi düşük katılımcıların diğerlerine oranla içerikleri güvenilir bulması, sosyal ağlarda eleştirel okuryazar olma konusunda yetersizliğin olduğuna vurgu yapabilir. Sosyal ağların eleştirel okuması, habere ulaşılan sayfanın güvenilir olup olmadığını analiz edebilmeyi, bakış açısını incelemeyi, hangi tarz bilgilerin ön plana çıkarılıp sunulduğuna dikkat etmeyi, içeriğin ve sayfanın genelinin vurgusunu anlamayı içermektedir. Tüm bu önemli noktaların göz ardı edildiği durumlarda bireyler arası bilgilenme farkları oluşmakta ve dijital bölünme ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya platformlarının yapısı ve dijital bölünme arasında da önemli bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarının yapısı, bireylerin erişimine, etkileşimine ve bilgiye ulaşımına, değerlendirilmesine farklı etkilerde bulunmaktadır. Araştırmada katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda sosyal medya ortamlarında habere ulaşma, haberi paylaşma ve değerlendirme aşamalarında yaşadıkları sorunlardan bahsederek *gözetim, ifade özgürlüğü ve sansür, içerik tekrarı ve reklam* alt temalarının incelenmesini gerekli kılmışlardır. İnceleme sonucunda öncelikle sosyal medyada çok fazla reklamın haber içeriklerine ulaşırken varlığı, dijital bölünmeye neden olabildiği ve kullanıcıların haberlerle reklamları karıştırmasına, önemli haberleri kaçırmalarına, haber kaynaklarının görünürlüğünün etkilenmesine ve haber erişiminde eşitsizliğe yol açtığı düşünülmektedir. Bu nedenle, reklamların denge ve şeffaflık içinde sunulduğu bir sosyal medya deneyimi teşvik edilmelidir.

Diğer bir önemli faktör, sosyal medya platformlarının kullanıcı etkileşimlerini şekillendiren algoritmalarıdır. Bu algoritmalar, kullanıcılara sunulan içerikleri ve etkileşimleri belirlerken, kullanıcıları belirli gruplara veya içerik türlerine yönlendirebilir. Dijital bölünme, bu algoritmaların bireylere farklı içerikleri sunma ve farklı kullanıcı deneyimleri yaşatma eğiliminden kaynaklanan bir ayrışmayı ifade edebilir. Örneğin, belirli bir demografik gruba veya bölgeye odaklanan içerikler, diğer gruplara veya bölgelere göre daha fazla görüntülenebilir, böylelikle farklı kullanıcıların ilgi alanları ve deneyimleri arasında uçurumlar oluşabilir. Sosyal medya algoritmalarının haber arama sürecini kişiselleştirerek içerikleri kullanıcının ilgi ve ihtiyaçlarına uygun hale getirmesi, kullanıcı deneyimini artırmayı amaçlar. Ancak, bu algoritmaların kişiselleştirme etkisi, kullanıcıları farklı dünya görüşleri ve haberlerle sınırlayabilir ve "filtre balonu" olarak adlandırılan duruma yol açabilir. Bu nedenle, haber arama sürecinde birden fazla kaynaktan haberleri takip etmek ve çeşitli perspektifleri değerlendirmek önemlidir. Filtre balonu, kullanıcıların farklı bakış açılarından ve haber kaynaklarından izole olmasına neden olarak dijital bölünmeyi pekiştirebilir. Kullanıcılar, sadece kendi düşüncelerini yansıtan içeriklerle sınırlı kalabilirler. Dijital bölünme, filtre balonu etkisini artırabilir. Dezavantajlı gruplar, yüksek maliyetli veya yavaş internet erişimine sahip oldukları için kişiselleştirilmiş içerik sunma algoritmalarının etkisinden daha fazla etkilenemezler. Böylece, dijital içeriğe erişimdeki eşitsizlik daha da belirgin hale gelebilir. Sonuç olarak, filtre balonu ve dijital bölünme arasında karşılıklı bir ilişki vardır ve bu iki kavram birbirini güçlendirebilir. Dijital bölünme, filtre balonu etkisini artırarak farklı gruplar arasında bilgi çeşitliliğini ve dijital içeriğe erişimi olumsuz yönde etkilemektedir. Aynı haber çerçevesine tekrar tekrar maruz kalmak, pekiştirici çerçeveleme etkilerine yol açabilir. Potansiyel olarak, olayları okuyucunun bakış açısına yakın bir perspektifte çerçeveleyen haberleri destekleyen algoritmalar, daha kutuplaşmış bir topluma yol açacaktır. Güncel olaylarla ilgili sistematik bilgi boşlukları ile ilgili olarak, haberlerin kişiselleştirilmesi sosyal sıralamaya katkıda bulunabilir. Algoritmalar, kullanıcıların ilgi duyduğu varsayılan yalnızca küçük bir dizi konuyu kapsayan haberleri tercih edecek şekilde programlanırsa, kullanıcılar toplum için önemli olan diğer pek çok konudaki bilgilere maruz kalmayacaklardır. Haberlere ve siyasete ilgi, yüksek öğrenim ve daha yüksek sosyal ekonomik statü ile ilişkili olduğundan bu durum bölünmüş bir yurttaşlığa yol açabilir.

