

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Bilim Dalı

SAHTE–GERÇEK HABER AYRIMI YAPABİLME
BECERİSİ ÖLÇEĞİ’NİN (SGHAYBÖ)
GELİŞTİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Zübeyir ALKIŞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

İstanbul – 2024

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Zübeyir ALKIŞ

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Sahte–Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği’nin (SGHAYBÖ) Geliştirilmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Psikoloji Anabilim Dalı

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 10.07.2024

Sayfa Sayısı : 109

Tez Danışmanları : Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

Dizin Terimleri : Sahte haber, gerçek haber, ölçek, ölçek geliştirme, beceri

Türkçe Özet : Sahte haberler yeni bir olgu değildir. Fakat günümüzde hızla gelişen teknolojinin etkisi ile internet kullanımının yaygınlaşmasının bir sonucu olarak ciddi bir sorun haline gelmiştir. Sahte haber sorunu ile mücadele edebilmek için insanların sahte haberlere yönelik farkındalıklarının oluşması önem arz etmektedir. Bu farkındalığın oluşabilmesi için ise öncelikle sahte haber ile gerçek haber ayrımının yapılabilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yapabildiklerinin bilinmesi, bu ayrım

düzeyinin farklı değişkenlerle karşılaştırılmasına olanak sağlayacak ve sahte haberlere yönelik alınacak önlemler ile kişisel bilinçlendirmelerin daha isabetli yapılmasına yardımcı olacaktır. Lakin Türkiye’de ilgili alanyazın incelendiğinde insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yaptıklarını ölçen geçerli ve güvenilir bir ölçek bulunamamıştır. Bu sebeple tezin amacı insanların sahte-gerçek haber ayrımını gündelik pratiklerinde ne düzeyde yapabildiklerini ölçecek geçerliği ve güvenilirliği sınanmış bir ölçek geliştirmektir. Yapılan araştırmaların sonucunda, insanların sahte-gerçek haber ayrımını gündelik pratiklerinde ne düzeyde yapabildiklerini ölçen ve 2 alt boyuttan oluşan (Bilgi Edinme Becerisi (BEB); Haber Analiz Etme Becerisi (HAEB)) “Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği” (SGHAYBÖ) geliştirilmiştir.

Dağıtım Listesi

- : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Zübeyir ALKIŞ

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Bilim Dalı

SAHTE–GERÇEK HABER AYRIMI YAPABİLME
BECERİSİ ÖLÇEĞİ’NİN (SGHAYBÖ)
GELİŞTİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Zübeyir ALKIŞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

İstanbul – 2024

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Zübeyir ALKIŞ

.../.../2024



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Zübeyir ALKIŞ'ın “**Sahte–Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği’nin (SGHAYBÖ) Geliştirilmesi**” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji anabilim dalı, Psikoloji bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Gülşen FİLAZOĞLU ÇOKLUK

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

(Danışman)

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Esra SAVAŞ

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.... / / 2024

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Sahte haberler yeni bir olgu değildir. Fakat günümüzde hızla gelişen teknolojinin etkisi ile internet kullanımının yaygınlaşmasının bir sonucu olarak ciddi bir sorun haline gelmiştir. Sahte haber sorunu ile mücadele edebilmek için insanların sahte haberlere yönelik farkındalıklarının oluşması önem arz etmektedir. Bu farkındalığın oluşabilmesi için ise öncelikle sahte haber ile gerçek haber ayrımının yapılabiliyor olması gerekmektedir. Dolayısıyla insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yapabildiklerinin bilinmesi, bu ayrım düzeyinin farklı değişkenlerle karşılaştırılmasına olanak sağlayacak ve sahte haberlere yönelik alınacak önlemler ile kişisel bilinçlendirmelerin daha isabetli yapılmasına yardımcı olacaktır. Lakin Türkiye’de ilgili alanyazın incelendiğinde insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yaptıklarını ölçen geçerli ve güvenilir bir ölçek bulunamamıştır. Bu sebeple tezin amacı insanların sahte-gerçek haber ayrımını gündelik pratiklerinde ne düzeyde yapabildiklerini ölçecek, geçerliği ve güvenilirliği sınanmış bir ölçek geliştirmektir. Yapılan araştırmaların sonucunda, insanların sahte-gerçek haber ayrımını gündelik pratiklerinde ne düzeyde yapabildiklerini ölçen ve 2 alt boyuttan oluşan (Bilgi Edinme Becerisi (BEB); Haber Analiz Etme Becerisi (HAEB)) “Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği” (SGHAYBÖ) geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sahte haber, gerçek haber, ölçek, ölçek geliştirme, beceri

ABSTRACT

Fake news is not a new phenomenon. However, it has become a serious problem as a result of the widespread use of the internet due to rapidly advancing technology today. To combat the issue of fake news, people need to develop awareness of fake news. For this awareness to develop, it is necessary, first, to distinguish between fake news and real news. Therefore, knowing to what extent people can distinguish between fake and real news will enable this distinction level to be compared with different variables and help make more accurate decisions regarding measures to be taken against fake news and personal awareness-raising efforts. However, when the relevant literature in Turkey is examined, a valid and reliable scale measuring the extent to which people distinguish between fake and real news cannot be found. For this reason, this thesis aims to develop a valid and reliable scale to measure the extent to which people can distinguish between fake and real news in their daily practices. As a result of the research conducted, the “Scale for the Ability to Distinguish Fake-Real News” (SADFRN), consisting of two subscales (information acquisition skills; news analysis skills), measures the extent to which people can distinguish between fake and real news in their daily practices, has been developed.

Keywords: Fake news, real news, scale, scale development, skill

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
EKLER LİSTESİ	ix
TEŞEKKÜR	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Araştırmanın Problemi	4
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi	5
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	7
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7

İKİNCİ BÖLÜM

ALANYAZIN İNCELEMESİ

2.1. Sahte Haber Türleri	8
2.2. Günümüzde Sahte Haberler.....	10
2.3. Sahte Haberlerin Algılanan Sıklığı.....	12
2.4. Hakikatin Önemsizleştirilmesi	13
2.5. Günümüzde Sahte Haberlere İnanma Düzeyinin Artmasının Nedenleri.....	13
2.6. Geri Çekilen Makaleler Yoluyla Sahte Haberler	15
2.7. Karşılaşılan Bilginin Doğruluğunu Teyit Etmek İçin Kullanılan Kriterler	16
2.8. Görsellerin Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Üzerindeki Etkisi	20
2.9. Doğruluk Yargılarında Olumsuzluk Önyargısı.....	23
2.10. Bilgi ve Hatırlama	25
2.11. Sahte Haberlerde Kimlik Temelli Motivasyon	26
2.12. Sahte Haberlere Yönelik Potansiyel Çözümler	29
2.13. Haber Medyası Okuryazarlığı	31
2.14. Eleştirel Düşünme	32

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Örneklem	34
3.2. Veri Toplama Araçları.....	36
3.2.1. Sosyodemografik bilgi formu	36
3.2.2. Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği	37
3.2.3. Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği	37
3.2.4. Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği.....	38
3.3. Ölçeğin Geliştirilme Aşamaları	38
3.4. Tanımlar.....	41
3.4.1. Likert tipi ölçek.....	41
3.4.2. Pilot grup çalışması.....	41
3.4.3. Geçerlik.....	42
3.4.3.1. Görünüş geçerliği	42
3.4.3.2. Kapsam geçerliği	42
3.4.3.3. Yapı geçerliği.....	43
3.4.3.3.1. Faktör analizi	43
3.4.3.3.1.1. Açımlayıcı faktör analizi (AFA)	44
3.4.3.3.1.2. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA).....	44
3.4.3.4. Ölçüte dayalı geçerlik	44
3.4.4. Güvenirlik	45
3.4.4.1. Cronbach Alfa katsayısı	45
3.4.4.2. McDonald Omega katsayısı	45
3.4.4.3. Guttman güvenirlik yöntemi	46
3.4.4.4. Madde toplam puan korelasyonu	46
3.4.4.5. Alt %27-üst %27 ayırt edicilik yöntemi	46
3.4.4.6. Test tekrar test yöntemi	46

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Analiz Teknikleri / Veri Analizi	47
4.2. Pilot Grup Çalışması	47
4.3. Geçerliğe Yönelik Bulgular.....	47
4.3.1. Görünüş geçerliği.....	48
4.3.2. Kapsam geçerliği	48
4.3.3. Faktör analizi	48

4.3.3.1. Açımlayıcı faktör analizi (AFA).....	49
4.3.3.2. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA)	52
4.3.4. Ölçüte dayalı geçerlik	54
4.4. Güvenirliğe Yönelik Bulgular	55
4.4.1. Cronbach Alfa katsayısı	56
4.4.2. McDonald Omega katsayısı; CR; AVE.....	56
4.4.3. Guttman güvenirlik yöntemi	57
4.4.4. Madde toplam puan korelasyonu	57
4.4.5. Alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi.....	58
4.4.6. Test tekrar test yöntemi	59
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	61
KAYNAKÇA.....	65
EKLER.....	85

KISALTMALAR

AFA	:	Açımlayıcı Faktör Analizi
BEB	:	Bilgi Edinme Becerisi
DFA	:	Doğrulayıcı Faktör Analizi
HAEB	:	Haber Analiz Etme Becerisi
MAKS	:	Maksimum
MİN	:	Minimum
ORT	:	Ortalama
SGHAYBÖ	:	Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerici Ölçeği

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Toplam örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 525).....	35
Tablo 2. AFA Örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 250)	35
Tablo 3. DFA Örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 275)	36
Tablo 4. Test tekrar test örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 76)	36
Tablo 5. SGHAYBÖ'nün alt boyut yapısı ve AFA sonuçları	50
Tablo 6. Çıkarma yöntemi: Temel bileşen analizi (Communalities) (n: 250)	51
Tablo 7. SGHAYBÖ'nün alt boyutları arasındaki korelasyon tablosu (n: 250)	51
Tablo 8. SGHAYBÖ'nün uyum iyiliği indekslerine ait bulgular (n: 275)	52
Tablo 9. SGHAYBÖ'nün Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ve Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği ile arasındaki ilişki (n: 525)	55
Tablo 10. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin Cronbach Alfa güvenirlik bulguları (n: 525).....	56
Tablo 11. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin McDonald Omega; CR ve AVE güvenirlik bulguları (n: 275)	57
Tablo 12. SGHAYBÖ'nün Guttman güvenirlik yöntemi sonuçları (n: 525).....	57
Tablo 13. SGHAYBÖ'nün madde toplam puan korelasyon bulguları (n:525)	58
Tablo 14. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi bulguları (n: 525).....	59
Tablo 15. SGHAYBÖ'nün test tekrar test yöntemi 1. ve 2. ölçümler arasındaki Pearson korelasyon analizi bulguları (n: 76)	59

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Yamaç grafiği.....	52
Şekil 2. Ölçeğe ilişkin standardize edilmemiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucu	53
Şekil 3. Ölçeğe ilişkin standardize edilmiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucu	54



EKLER LİSTESİ

EK 1. Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği.....	85
EK 2. Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği	86
EK 3. Sosyodemografik Form	87
EK 4. Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin Taslak Formu ...	88
EK 5. Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği (SGHAYBÖ)	89
EK 6. Etik kurul izni.....	91



TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecimde hem yardımlaşıp hem de dertleşebileceğim birilerini ararken karşıma çıkan ve akademik bir Discord topluluğu olan BENİMLE ÇALIŞ'taki tüm arkadaşlarıma, bu çalışmanın gerçekleşmesine katkı sağlayan tüm katılımcılara, ölçek geliştirme aşamasında bilgi ve tecrübesini benden esirgemeyen hocam Doç. Dr. Sedat ŞEN'e, bu süreçteki katkılarından dolayı danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL'a, tüm hayatım boyunca desteklerini hissettiğim aileme, arkadaşlarıma ve geçmişteki çalışmalarıyla kümülatif şekilde bilimin ilerlemesine katkı sağlayıp bugün bu araştırmayı yapmama olanak sağlayan tüm bilim insanlarına teşekkür ederim.



GİRİŞ

Tarihi binlerce yıllık geçmişe dayanmakla birlikte, sahte haberler günümüzde de varlığını sürdürmektedir. Hatta teknolojinin gelişmesiyle birlikte sahte haberlerin hem üretimi hem de tüketimi daha da artmış durumdadır (Akyüz, Gülnar ve Kazaz, 2020; Parlak, 2018). Bu durum sahte haberlerin önemini ve toplum üzerindeki etkisini arttırmaktadır (Gökkılıç, 2021; Nalbantoğlu, 2022). Sahte haberler yanlışlıkla yani bir kasıt olmadan oluşturulan ve paylaşılan sahte haberlerden, kasıtlı olarak gerçeğin çarpıtıldığı sahte haberlere doğru bir spektrum olarak ele alınabilir. Kasıtlı olarak gerçeklerin çarpıtıldığı “kasten yanlış bilgi”ye (*false information*) dayanan sahte haberler “dezenformasyon” (*disinformation*) olarak isimlendirilmekte ve bir kişiye, gruba, dine vb. kesimlere yönelik zarar verme niyetiyle oluşturulmaktadır. “Sehven yanlış bilgi”ye (*misinformation*) dayanan sahte haberler ise herhangi bir kasıt olmadan oluşturulmuş ve gerçeği yansıtmayan sahte haberler olarak bilinmektedir (Greifeneder, Jaffé, Newman ve Schwarz, 2021). Alanyazında sahte haberlerin nasıl bir motivasyonla oluşturulduğu (Oyserman ve Dawson, 2021), sahte haber tüketiminin hangi durumlarda arttığı (Ackland ve Gwynn, 2021; Newman ve Zhang, 2020), sahte haberlere yönelik nasıl bağışıklık kazanılabileceği (Basol, Roozenbeek ve Linden, 2020; Linden ve Roozenbeek, 2021; Maertens, Roozenbeek, Basol ve Linden, 2021) ve sahte haberlere inanmayı arttıran sebepler (Jaffé ve Greifeneder, 2021; Newman ve Zhang, 2020) gibi çeşitli konularda araştırmalar mevcut olsa da yeterli gözükmemektedir. Türkiye’de ise sahte haberler ile ilgili medya ve haber okuryazarlığı ile iletişim alanında (Dönmezçelik, 2023; Kavaklı, 2019; Ünal ve Taylan, 2017); sahte haberlerin otomatik olarak tespiti ile bilgisayar bilimleri alanında (Altunbey Özbay ve Alataş, 2020; Kayabaşı Kuru ve Uluyol, 2023; Yıldırım, 2022) çalışmalar olsa da sosyal psikoloji alanında daha yeni çalışılmaya başlanan bir konudur. Dolayısıyla bu alanda yapılacak araştırmalara ihtiyaç vardır (Bayrak, 2022).

Teknolojinin gelişmesiyle beraber insanlar haber tüketiminin yanında haber üretiminde de aktif olarak rol oynamaya başlamışlardır (Aktaş, 2007). Bu durum bilerek veya bilmeyerek sahte haber üretiminin dolayısıyla da tüketiminin artmasına sebep olmuştur (Çalışkan ve Mencik, 2015; Greifeneder, Jaffé, Newman ve Schwarz, 2021). Sahte haberlere maruziyetin artması hem bireysel hem de toplumsal olarak olumsuz sonuçların oluşmasına sebep olabilmektedir (Akyüz, 2020; Dönmezçelik, 2023; Uluk, 2018; Yurdakul, 2018). Dolayısıyla hem bu zararlı sonuçların önüne

geçmek hem de bireylerin haber tüketim sebebinin gerçek habere ulaşmak arzusu olduğu göz önüne alındığında karşılaşılan bir haberin sahte mi yoksa gerçek mi olduğunun bireyler tarafından ayırt edilebilmesi önem arz etmektedir. Bu farkındalığın oluşabilmesi için öncelikle sahte haber ile gerçek haber ayrımının yapılabilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yapabildiklerinin bilinmesi, bu ayrım düzeyinin farklı değişkenlerle karşılaştırılmasına olanak sağlayacak, bu alanda yapılacak görgül araştırmalara destek verecek ve sahte haberlere yönelik alınacak önlemler ile kişisel bilinçlendirmelerin daha isabetli yapılmasına yardımcı olacaktır. Yapılan alanyazın incelemesinde insanların karşılaştıkları haberler karşısında ne düzeyde sahte-gerçek haber ayrımını yapabildiklerini ölçecek bir ölçeğin bulunamayışı sebebiyle bu çalışmada Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin (SGHAYBÖ) geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Alanyazın incelendiğinde sahte-gerçek haber ayrımı yapabilme becerisi ile eleştirel düşünme ve haber okuryazarlığı düzeylerinin ilişkili olduğu görülmüştür (Aytaş ve Kaplan, 2017; Aytekin ve Ateş, 2023; Basmaz ve Kutlu, 2021; Devrim, 2023; Karadüz, 2010; Kökdemir, 2003; Kurt ve Kürüm, 2010; Sönmezer, 2022; Yılmaz Virlan, 2021). Bu sebeple ölçek geliştirilirken ölçüte dayalı geçerliğin belirlenmesi için hem eleştirel düşünme (Akfırat, Uyumaz, Uyumaz ve Çuhadaroğlu, 2021) hem de haber okuryazarlığını (Güdekli, Deren Van Het Hof, Eser ve Oruç, 2022) ölçecek 2 farklı ölçek katılımcılara sunulmuş ve geliştirilen ölçek ile ilişkilerine bakılmıştır.

Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin (SGHAYBÖ) geliştirildiği bu çalışma 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları yer almaktadır. Bu şekilde araştırmada neden bu konunun seçildiği, çalışmanın alanyazına nasıl bir katkı sağlayacağı ve bu çalışmadan yola çıkılarak yapılacak daha sonraki çalışmalarda nelere dikkat edilmesi gerektiği belirtilmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde alanyazın incelemesine yer verilmiştir. Burada konunun kavramsal çerçevesi ile sahte haberlere yönelik alanyazındaki çalışmalar bulunmaktadır. Üçüncü bölümde çalışmanın yöntemi tanımlanmıştır. Bu kısımda çalışmanın örnekleme, veri toplama araçları, ölçeğin geliştirilme aşamaları ve tanımları verilmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırma

sonucunda elde edilen, ölçeğin geçerlik ve güvenirliğine yönelik bulgular paylaşılmıştır. Ardından sonuçlar ve tartışma ile bölüm sonlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde araştırmanın temelini oluşturan problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırmanın varsayımları ve araştırmanın sınırlılıkları sunulmuştur.

1.1. Araştırmanın Problemi

Binlerce yıllık geçmişini olan sahte haberler (Bayrak, 2022) ile karşılaşma sıklığı özellikle internetin hayatlarımıza dahil olmasıyla beraber artmıştır (Akyüz vd., 2020). Sahte haberlere maruz kalmanın artması hem bireysel hem de toplumsal açıdan zarar veren sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Akyüz vd., 2020; Gökkılıç, 2021; İrak, 2022; Nalbantoğlu, 2022). Teknolojinin gelişmesiyle beraber haber kaynaklarına erişebilme imkanı önceki dönemlere göre çok daha kolaylaşmıştır (Parlak, 2018). İnsanların haber araştırması yapma amaçlarının gerçek habere ulaşmak olduğu göz önüne alındığında (Akyüz, 2020), karşılaştıkları haberlerde sahte-gerçek haber ayrımını ne sıklıkla yapabildikleri önemli bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sahte haberler konusu Türkiye’de özellikle son yıllarda farklı disiplinlerde çalışmaya başlanmıştır. Ancak bu çalışmaların daha çok iletişim ve medya alanları (Dönmezçelik, 2023; Kavaklı, 2019; Kesgin ve Gül Ünlü, 2021; Kocabay Şener, 2018; Ünal ve Taylan, 2017) ile bilgisayar bilimleri alanlarında (Altunbey Özbay ve Alataş, 2020; Kayabaşı Kuru ve Uluyol, 2023; Taşkın vd., 2021; Toğaçar vd., 2021; Yıldırım, 2022) yapıldığı görülmektedir. Sahte haberlerin Türkiye’deki yoğunluk düzeylerini, öne çıkan içeriklerini ve yayılım süreçlerini iletişim ve medya alanları çalışırken; bilgisayar bilimleri ise sahte haberlerin otomatik olarak tespit edilmesine yönelik yöntem geliştirme çalışmalarını yapmaktadır. Sosyal psikoloji alanı ise sahte haberler konusunu, kimlik motivasyonları yaklaşımı ve bilişsel süreçler yaklaşımı olmak üzere temelde iki yaklaşım çerçevesinde ele almaktadır (Bayrak, 2022).

İnsanların sahte haberlere yönelik farkındalıklarının oluşması, sahte haberlerden kaynaklanabilecek olumsuz durumların önüne geçmenin ilk adımı olduğu düşünülmektedir. Bu farkındalığın oluşabilmesi için ise öncelikle sahte haber ile gerçek haber ayrımının yapılabilir olması gerekmektedir. Dolayısıyla insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yapabildiklerinin bilinmesi, bu ayrım düzeyinin farklı değişkenlerle karşılaştırılmasına olanak sağlayacak ve sahte haberlere yönelik alınacak önlemlerin ve kişisel bilinçlendirmelerin daha isabetli yapılmasını

sağlayacaktır. Lakin Türkiye’de ilgili alanyazın incelendiğinde insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yaptıklarını ölçen geçerli ve güvenilir bir ölçek bulunamamıştır.

Alanyazına insanların sahte-gerçek haber ayrımını ne düzeyde yaptıklarını ölçecek, geçerliği ve güvenilirliği sınanmış bir ölçeğin eklenmesinin bu alanda yapılacak görgül araştırmalara destek vereceği ve sahte haberlerin neden olduğu olumsuz sonuçların azaltılması için izlenecek politikaların oluşturulmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Türkiye’deki alanyazında sahte-gerçek haber ayrımını ölçecek bir ölçeğin bulunmayışı bu çalışmanın yapılmasının temel sebebini oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı insanların sahte-gerçek haber ayrımını gündelik pratiklerinde ne düzeyde yapabildiklerini ölçecek geçerliği ve güvenilirliği sınanmış bir ölçek geliştirmektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Sahte haberler binlerce yıldır var olan bir konudur (Bayrak, 2022; Tonga, 2023). Fakat özellikle 2000’li yıllardan sonra teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak internet kullanımının yaygınlaşması haber kaynaklarının çeşitlenmesini sağlamış (Altunbey Özbay ve Alataş, 2020; Çalışkan ve Mencik, 2015) ve habere ulaşımın kolaylaşması (Aktaş, 2007) gerçek haberlerin yanında sahte haberlerin de gündemimizde sıklıkla yer edinmesine neden olmuştur (Akyüz vd., 2020). Haberler doğası gereği insan davranışlarını şekillendirebilmektedir (Yurdakul, 2018). Örneğin su kesintisi olacağına yönelik bir haber, bireylerin sonra kullanmak üzere şişelere su doldurmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla gerçeğin bilerek veya bilmeyerek değiştirilmesi de insanların o haberi aldıkları andan itibaren davranışlarını etkileyebilecek bir durumdur.

Sahte haberler insanların karar verme davranışlarını da etkileyebilmekte ve sadece bireyleri veya belli bir kesimi değil neredeyse bütün insanları ve hatta gelecek nesilleri etkileme potansiyeline sahip sonuçlara neden olabilmektedir. Örneğin sahte haberler konusu Dünya’da, 2016 yılındaki Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden çıkmasıyla sonuçlanan Brexit Referandumu ve Donald Trump’ın kazanmasıyla sonuçlanan 2016 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimi sürecinde

yaşananlardan sonra tartışma konusu olmuştur (Kavaklı, 2019; Narin, 2018; Uluk, 2018).

Sahte haberlerin varlığı, insanları sadece bireysel olarak etkilemekle veya bilgi kirliliği oluşturmakla (Akyüz ve Özkan, 2022) kalmayıp toplumsal huzuru da ciddi anlamda etkilemektedir (Chan vd., 2017; Taş ve Taş, 2018). Örneğin Covid-19 pandemi döneminde aşılarda hakkında yayılan sahte haberler, birçok insanın pandemiye ve aşılarla yönelik tutumlarını olumsuz yönde etkilemiş ve hem kendi sağlıklarını hem de toplum sağlığını olumsuz şekilde etkileyebilecek davranışlarda bulunmalarına neden olmuştur (Akyüz, 2020; Kesgin ve Gül Ünlü, 2021; Linden vd., 2021). Buna ek olarak sahte haberler, insanların iklim değişimi gibi somut sorunların varlığını reddetmelerine (Linden, Leiserowitz, Rosenthal ve Maibach, 2017) sebep olabildiği gibi politik temalar içerip çeşitli grupları hedef de gösterebilmektedir. Örneğin mültecilere yönelik yayılan olumsuz sahte haberler (Taş ve Taş, 2018) veya 6-7 Eylül 1955 Olayları'nda yaşananlar (Dönmezçelik, 2023; Soysal, 2021) gibi ölümlerle sonuçlanan şiddet olaylarını tetikleyebilmektedir. Dolayısıyla gerçek haberlere ulaşmanın önemi her geçen gün daha da artmaktadır (Chan vd., 2017). Bu durum, karşılaşılan haberlerin gerçek olup olmadığı sorusunu beraberinde getirmektedir. Bu soru doğrultusunda insanların sahte-gerçek haberler arasında ayırım yapabilme becerilerinin ölçülmesinin önem arz ettiği düşünülmektedir.

Sahte haberler birçok açıdan incelenmesi gereken bir konudur. Zira bu konu çok katmanlı olup araştırılması gereken birçok soruyu içinde barındırmaktadır (Basol vd., 2020). Örneğin insanların sahte haberlere inanma yatkınlığının olup olmadığı ve bunun nedenleri, insanların baskı altında sahte haberlere inanma olasılığının artıp artmadığı, tekrar eden sahte haberlerin gerçek olarak algılanıp algılanmadığı, gerçek habere duyulan ihtiyacın hangi durumlarda göz ardı edilebileceği veya grup dinamiklerinin haber alma davranışlarını nasıl etkilendiği gibi sorular bulunmaktadır (Batailler, Brannon, Teas ve Gawronski, 2022; Chan vd., 2017; Unkelbach, Koch, Silva ve Garcia Marques, 2019). Bu sorulara verilecek cevapları daha iyi anlayabilmek için insanların sahte haber ile gerçek haber arasındaki ayırımı ne düzeyde yapabildikleri sorusuna cevap verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Çünkü diğer soruların cevapları bu soruya verilecek yanıt ile daha iyi anlaşılabilir. Lakin alanyazın incelendiğinde özellikle Türkiye'de bu çalışmaların eksik olduğu görülmüş ve bu çalışmanın konusu olan sahte-gerçek haber ayırımı yapabilme becerisi ölçeği bulunamamıştır.

Alanyazında medya okuryazarlığı ölçekleri mevcut olup bunlarda ölçülen özellikler bu çalışmanın konusu ile benzer görünse de aslında aralarında ciddi farklar mevcuttur. Medya okuryazarlığı ölçeklerinde daha çok medyadaki mesajları anlama, değerlendirme ve analiz etme gibi özellikler ölçülmektedir (Çocuk ve Uzun, 2018; Güdekli vd., 2022; Hazar, 2018; Korkmaz ve Yeşil, 2011; Ulu Aslan ve Baş, 2021). Bu çalışmanın amacı ise insanların karşılaştıkları haberlerin sahte olup olmadığını anlamaya yönelik gündelik pratiklerini ölçecek bir ölçek geliştirmek olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı olan ölçeğin, alanyazında bulunan ve bir kısmı yukarıda zikredilen birçok sorunun yanıtlanmasını sağlayacak çalışmalara destek olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca sahte haberlere sık rastlanan Türkiye’de (Akar, 2022; Dönmezçelik, 2023) bu tarz çalışmaların yapılması diğer ülkelerle (Baxter vd., 2019; Collier ve Van Duyn, 2023; Maertens vd., 2023) karşılaştırılma yapılmasını sağlayacaktır. Bununla birlikte insanların sahte-gerçek haber ayırımını yapabilme becerilerinin düzeyinin bilinmesi sahte haberle mücadelenin ilk adımı olabileceği için bu alanda yapılması gereken çalışmalara yardımcı olabileceği öngörülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Katılımcıların kendilerine yöneltilen tüm soruları gerçek duygu ve düşüncelerini yansıtacak şekilde yanıtladıkları varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın örnekleme zaman ve maliyet sınırlamaları nedeni ile sosyal medyadan dağıtılan Google Formlar aracılığıyla ulaşılan 59 ilden 525 katılımcı ile sınırlıdır. Ayrıca bu katılımcıların 369’u (%70.2) Şanlıurfa, İstanbul ve Mardin illerinden katılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

ALANYAZIN İNCELEMESİ

Bu bölümde araştırmanın konusuna yönelik alanyazın incelemesine yer verilmiştir.

2.1. Sahte Haber Türleri

Sahte haber ile yanlış haber arasındaki fark aldatma niyetidir. “Dezenformasyon” (*disinformation*) bir kişiye, gruba, ülkeye vb. yönelik zarar verme niyetiyle oluşturulmuş “kasten yanlış bilgi”yi (*false information*) ifade ederken; “sehven yanlış bilgi” (*misinformation*) ise sadece yanlış bilgidir ve zarar verme amacı taşımaz. Bazı durumlarda ise zarar, doğru bilginin yayılması ile verilebilir. Örneğin kamuyu ilgilendirmemesi gereken özel bilgilerin sızdırılması “kötü bilgi” (*mal-information*) olarak isimlendirilen bir bilgi türüdür. Tüm bu bilgi türleri, bilginin birey tarafından doğru olarak kabul edilip başkalarıyla paylaşılmasıyla daha etkili olmaktadır (Greifeneder, Jaffé, vd., 2021). Yanlış bilginin bir kez kabul edildikten sonra düzeltilmesi çok zordur ve insanlar sahip oldukları bilginin yanlış olduğunu artık kabul etseler dahi bu yanlış bilginin inanışlarını etkilemeye devam etmesi olasıdır (Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz ve Cook, 2012).

Sahte haber, bilginin bir haberle ilgili olup haberi oluşturan(lar)ın kötü niyetli olduğu fakat haberin yayılmasına katkı sağlayanların kötü niyetli olmayabileceği bir yanlış bilgi türüdür. Sahte haber üretimi, tüketicilerine yanlış olanı doğruymuş gibi inandırma potansiyeline sahip olduğu için genellikle ideolojik ve finansal kazanç motivasyonuna sahiptir. Ayrıca sahte haber terimi bazen meşru yayınları ve haberleri karalamak ya da itibarsızlaştırmak için kullanılabilir. Bu da konunun hassasiyetini ve kelimenin kullanılma kapasitesini göstermektedir (Ackland ve Gwynn, 2021; Chan vd., 2017).

Yanlış bilgi, kamuoyu içinde yayılma ve kamuoyunu etkileme potansiyeline sahip bir bilgi türüdür. Farklı yanlış bilgi türleri vardır. Bunlar arasında “*hiciv haberleri*”, mizah amacıyla oluşturulmuş ama aldatma gayesi gütmeyen; “*söylentiler*”, doğruluğu veya yanlışlığı henüz teyit edilmemiş bilgi parçaları; “*komplo teorileri*”, tanımı gereği doğrulanabilirliği olmayan ve inananları tarafından yayılma eğiliminde olan; “*aldatmacalar*” ise aldatma niyetiyle oluşturulmuş, mizahi veya kötü niyetli

olabilen ve genellikle güvenilir bir kaynağa atıfta bulunan yanlış bilgi türlerinden bazılarıdır (Ackland ve Gwynn, 2021; Collier ve Van Duyn, 2023).

Sahte haber terimi tek başına sahte haber sorununun tüm boyutlarını tanımlamakta yetersiz kalmaktadır. Sahte haberi tanımlamak için “*biçimsel olarak haber medyasının içeriğini taklit eden ancak organizasyonel süreç veya amaç açısından taklit etmeyen uydurma bilgiler*” (Lazer vd., 2018) tanımı kullanılabilir. Bir haberin yanıltıcı olması için tamamen yanlış olması gerekmez. Örneğin insanların sözlerini bağlamından kopartarak söylemedikleri şeyleri söylemişler gibi göstermek de yanıltıcı haber kapsamına girer (Linden ve Roozenbeek, 2021). Bu tarz haberlerde verilen yanıltıcı bağlamlar tamamen yanlış olmasa da ciddi sorunlar oluşturabilir. Sahte haberlere psikolojik açıdan bakıldığında haberin niyeti ve amacı önemlidir. Ayrıca yanıltıcı (*misleading*) ile sahte (*fake*) aynı anlama gelmemektedir. Dolayısıyla sahte haber (*fake news*) türlerini bir spektrum olarak düşünmek faydalı olacaktır. Spektrumun bir ucunda yanlış veya hatalı bilgilerden oluşan yanlış bilgilendirme (*misinformation*) yer alırken diğer ucunda bir kitleyi kandırmak niyetiyle kasıtlı olarak oluşturulan dezenformasyon (*disinformation*) yer almaktadır (Linden ve Roozenbeek, 2021).