Katılımcıların haber odaklı sosyal medyayı kullanma davranışlarında bir diğer sorun olarak bahsettikleri konu ise sosyal medya platformlarındaki ifade özgürlüğü ve gözetim sorunu konuları olmuştur. Katılımcılar özellikle haber paylaşım ve haber içeriği üretim aşamalarında herkese açık içerikleri paylaşırken yeteri kadar özgür hissetmediklerini dile getirmişlerdir. Gözetim ve veri ihlali, bireyleri çevrimiçi dünyadan uzaklaştırabilir ve dijital platformlara olan katılımı azaltabilir. Özellikle daha savunmasız gruplar, kişisel bilgilerinin güvenliği konusundaki endişeler nedeniyle dijital dünyada daha az aktif olabilirler. Bu gibi endişelerle bireyler arası sosyal medya ortamlarına katılım farklılıkları dijital bölünmeyi derinleştirmektedir.

Sonuç olarak, araştırma kapsamında değerlendirilen derinlemesine görüşme bulguları doğrultusunda, araştırmaya katılan katılımcılar arasında eğitim seviyesinin özellikle dijital okuryazarlık becerilerinde farklılıklara neden olduğu ve bireyler arası dijital bölünmenin oluşabileceği sonucuna varılmıştır.

Öneriler

- Dünyadaki genel dijital bölünme çalışmaları, farklı ülkeleri ve kıtaları kapsayacak şekilde geniş bir perspektife sahiptir. Bu çalışmalar, farklı kültürel, sosyal ve ekonomik bağlamları ele alarak uluslararası karşılaştırmalar yapma imkanı sunar. Türkiye'deki çalışmalar ise genellikle Türkiye'nin kendi iç dinamiklerine odaklanır ve Türkiye'deki dijital bölünmeyi daha spesifik bir şekilde analiz etmektedir. Özellikle birinci düzey dijital bölünme çalışmalarının yapıldığı ülkemizde, literatürde ikinci seviye dijital bölünme konusunda büyük bir eksiklik gözlemlenmiştir. Fiziksel ve materyal erişim ile ilgili daha çok anket araştırmalarının yapılması dijital bölünme konusuna çok yüzeysel yaklaşılmamasına neden olmaktadır. Bu sebeple daha fazla bireylerin kullanım becerilerine ve ağ yapılarına odaklanan dijital eşitsizlik araştırmaları yapılmalıdır.
- Dünya genelindeki çalışmalar genellikle ulusal düzeydeki büyük anket verilerine dayanır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde Pew Research Center tarafından yürütülen anketler gibi. Türkiye'deki çalışmalarda ise genellikle Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verileri veya diğer yerel araştırma kurumlarından elde edilen veriler kullanılmaktadır. Bu durum araştırmaların yüzeysel kalmasına ve aynı şekilde tek bir açıdan ele alınmasına neden

olmaktadır. Bu açıdan araştırmalarda anket kullanılarak nicel veri toplanması planlanıyorsa bölgeler, cinsiyet, yaş, eğitim, kültür gibi değişkenler ele alınarak geniş kapsamlı karşılaştırma meta analizler yapılmalıdır.

- Dünyadaki alışmalar genellikle dijital bölünmeyi azaltmaya yönelik politika nerileri sunmaktadır. Bu politika nerileri, dijital eğitim programları, internet erişimini yaygınlaştırma projeleri, dijital becerilerin geliştirilmesi için destek programları gibi çeşitli alanlara odaklanabilir. Türkiye'deki çalışmalarda da benzer Şekilde zm nerileri sunulur, ancak çözüm önerilerinin hayata geçirilmesi noktasında daha istikrarlı kararlar alınmalıdır. Dijital okuryazarlık eğitiminin ilköğretim seviyesinden itibaren zorunlu olarak verilmesi dijital bölünmenin önlenmesi açısından oldukça önemlidir. Dijital becerilere sahip olmayan veya dijital teknolojileri etkin bir Şekilde kullanamayan gruplar belirlenmeli ve dijital eğitim programları ve politikaları geliştirilmelidir.
- Dijital bölünme çalışmaları, internet erişimi ve altyapıya odaklanmalıdır. Düşük gelirli veya kırsal bölgelerde yaşayan insanlar arasındaki internet erişim eşitliği, çeşitli faktörlerle incelenmeli ve çözümler aranmalıdır. Özellikle yüksek maliyetli internet erişimi ve yavaş internet bağlantısı gibi engellerin nedenleri ve etkileri üzerinde çalışılmalıdır.
- Dijital bölünme çalışmaları, farklı toplum ve kültürler arasındaki dijital eşitliğlikleri ele almalıdır. Farklı toplumlardaki dijital kullanım alışkanlıkları, dijital içeriklere erişim ve dijital platformlardaki katılım konusunda araştırmalar yapılmalıdır.
- Dijital bölünme çalışmaları, kişisel verilerin korunması ve veri güvenliği konularına odaklanmalıdır. Kullanıcıların veri gizliliği endişeleri ve dijital platformlar tarafından toplanan verilerin nasıl kullanıldığı konusunda Şeffaflık, araştırma konusu olmalıdır.
- Dijital bölünme çalışmaları, dijital platformlardaki ifade özgürlüğü ve sansür konusunu ele almalıdır. Kullanıcıların dijital içerik üretimi ve yayını sırasında karşılaştığı kısıtlamalar ve sansür mekanizmaları araştırılmalıdır.
- Dijital bölünme çalışmaları, dijital teknolojilerdeki hızlı değişime ve yeni trendlere adapte olmalıdır. Yapay zeka, nesnelerin interneti, blok zinciri gibi yeni teknolojilerin dijital bölünmeye etkileri üzerinde araştırmalar yapılmalıdır.

- Toplumsal cinsiyet temelli dijital bölünme ve çevrimiçi cinsiyet eşitsizliği daha fazla incelenmelidir. Toplumsal cinsiyet perspektifiyle dijital bölünmenin boyutları ve etkileri üzerine araştırmalar önemlidir.
- Dijital bölünme çalışmalarında, veri toplama yöntemleri ve analiz teknikleri daha sağlam bir temele oturtulmalıdır. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin daha iyi bir şekilde birleştirilmesi gereklidir.
- Dijital bölünme çalışmaları, çözüm odaklı ve politika önerileri sunan araştırmaları içermelidir. Dijital bölünmeyi azaltmaya yönelik somut adımların belirlenmesi önemlidir.

Sonuç olarak, dijital bölünme çalışmalarının daha geniş kapsamlı ve çok boyutlu olması gerekmektedir. Bu çalışmalar, dijital eşitsizlikleri anlamak, azaltmak ve farklı toplumsal gruplar arasında daha adil ve kapsayıcı bir dijital ortamın oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla çeşitli konulara yoğunlaşmalıdır. Ayrıca, literatürdeki eksikliklerin belirlenmesi ve bu eksikliklerin giderilmesi, dijital bölünme araştırmalarının daha etkili ve bilgilendirici olmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abbate, J. (2011). İnternetin Popülerleşmesi, D. Crowley ve P. Heyer (Editörler), *İletişim Tarihi Teknoloji Kültür Toplum İçinde* (s. 472- 479). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Acquisti, A., ve Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook, içinde, G. Danezis ve P. Golle (Eds.), *Privacy enhancing technologies* (ss. 36-58). Springer Berlin Heidelberg.
- Adorno, Theodor W. Ve Horkheimer, M. (2014), Aydınlanmanın Diyalektiği İstanbul: Kabalcı Yayınları, (Çev. Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan).
- Agca, Ö. (2017). Castells ve Ağ Toplumunu- Ağ Toplumunun Yükselişi, Atılım Üniversitesi.
- Ahmed, A. (2015). A study on human capital index in closing the digital divide and raising e-government performance in middle east countries. Ankara: Çankaya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Akyazı, A. (2007). Bilgi toplumunda dijital bölünme ve yeni medya kavramının dijital bölünmeye etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alevizou, P. (2005). *Roving Reporter*. Education, *Communication & Information*, 5(1), 83-90.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Altman, I. (1976). Privacy: A conceptual analysis. *Environment and Behavior*, 8(8), 7-29.
- Arklan, Ü. Ve Taşdemir, E. (2008). Bilgi Toplumu ve İletişim: Bilginin Yayılması Sürecinde Kitle İletişim Araçları ve İnternet, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5 (3), 67-80.
- Artut, S. (2014). Teknoloji -İnsan Birlikteliği. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Baki, A ve Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (42) 1-21.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.
- Baloğlu, A. (2015). Sosyal Medya Madenciliği. İstanbul: Beta Yayınları.

- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev: O. Adanır), 6. Basım, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Bell, D. (1976). The Coming of the Post-Industrial Society, *The Educational Forum*, 40:4, 574-579.
- Bourne, K.A., Boland, S.C., Arnold, G.C. (2020). Reading the news on Twitter: Source and item memory for social media in younger and older adults. *Cogn. Research* 5, 11. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-0209-9>
- Boyd, D. (2008). Facebook's privacy train wreck. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14, 13–20.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Boyd, D., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Bozkurt, A. (2014). Ağ Toplumu ve Bilgi, *Türk Kütüphaneciliği* 28, 4 (2014), 510-525.
- Canlıoğlu, G. (2008). Değişen Toplum Yapılarında Bilginin Değişen Konumu. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Canpolat, E. (2012). Teknolojik Belirlenimcilikte Bir Uğrak: Computopia. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(17), 43-62.
- Carr C.T., Hayes R.A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atl. J. Commun.* 23: 46–65.
- Castells, M. (2002). *The Internet Galaxy Reflections on the Internet, Business, and Society*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür Birinci Cilt: Ağ Toplununun Yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür Birinci Cilt: Ağ Toplununun Yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Chan, Y. (2000). Privacy in the family: Its hierarchical and asymmetric nature. *Journal of Comparative Family Studies*, 31(1), 1–17.
- Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. (Çev: B. Taşdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Chen, D.V., Wu, J., & Wang, Y. (2011). Unpacking New Media Literacy. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9, 84-88.
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 0(0).
- Comor, E. (2001). Harold Innis And 'The Bias Of Communication', *Information, Communication & Society*, 4:2, 274-294.
- Curran, J. vd. (2016). *Misunderstanding the Internet*, Second Edition, New York: Routledge.
- Çakır, M. (Ed.). (2018). *Bilgi Toplumu Tartışmaları*, İstanbul: Pales Yayınları.
- Dahlgren, P. M. (2021). A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure. *Nordicom Review*, 42(1), 15–33. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0002>
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn A. ve Hughes B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 83–108.
- Dereli, A. B. (2023). MAXQDA: Yaratıcı Veri Analizi Üzerine Notlar. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 149-152. <https://doi.org/10.53495/e-kiad.1319405>.
- Deursen, A. vd. (2017). The Compoundness and Sequentiality of Digital Inequality, *International Journal of Communication* 11(2017), 452–473.
- Dijk, J. (2005). *The Deepening Divide*. California: Sage Publications.
- Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (Çev: Özlem Sakin). E-Kitap, 1. Baskı, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu*. (Çev: Özlem Sakin). İstanbul: Kafka Yayınları.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. *Social inequality*, 355-400.