Dezenformasyon yeni bir olgu değildir. Fakat günümüzde anlık ve anonim iletişim kurmayı sağlayan dolayısıyla aldatma niyetiyle kullanılabilen internetin yayılması ile birlikte daha ciddi bir sorun haline gelmiştir. Bir sosyal medya platformu olan X’te (Twitter) yaklaşık 47 milyon bot hesabın olduğu tahmin edilmekte (Varol, Ferrara, Davis, Menczer ve Flammini, 2017) ve bu hesapların büyük bir kısmı seçim dönemlerinde siyasi dezenformasyon yaymak için kullanılmaktadır (Ferrara, 2017). İşleyen demokrasi iyi bilgilendirilmiş halka dayanmaktadır. Dolayısıyla dezenformasyonun yükselmesi demokrasiler için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Lewandowsky, Ecker ve Cook, 2017). Birçok ülkede var olan siyasi kutuplaşma, insanları kendi ideolojik perspektiflerine uygun mesajlara maruz bırakan ve diğer görüşler ile karşılaşmalarına engel olan ideolojik homojen filtre balonlarının ortaya çıkmasıyla daha da artmaktadır (Del Vicario vd., 2016). Ayrıca dezenformasyonun tahribatını düzeltmek kolay değildir. Yanlış bilginin devam eden etkisini araştıran bir çalışmada, kişiler inançlarının hatalı bilgilere dayandığını kabul etseler bile edinilen inançların düzeltilmesinin çok zor olduğu belirtilmektedir (Lewandowsky vd., 2012).

Sahte haberlerin kullanımının artması beraberinde bir şeyi sahte haber olarak nitelendirmeyi de arttırmıştır. Bu kullanım özellikle siyasi propaganda repertuarında popüler bir hal almıştır. Siyasi liderlerin kendilerine yönelik sahte haberlerin yayıldığını belirtmeleri gibi söylemler ile sahte haber yayma suçlamaları günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Her ne kadar sahte haber terimi kamusal söylemde siyasi mecralar ile ilişkilendirilse de sahte haberler finans, sağlık, tüketici ürünleri gibi birçok farklı alanda yayılabilmektedir. Hatta saygın bilimsel dergilerde de manipüle edilmiş veya uydurulmuş veriler ile oluşturulmuş raporlara dayanarak yayınlar yapılabilmektedir (Greifeneder, Jaffé, vd., 2021). Sahte haberler, geçmişten günümüze dek farklı sebeplerle kamuoyunun gündeminde olmuştur. Özellikle siyasi seçim dönemleri sahte haber tüketiminde artışın yaşandığı dönemler olarak ön plana çıkmaktadır. X (Twitter) verileri üzerinde yapılan bir araştırmada özellikle siyasetle ilgili haberlerde yanlış bilgilerin doğru bilgilerden daha hızlı ve daha sık şekilde yeniden gönderildiği (retweet) tespit edilmiştir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018).

İnsanlar yanlış bilgilere inanıp buna göre hareket ettiklerinde sahte haberlerin kötü sonuçları olabilmektedir. Bireylerin veya grupların dezenformasyona göre hareket etmesi genellikle bireysel veya toplumsal olarak zarar verici sonuçlar doğurabilmektedir. Bireysel ve toplumsal refah büyük ölçüde kişilerarası güvene bağlıdır. İş bölümü, demokrasiler, kişiler ve ülkeler arası ticaretler bazı şeylerin doğru olduğuna ve taraflara güvenilebileceğine yönelik ortak inançlara bağlıdır. Dolayısıyla yalan söyleyenlere yönelik güven kayıpları oluşmakta veya finansal vaatlerini ihlal eden şirket ya da ülkeler ciddi tepkiler ile karşılaşmaktadır. Bir hükümet hakkındaki sahte haberler, toplumun güvenini sarsma potansiyeline sahip olduğundan demokrasiler için tehdit oluştururlar. Ayrıca köklü gazetelere veya yayıncılara yönelik sahte haber iddiaları, modern toplumlarda doğruluk denetleyicisi rolünü üstlenen bu kurumlara duyulan güveni zedeleme potansiyeline sahiptir (Greifeneder, Jaffé, vd., 2021).

2.2. Günümüzde Sahte Haberler

Aldatma niyeti insanlık tarihi kadar eskidir ve sistematik sahte haber kampanyaları tarih boyunca belgelenmiştir (Posetti ve Matthews, 2018). Günümüzde değişen tek şey, gelişen teknolojinin yardımıyla yanlış bilgiyi daha geniş kitlelere hızlı ve etkili bir şekilde yayma becerisidir. Yazılı ve görsel medyanın sistematik şekilde kullanılması ve ürünlerin geniş alanlara yayılması bu teknolojilere sahip olanlara ciddi

avantajlar getirmiştir. Fakat aynı zamanda bu teknolojileri ellerinde bulunduranların istedikleri haberleri ya da dezenformasyonları pek bir zorluk ile karşılaşmadan yayabilmelerine imkân sağlamıştır. İnternetin ve ardından sosyal medyanın geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanması haber yaymaya yönelik erişim engellerini büyük ölçüde kaldırmıştır. Akıllı telefonlar, internet ve sosyal ağlar her kullanıcıya aynı zamanda bir yayıncı olabilme imkânı tanımıştır. Örneğin her X (Twitter) kullanıcısı takipçileri ile saniyeler içerisinde bilgi paylaşımı yapabilmektedir. Önceki zamanlarda sadece belli kesimlerin elinde bulunan haber yayma imkânı günümüzde her internet kullanıcısı için ulaşılır konuma gelmiştir. Bu değişim vatandaşları güçlendirme potansiyeline sahip olsa da aynı zamanda sahte haberlerin kontrolsüz şekilde yayılmasına da sebep olmaktadır (Vosoughi vd., 2018).

Günümüzde sosyal medya uygulamaları, haber akışını düzenleyen algoritmalar kullanılmaktadırlar. Bu algoritmaların çalışma mantığı kullanıcılar tarafından tam olarak bilinmemekte ve güncellemeler aracılığıyla sık sık değişikliğe uğramaktadır. Bu noktada bilinen şey algoritmanın kullanıcının tercih profiline uygun olarak bazı içerikleri seçmesi bazılarını ise gizlemesidir. Bunun sonucunda ortaya çıkan filtre balonu (Pariser, 2011) kullanıcıların önüne sürekli kendi görüşlerini yansıtan haberleri çıkartarak kendi dünya görüşlerini sürekli pekiştirirken öteki görüşlerin ise ya yanlış ya da kötü niyetli olarak algılanmasını sağlamaktadır. Aynı görüşten insanların bir araya gelerek arkadaşlık etmesine olanak sağlayan bu algoritma sistemi ile kullanıcılar kendi normlarına uygun paylaşımları birbirleriyle daha sık yapabilmekte ve güçlü homojen ağlar kurabilmektedirler. Sonuç olarak bu tarz filtre balonları içinde paylaşılan bilgiler tıpkı bir yankı odasındaki ses parçası gibi hareket edip izole edilmiş bir koro sesi gibi duyulmasına neden olabilir (Greifeneder, Jaffé, vd., 2021).

Bir konuyla alakalı mevcut güçlü ön bilgilere sahip olup yoğun sosyal medya kullanan (haberlere maruziyetin artması) ve siyasi olarak sofistike kişilerin sahte haberlere yönelik yeni bilgiler ile karşılaştıklarında görüşlerini güncelleme olasılıkları daha düşük olabilir (Hill, 2017). Buna karşılık konuyla ilgili daha az kafa yormuş olanlar gelen yeni bilgiler ile görüşlerini değiştirmeye daha yatkın olabilirler. Benzer şekilde, kişilerin karşılaştıkları yeni bilgilerle nasıl etkileşime gireceğini belirleyen bilişsel özelliklerdeki farklılıklar -örneğin bilişsel refleksiyon (Frederick, 2005); kanıt ihtiyacı ve sezgilere güvenme (Garrett ve Weeks, 2017)- kişilerin öznel yorumlamalarını oluştururken sahte haberlerin tüketimine yönelik yeni istatistiki

bilgileri kabul etmelerinde farklılaşmaların oluşmasına sebep olabilir. Sezgilerine daha az güvenenler, kanıta daha fazla ihtiyaç duyanlar ve bilişsel olarak daha reflektif olanların karşılaştıkları yeni bilgileri dikkate alıp bunlardan etkilenme olasılıkları daha yüksek olabilir (Lyons, Merola ve Reifler, 2021).

2.3. Sahte Haberlerin Algılanan Sıklığı

Yapılan araştırmalar 2016 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimlerinde sahte haber tüketiminin sanıldığından çok daha az olduğunu göstermektedir (Grinberg, Joseph, Friedland, Swire Thompson ve Lazer, 2019; Guess, Lyons, Montgomery, Nyhan ve Reifler, 2019). Kamuoyu muhtemelen sahte haber yaygınlığına yönelik karşılaştıkları vakalar üzerinden çıkarımsal hatalar yapmaktadır. Fakat sahte haberlerin yaygınlığına yönelik gerçek istatistiki bilgilerin edinilmesi yanlış algılamaların azaltılmasına katkı sağlayabilir. Bununla birlikte sahte haberlerin yaygınlığına yönelik bireysel algılamaları, aşinalık (örneğin Facebook kullanımı), siyasete duyulan ilgi ve edinilen bilgi, kanıt ihtiyacı, sezgiye güven ve bilişsel refleksiyon gibi bireysel ve bilişsel özellikler de etkilemektedir (Lyons vd., 2021).

İnsanların istatistiksel bilgileri anlamlandırmada çok iyi oldukları genellikle söylenemez (Hoffrage, Lindsey, Hertwig ve Gigerenzer, 2000). Dolayısıyla sahte haberlere yönelik istatistiki bilgilerin edinilmesi bireylerde sahte haberlerin yaygınlığına ve buna bağlı olarak kişisel kaygılara yönelik öznel değerlendirmeleri arttırabilir. Daha da önemlisi hafızada bulunup kişinin karar verme anında kullanacağı bilgiler, nesnel ayrıntılar değil bilginin kişiselleştirilmiş anlamlarıdır. “Erişilebilirlik kısayolu” (*the availability heuristic*) kavramı bu süreci açıklamada kullanılabilir. Kişilerin olaylara yönelik örnekleri hatırlama kolaylığı bu olayların yaygınlığı hakkındaki yargılarını etkiler. Yani kolayca hatırlanabilen olay veya örneklerin hatırlanamayanlara nazaran daha yaygın veya önemli olduğuna yönelik bir yargı oluşmasını sağlar (Kahneman, 2023). Sahte haberlere yönelik istatistiki bilgilerin verilmesi bu tür bir yargı hatasına sebep olabilir. Nitekim sahte haber tüketimi sorununu daha kolay hatırlanabilir kılıp bu problemin gerçekte olduğundan daha sık yaşandığına yönelik bir yargıya varılmasını sağlayabilir (Lyons vd., 2021).

Sahte haber tüketiminin genel olarak abartılmasına ek olarak muhtemelen bireyler sahte haberleri kimlerin tükettiğine yönelik inançlarında grup merkezli önyargılar sergilemektedirler (Ahler ve Sood, 2018; Turner vd., 1979). Örneğin bir siyasi partiyi destekleyen seçmenler, rakip partinin seçmenlerinin kendi gruplarına

nazaran daha fazla sahte haber tükettiklerine yönelik yargılara sahip olabilmekte veya 60 yaş üstü seçmenler, genç seçmenlerin daha fazla sahte haber tükettiklerini düşünebilmektedir ve bunun tam tersi de mümkündür. Dolayısıyla insanlara çeşitli demografik grupların ortalamadan daha az mı yoksa daha fazla mı sahte haber tükettikleri sorulduğunda, genel sahte haber tüketimine yönelik bilgiler vermek bu uçurumu arttırabilir. Yani sahte haberler kişilerin zihninde ciddi bir problem olarak belirirse, bu kişiler yüksek algılanan sahte haber tüketim oranını kendi gruplarından ziyade öteki gruba atfederek açıklama eğilimi gösterebilirler (Turner vd., 1979).

Katılımcılara sahte haber tüketimine yönelik gerçek bilgilerin verilmesinin, algılanan sahte haber tüketim oranını nasıl etkilediğini ve algılama üzerinde bir düzenlemeye yol açıp açmadığının araştırıldığı bir çalışmada gerçek istatistiklerin verilmesinin katılımcıların algılanan sahte haber tüketim oranları üzerinde pek bir etkisinin olmadığı hatta uygun bağlamsallaştırma yapılmadığı takdirde öğrenilen yeni bilgilerin sahte haberlere yönelik algılanan yaygınlık, etki ve endişe oranlarını daha da arttırdığı tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmada sahte haber tüketiminin düşünülenin aksine çok yüksek olmadığı ve bu tüketimin siyasi seçim sonuçlarını etkileyecek büyüklükte olmadığı fakat algılanan sahte haber tüketim oranının yüksek olduğu ve bu algılanan inancı değiştirmenin zor olduğu saptanmıştır (Lyons vd., 2021).

2.4. Hakikatin Önemsizleştirilmesi

Birleşik Krallık'ta yapılan Avrupa Birliği (AB) referandumu (Brexit) ile Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) başkanlık seçimi sonrası kullanım sıklığındaki artış sebebiyle Oxford Sözlüğü, 2016 yılında Türkçe çevirisinde henüz tam uzlaşşı sağlanamayan ama gerçeklik sonrası, hakikat ötesi, gerçek ötesi veya hakikatin önemsizleştirilmesi olarak çevrilen (Alpay, 2023) “*post-truth*” kelimesini yılın kelimesi olarak seçmiş ve sözcüğü “*post-truth: ‘nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirmede duygulara ve kişisel inançlara hitap etmekten daha az etkili olduğu durumlarla ilgili veya bu durumları ifade eden’ olarak tanımlanan bir sıfattır*” şeklinde tanımlamıştır. 2017 yılında ise Collins Sözlüğü “sahte haber” (*fake news*) kelimesini yılın kelimesi olarak belirlemiştir (Greifeneder, Jaffé, vd., 2021).

2.5. Günümüzde Sahte Haberlere İnanma Düzeyinin Artmasının Nedenleri

Sahte haberler yeni bir olgu olmasa da günümüzün dijital çağında gittikçe artan bir öneme sahiptir. Günümüzde internet siteleri kolayca kurulup reklam yoluyla

geçimlerini sağlayabildikleri için haber medyası sağlayıcısı olmak artık daha kolaydır. Dolayısıyla sosyal medyayı sahte haber yaymak için kullanmanın maliyeti çok düşüktür. Sosyal medyanın kısa metinlere yönelik bir yapısının olması kullanıcıların haberin doğruluğunu değerlendirmelerini zorlaştırmakta ve sahte haberler için uygun bir ortam oluşturmaktadır. Ayrıca kamuoyunun ana akım medyaya yönelik güven ve itimatlarında sürekli bir düşüş yaşanmaktadır. Bununla birlikte günümüzde siyasi kutuplaşma artmakta ve birbirinden oldukça ayrışan grupların sahte haberlere inanma olasılığı artmaktadır (Ackland ve Gwynn, 2021).

Sosyal medyanın gelişmesi ve yaygınlığının artmasıyla beraber haber kaynağı ile halk arasında aracı görevi gören kişi ve kurumların önemini azalmış ve insanlar hem haber tüketiminde hem de haber üretiminde aktif rol oynamaya başlamışlardır. Fakat filtre balonları ve yankı odaları nedeniyle aynı şeye inanıp ona göre paylaşım yapan insanlar sosyal medyada bir araya geldikçe sahte haberlere maruziyet de artmıştır. Bu durum ise sahte haberlere inanma ve paylaşımda yaşanan artışın sebepleri arasında görülebilir (Ackland ve Gwynn, 2021; Hasher, Goldstein ve Toppino, 1977).