- Dingli, A., ve Seychell, D. (2015). The new digital natives: Cutting the chord. Berlin: Springer.
- Donohue, George A., Phillip J. T., and Clarice, N. O. (1975, Jan). Mass Media and The Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered. *Communication Research*, 2(1), 3-23.
- Durdağ, B. (2017). Toplumsal Değişim Sürecinde İletişim ve Teknoloji: Erken Dönem İletişim Kuramlarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 269-287 .
- Dülger, Ü. (2016). Büyük Veri Nedir?. Yeni Türkiye, Sayı: 89.
- Ecker, U. K. H., Hogan, J. L. , & Lewandowsky, S. (2017). Reminders and Repetition of Misinformation: Helping or Hindering Its Retraction?, *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2), 185-192. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.01.014>.
- Edie, J. M. (1962). (Ed.). What is phenomenology? Chicago: Quadrangle Books, Inc.
- Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim, Ling, R. (2018). Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, 6:2, 137-153, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Ellison, N. B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325-344.
- Erdoğan, E., Semerci, P., Kafalı, B. & Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan, İ. Ve Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, 3. Baskı, Ankara: Erk Yayınevi.
- Ergen, Y. (2018). Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme, *Yeni Düşünceler*, 2018; 10: 53-64.
- Erkan, H. (2004). *Ekonomi Sosyolojisi*, İzmir: Fakülteler Kitabevi.
- Erkan, H. Ve Erkan, C. (2008). Bilgi Bazlı Yenilikçi Gelişme Stratejisi Bağlamında Türkiye'nin Kurumsal Dönüşüm İhtiyacı, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, (3), 53-66.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0, *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1(2); 58-65.

- Eveland, W. P., D. A. Scheufele. (2000) "Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation". *Political Communication*, 17(3), 215–237.
- Eyüboğlu, E. & Kodak, D. (2023). İnfodemi ve Dijital Kamusal Alan: Afet Dönemi Özelinde Bir Araştırma . *TRT Akademi* , 8 (18) , 528-551 . DOI: 10.37679/trta.1277312.
- Ferkiss, V. (1979). Daniel Bell's Concept Of Post-İndustrial Society: Theory, Myth And İdeology , *The Political Science Reviewer IX*, 61-102.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Are news audiences increasingly fragmented? A cross-national comparative analysis of cross-platform news audience fragmentation and duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476–498. <https://doi.org/10.1111/jcom.12315>
- Fox, A. K. ve Royne, M. B. (2018). Private information in an social world: Assessing consumers' fear and understanding of social media privacy. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1): 72-89.
- Fuchs, C. (2014). Social Media: A Critical Introduction. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Furuncu, D. (2018). Haber Üretim Pratikleri Bağlamında Veri Gazeteciliği: Türkiye'deki Gazetecilerin Veri Gazeteciliğine Yaklaşımı. Maltepe Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Genova, B., & Greenberg, B.S. (1979). Interests in News and the Knowledge Gap. *Public Opinion Quarterly*, 43, 79-91.
- Giddens, A. (2012). Modernliğin Sonuçları. 5. Baskı. (Çev: Ersin Kuşdil), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gilster, P. (1997). Dijital literacy. New York: Wiley Computer Publishing.
- Giuffre, K. (2013). Communities and Networks, USA: Polity Press.
- Göker, A. (2014). Bilim ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin 'Enformasyon Toplumu' Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi. *Mülkiye Dergisi* , 25 (230) , 27-66.
- Graham, M., & Dutton, W. H. (Ed.). (2019). Society and the Internet: How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives (İkinci Basım). Oxford University Press.
- Grimmelmann, J. (2009). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94(4), 1137-1206.