Nyhan ve Reifler (2010) yanlış bilgi çerçevesinde insanları, “bilgisiz” ve “yanlış bilgilendirilmiş” olarak ikiye ayırmaktadırlar. Bilgisiz olanlar, sahte haberlere yönelik sezgisel önyargılar ile tepki verirken; yanlış bilgilendirilmiş olanlar ise yanlış bilgiyi içselleştirirler. Örneğin siyasi bir bilgilendirmede, aidiyet yoluyla yanlış bilgiyi içselleştirecekleri yani siyasi kimliklerinin içene yerleştirecekleri için yanlış bilginin gerçek, düzeltici bilgi ile tersine çevrilmesi genellikle başarısızlıkla sonuçlanır. Öte taraftan bilgisiz olarak sezgisel önyargılarla hareket eden yani sosyal kimlik kavramlarına gömülü olmayanlar, düzeltici bilgi ile inançlarını düzenlemeye daha yatkın gözükmemektedir (Ackland ve Gwynn, 2021).

İnsanlar genellikle sezgisel önyargılardan dolayı karşılaştıkları bilginin doğru olduğuna inanırlar. Sezgisel önyargılar (*heuristic biases*), kişilerin eleştirel düşünme harcamalarını azaltmak için basit kalıplara güvenme eğilimleridir. Bu şekilde karar verme süreci kolaylaşır fakat hatalara ve önyargılara sebep olabilir (Dale, 2015; Gowda, 1999). Bu durum önceki inanç ve görüşlere güvenme konusunda daha da belirgindir. Yeni bilginin önceki bilgileri veya inançları doğrulaması halinde kişilerin bu yeni bilgilere inanma (teyit önyargısı) (Lehner, Adelman, Cheikes ve Brown, 2008) ve dolayısıyla bu bilgileri yayma ihtimali potansiyel olarak daha yüksektir (Ecker, Lewandowsky, Fenton ve Martin, 2014). Lewandowsky ve diğerleri (2012) bir kişinin

bir bilgiye inanıp inanmamasını etkileyen 4 faktör belirlemişlerdir. 1) Yeni bilginin önceki bilgilerle veya inançlarla tutarlı olup olmadığı; 2) yeni bilginin içsel olarak tutarlı ve makul olup olmadığı; 3) kaynağın güvenilirliği ve 4) genel kabul edilebilirlik yani diğer insanların bu yeni bilgiye ne kadar inandığıdır. Yanlış bilgiye inanıldıktan sonra bu bilginin yayılmasının bir nedeni ise insanların sosyal onay ve kabul görmek için yanlış bilgiyi yayabilecek olmalarıdır. Bu tarz normatif baskılar sosyal kimlik teorisiyle ilgilidir (Bilger, 2021). Bir kişi yanlış bir bilgiye bir kez inandıktan sonra bu inancını değiştirmek zordur (Lewandowsky vd., 2012). Dahası yanlış bilgileri düzeltme girişimleri özellikle ideolojik gruplar içerisinde yanlış bilgilerin daha da yayılıp kalıcılılaşmasına neden olabilir (Nyhan ve Reifler, 2010). Bu bilgiler, yanlış bilgileri zamanında ve doğru şekilde tespit edecek sistemlerin geliştirilmesine yönelik ihtiyacı göstermektedir (Ackland ve Gwynn, 2021).

2.6. Geri Çekilen Makaleler Yoluyla Sahte Haberler

Bilim kümülatif şekilde ilerlemektedir. Günümüzde de yapılan bilimsel araştırmalar geçmişte yapılan çalışmaların üstüne koyulmakta ve gelecekte yapılacak çalışmalara zemin hazırlamaktadır (Salgar, 2015). Dolayısıyla bilimsel dergilerde yayımlanan bilimsel makalelerin içeriğinin gerçekten güvenilir, orijinal ve tekrarlanabilir olması gerekir. Bilimsel dergiler bu kriterleri sağlayabilmek amacıyla yazarlarının isimlerini saklayarak makaleleri değerlendirilmek üzere en az iki anonim hakeme gönderirler. Bu şekilde adil ve güvenilir bir değerlendirme sürecinin gerçekleşmesi sağlanır (Biagioli, Kenney, Martin ve Walsh, 2019; Fortanet, 2008). Fakat bu sürece rağmen söz konusu makaleler çeşitli nedenlerle geri çekilebilmektedir. Geri çekilme nedenleri arasında basit ve kolayca düzeltilebilir hatalar olabilir ve bu tarz makaleler gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra genellikle tekrar yayımlanırlar (Williams ve Wager, 2013). Bazı makalelerde ise veri tahrifatı, intihal ve sonuçların manipülasyonu gibi çok daha ciddi problemler ile geri çekilmeler yaşanabilmektedir (Corbyn, 2012). Özellikle tıp ve biyomedikal alanlarında bu tarz makale geri çekilmelerinin yaşanması, sonraki çalışmaları olumsuz yönde etkileyebilmekte dolayısıyla da insan yaşamını tehdit eden ciddi problemlere sebep olabilmektedir. Örneğin Dr. Wakefield'in 1998 yılında Lancet dergisinde yayımlanan ve kızamık, kızamıkçık ve kabakulak karma aşısının çocuklarda otizme yol açabileceğini öne süren makalesi 2010 yılında, kullanılan hatalı yöntemler ve yazarın maddi menfaatleri nedeniyle geri çekilmiştir. Fakat buna rağmen günümüzde halen ebeveynlerin ve aşı

karşıtı grupların çocukları aşılama konusunda mesafeli davranmalarına ve bunun sonucu olarak da bu hastalıklara ilişkin vaka sayılarının artmasına neden olmaktadır (Bar Ilan ve Halevi, 2021).

Bilimsel makaleler bazı sebeplerden dolayı geri çekilse de makalelerin yayımlanması ile geri çekilmesi arasında bir zaman boşluğu olduğu için bu zaman aralığında atıflar alabilirler. Ayrıca bazı durumlarda makaleler geri çekildiği halde atıf almaya devam ederler. Genellikle bir makale geri çekildiğinde bu durumu izah eden bir bildiri yayımlanır. Fakat bazen bu geri çekilen makalelerin ön baskıları arşivlerde bulunup erişimlere açık olabilir. Bu versiyonlar makalenin geri çekildiğine yönelik bildiriye içermez ve okuyucular da makalenin geri çekilmesine sebep olan hataların farkında olmayabilirler. Ayrıca bazen geri çekilen makalenin yazarları, makalelerini yayınladıkları platformlarda açık erişim haline getirip makalenin geri çekildiği belirtilmesine rağmen insanların makaleyi okuyup paylaşabilmelerine devam etmelerini sağlamaktadırlar. Bilimsel atıflardan farklı olarak bazı bilimsel araştırmalar sosyal medya mecralarında paylaşılabilir. Tahrif edilmiş veya gerçek dışı bilimin, çevrim içi ağlarda paylaşılması sonucu hızla büyük bir kitleye ulaşabilmekte ve halk sağlığı için ciddi bir problem oluşturabilmektedir. Bu sosyal medya mecralarında bu tarz paylaşımların takibi ve düzeltilmesi çok daha zor olduğu için paylaşımlara yönelik tekzip ve düzenlenmiş bilgi yayımlansa bile yeterince hızlı veya kamuoyunun algısını değiştirecek düzeyde olamayabilmektedir. Dolayısıyla yanlış bilginin bir defa dolaşıma girmesi, ardından düzeltilmesi yayımlansa bile zarar vermeye devam edebilmektedir (Bar Ilan ve Halevi, 2021).

2.7. Karşılaşılan Bilginin Doğruluğunu Teyit Etmek İçin Kullanılan Kriterler

Bir sosyal medya platformu olan X'te (Twitter) 2.8 milyon haber paylaşımının incelendiği bir çalışmada (Gabiolkov, Ramachandran, Chaintreau ve Legout, 2016) on haberden altısının okunmadan paylaşıldığı tespit edilmiştir. Yani haberin başlığı, haberin içeriğine bakılmadan paylaşılması için yeterli olmuştur. Çünkü okuyucular haber başlıklarından büyük oranda etkilenmektedirler (Ecker, Lewandowsky, Chang ve Pillai, 2014). Her ne kadar bir haberi okumadan paylaşmak garip ve sorumsuzca gelse de günlük hayatta da iletişimlerimizi buna benzer bir şekilde geçiririz. Yani normal şartlar altında konuştuğumuz kişinin sözlerinin doğru olduğu varsayımıyla hareket eder ve her söylenen sözü teyit etme gereksinimi duymayız (Schwarz, 1994). İletişim halindeyken karşı taraftan gelen bilginin sorgulanması fazladan bilişsel efor

gerektirdiği için genellikle gelen mesajın sorgulanması gerektiğine yönelik bir algı oluşmadıkça mesajı doğru kabul etme eğilimi gösterilmektedir. İnsanlar karşılaştıkları bilginin doğruluğunu değerlendirirken şu beş kriteri dikkate alırlar: 1) Uyumluluk, yeni bilginin önceki bilgiler ile uyumlu olup olmadığı; 2) Tutarlılık, bilginin kendi içinde tutarlı ve bütünlüklü olup olmadığı; 3) Güvenirlik, bilginin güvenilir bir kaynaktan gelip gelmediği; 4) Fikir birliği, diğer insanların bu bilgiye katılıp katılmadığı ve 5) Kanıt, bilgiyi destekleyecek kanıtların olup olmadığı (Schwarz, 2015). Bu kriterleri, gelen her yeni bilgi için tek tek ve detaylıca değerlendirmek oldukça zahmetli ve yavaş ilerleyen bir süreci gerektireceği için insanlar genellikle bu kriterleri hızlıca ve sezgisel olarak geçerler. Ancak ilk sezgisel değerlendirme sonucu bir sorun olduğu tespit edilirse daha detaylı olan analitik değerlendirmeye geçilebilir. Yani sezgisel değerlendirme eleştirel bakışın gerekip gerekmediğini belirlemektedir. Bu durum sosyal ve bilişsel psikolojideki “ikili düşünme sistemi yaklaşımı” (*dual process theories*) ile uyumludur. Sistem 1, hızlı ve en az efor ile karar vermeyi sağlarken sistem 2 ise yavaş ve çaba gerektiren analitik düşünmeyi sağlamaktadır (Kahneman, 2023).

İnsanlar yeni öğrendikleri şeyleri önceki bilgileri ile uyumlu olması halinde doğru kabul etme eğilimindedirler. Yeni bilginin önceki bilgiler ile uyumsuz olması halinde tökezleme ve daha yavaş bir bilgi işleme süreci başlar. Üstelik bu durum kişide olumsuz bir duygusal tepki oluşturur. Dolayısıyla kişilerin bilgileri işlemeleri, bilgileri algılama deneyimleri ve duygusal tepkileri bir önermenin kişinin inandığı diğer şeylerle tutarlı olup olmadığına göre hatalı bir çıkarım yapılmasına sebep olabilir. Bir iddia, bireysel unsurlarına tutarlılık kazandıran daha büyük bir hikâyeye uyduğunda doğru olarak kabul edilmesi daha olasıdır. Çünkü tutarlı hikayeleri değerlendirmek iç çelişkileri içeren hikayeleri değerlendirmekten daha kolaydır. Bu da değerlendirmeyi yani bilgiyi işleme kolaylığını, tutarlılığın hatalı bir göstergesi haline getirebilir. Öte yandan bilginin inandırıcı ve güvenilir bir kaynaktan gelmesi halinde doğru olarak kabul edilme olasılığı artar. Bu güvenirlilik; uzmanlık, başarı, kurumsallık gibi kriterlere dayanabilirken aşinalık duygularına da dayanabilir. Çünkü insanlar günlük iletişim, ticaret, siyaset vb. farklı alanlarda yabancılara nazaran tanıdıklarına daha çok güvenirlir. Tanıdıkların tanınması ve hatırlanması daha kolay olduğundan kaynak bilgisinin işlenmesini kolaylaştırır. Dolayısıyla bu nedenle algılanan güvenirlilik artabilir. Bu durum ise belli bir iddianın doğru olarak değerlendirilme olasılığının

yükselmesine sebep olabilir. İnsanlar bir iddianın doğruluğunu değerlendirmek için başka insanların buna inanıp inanmadığını göz önünde bulundururlar. Bu sosyal mutabakat kriteri birçok sosyal etki sürecinin merkezinde yer alır ve “sosyal kanıt” ilkesi olarak da bilinir. İnsanların inançları başkaları tarafından da kabul ediliyorsa veya hatırlanan bir şey başkaları tarafından da benzer şekilde hatırlanıyorsa ya da bir mesaj başkaları tarafından da paylaşıyorsa bunlara duyulan güvenleri artmaktadır. Dolayısıyla bir inanç ne kadar tanıdık hale geliyorsa o inanca duyulan güven de o kadar artmaktadır. Çünkü aşına olunan bilgilerin okunması, hatırlanması ve anlaşılması aşına olunmayanlara nazaran daha kolaydır. Fakat bu durum bilgiyi işleme yani değerlendirme kolaylığını aşinalık ve popülerliğin hatalı bir göstergesi haline getirebilir (Schwarz ve Jalbert, 2021).

İnsanların bir inanca olan güveni o inancı destekleyen kanıtların artmasıyla beraber artar. Bu destekleyici kanıtlar bilimsel alanyazın taraması olabileceği gibi daha farklı bir araştırma veya var olan bilgilerin hatırlanması ile de elde edilebilir. Ayrıca destekleyici kanıt bulmanın kolaylığı (hem hafıza hem de alanyazın için) bu kanıtın güçlü olduğuna yönelik bir algının oluşmasını sağlayabilir. Erişilebilirlik kısayolu (*availability heuristic*) bu durumu açıklamada kullanılabilir. Destekleyici kanıt, sürekli tekrarlanan veya maruz kalınan yani aşına olunan bir şey ise hatırlanması veya karşılaştırılması o kadar kolay olacaktır. Dolayısıyla hatalı bir şekilde bu kanıtın güçlü olduğuna yönelik bir algı oluşabilir. Sonuç olarak insanlar hangi doğrulama kriterine dayanırsa dayansın kolay işlenen bilgi, işlenmesi zor olana nazaran bir avantaja sahiptir fakat bir iddianın temel doğruluk kriterlerini ne kadar iyi karşıladığını değerlendirmek için sezgisel olarak faydalı olsa da hatalı çıkarımlar yapılmasına neden olabilir (Schwarz ve Jalbert, 2021).

Yapılan araştırmalar tekrarlama arttıkça kişilerin tekrarlanan şeylere inanma olasılığının arttığını göstermektedir (Allport ve Lepkin, 1945; Arkes, Hackett ve Boehm, 1989; Bacon, 1979; Hasher vd., 1977; Hawkins ve Hoch, 1992). Öyle ki insanlar tekrar edilen bilginin yanlış olduğunu bilseler dahi tekrarlama yani aşinalık arttıkça bilgiyi kabul etme olasılıkları artmaktadır (Fazio, Brashier, Payne ve Marsh, 2015). Hatta kişilere gösterilecek iddiaların yanlış olduğu hakkında uyararak bile inanmayı ortadan kaldırmamakta sadece etkisini azaltmaktadır. Fakat bu azalma etkisi uyarının, iddiaya maruz kalmadan önce gerçekleşmesi halinde olmaktadır. Şayet iddialar ile karşılaştıktan sonra bu iddiaların yanlış olduğu uyarısı yapılırsa inanma

üzerinde fark edilebilir bir etki oluşmamaktadır (Jalbert, 2018). Tekrarlamanın artması sosyal mutabakatı yani aynı inancı paylaşan kişilerin sayısının arttığı algısını da arttırmaktadır. Dolayısıyla bir haberin haber kanallarında veya sosyal medyada çokça paylaşılması o habere inanma ihtimalini arttırabilmektedir (Schwarz ve Jalbert, 2021).