- Gross, R. ve Acquisti, A. (2005). *Information revelation and privacy, içinde, Online social networks*. Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society, New York, NY: ACM, 71–80.
- Gündüz, M. ve Daş, R. (2018). Nesnelerin interneti: Gelişimi, bileşenleri ve uygulama alanları, *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(2), 327-335.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürcan, H.İ. (1998). Sanal Gazete ve Gazetecilik. *Kurgu Dergisi* S: 15, 143-153.
- Güz, N ve Yanık, H. (2017). Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya, *Gazi Üniversitesi Yeni Medya Dergisi Sayı: 2*
- Heidegger, M. (1977). *The Question Concerning Technology And Other Essays*. New York: Harper & Row, Publishers, Inc.
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520.
- Hiremath, B. K. ve Kenchakkanavar, A. Y. (2009). An alteration of the Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0: A comparative study. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 2(4), 705-710.
- Hladík, R, Štětka, V (2015). The Powers That Tweet: Social Media As News Sources İn The Czech. Republic. Journalism Studies. [Http://Dx.Doi.Org/10.1080/1461670x.2015.1046995](http://Dx.Doi.Org/10.1080/1461670x.2015.1046995).
- Howard, P. (2011). *Castells and Media*. USA: Politiy Press.
- Hoy, M. G. ve Milne, G. (2010). Gender differences in privacy related measures for young adult Facebook users. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 28-45.
- Humphreys, L., Gill, P. ve Krishnamurthy, B. (2010). How much is too much? Privacy issues on Twitter. *Proceedings of the Conference of International Communication Association*, Singapore: ICA, 1-29.
- Husserl, E. (1960). *Cartesian meditations: An introduction to phenomenology*. D. Cairns (Trans.). Martinus Nijhoff.
- Husserl, E. (1931). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*, New York: The Macmillan Co.

- Husserl, E. (2000). Ideas II: Studies In The Phenomenology Of Constitution, Dordrecht&Boston&London: Martinus Nijhoff Publishers.
- Husserl, E. (2003). Fenomenoloji Üzerine Beş Ders. (Çev. H. Tepe), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hüsnuoğlu, N. (2016). Uluslararası dijital bölünmeyi etkileyen faktörler: Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için bir uygulama. Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Innis, H. (2006). İmparatorluk ve İletişim araçları, (Çev: N. Törenli). 1. Baskı, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Jeong, Y. ve Coyle, E. (2014). What are you worrying about on Facebook and Twitter? An empirical investigation of young social network site users' privacy perceptions and behaviors. *Journal of Interactive Advertising*, 14(2), 51-59.
- Johnson, B.ve Christensen, L. (2008). Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches. New York: Sage.
- Johnston, N. (2020) The shift towards digital literacy in Australian university libraries: Developing a digital literacy framework. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 69(1), 93-101.
- Jones, R. H., ve Hafner, C. A. (2012). *Understanding digital literacies*. London and New York: Routledge.
- Jupp, V. (2006). The SAGE Dictionary of Social Research Methods. SAGE. <https://doi.org/10.4135/9780857020116>.
- Kamiloğlu, F. ve Yurttaş Ö. (2014). Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (21), 129-150.
- Kapan, K. ve Üncel, R. (2020). Gelişen web teknolojilerinin (Web 1.0-Web 2.0-Web 3.0) Türkiye turizmine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, N. vd, (2004). Network Theory And Small Groups, *Small Group Research*, Sage Publications, Vol. 35 No. 3, June 2004 307-332.

- Kelly, K. (2010). *What Technology Wants*. New York: Penguin Group.
- Kendirli S. (2006). Portföy Yönetiminde Kaos Teoremi, *Journal of İstanbul Kültür University*, pp:171-180.
- Kıyan, Z., (2018). Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye’deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (1), 32-52.
- Kranzberg, M. (1986). Technology and History: "Kranzberg's Laws". *Technology and Culture*, Vol. 27, No. 3, pp. 544-560.
- Kuh, Z. (2019). Sağlık hizmetleri kullanımında dijital bölünme üzerine bir araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuhn, T. (2017), *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. (Çev. Nilüfer Kuyaş), 9. Basım, İstanbul: KırmızıYayımları.
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2). /10.1177, <https://doi.org/2056305115610141>.
- Lassila, O. ve Hendler, J. (2007). Embracing “Web 3.0”. *IEEE Internet Computing*, 11(3), 90-93.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>.
- Lind, F. & Boomgaarden, H. (2019). What we do and don’t know: a meta-analysis of the knowledge gap hypothesis, *Annals of the International Communication Association*, 43:3, 210-224, DOI: 10.1080/23808985.2019.1614475.
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media and Society*, SAGE Publications Ltd; First Edition.
- Liubiniene, V. & Thunqvist, D. (2015). Media literacy and digital divide: a cross-cultural case study of Sweden and Lithuania, *Creativity Studies*, 8:2, 134-148.
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2008). Converging traditions of research on media and information literacies: Disciplinary, critical, and methodological issues. *Learning, Media and Technology*, 33(2), 169-181.
- Lowery, S. & DeFleur, M. (1995). *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, 3. Baskı, USA: Longman Publishers.