Bir mesajın okunma kolaylığı yani baskı fontunun renk kontrastı veya yazı büyüklüğü gibi kriterlere göre aynı ifade zor ve kolay okunabilen şekilde karşılaştırıldığında kolay okunabilen ifadenin doğru olarak değerlendirilmesi daha olasıdır (Song ve Schwarz, 2008). Ayrıca bir mesajın kafiyeli versiyonu kafiyesiz olana nazaran daha doğru kabul edilebilir (McGlone ve Tofighbakhsh, 2000). Telaffuzu kolay bir isme sahip olmak kişiye daha güvenilirlik ve itibar kazandırabilir. Mesela çevrim içi satış sitesinde kullanıcı adının kolay telaffuz edilebilmesi müşterilerde bu satıcıya yönelik duyulan güveni arttırmaktadır (Silva, Chrobot, Newman, Schwarz ve Topolinski, 2017). Aynı şekilde bir iddianın kaynağının telaffuzunun kolay olması o iddianın doğru olarak kabul edilmesini arttırmaktadır (Newman vd., 2014). Dolayısıyla bilgiyi işleme kolaylığını etkileyen herhangi bir değişken doğruluk yargılarını da etkileyebilmektedir. Bu durum insanların bilgiyi işleme deneyimlerine karşı çok hassas fakat bu deneyimin nereden geldiğine karşı duyarsız olmalarından kaynaklanmaktadır (Schwarz ve Jalbert, 2021).

Kablolu televizyon ve radyo yayınlarının artmasıyla birlikte insanlar kendi dünya görüşlerine uygun medyaya seçici bir şekilde maruz kalmak için büyük bir fırsata sahip olmuşlardır. Bu durum sosyal medyanın yayılmasıyla birlikte daha da büyük bir ivme kazanmıştır. Çünkü sosyal medyanın dinamikleri bilgiyi kolay işlemek için gerekli kriterleri sağlamaktadır. Örneğin sosyal medyada karşılaşılan mesajlar kısa, basit ve kolay algılanabilecek mesajlardır. Ayrıca bu mesajlar genellikle güvenilir kabul edilen bir kaynaktan yani bir arkadaştan veya takip edilen birinden gelmektedir. Bununla beraber bu güvenilir kabul edilen kaynaklar genellikle kişi ile aynı dünya görüşünü paylaşan insanlar oldukları için (McPherson, Smith Lovin ve Cook, 2001) haber tüketicisinin gelen bilgiye inanma olasılığı daha yüksektir. Ayrıca sosyal medyada karşılaşılan mesajın diğer arkadaşlar tarafından beğenilmesi sosyal mutabakatı sağlar ve bu arkadaşlar tarafından tekrar paylaşılması ya da gönderiye destekleyici yorumların yapılması ise mesaja maruziyeti yani aşinalığı artırır ve mesajın doğruluğuna yönelik kanıt olduğu hakkında bir algı oluşturur. Bu paylaşımların, beğenilerin ve yorumların artması ise sosyal medyanın filtre balonu

tarafından karşıt görüşlerin kişinin önüne düşmesini engelleyip karşılaşılan mesajın doğruluğuna yönelik algıyı pekiştirir (Schwarz ve Jalbert, 2021). Bu süreçlerin giderek artması kişide karşılaştığı mesajların daha da tanidik gelmesini ve bu iddiaların kabul edilmesini arttırmakla kalmaz aynı zamanda kişiye bir uzmanlık ve güven hissini de verir. Çünkü artık kişinin sosyal medya akışındaki bilgilerin çoğ u tanidik ve benzer olmaya başlamıştır. Ayrıca kişinin sosyal medya akışında karşıt görüşlere yer verilmediğı için (filtre balonu sebebiyle) kendi bildiklerinin tartışmasız şekilde doğ ru olduğunu düşünmeye başlar. Bu durum saf gerç eklik (*naive realism*) olarak tanımlanan olgu ile açıklanabilir. Saf gerç ekliğ e göre kişi dünyanın kendi gö rdüğü gibi olduğunu, karşıt görüş lülerin ise ya yanıldıklarını ya da kötü niyetli olduklarını düşünür (Ross ve Ward, 1996). Bu inançların artması ise kutuplaşmaya ve karşılıklı olarak grupların birbirlerine kötü niyet atfetmelerine neden olur (Schwarz ve Jalbert, 2021).

Bir mesajın yanlış olduğunu belirtmek için doğ rusu ile birlikte tekrarlanması, yanlış mesaja aşinalığı artıracakğı için yanlış mesajın doğ ru olduğı inancına sebep olup daha da kalıcı hale gelmesine neden olabilir. Dolayısıyla düzeltici mesajlarda yanlış bilgileri tekrarlamak yerine sadece doğ ru bilgileri tekrarlamak daha güvenli bir yöntem olacaktır (Lewandowsky vd., 2012). Fakat genellikle gerç ek, yanlış hikayelerden daha karmaşıktır. Bu durum ise gerç eğı dezavantajlı bir duruma sokar. Dolayısıyla gerç eğı anlatırken işlem kolaylığını sağlayan kolay okunabilirlik, basitlik, görselliğ in kullanılması veya önemli hususların tekrar edilmesi gibi kriterlere dikkat etmek önemlidir (Schwarz ve Jalbert, 2021).

2.8. Görsellerin Sahte-Gerç ek Haber Ayrımı Yapabilme Üzerindeki Etkisi

Sahte haberlere genellikle konuyla ilgili görseller eşlik eder. Çünkü habere eklenen görsel, habere yönelik ilgiyi arttırarak haberin anlaşılmasını ve hatırlanmasını kolaylaştırır (Carney ve Levin, 2002; Knobloch, Hastall, Zillmann ve Callison, 2003; Waddill ve McDaniel, 1992). Yapılan çalışmalar bir iddia ile beraber bir görselin verilmesinin görsel, konu ile alakalı olmasa bile iddiaya yönelik algılanan doğruluğ un arttığını göstermektedir (Fenn, Newman, Pezdek ve Garry, 2013; Newman, Garry, Bernstein, Kantner ve Lindsay, 2012; Newman vd., 2015). Gerç ekleşmemiş bir olayı temsil eden veya güvenilir kabul edilen bir kaynaktan tekrarlı şekilde verilen görseller insanların yanlış bilgilere inanmalarını ve hatırlamalarını sağlayabilir (Lindsay, Hagen, Read, Wade ve Garry, 2004).

Fotoğraflar genellikle gerçek olayları temsil ettiklerinden ve bazen de bir şeyin gerçekten yaşandığına dair en iyi kanıt olduklarından dolayı insanlar fotoğraflara güvenme eğilimi gösterirler ve üzerinde oynamalar yapılmış bir fotoğrafı genellikle tespit edemezler (Nightingale, Wade ve Watson, 2017). Dolayısıyla bir fotoğraf birlikte verildiği iddia ile alakalı kanıt taşımaya bile iddiaya olan inancı arttırabilir. Çünkü fotoğraflar doğaları gereği güvenilirlerdir (Newman ve Zhang, 2020).

İddiayı kanıtlamayan bir fotoğrafın, iddianın kabul edilmesine etki etmesi için birkaç şeyi barındırması gerekir (Newman ve Zhang, 2020). Birincisi kanıtlayıcı olmayan fotoğraf, bir iddiayı değerlendirmek için anlamsal olarak zengin bir bağlam sağlamalı ve iddiaya yönelik bilgilerin hatırlanmasını kolaylaştırmalıdır. Örneğin “zürafalar zıplayamayan tek memeli türüdür” iddiasını desteklemek için bir zürafa fotoğrafının konulması (iddiaya yönelik herhangi bir kanıt taşımadığı halde) zürafaya yönelik bilgilerin hatırlanmasında yardımcı olmalıdır (Carr, McCauley, Sperber ve Parmelee, 1982). İnsanlar bilgiyi (iddiaya yönelik kanıt taşıyan veya taşımayan) hafızalarından hızlı şekilde geri getirebildiklerinde, kolay geri getirmenin sıklık, aşinalık ve doğruluk sinyalleri verdiği sonucuna varma eğilimi göstermektedirler (Kahneman, 2023). İkinci olarak ilgili fotoğraf insanların söz konusu iddiayı canlı bir şekilde hayal etmelerine yardımcı olmalıdır. Çünkü insanlar varsayımsal bir olayı kolayca hayal edebildiklerinde bu olayın gerçekliğinin daha olası olduğuna yönelik bir eğilim göstermektedirler (Alter ve Oppenheimer, 2009; Sherman, Cialdini, Schwartzman ve Reynolds, 1985). Üçüncü olarak ilgili fotoğrafın eşleştirildiği iddiayı daha somut hale getirip iddiadaki unsurların anlaşılmasını kolaylaştırmalıdır. Bilgi somut bir dille yazılıp anlaşılması kolay olduğunda insanların bu bilgiye inanma olasılıkları artmaktadır (Hansen ve Wänke, 2010; Oppenheimer, 2006). Yani kanıt sağlamayan bilgiler bir iddia için kanıt olarak algılanırken üç temel yolla bilişsel işlemeyi kolaylaştırmalıdır. Bunlar, insanların ilgili anlamsal ayrıntıları hızla hatırlamalarına yardımcı olmak; insanların iddiaları kolayca hayal etmelerine yardımcı olmak ve insanların ilgili iddiayı anlamalarına yardımcı olmaktır. Bu değişkenlerin herhangi biri insanların bir iddiaya inanma olasılıklarını arttırabilir. Bu durum da aslında kanıt oluşturmamayan fotoğrafların ilişkilendirdikleri iddianın doğruluğunun değerlendirilmesinde etkili bir değişken olabileceğini göstermektedir (Newman ve Zhang, 2020).

Fotoğraflı manşeti olan haberler oluşturmak hem gerçek hem de sahte haberler için kullanılan genel bir şablondur. Her ne kadar ilk bakışta zararsız gibi görünse de insanların birkaç saniye içinde habere yönelik doğruluk algılarını arttırdığı için sahte haberlerde kullanılması ciddi sorunlara neden olabilmektedir (Newman ve Zhang, 2020). İnternette haber okuyan insanlar gazete sitelerine ziyaret başına ortalama iki buçuk dakika ayırmaktadır ve mobil cihazlarda haberi incelerken ayrılan bu süre daha da azalmaktadır (Dunaway, Searles, Sui ve Paul, 2018; Newman ve Zhang, 2020). Haberleri incelemek için ayrılan vakit azaldığı için fotoğraflı sahte haberlerin insanları yanıltma ihtimali de artmaktadır. İnsanlar gerçek hayatta karşılaştıkları haberlerin sahte olabileceğine yönelik bir uyarı almadıkları için bu haberlerdeki yanıltıcı gerçeklik etkisiyle (*illusory truth effect*) inanma oranları neredeyse iki katına çıkmaktadır (Jalbert, Newman ve Schwarz, 2020). Çevrim içi ortamlarda bilgi paylaşımının kolaylığı da göz önüne alındığında fotoğraflı haber paylaşımlarının etkisinin daha büyük olacağı düşünülebilir. Her ne kadar laboratuvar ortamlarında yapılan deneylerin, gerçek hayattaki haber karşılaşmalarıyla kıyaslandığında eksikleri bulunsa da yapılan bir araştırmada katılımcılar simüle edilmiş bir sosyal medya ortamında değerlendirilmiş ve kanıt niteliğinde olmayan fotoğrafların habere olan doğruluk algısını arttırdığı tespit edilmiştir. Fotoğrafsız iddialarla karşılaştırıldığında, katılımcılar fotoğrafların eşlik ettiği hem doğru hem de yanlış bilgilerin doğru olma olasılığını daha yüksek bulmakla kalmamış, aynı zamanda bu bilgileri daha çok beğenmiş ve simüle edilmiş bir sosyal medya platformunda paylaşma olasılıkları daha yüksek bulunmuştur (Fenn, Ramsay, Kantner, Pezdek ve Abed, 2019). Buna rağmen insanlar fotoğrafların, yargıları üzerindeki etkilerinin pek farkında değildir (Newman, Azad, Lindsay ve Garry, 2018). İnsanlar, başkalarının sahte haberlere karşı kendilerinden daha savunmasız olduğuna inanma eğilimi gösterirler (Jang ve Kim, 2018; Sun, Pan ve Shen, 2008). İnsanların giderek sosyal medyadan haber alma davranışlarının arttığı göz önüne alındığında bu durumun endişe verici bir hal aldığı söylenebilir (Newman ve Zhang, 2020).

Sosyal medyada yayılan yanlış bilgilerin ilk yayımlanmasından sonra birçok kez yeniden ortaya çıkma eğiliminde olduğu fakat gerçeklerin böyle bir eğilim göstermediği (Shin, Jian, Driscoll ve Bar, 2018) göz önüne alındığında bu durumun sahte haberlere defalarca maruz kalıp aşinalığı arttırabileceği için hafızalarda yanlış bilgilerin doğru olarak yer edinmesine neden olabilir (Bacon, 1979; Dechêne, Stahl,

Hansen ve Wänke, 2010). Sahte haber ile mücadele ederken gerçeği belirtmek için dahi olsa sahte haberlerin tekrarlanması, sahte haberlerin kalıcılığını arttırabileceği için sadece gerçeklerin belirtildiği ve görseller ile zenginleştirilmiş kampanyaların düzenlenmesi gerçeklerin hatırlanmasında yardımcı olabilir (Newman ve Zhang, 2020).

2.9. Doğruluk Yargılarında Olumsuzluk Önyargısı

Herhangi bir ifadenin negatif şekilde oluşturulmuş versiyonunun pozitif şekilde oluşturulmuş versiyonuna kıyasla doğru olarak değerlendirilme ihtimalinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yani “evliliklerin %80’i 10 yıl veya daha uzun sürmektedir” ifadesi ile “evliliklerin %20’si ilk 10 yıl içinde boşanmayla sonuçlanmaktadır” ifadeleri karşılaştırıldığında negatif şekilde ifade edilen ikinci versiyonun, pozitif şekilde ifade edilen ilk versiyona nazaran doğru olarak değerlendirilme olasılığı daha yüksektir. Çünkü olumsuz ifadeler daha fazla dikkat gerektirdiği için daha ayrıntılı incelendiği ve bu durumun ise olumsuz ifadeleri daha ikna edici hale getirdiği düşünülmektedir (Hilbig, 2009). Bu önyargı, doğruluk yargılarında (*truth judgments*) “olumsuzluk önyargısı” (*negativity bias*) olarak adlandırılmış olup (Hilbig, 2009, 2012a, 2012b) içerik açısından aynı olan olumsuz ifadelerin, olumlu ifadelere nazaran doğru olarak değerlendirilme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ifade etmektedir (Jaffé ve Greifeneder, 2021).

Bir iletişim kurulduğunda bireyler başkalarının doğruyu söylediği varsayımıyla yola çıkarlar (Marsh ve Stanley, 2021). Bu temel ilke ile tutarlı olarak, bireyler diğerlerinin doğruluğunu abartma eğilimi gösterirler. Bu durum “doğruluk önyargısı” (*truth bias*) olarak bilinir (Burgoon, Blair ve Strom, 2008; Reinhard, Greifeneder ve Scharmach, 2013). Fakat bireyler doğruluk temel önermesini kullanmak istemezlerse bir bilginin doğru mu yanlış mı olduğunu belirlemek için farklı stratejiler kullanabilirler. Mesela “tutarlılık ve uygunluk” (*coherence, correspondence*) ilkeleri bir ifade, inanç veya yargının doğruluğunu değerlendirmek için ölçüt olarak kullanılabilir (Dunwoody, 2009). Buna göre bir ifadenin doğruluğunu tespit etmek için gerçeklerle uyuşup uyuşmadığına bakılır. İnsanlar bir bilginin gerçekliğini tespit etmek için üç bilgi kaynağından faydalanabilirler. Bunlar, bilginin kaynağı hakkındaki ipuçları (örneğin kaynağın, konu hakkındaki uzmanlık düzeyi); bilginin sunulduğu ortamın özellikleri (örneğin bilimsel bir konferans) ve bilginin gerçekliğini değerlendirmek için ifadenin kendisinin nitelikleridir (Dechêne vd., 2010). Bu noktada ifadenin kendi

nitelikleri olan; tekrar, aşinalık, bilgiyi işleme kolaylığı ve zihinsel referanslar gibi özellikler ile mesajın inandırıcılığını doğrudan etkileyip mantıksal olarak sağlam görünmesini sağlayarak bilginin ilişkili tutarlılığını arttırabilir (Reber ve Schwarz, 1999; Stanley, Yang ve Marsh, 2019; Unkelbach ve Rom, 2017).

Doğruluk yargılarındaki olumsuzluk önyargısı, olumsuz örneklerin olumlulara nazaran daha etkili olma eğilimi ilkesi ile tutarlıdır. Buradaki kötü iyiden daha güçlüdür ilkesi, travma gibi önemli yaşam olaylarında, yakın ilişkilerde, sosyal ağ örüntülerinde veya kişiler arası etkileşimlerde görülebilir (Jaffé ve Greifeneder, 2021). Muhtemelen bu ilke, olumlulara nazaran olumsuz bilgi ve olayların organizmanın hayatta kalması üzerine potansiyel zararlı etkisi nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Üstelik benlik, kötü benlik tanımlamalarından kaçınmak için kötü olanı iyi olana nazaran daha yakından takip etmeye motive olmuş gibi görünmektedir. Bu nedenle de kötü bilgi iyi bilgiye nazaran daha yakından ve kapsamlı şekilde incelenip teşhis edilmeye, daha belirgin şekilde algılanmaya çalışılır (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer ve Vohs, 2001). Olumsuz şekilde ifade edilen mesajların veya haberlerin olumlulara nazaran daha kabul edilebilir ve doğru algılanması da benzer şekilde açıklanabilir. Olumsuz örnekler daha fazla dikkat çeker (Pratto ve John, 1991) ve daha fazla bilgilendirici olarak algılanır (Peeters ve Czapinski, 1990), çünkü olumsuz örnekler daha nadir ve daha tehditkardır (Dijksterhuis ve Aarts, 2003; Lewicka, Czapinski ve Peeters, 1992). Daha yüksek teşhis edilebilirlik ve belirginlik sebebiyle olumsuz (kötü) bilgi olumlu (iyi) bilgiye nazaran daha kapsamlı bir şekilde işlenir (Baumeister vd., 2001). Daha kapsamlı ya da tekrarlanan bilgi işleme ise mesajın ikna ediciliğini arttırabilir (Petty ve Briñol, 2008; Shiv, Edell Britton ve Payne, 2004).

Karşılaşılan bir ifadenin algılanan doğruluk düzeyini belirleyen bir başka değişken ise “beklenti”dir. Yani olumsuz bir haber için verilen olasılıklar beklenenden düşük çıkarsa habere inanma eğilimi artacaktır. Örneğin “Almanca konuşan kadınların %54’ünün görünüşlerinden memnun olmadığını” bekleyen (düşünen) bir gruba “Almanca konuşan kadınların %41’i görünüşlerinden memnun değildir” şeklinde bir bilgi verildiğinde bu ifadenin doğru olarak kabul edilmesi; “Almanca konuşan kadınların %61’i görünüşlerinden memnun değildir” ifadesine nazaran daha yüksektir (Jaffé ve Greifeneder, 2021; Koch ve Peter, 2017). Muhtemelen bunun nedeni olumsuz bir beklenti için, gerçek rakamların beklenenden daha düşük olduğunu öğrenmek iyi bir haber olarak algılanacağından, insanların bu bilgiye inanma eğilimleri artmaktadır.

Buna karşılık, olumsuz bir durum için gerçek rakamların beklenenden daha yüksek olduğunu öğrenmek kötü bir haber olarak algılanacağından insanlar bu bilgiye inanmama eğilimi gösterebilmektedirler (Jaffé ve Greifeneder, 2021). Bu eğilim, “özsaygıyı koruma ve geliştirme ihtiyacıyla çarpıtılan bilişsel veya algısal bir süreç” olarak kendine hizmet eden ön yargının genel tanımına uymaktadır. Dış dünyaya yönelik bu iyimser bakış açıları bir önyargıyı reddetse de iyimser eğilimler sağlık ve refahı teşvik edebileceğinden, iyi haberlere inanıp kötü haberleri göz ardı etmek yararlı bir eğilim olabilir (Taylor ve Brown, 1988).

Olumsuz ifadelerin olumlulara nazaran daha kabul edilebilir olmasının bir başka nedeni ise olumsuz ifade kullanan kimsenin bu konu hakkında daha fazla bilgiye sahip olduğuna yönelik algı olabilir. Çünkü bir konu hakkında olumsuz bir ifade kullanmak daha spesifik bir bilgi birikimine sahip olunması gerektiğini düşündürebileceği için bu ifadeyi kullananın daha bilgili olduğu algısı oluşuyor olabilir. Ayrıca olumsuz ifadeler olumlu ifadelerin alanını genişletebilir. Örneğin Almanların %70’i alerjiden muzdarip, %30’u ise muzdarip değil dendiğinde alerji olunmamasının birçok nedeni olabilir. Mesela henüz alerji olmamış, alerjisini fark etmemiş veya hiç alerji olmayanlar olabilir. Fakat alerji olanlar şüphesiz şekilde alerji olmuşlardır. Dolayısıyla bir şeyin gerçekleşmemesinin gerçekleşmesine nazaran daha fazla yolu varsa insanların bu durumu değerlendirirken bu temel oran farklarına güvenerek hareket etmeleri mantıklı bir tercih olacaktır (Jaffé ve Greifeneder, 2021).

2.10. Bilgi ve Hatırlama

İnsanlar çok ve farklı bilgilere sahiptirler. Örneğin, gerçek bilgi (Türkiye’nin başkentini bilmek), senaryolara dayalı bilgi (müzede gezinmek için geçmiş deneyimlerin bir senaryo gibi soyutlanması) ve karmaşık sistemler anlamaya yönelik bilgi (ekonominin nasıl işlediği ve değişen faiz oranlarının sistemin diğer bölümleri için nasıl aşağı yönlü etkileri olacağı) gibi çeşitli bilgi türleri vardır. Bu bilgiler bazen resmi (okul, alınan eğitimler vb.) bazen de gayri resmi (deneme-yanılma, kişilerarası etkileşimler vb.) yollarla elde edilir ve ömür boyu birikir (Marsh ve Stanley, 2021).

Bilgi ile geçmişteki belirli olayları hatırlama (epizodik bellek) arasında fark vardır. Bilgi, belirli bir zaman ve yerde gerçekleşmiş olayları düşünmek değildir. Örneğin kişi bayramın ne demek olduğunu bilir ama küçükken bayramda kuzenleri ile yaşadığı belirli bir olayı hatırlar. Kişi mutfak robotunun nasıl çalıştığını bilir ama mutfak robotunu ilk kullandığı anı hatırlar. Kişi Mustafa Kemal Atatürk’ün kim

olduğunu bilebilir fakat ilkokulda öğrendiği, Atatürk'ün hangi okullarda okuduğu bilgisini hatırlamayabilir. Yanlış inançlar, kavram yanlışları veya bilgi yanlışları gibi bilgi sistemindeki hatalarla mücadele etmek için kişilerin hafızalarına yani insanların olayları nasıl hatırladıklarına odaklanmak önemlidir fakat yetersiz kalabilir. Dolayısıyla yanlış inançları düzeltmek için inanç düzeltmeye yönelik stratejilere de bakmak gereklidir (Marsh ve Stanley, 2021).

Yapılan bir araştırmada bir sosyal medya platformu olan X'te (Twitter) paylaşılan 57 farklı siyasi söylenti hakkında 400.000'den fazla gönderi analiz edilmiş ve doğru-yanlış farkı gözetilmeden, siyasi söylentileri reddeden çok az sayıda paylaşım yapıldığı (%4'ten daha az) tespit edilmiştir (Shin, Jian, Driscoll ve Bar, 2017). Ayrıca X'te yapılan bir çalışmada insanların siyasi eğilimleri ile uyuşan doğruluk kontrolü paylaşımlarını (örneğin teyit.org tarafından paylaşılan bir gönderi) paylaşma olasılıkları daha yüksek bulunmuştur (Shin ve Thorson, 2017). Fakat insanlar sahte haberlerin gerçeğini belirten düzeltmeler ile karşılaşsa bile bu düzeltmeler her zaman işe yaramayabilir. Yapılan bir araştırmada bazı Amerikalıların Irak'ta kitle imha silahlarının bulunduğu yönündeki haberlerin gerçek olmadığını ifade eden düzeltme mesajlarını okudukları halde Irak'ta kitle imha silahları bulunduğu yönüne yönelik yanlış inançlarını sürdürdükleri tespit edilmiştir (Lewandowsky, Stritzke, Oberauer ve Morales, 2005).

Yanlış inançlar sadece hatalı hatırlamalardan kaynaklanmayabileceği için yanlış inançları düzeltirken farklı stratejiler denemek gerekebilir. Örneğin yanlış inançları düzeltirken sadece yanlış inancı iptal eden bilgilendirmelere kıyasla yeni olumlu bir inancın aşılandığı (öğretildiği) yöntemler kullanıldığında yanlış inancı düzeltme olasılığının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Lewandowsky vd., 2012). Ayrıca düzeltme mesajlarında sahte haberi tekrarlamak yerine sadece gerçek bilgiyi vermek ve görseller ile bu mesajları desteklemek yanlış inancı düzeltirken daha başarılı sonuçlar alınmasını sağlayabilir (Marsh ve Stanley, 2021).

2.11. Sahte Haberlerde Kimlik Temelli Motivasyon

Grup yaşamı, insanın hayatta kalabilmesi için tarih boyunca önemli bir yer tutmuştur (Haidle vd., 2015). İnsanlar bir gruba dahil olarak hayatta kalma ihtimallerini arttırdıkları için grup yaşamına uygun olacak şekilde, başkalarının bakış açılarına duyarlılık anlamına gelen “sosyal ayarlama” (*social tuning*) ve kişinin dikkatinin odağını kontrol etme becerisi anlamına gelen “öz düzenleme”

(*selfregulation*) gibi bazı beceriler geliştirmişlerdir (Chiu vd., 2015; Chiu, Gelfand, Yamagishi, Shteynberg ve Wan, 2010; Oyserman, 2011, 2017; Shteynberg, 2015). Grup yaşamı için gerekli olan bu beceriler, uyum, koordinasyon ve paylaşım gibi hayatta kalma sorunlarına “mümkün olduğunca iyi” çözümler üretmek için geliştirilen kültürel uygulamaların temelini oluşturmaktadırlar (Oyserman ve Dawson, 2021). Bu çözümler optimal olmaktan ziyade “mümkün olduğunca iyi”dirler fakat bir kez geliştikten sonra bu işleri yapma biçimimiz, “bizim” uygulamalarımız, yapılarımız, değerlerimiz ve normlarımız olmaları nedeniyle “yapışkan” hale gelirler (Cohen, 2001; Oyserman, 2015). Davranışın tüm yönlerine nüfuz ederek algıyı ve muhakemeyi hem kısıtlar hem de çeşitli durumlarda anlam oluşturmak için ortak bir plan ve taslak sağlarlar (Chiu vd., 2010; Oyserman, 2017).

Kültür, kısmen insanların dünyalarını anlamlandırdıkları, ne istediklerini ve bunları nasıl elde edeceklerini anladıkları bir dizi çağrışımsal bilgi ağı, örtük işletim kodu veya anlam oluşturma çerçevesidir. Kültürel kökleri olan bu çağrışımsal bilgi ağları, zihinsel modeller sağlayarak insanlara durumlarının nasıl gelişeceğini tahmin etmeleri için kültürel uzmanlık kazandırır. Aynı durum bir kültürün her bir uygulaması için de geçerlidir. Her bir uygulama, işlerin nasıl yürüdüğüne dair spesifik ve genellikle örtük bilgileri de içeren bilgi ağlarını beraberinde getirir. Örnek olarak bayram ziyaretinde büyüklere veya küçüklere nasıl davranılması gerektiği ya da resmi bir davette nasıl giyinilmesi gerektiği gösterilebilir. Anlık bağlamlar, mevcut kültürel bilgi ağlarının bazı alt kümelerini o anda erişilebilir kılar (Kramsch, 2014; Oyserman ve Dawson, 2021).

İnsanlar, bir sonraki adımda ne olacağına dair otomatik bir tahminde bulunmak için karar anında erişilebilir olan mevcut kültür temelli bilgilerinin alt kümesini kullanırlar. Bir diğer ifade ile insanlar erişilebilir bir kültürel zihniyetle ilişkili zihinsel prosedürü kullanırlar. Yapılan araştırmalarda farklı ülkelerden ve farklı etnik gruplardan oluşan insanlar, anlık ipuçlarına bağlı olarak kolektivist bir zihniyet kullanmayı veya kullanmamayı seçmişlerdir. Araştırmalarda, insanların kullandığı zihinsel prosedür, o anda erişilebilir olan kültürel zihniyete bağlı olmuştur. İnsanların grup temelli kimliklerini (örneğin, İngiliz olmak, kırsal kesimde yaşamak, vatansever olmak) o anda belirgin hale getiren her şey, kolektivist bir zihniyet kullanımını tetiklemiştir. Kolektivist bir zihniyet tetiklendiğinde, insanlar olayların birbirine nasıl

bağlandığına odaklanmaya daha istekli olurlar ve bu da mantık kurallarını görmeyi zorlaştırabilir (akt. Oyserman ve Dawson, 2021).

İnsanlar seçim yaparken “*bilgi temelli akıl yürütme*” veya “*kimlik temelli akıl yürütme*” yöntemlerinden birini kullanabilirler. Kimlik temelli akıl yürütme kültürel bilgi ile ilişkilidir. Kültürel bilgi muhakeme tarzını şekillendirebilir. Kültürel bilgi, olayların nasıl gelişeceğine dair örtük beklentiler oluşturur. İnsanların bekledikleri gibi gelişen bir durumu anlamlandırmaları daha kolay, örtük beklentilerini ihlal eden bir durumu anlamlandırmaları ise daha zordur. Kültürel bilgi sadece kültürel açıdan önemli bilgilerin işlenmesini kolaylaştırmakla kalmaz, aynı zamanda insanların bir şeyin doğru olmadığını anlamalarına yardımcı olarak beklenmedik bir durum ortaya çıktığında çağrışımsal, içgüdüye dayalı akıl yürütmeden sistematik, kurala dayalı akıl yürütmeye geçişi tetikler (Oyserman, 2011).

İnsanların, kültürel olarak akla yatkın durumlarda sistematik muhakeme kullanma olasılıkları daha düşüktür. Yani, insanların kültürel açıdan uygun ikna girişimleriyle karşılaştıklarında sistematik bir şekilde akıl yürütme olasılıkları daha düşüktür. Sistematik bir şekilde akıl yürütmedikleri için de ikna edici argümanın gerçekliği çok da önemli olmayabilir. Mesajın gerçekliğine dikkat etmemenin bir sonucu olarak, insanlar gerçek bilgiyi, yanlış veya önyargılı bilgilerden ayırt edemeyebilirler. Yani seçim ve yargıda bulunmayı amaçlayan bilgilendirici mesajlar ile belirli bir hareket tarzını ortaya çıkarmayı amaçlayan dezenformasyonel mesajları birbirinden ayırt edemeyebilirler. Bir mesajın kültürel açıdan doğru olabilmesi için, insanların bir durumda zımnen görmeyi veya duymayı bekledikleri imgelerin, ifadelerin ve içeriğin bir karışımını içermesi gerekir. Kültürel tutarlılık bilgi temelli akıl yürütmeden ziyade kimlik temelli akıl yürütmeyi harekete geçirir. İnsanlar bilgiye dayalı muhakeme kullandıklarında hem çağrışımsal hem de sistematik stratejilere erişebilirler. Buna karşın, kimlik temelli muhakeme kullandıklarında, sistematik muhakeme stratejilerine erişimleri etkin bir şekilde engellenir (Kahneman, 2023; Kramsch, 2014; Oyserman ve Dawson, 2021).

İnsanlar genellikle mesaj paylaşılanların, bilgilendirme amacı taşıdığını varsayarlar. Yani insanlar, bazen mesaj paylaşanlar yanlış veya önyargılı içerikler paylaşa bile bu mesaj paylaşanların doğru, tarafsız ve karar verirken potansiyel olarak yararlı olduğuna inandıkları içerikleri paylaştıklarını varsayarlar. Buna göre, insanlar şüphelenmek için bir sebepleri olmadıkça, iletişimcilerin bilgilendirici olmaya

çalıştıkları varsayımıyla işe başlarlar. İnsanlar bilginin nasıl iletildiğinden yola çıkarak bilgi hakkında (genellikle örtük) varsayımlarda bulunurlar. Bunu, iletişimcinin bu çıkarımları yapmalarını isteyip istemediğine bakmaksızın ve çoğu zaman çıkarımlarının kaynağının farkında olmadan yaparlar (Gilbert, Krull ve Malone, 1990; Schwarz, Strack, Hilton ve Naderer, 1991). Normal şartlar altında karşılaşılan bir mesajın, bilgilendirme amacı taşıyan, doğru ve bir karar vermek için potansiyel olarak yararlı olduğu varsayılır. Bu varsayım mesajı paylaşanlar bilerek veya bilmeden yanlış bilgileri yaydıklarında da geçerlidir. Fakat bu durum yanlış bilginin bilerek yayılmasında yani dezenformasyonda daha etkili olabilir çünkü dezenformasyonda doğrudan bir davranışı veya düşüncüyü değiştirmek hedeflenir. Dolayısıyla bu tarz yanlış bilgilerin eylemi etkileme olasılıkları daha yüksektir. Özellikle sosyal kimlikler ile bağlantılı mesajların, kanaatleri etkilemesi ve eyleme dönüşmesi daha olasıdır (Murphy, Frank, Moran ve Patnoe Woodley, 2011).