- Lui, Q., Yao, M. Z., Yang, M ve Tu, C. (2017). Predicting users' privacy boundary management strategies on Facebook. *Chinese Journal of Communication*, 10(3): 1-17.
- Mackay, H. (2017). Social media analytics: Implications for journalism and democracy. *Journal of Information Ethics* 26(1):34-48.
- Marcuse, H. (1990). *Tek Boyutlu İnsan İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler*. (Çev: Aziz Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Marsal-Llacuna, ML. (2018). Future living framework: Is blockchain the next enabling network?, *Technological Forecasting & Social Change* ,128, 226–234.
- Martin, A. ve Grudziecki, J. (2016). DigEuLit: Concepts and tools for digital literacy development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, 5(4): 249-267.
- Masuda, Y. (1983). *The Information Society as Post- Industrial Society*. USA: World Future Society.
- Mattick, K., & Johnston, J., & de la Croix, A. (2018). How to write a good research question. *The clinical teacher*, 15(2), 104–108. <https://doi.org/10.1111/tct.12776>.
- Demirci, N. M. – K., Mercan, N., Oyur, E., Demirci, K., Vd. (2013). Alvin Toffler'a Göre Bilgi Çağının Yeni Paradigması: Kaos Teorisi. *Bilgi Ekonomisi Ve Yönetimi Dergisi*, 8(1), 115-127.
- Mesthene, E. G., (1971). *Technological Change-Its Impact on Man and Society*, Massachusetts: Harvard University Press.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu*. (Çev: G. Güven). 3. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M. ve Fiore, Q. *Yaradığımız Medya*, Çev. Ünsal Oskay, 1. Basım, İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayıncılık: 2005.
- MCLUhan, M. Ve Powers, B. (2001). *Global Köy 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. (Çev: B. Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.
- McLuhan, M. (2001). *Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu*. (Çev: G. Güven). 1. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Meyers, E. M., Erickson, I. ve Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: An introduction. *Learning, Media and Technology*, 38(4): 355-367.

- Miller, T. (Ed.). (2003). *Television: Critical Concepts in Media and Cultural Studies Volume 2*. USA and Canada: Routledge.
- Milne, G. R. ve Culnan, M. J. (2004). Strategies for reducing online privacy risks: Why consumers read (or don't read) online privacy notices. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 15–29.
- Moran, D. (2000). *Introduction to phenomenology*. Routledge.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Sage Publications.
- Nath, H. (2017). The Information Society. India, *Space and Culture*, 4:3.
- Nielsen, R. K., & Schroder, K. C. (2014). The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news: An eight-country cross-media comparison. *Digital Journalism*, 2(4), 472-489. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.872420>.
- O'Reilly. T. (2007). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, *Communications & Strategies*, no. 65.
- Oruç, M. (2020). İletişim Araçları, Siyaset ve Toplumsal Değişim: Harol A. Innis'in Teorik Mirası Üzerinden Bir İnceleme, *İnsan Ve Toplum*, 11(1), 1-29.
- Palen, L. ve Dourish, P. (2003). Unpacking “privacy” for a networked world. *Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems*, 5(1), 129–136.
- Pangrazio, L. (2016). Reconceptualising critical digital literacy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 37(2): 163-174.
- Patel, K. (2013). Incremental journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to recent Web 5.0 - a survey paper. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(10), 410-417.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. Penguin Books.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Parlak, Z. (2004). Sanayi Ötesi Toplum Teorilerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2: 95-125.
- Patriani, I. (2023). Network Society: Digital Empowerment Or Disempowerment, *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan Vol. 17, No. 1*.

- Pennycook, G., Bear, A., Evan T. Collins, Rand, G. (2020). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings. *Management Science* 66(11):4944-4957. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Phelps, J., Nowak, G. Ve Ferrell, E. (2000). Privacy concerns and consumer willingness to provide personal information. *Journal of Public Policy and Marketing*, 19(1), 27–41.
- Pinch, T. ve Bijker, W. (1984). *Social Studies of Science*. London: SAGE Social Science Collections, vol 14; 399-441.
- Postman, N. (2006). *Teknopoli Yeni Dünya Düzeni*. (Çev: M. Yılmaz). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Postman, N. (2016). *Teknopoli Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. (Çev: M. Yılmaz). İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Prensky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Prensky, M. (2001b). Digital natives, digital immigrants, part 2. *On the Horizon*, 9(6), 1–6.
- Qualman, E. (2010). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*. John Wiley & Sons.
- Quinn, K. (2016). Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61-86.
- Ragnedda, M., & Muschert, G. W. (Ed), (2013). *The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective*. Routledge.
- Riesman, D. (2016). *Yalnız kalabalık: Amerikan toplumsal karakterinin değişimi üzerine bir çalışma*. (Çev: Y. Erdem), Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Rigel, N. (Ed.). (2005). *Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Rigel, Nurdoğan. (2000). *Rüya Körleşmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Rodrigues, R. (2008). You've been poked: Privacy in the era of Facebook. *The SciTech Lawyer*, 5(1), 18-24.
- Rudman, R. ve Bruwer, R. (2016). Defining Web 3.0: Opportunities and challenges. *The Electronic Library*, 34(1), 132-154.