Kimlik temelli ikna mesajlarında, bilginin doğru şekilde hatırlanıp hatırlanmadığına bakılmaksızın, yargı ve davranışları etkileme olasılığı bulunmaktadır. Dezenformasyonun kimlik temelli bir noktadan oluştuğu takdirde düzeltilmesi zorlaşmaktadır. Çünkü karşılaşılan mesaj sonrası “bu konuda nasıl düşünüyoruz?” yani “biz” nasıl davranmalıyız şeklinde bir çerçeveleme söz konusudur. Bu durumda ise insanların “bu bilginin doğruluğu nedir?” şeklindeki teyit edici soruya geçmeleri pek mümkün olmamaktadır. Dahası insanlar bir kez “‘biz’ bu şekilde düşünür ve hareket ederiz” diye inanmaya başladıklarında diğer bilgileri “alternatif gerçekler” şeklinde değerlendirip dikkate almayabilirler. Dolayısıyla sahte haberler kimlik temelli bir noktadan yayılıyorsa, benimsenmesi ve bu inancın davranışa yansması daha olasıdır. Örneğin Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden ayrılmasının oylandığı referandum sürecinde (Brexit) ayrılma yönünde görüşü benimseyenlerin yürüttükleri kampanyalarda “İngiliz olma” gibi kimlik temelli kampanyalar önemli bir yer tutmuştur (Oyserman ve Dawson, 2021).

2.12. Sahte Haberlere Yönelik Potansiyel Çözümler

Sahte haber sorununa çözüm olarak dört başlık önerilebilir: *Algoritmik çözümler*; *düzeltilici yaklaşımlar*; *yasal düzenlemeler* ve *psikolojik yaklaşımlar* (Linden ve Roozenbeek, 2021). *Algoritmik çözümler*: Günümüzde sahte haberlerin daha çok sosyal medya yoluyla yayıldığını göz önüne alırsak (Shu, Sliva, Wang, Tang ve Liu, 2017) bu mecralarda sahte haberlerin yayılmasına engel olabilmek için bazı yazılımsal

algoritmalarının kullanılması mantıklı olabilir (Kang ve Lee, 2019). Bu algoritmalar ile sahte veya güvenilir olmayan haberler tespit edilip sosyal medyada insanların önüne çıkması engellenebilir. Fakat günümüzde bu algoritmalar sahte içeriği tespit etmede henüz yeteri kadar gelişmemişlerdir (Linden ve Roozenbeek, 2021). İkinci çözüm önerisi olan *düzeltilici yaklaşımlar*: Yayılan sahte haberlerin doğruluk kontrol araçları ile sonradan düzeltilmesini ifade eder. Haber doğrulama pratikleri 20. yüzyıl gazeteciliği içerisinde ortaya çıkmış olsa da sahte haberlerdeki artışa paralel olarak 2000’li yıllardan itibaren haber doğrulama platformlarında bir artış gözlemlenmiştir. 1995 yılında “*Snopes.com*”; 2001’de “*Spinsanity*”; 2003’te “*FactCheck.org*”; 2005’te “*The Consumerist Blog*”; 2007’de “*PolitiFact.com*”, “*TruthInAdvertising.org*” ve “*Washington Post*’s” kurulan haber doğrulama platformlarından bazılarıdır (Amazeen, Thorson, Muddiman ve Graves, 2018). Türkiye’de ise 2009 yılında “*Yalansavar*”; 2014’te “*Doğruluk Payı*”; 2015’te ise “*Malumatfuruş*” ve “*Teyit.org*” kurulan haber doğrulama platformlarındandır (Büyükaşar, 2019). Fakat doğruluk kontrolü (*fact-checking*) girişimlerinin ne kadar etki gösterdiği tartışmalı bir konudur (Nyhan, Porter, Reifler ve Wood, 2020). Ayrıca her sahte haberi düzeltmek mümkün değildir çünkü sahte haber üretmek sahte haberi düzeltmekten çok daha basit ve masrafsız bir süreçtir. Üstelik sahte haberler sosyal medyada gerçek haberlere nazaran çok daha hızlı yayılmaktadır (Vosoughi vd., 2018). Sahte haberler ile mücadele etmek için bir diğer yöntem ise *yasal düzenlemeler*dir. Hükümetler bu konuda çıkartacakları yasalar ile özellikle seçim dönemleri gibi sahte haber yayılımında artışların yaşandığı zamanlarda önleyici müdahalelerde bulunabilirler (Balcı ve Çakır, 2023; Gedikli, 2020). Fakat herhangi bir kuruma neyin gerçek neyin sahte olduğunu belirleme yetkisinin verilmesi ters tepebilecek bir durumdur (Linden ve Roozenbeek, 2021).

Psikolojik yaklaşımlar olarak ise insanların sahte haberlere yönelik bireysel düzeyde farkındalıklarının artırılması ve bilgilendirilmeleri sayılabilir. Bu çerçevede medya okur-yazarlığı eğitimleri gibi insanların karşılaştıkları haberlere yönelik eleştirel bakabilmelerini sağlayacak eğitimler uzun vadede sahte haberlerle mücadelede işe yarayabilecek yöntemlerdir. Fakat hem her sahte habere karşı eğitilmek mümkün olmadığı hem de sahte haber ile karşılaşıldığı takdirde sonradan düzeltmeler yapılsa da zarar çoktan verildiği için edinilen yanlış inancı güncellemek çok zor olduğundan bu yaklaşımlar eksik kalabilmektedir. Dolayısıyla ilk etapta yanlış inançların yerleşmesini önlemek mümkün müdür? Sorusu gündeme gelmektedir. Bu

soruya yanıt bulabilmek adına 1960’larda Uzak Doğu’da esir alınan Amerikan askerlerinin beyin yıkanmasına yönelik ikna girişimlerine direnebilmeleri için geliştirilen ve “beyin yıkama aşısı” (*vaccine for brainwash*) olarak tanımlanan “aşılama teorisi” (*inoculation theory*) kullanılabilir (Linden ve Roozenbeek, 2021). Bu teorinin temelindeki mantık ise nasıl ki aşılarda vücuda girdikten sonra antikor üretimini tetikleyen, virüslerin zayıflatılmış versiyonlarıdır ve gerçek bir virüs ile karşılaşıldığında aktif hale gelerek bağışıklık sağlarlar benzer şekilde aşılama teorisi de aynı şeyin bilgi konusunda gerçekleşebileceğini varsayar. Bir kişiye yanıltıcı bir bilginin zayıflatılmış bir versiyonu önceden sunularak “zihinsel antikorlar” üretilmesine benzer bir düşünce süreci tetiklenir ve kişi istenmeyen bir ikna girişimine karşı bağışıklık kazanmış olur (McGuire ve Papageorgis, 1961). Aşılama teorisinin ele alındığı bir meta-analiz çalışmasında aşılama yönteminin iknaya karşı direnç kazandırmada etkili olduğu tespit edilmiştir (Banas ve Rains, 2010). Yapılan çalışmalarda aşılama teorisinin sahte haberlere yönelik bağışıklık kazanılmasında da etkili olduğu tespit edilmiştir (Basol vd., 2020; Linden ve Roozenbeek, 2021).

2.13. Haber Medyası Okuryazarlığı

Okuryazarlık teriminde bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak bazı değişiklikler yaşanmıştır. Okuryazarlık eskiden sadece okumayı ve yazmayı bilmek olarak kullanılırken günümüzde belli ve sınırlı bir alanın bilgisine ayrıntılı şekilde hakim olmak şeklinde kullanılmaktadır (Aytaş ve Kaplan, 2017). Haber medyası okuryazarlığı da bu kapsamda ele alınabilecek bir okuryazarlık türüdür. Haber medyası okuryazarlığı, medya okuryazarlığının bir alt kümesidir (Ashley, Maksı ve Craft, 2013). Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile beraber haber üretimi ve tüketimi kolaylaşmıştır. Bu durum ise sahte haberlerin çoğalmasına zemin hazırlamıştır. Dolayısıyla sahte haberler ile mücadelede haber medyası okuryazarlığına sahip olmak önemli bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber medyası okuryazarlığı ile bireylerin haber medyasındaki mesajları doğru anlayabilmesini sağlayacak bir bilincin oluşturulması ve eleştirel bir bakışla haberleri yorumlayan bireylerin yetiştirilmesi amaçlanmaktadır (Kurt ve Kürüm, 2010).

Demokrasilerin bilinçli vatandaşların varlığıyla var olabileceği kabulüyle bakıldığında haber okuryazarlığı, vatandaşların içinde yaşadıkları siyasal ve toplumsal düzlemlerde karşılaştıkları haberlerden bilinçli kararlar alabilmeleri için yararlı ve doğru bilgileri arama ve ayırıştırma kapasiteleri ile ilgilenir (Güdekli vd., 2022). Haber

medyası okuryazarlığı, bireylerin haber medyasıyla nasıl ve neden etkileşime girdiğini, ne tükettiklerini, bu tüketimi nasıl anlamlandırdıklarını ve bireylerin kendi haber tüketimlerinden nasıl etkilendiklerini anlamaya yöneliktir (Maksl, Ashley ve Craft, 2015; Tully ve Vraga, 2018; Vraga ve Tully, 2019). Haberleri genel olarak medyadan ayıran şey demokratik sistemlerde vatandaşların bilgilенmesinde oynadığı roldür. İnsanlar geleneksel medyanın yanında yeni medyanın oluşması ve geniş kitlelere yayılmasıyla birlikte eskiye nazaran sahte haberlere çok daha fazla maruz kalmaktadırlar. Bu durumda vatandaşların haberin üretildiği koşullara karşı daha duyarlı ve haber medya ürünlerini değerlendirme konusunda daha donanımlı olmaları gerekmektedir (Maksl vd., 2015; Maksl, Craft, Ashley ve Miller, 2017). Haber medyası okuryazarlığının haber tüketiminde yanlış bilgilendirilmelere karşı dirençli olup kişilerin kendilerini korumalarında etkili bir çözüm olacağı düşünülmektedir (Güdekli vd., 2022). Haber medyası okuryazarlığı, haber içeriğine yönelik şüpheli bir eğilimin yanı sıra, haberin üretimi ve dağıtımına karşı da eleştirel bir tavırla ilişkilendirilmektedir. Bu sebeple, haber medyası okuryazarlığı yüksek olan bireylerin düşük olanlara nazaran komplo teorilerine daha dirençli olmaları beklenmektedir (Craft, Ashley ve Maksl, 2017).

2.14. Eleştirel Düşünme

Alanyazında eleştirel düşünmenin farklı tanımları bulunmaktadır. Eleştirel düşünme, neye inanılması ve ne yapılması gerektiğine karar vermeye odaklanan mantıklı ve yansıtıcı bir düşünme şeklidir. Eleştirel düşünme anlayarak, disiplinli bir şekilde düşünme sanatıdır (Dönmez ve Kaya, 2016; Paul, 2005). Eleştirel düşünme, farklı kaynaklardan elde edilen bilgilerin anlamlandırılmasında ve karmaşık düşüncelerin yeniden inşa edilmesinde kullanılır. Eleştirel düşünme sorgulama, irdeleme, araştırma ve problem çözme gibi becerileri içine alan genel bir süreç olarak nitelendirilmektedir. Eleştirel düşünme becerileri, kişilerin problemler karşısında etkili ve çeşitli çözümler üretebilmesini sağlar. Eleştirel düşünmeye sahip kişiler, meraklı, bilgili, mantığı ön planda tutan, açık fikirli, esnek, değerlendirmede adil, yargıda bulunurken ihtiyatlı, gerekli bilgiyi ararken özenli, muhakeme etmede istekli kişilerdir. Böyle düşünen bireyler, durumların güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek sorunları anlamakta ve farklı durumlarda bu sorunların nasıl değerlendirileceğini bilmektedirler (Basmaz ve Kutlu, 2021; Dönmez ve Kaya, 2016; Eğmir ve Ocak, 2016). Gözlem yaparak olayların nedenlerini anlamaya çalışma, analiz ve çıkarım yapma, akıl

yürütme, sorgulama, yargılama ve karar verme, bilgi edinmeye çalışma, iletişim kurma ve karşılaşılan problemlerin üstesinden gelebilme gibi beceriler başlıca eleştirel düşünme becerileri olarak sayılabilir (Pursitasari, Suhardi, Putra ve Rachman, 2020; Usmeldi, Amini ve Trisna, 2017).

Eleştirel düşünme becerilerine sahip bireylerin karşılaştıkları haberlere direkt inanmak yerine sorgulama yapıp haberin gerçekliğini belirlemeye çalışmaları beklenmektedir. Eleştirel bir haber medyası okuryazarı, haberin dilinin ve sunulan mesajların farklı bağlamlarda üretildiğini, haberden gelen bilgilerin doğruluğunun değerlendirilmesini ve haberin gerçekleri yansıtmayabileceğini bilir. Aynı zamanda medyadaki mesajların çok büyük kitlelere hızlı biçimde yayıldığını ve kitleleri etkileyebildiğinin farkındadır. Bu durumda eleştirel düşünmeye sahip bir birey medyayı bilinçli biçimde kullanır, haber karşısında aktif ve eleştirel bir yapı sergiler (Karabay, 2013; Kurt ve Kürüm, 2010; Sarıgöz, 2014; Semerci, Semerci, Ünal, Yılmaz ve Yılmaz, 2019).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın örnekleme, veri toplama araçları, ölçeğin geliştirilme aşamaları ve tanımları verilmiştir.

3.1. Örneklem

Ölçek geliştirilirken önce 18 yaş üstü 44 katılımcı ile pilot grup çalışması yapılmıştır. Ardından geçerlik ve güvenirlik analizleri için veri toplama aşamasına geçilmiştir. Bu aşamada 525 katılımcıya ulaşılmış ve bu örneklem açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) için kullanılmak üzere 2'ye bölünmüştür. Bu bölünme AFA için 250; DFA için ise 275 veri olacak şekilde yapılmıştır. DFA'nın ardından yapılan analizler ise 525 verinin olduğu toplam örneklem grubu ile yapılmıştır. Toplam örneklem grubunda yaşları 18 ile 76 arasında değişen (ortalama: 35) 222'si kadın, 303'ü erkek olmak üzere 525 katılımcı ile çalışılmıştır (tablo 1). AFA örneklem grubunda yaşları 18 ile 76 arasında değişen (ortalama: 35) 86'sı kadın, 164'ü erkek olmak üzere 250 katılımcı ile çalışılmıştır (tablo 2). DFA örneklem grubunda yaşları 18 ile 69 arasında değişen (ortalama: 35) 136'sı kadın, 139'u erkek olmak üzere 275 katılımcı ile çalışılmıştır (tablo 3). Araştırmaya toplam 59 ilden 525 katılımcı katılmıştır. Katılımcıların 369'u (%70.2), Şanlıurfa (n=185; %35.2); İstanbul (n=125; %23.8) ve Mardin (n=59; %11.2) illerinden katılmıştır. Geri kalan 156 (%29.8) katılımcı ise diğer 46 ilden katılmıştır (tablo 1). Test tekrar test analizi için yaşları 18 ile 36 arasında değişen (ortalama: 21) 57'si kadın, 19'u erkek olmak 76 katılımcı ile çalışılmıştır (tablo 4).