- Sanders, P. (1982). Phenomenology: A New Way of Viewing Organizational Research, *The Academy of Management Review*, Vol. 7, No. 3 (Jul., 1982), pp. 353-360.
- Sankaranarayanan, K. B., Kadeswaran, S., and Jayaseelan, R. (2023). Social Media Literacy and Fake News Acumen: A Study on the Locus of Youth in Coimbatore City. *International Journal of Research*, 11(11), 161–172.
- Sansbury, M. (2014). "Emergent Disciplines and Cultural Divisions: Melvin Kranzberg's "Laws of Technology" and New Humanities." *Georgia State University: Thesis*.
- Schmidt, J. (2011). (Micro)blogs: Practices of privacy management, içinde, *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*, Sabine Trepte ve Leonard Reinecke (eds), Berlin: Springer-Verlag, 159-173.
- Serwin, A. B. (2008). Privacy 3.0 - The principle of proportionality. *University of Michigan Journal of Law Reform*, 42(4), 869-930.
- Sterrett, D., vd. (2019). Who shared it?: Deciding what news to trust on social media. *Digital Journalism*, 1-19.
- Sezgin A. A. ve Ünal, S. (2022). Sosyal Medya Okuryazarlığı Çerçevesindeki Yeni Kavramlar Üzerine Bir Haritalandırma Çalışması, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Dijitalleşme Özel Sayısı*. 93-107.
- Sheehan, K. ve Hoy, M. G. (1999). Flaming, complaining, abstaining: How online users respond to privacy concerns. *Journal of Advertising*, 28(3), 37–51.
- Smith, H. J., Milberg, S. J. Ve Burke, S. J. (1996). Information privacy: measuring individuals' concerns about organizational practices. *MIS Quarterly*, 20(2), 167-196.
- Solove, D. J. (2013). Introduction: Privacy self-management and the consent dilemma. *Harvard Law Review*, 126(7): 1-23.
- Soysal, F. (2017). Sayısal uçurumun ölçülmesi için model geliştirilmesi: Sakarya liseleri örneği. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sun, Z. Ve Stranieri, A. (2020). Knowledge Discovery in the Digital Age. *PNG University of Technology BAIS* 5(1): 1-11.

- Sveningsson, M. (2015). "It's Only a Pastime, Really": Young People's Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604855>
- Sweet, L. (2012). *Viral: How Social Networking is Poised to Ignite Revival*. Colorado Springs: Waterbrook Press.
- Şeker, T. (2004). *Yeni Bir İletişim Teknolojisi Olarak İnternet ve Bilgi Açığı*, Selçuk Üniversitesi Doktora Tezi.
- Şener, G. ve Kuş, O. (2015). Büyük biraderden büyük veriye gözetim toplumu. Ö. Oğuzhan (Ed.), *İletişimde sosyal medya sosyal medyada etkileşim kitabı içinde* (53-82). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Taddicken, M., ve Jers, C. (2011). The uses of privacy online: Trading a loss of privacy for social web gratifications?, içinde, S. Trepte ve L. Reinecke (Eds.), *Privacy online* (ss. 143–156). Springer Berlin Heidelberg.
- Taipale, S. (2015). Synchronicity matters: defining the characteristics of digital generations. *Information, Communication & Society*, 19(1): 80-94.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw Hill.
- Tashakkori, A. ve Creswell, J. W. (2007). *Exploring The Nature of Research Questions in Mixed Methods Research*. Los Angeles: Sage.
- Terranova, T. (2020). *Ağ kültürü: enformasyon çağında internet*. (Çev: Ezgi Kaya), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Tichenor, P. J., A. D. George, C. N. Olien. (1970). "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge". *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.
- Thorne, S. L. (2013). Digital literacies, içinde, M. R. Hawkins (Ed.), *Framing languages and literacies* (ss. 192-218). New York and London: Routledge.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Toledano, C. (2013). Web 2.0: the origin of the word that has changed the way we understand public relations, *The Open University of Catalonia and Abat Oliba University, Barcelona International PR Conference*.

- Tonta, Y. (2012). Kütüphanecilik ve bilgibilim eğitiminde gelişmeler ve program değişiklikleri. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(2), 227-261.
- Trottier, D. ve Fuchs, C. (Ed.). (2014). *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube* (1st ed.). Routledge.
- Turow, Joseph, Michael Hennessy, and Amy Bleakley (2008), "Consumers' Understanding of Privacy Rules in the Marketplace," *Journal of Consumer Affairs*, 42 (3), 411–24
- Tsagkias, M., de Rijke, M., & Weerkamp, W. (2011). Linking online news and social media. *Web Search and Data Mining*.
- Tyger, R. L. (2011). *Teacher candidates' digital literacy and their technology integration efficacy*. Unpublished Doctoral Thesis, Georgia Southern University. Statesboro, Georgia. V. Ferkiss , Daniel Bell's concept of post-industrial society: theory, myth and ideology , *The Political Science Reviewer IX* (1979) 61-102.
- Veltri, G. (2020). *Digital Social Research*. Cambridge: Polity Press.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Vu, H. Q., Law, R. ve Li, G. (2018). Breach of traveller privacy in location-based social media. *Current Issues In Tourism*, 22(15): 1-16.
- Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion Rethinking the Digital Divide*. London: The MIT Press.
- Waters, S. ve Ackerman, J. (2011). Exploring privacy management on Facebook: Motivations and perceived consequences of voluntary disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(10), 101-115.
- Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society*. New York: Taylor & Francis e-Library.
- Wei ve Hindmab, (2011). Does the Digital Divide Matter More? Comparing the Effects of New Media and Old Media Use on the Education-Based Knowledge Gap, *Mass Communication and Society*, 14: 2, 216 — 235.
- Wessels, B. (2013) The reproduction and reconfiguration of inequality: differentiation and class, status and power in the dynamics of digital divides. In: Ragnedda, M. and Muschert, G.

- W. (eds.) *The Digital Divide: the Internet and Social Inequality in International Perspective*. Series: Routledge advances in sociology. Routledge (Taylor & Francis Group): London, pp. 17-28.
- Westerman, D., Spence, P.R. and Van Der Heide, B. (2014), Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *J Comput-Mediat Comm*, 19: 171-183. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>.
- Yanık, H. (2015). Bilgi Açığı Hipotezi Ve Yeni Medya: 2014 Yılı Ses Kayıtları Örneği, Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- Yeloğlu, H. O., & Sözen, C. (2010). Bilgi Toplumu ve Teknoloji Kullanımı. *Yönetim Bilişim Sistemleri*. 1: 21-41.
- Yengin, D. (Der.). (2015). Sosyal Medya Araştırmaları. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Yeşilorman, M. ve Koç, F. (2014). Bilgi Toplumunun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 24, Sayı: 1, Sayfa: 117-133.
- Yılmaz, F. (2011). İlköğretimde dijital bölünme ve eğitsel sonuçları: Diyarbakır ili örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Yüksel, E. (Ed.). (2013). İletişim Kuramları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Zakaria, W. (2012). Alvin Toffler: Knowledge, Technology and Change in Future Society, *International Journal of Islamic Thought*, Vol. 1: (June.) 2012, 54-61.
- Zhang, L., Amos, C. ve Pentina, I. (2015). Information disclosure on a Chinese social media platform. *Journal of Information Privacy and Security*, 11: 3-18.
- Zhang, X. ve Li, W. (2020). From social media with news: Journalists' social media use for sourcing and verification. *Journalism Practice*, 14(10), 1193-1210

İnternet Kaynakları

- Arino, M. (2018). <https://marinolatorre.umch.edu.pe/historia-de-la-web-1-0-2-0-3-0-y-4-0/> Erişim Tarihi: 10.09.2023
- <https://wearesocial.com/> Erişim Tarihi: 12.09.2023
- <http://infodemikitabi.org/book/infodemi-ve-bilgi-duzensizlikleri/chapter/12-bilgi-duzensizlikleri> Erişim Tarihi: 02.03.2023
- Wardle, C. (2017). <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> Erişim Tarihi: 03.04.2023

<https://teyit.org/ekipten/sozluk-yanlis-bilginin-en-yaygin-7-turu> Erişim Tarihi:
03.04.2023

<https://www.innova.com.tr/tr/blog/buyuk-veri-blog/sosyal-medya-algoritmaları-nasil-calisir-ve-hangi-faktorler-onemlidir> Erişim Tarihi: 06.04. 2023

EKLER:

Ek 1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

1. Sosyal medyayı bilgi/habere ulaşmak için kullanmanızda sizi motive eden etmenler nelerdir? Hangi sebeplerle sosyal medyayı haber odaklı kullanıyorsunuz?
2. Sosyal medyaya ulaşmada fiziksel ve materyal erişiminizi nasıl gerçekleştiriyorsunuz?
3. Daha çok hangi sosyal medya ortamlarını habere ulaşma amacıyla kullanırsınız, sebepleriyle açıklar mısınız?
4. Sosyal medyada enformasyona ulaşmada dijital becerilerinizi nasıl değerlendirirsiniz? Dijital medyayı başarılı kullandığınızı düşünüyor musunuz? (Sosyal medya ortamlarına bağlanma, uyum sağlama vs)
5. Sosyal medya haber içeriklerini kullanmada kendinizi nasıl değerlendirirsiniz? (Enformasyon becerileri: dijital medya içeriğinin doğru şekilde aranması, seçilmesi, değerlendirilmesi)
6. Sosyal medyada yer alan bilgi/haber içeriklerini genel anlamda güvenilir buluyor musunuz? Güvenirliğinden şüphe duyduğunuz içeriklerin doğruluğunu araştırma ile ilgili nasıl bir yol izlersiniz? Bu konuda ön yargılarınız var mı?
7. Sosyal medyadaki güvenilir bulmadığınız içerikleri nasıl teyit edersiniz?
8. Bilgi/haber içeriğine sosyal medya üzerinden ulaşmanızda yaşadığınız olumlu ve olumsuz deneyimlerden bahseder misiniz? (kişisel, kültürel, sosyal vs)
9. Sosyal medya ortamlarında haber içeriği yaratıyor musunuz? İçerik yaratma becerilerinizi nasıl değerlendirirsiniz?
10. Haber içeriklerine nasıl katılım gösterirsiniz? İçeriği beğenme, yorum yapma, paylaşma vs.
11. Haber içeriğinin ortam kitlesindeki etkisini nasıl incellersiniz? Beğeni, retweet sayıları, yorumlar vs.
12. Sosyal medyadaki haber içeriğine oluşan ortak kanı içerik hakkındaki düşüncelerinizi nasıl etkiler?

EK 3. Etik Kurul Belgesi

Form Kayıt Tarihi: 18.10.2022 Protokol No: 428157

Tarih: 22.11.2022



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Ağ Toplumunda Bilgi-Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Dijital Eğitimcilerin İncelenmesi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Halil İbrahim GÖRCAN
TEZ YAZARI:	Göзде YARDIM
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Oylu
Prof. Dr. Saim ÖNCE (Başkan İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (Başkan Yardımcısı -İkt. ve İdari Bil. Fak.)	Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ (Edebiyat Fak.)
Prof. Dr. Yıldız UZUNER (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. İbrahim Cemil ULUKAN (Açıköğretim Fak.)
Prof. Dr. Handan ULUĞUTLU (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (İktisat Bil. Fak.)