Tablo 1. Toplam örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 525)

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	222	42.3
Erkek	303	57.7
Diğer	0	0
Eğitim durumu		
İlkokul	17	3.2
Ortaokul	15	2.9
Lise	111	21.1
Ön lisans	68	13
Lisans	235	44.8
Yüksek lisans	57	10.9
Doktora	22	4.2
Şehirler		
Şanlıurfa	185	35.2
İstanbul	125	23.8
Mardin	59	11.2
Diğer (46 il)	156	29.8
Yaş ort.	Min.	Maks.
35.20	18	76

Tablo 2. AFA Örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 250)

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	86	34.4
Erkek	164	65.6
Diğer	0	0
Eğitim durumu		
İlkokul	2	0.8
Ortaokul	4	1.6
Lise	55	22
Ön lisans	42	16.8
Lisans	100	40
Yüksek lisans	31	12.4
Doktora	16	6.4
Yaş ort.	Min.	Maks.
35.42	18	76

Tablo 3. DFA Örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 275)

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	136	49.5
Erkek	139	50.5
Diğer	0	0
Eğitim durumu		
İlkokul	15	5.5
Ortaokul	11	4
Lise	56	20.4
Ön lisans	26	9.5
Lisans	135	49.1
Yüksek lisans	26	9.5
Doktora	6	2.2
Yaş ort.	Min.	Maks.
35	18	69

Tablo 4. Test tekrar test örneklem grubunun demografik bilgileri (n: 76)

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	57	75
Erkek	19	25
Diğer	0	0
Eğitim durumu		
İlkokul	0	0
Ortaokul	0	0
Lise	66	86.8
Ön lisans	0	0
Lisans	10	13.2
Yüksek lisans	0	0
Doktora	0	0
Yaş ort.	Min.	Maks.
20.94	18	36

3.2. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmanın veri toplama araçları: Sosyodemografik Bilgi Formu; Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği; Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ve Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği'dir.

3.2.1. Sosyodemografik bilgi formu

Katılımcıların sosyodemografik bilgilerini almak amacıyla oluşturulan anket formudur. Bu anket ile katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi gibi demografik

bilgilerine ilişkin veriler toplanmıştır. Sosyodemografik bilgi formu EK 3'te verilmiştir.

3.2.2. Sahte-Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği

Bu çalışmanın amacı olan ve geliştirilen ölçektir. Araştırma sonucunda ölçeğin 2 alt boyutta toplanan 15 maddelik yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. 5'li likert tipi derecelendirme kullanılan ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten en düşük 15 en yüksek ise 75 puan alınabilmektedir. Alınan yüksek puanlar sahte-gerçek haber ayırımı beceri düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Ölçek, yaşları 18 ile 76 arasında değişen örneklem grubu ile geliştirilmiştir. Sahte-Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği EK 5'te verilmiştir.

3.2.3. Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği

Haber medyası okuryazarlığı, bireylerin haber medyası ile neden ve nasıl etkileşime girdiklerini, haber tüketiminden nasıl etkilendiklerini ve haberleri nasıl anlamlandırdıklarını açıklamaya yönelik bir kavramdır. Haber medyası okuryazarlığı kavramı şüpheli bir eğilimi temsil etmektedir ve haber içeriğinin yanı sıra haber üretimine ve dağıtımına yönelik eleştirel bir tavrı teşvik etmekle ilgilidir. Bu noktalar dikkate alındığında önemli olduğu belirtilen haber medyası okuryazarlığının ölçülebilmesi için “Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği” Güdekli ve diğerleri tarafından 2022 yılında geliştirilmiştir. 5'li likert tipi derecelendirme kullanılan ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. 9 maddeden oluşan ve “öz-yeterlik” ile “eleştirel performans” şeklinde 2 alt boyutu olan ölçeğin Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde bu değerlerin sırasıyla öz-yeterlik boyutu için 0.86, eleştirel performans boyutu için 0.85 ve ölçeğin tümü için 0.83 olduğu; McDonald'ın Omega katsayısının ise özyeterlik boyutu için yaklaşık olarak 0.85, eleştirel performans boyutu için yaklaşık olarak 0.83, ölçeğin tümüne ilişkin ise 0.83 olduğu belirtilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda uyum/ uyumsuzluk indeksleri (Ki-kare/serbestlik değeri: 4.70; RMSEA: 0.086; SRMR: 0.064; TLI: 0.86; CFI: 0.90; GFI: 0.94 ve AGFI: 0.90) kabul edilebilir sınırlar içinde bulunmuş ve ölçeğin toplamda 9 maddeden oluşan iki alt boyutlu yapısı doğrulanmıştır (Güdekli vd., 2022). Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği EK 1'de verilmiştir.

3.2.4. Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği

Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği, Mincemoyer, Perkins ve Munyua tarafından 2001 yılında "Gençlerin yaşam becerilerinin değerlendirilmesi" kapsamında akıl yürütme, sorgulama, analiz ve bilgi işleme, esneklik ve değerlendirme boyutlarını temsil eden 20 madde olarak geliştirilmiştir. Anketin ayrıca 5 maddeden oluşan kısa formu da bulunmaktadır (akt. Akfırat vd., 2021). Akfırat ve diğerleri tarafından 2021 yılında ölçeğin Türk kültüründe kullanılabilme amacıyla 14-19 yaş arası gençler üzerinde geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları gerçekleştirilerek uyarlaması yapılmıştır. 5'li likert tipi derecelendirilme kullanılan ölçek 4 alt boyut ile 17 maddeden oluşmakta ve ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Alt boyutlar sırasıyla "analiz ve bilgi işleme", "sorgulama", "esneklik" ve "akıl yürütme ve değerlendirme" olarak isimlendirilmiştir. 4 faktörlü yapı birlikte toplam varyansın %54,938'ini açıklamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonrası yapılan Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları ise alt boyutlar için sırasıyla, "analiz ve bilgi işleme" için .745; "sorgulama" için .770; "esneklik" için .690; "akıl yürütme ve değerlendirme" için .663 ve ölçeğin geneli için ise .872 olarak bulunmuştur (Akfırat vd., 2021).

Ölçek 17-19 yaş arası bireyler için geliştirilmiş olsa da makalenin öneriler kısmında ölçeğin geçerliliği, güvenilirliği ve faktör yapısının farklı yaş gruplarından, farklı sosyoekonomik ve eğitim düzeyine sahip katılımcılardan elde edilen veriler üzerinde test edilebileceği belirtilmiştir. Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme ölçeği EK 2'de verilmiştir.

3.3. Ölçeğin Geliştirilme Aşamaları

Araştırmaya alanyazın okunarak başlanmıştır (Akar, 2022; Akyüz, 2020; Akyüz ve Özkan, 2022; Basol vd., 2020; Batailler vd., 2022; Bayrak, 2022; Chan vd., 2017; Dahi, 2022; Gündoğan, 2019; Kesgin ve Gül Ünlü, 2021; Kocabay Şener, 2018; Linden vd., 2021; Pennycook vd., 2018; Pennycook ve Rand, 2021; Uluk, 2018). Yapılan okumalar neticesinde alanyazında bireylerin sahte-gerçek haber ayrımını gündelik yaşamlarında ne düzeyde yapabildiklerini ölçecek geçerliği ve güvenilirliği sınanmış bir ölçeğin bulunmadığı fark edilmiş ve bu konuda bir ölçek geliştirmeye karar verilmiştir.

Ölçülecek yapının ve ölçek hedeflerinin belirlenmesi için alanyazın tekrar incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme

becerilerinin geliştirilecek ölçek ile ilişkili olduğu fark edilmiştir (Aytaş ve Kaplan, 2017; Aytekin ve Ateş, 2023; Basmaz ve Kutlu, 2021; Devrim, 2023; Karadüz, 2010; Kökdemir, 2003; Kurt ve Kürüm, 2010; Sönmezer, 2022; Yılmaz Virlan, 2021). Geliştirilecek ölçeğin konusuyla doğrudan alakalı ölçekler bulunamadığı için konuyla benzerlik gösteren medya okuryazarlığı ölçekleri (Anlı, 2023; Çocuk ve Uzun, 2018; Güdekli vd., 2022; Hamutoğlu, Canan Güngören, Kaya Uyanık ve Gür Erdoğan, 2017; Hazar, 2018; Korkmaz ve Yeşil, 2011; Ulu Aslan ve Baş, 2021) ile eleştirel düşünme ölçekleri (Akbiyık, 2002; Aybek vd., 2015; Aygün ve Özgenel, 2019; Dal ve Aktay, 2015; Demircioğlu, 2012; Dönmez ve Kaya, 2016; Eğmir ve Ocak, 2016; Ertaş Kılıç ve Şen, 2014; Karabay, 2013; Karadeniz, 2014; Oksal vd., 2006; Özgenel ve Çetin, 2018; Sarıgöz, 2014; Semerci, 2016; Yılmaz Özelçi, 2012) incelenmiştir. Ayrıca alanyazında bulunan ölçek geliştirmeye yönelik çalışmalar da incelenmiştir (Acar Güvendir ve Özer Özkan, 2015; Alkış ve Okumuşoğlu, 2022; Çüm ve Koç, 2013; Erkuş, 2007; Güngör, 2016; Karakoç ve Dönmez, 2014; Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016; Soysal, 2023; Tuncel, 2011; Yurdugül, 2005). Yapılan incelemelerin ardından ölçek için madde havuzu oluşturulmaya başlanmıştır.

Madde havuzu oluşturulurken alanyazına ek olarak, Google Formlar aracılığıyla açık uçlu tek soruluk (Karşılaştığınız bir haberin sahte mi yoksa gerçek mi olduğunu anlamak için neler yaparsınız? Örneğin: “Karşılaştığım bir haberi birden fazla haber sitesinden/kanalından kontrol ederim.” veya “Karşılaştığım bir haberin gerçekliğini ‘teyit.org’, ‘dogrulukpayi.com’ vb. haber doğrulama platformlarından araştırırım.”) bir anket oluşturulmuş ve sosyal medya hesaplarından paylaşılarak 239 yanıt alınmıştır. Gelen yanıtlar ve alanyazın çerçevesinde ilk etapta 200 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuştur. Tekrarlanan veya ölçeğe uygun olmadığı düşünülen maddelerin çıkartılması sonucunda ölçeğin 56 maddelik taslak formu oluşturulmuştur. Yapılan daha detaylı alanyazın incelemeleri neticesinde 56 maddelik taslak formdan 23 madde daha çıkartılarak 33 maddelik yeni bir taslak form oluşturulmuştur. Ardından pilot grup çalışmasına geçilmiştir.

Pilot gruba katılan 44 katılımcıdan alınan dönütler çerçevesinde 33 maddelik taslak formdan 7 madde çıkartılmış ve 2’si ters puanlanan madde olmak üzere kalan 26 madde üzerinde düzeltmeler yapılarak kapsam geçerliği için uzman görüşlerine sunulmuştur.

Kapsam geçerliği çerçevesinde 5'i psikoloji alanında akademisyen, 3'ü psikometri alanında akademisyen ve 2'si Türkçe öğretmeni olmak üzere toplam 10 uzmandan 26 maddelik ölçeğe yönelik görüşleri alınmıştır. Alınan uzman görüşleri çerçevesinde ölçek maddeleri tekrar gözden geçirilmiş ve 26 maddelik taslak formdan 4 madde çıkartılıp, 2'si ters puanlanan madde olmak üzere 22 maddelik ölçek formu elde edilmiştir (Bu taslak form EK 4'te sunulmuştur.). Ardından geçerlik ve güvenirlik analizleri için veri toplama aşamasına geçilmiştir.

Alanyazında açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) için veri toplarken 2 farklı yöntemin kullanılabileceği belirtilmektedir. İlk yöntemde, önce AFA için veriler toplanır ve AFA yapılır. Yapılan AFA'nın ardından DFA için 2. kez veri toplanır ve DFA yapılır. İkinci yöntemde ise AFA ve DFA için gereken toplam veri tek seferde toplanır ve veriler AFA ve DFA için 2'ye ayrılır. 2'ye ayrılan örneklem ilk kısmı ile AFA yapılır. AFA'nın ardından 2'ye ayrılan örneklem 2. kısmı ile DFA yapılır (Koyuncu ve Kiliç, 2019; Orçan, 2018). Bu çalışmada ise AFA ve DFA için gereken veriler tek seferde toplanmıştır.

Örneklem grubuna geliştirilmekte olan “Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği”nin yanı sıra sosyodemografik bilgi formu ile ölçüte dayalı geçerliğin sağlanması için yakınsak ölçek olarak kullanmak üzere “Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği” (Güdekli vd., 2022) ve “Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği” (Akfırat vd., 2021) verilmiştir. Veri toplama süreci Google Formlar aracılığıyla hazırlanan anket ile sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımlar sonucu ulaşılan 525 verinin ardından tamamlanmıştır.

Ölçeğin geçerliğinin sınanması adına görünüş geçerliği, kapsam geçerliği, ölçüte dayalı geçerlik ve yapı geçerliği incelenmiştir. Yapı geçerliği kapsamında yapılan AFA sonrası 22 maddelik formdan 2'si ters puanlanan madde olmak üzere 7 madde çıkartılmıştır. Kalan 15 maddenin ise 5 ve 10 maddelik 2 faktörde toplandığı tespit edilmiştir. Ardından bu yapının sınanması için DFA yapılmış ve 2 faktörde toplanan 15 maddelik yapı doğrulanıp ölçeğin geçerliği tespit edilmiştir. Geçerlik analizlerinin ardından güvenirlik analizlerine geçilmiştir.

5 maddeden oluşan alt boyutun maddeleri incelendiğinde, sahte-gerçek haber ayrımı yaparken genel olarak “ötekinden bilgi edinme” anlamına gelecek maddelerden oluştuğu için bu alt boyuta “Bilgi Edinme Becerisi” (BEB) ismi verilmiştir. 10 maddeden oluşan alt boyutun maddeleri incelendiğinde ise sahte-gerçek haber ayrımı

yaparken genel olarak “haberleri bireysel olarak analiz etme” anlamına gelecek maddelerden oluştuğu için bu alt boyuta “Haber Analiz Etme Becerisi” (HAEB) ismi verilmiştir.

Güvenirliğin tespiti için Cronbach Alfa katsayısı, McDonald Omega katsayısı, Guttman güvenirlik yöntemi, madde toplam puan korelasyonu, alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi ve test tekrar test yöntemi ile analizler yapılmış ve elde edilen sonuçlar neticesinde ölçeğin güvenirliği tespit edilmiştir.

Test tekrar test yöntemi ile ölçeğin ölçümlerinin zamana karşı kararlılığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede aynı örneklem grubuna aynı ölçek 5 hafta ara ile verilmiş ve elde edilen ölçümlerin ilişkisi incelenmiştir. Katılımcılar ilk ve ikinci ölçümlerinin eşleştirilebilmesi için numaralandırılmışlardır. İlk ölçüme 109, ikinci ölçüme ise 93 katılımcı katılmıştır. Yapılan eşleştirilme neticesinde 76 katılımcının hem ilk hem de ikinci ölçüme katıldığı tespit edilmiş ve bu 76 kişilik örneklem üzerinden test tekrar test analizi gerçekleştirilmiştir.

3.4. Tanımlar

Bu kısımda ölçek geliştirme aşamasında kullanılan terimlere yer verilmiştir.

3.4.1. Likert tipi ölçek

Katılımcıların maddelere yönelik verdikleri cevapların toplanarak toplam ölçek puanının elde edildiği ölçekler “toplamlı ölçek” olarak adlandırılır (Cohen ve Swerdlik, 2015). Bu çalışmada bu tür toplamlı dereceleme ölçeği olan Likert ölçeği kullanılmıştır (Likert, 1932). Bunun sebebi genellikle güvenilir olan Likert tipi ölçeklerin kullanımın görece anlaşılır ve kolay olmasıdır (Cohen ve Swerdlik, 2015). Ayrıca Likert tipi ölçeklemenin bir diğer avantajı bu yöntem ile hazırlanan maddelerin bir yandan ölçülmek istenen içsel özelliğin belirlenmesinde tek tek katkıda bulunurken diğer yandan ölçülmesi hedeflenen içsel özelliğe yönelik toplam puan elde edilmesine olanak sağlamalarıdır (Bayat, 2014).

3.4.2. Pilot grup çalışması

Ön deneme olan pilot grup çalışmasının yapılma sebebi, asıl örneklemle çalışmadan önce ölçekteki olası eksiklik ve hataların tespit edilerek düzeltilmesine imkân sağlamasıdır. Pilot grubun ölçeğin geliştirileceği örneklem ile benzer demografik özelliklere sahip olması gerekmektedir (Chadha, 2021). Johanson ve

Brooks (2010), pilot grup çalışması için yaklaşık 30 katılımcının olması gerektiğini belirtmişlerdir. Pilot grup çalışmasında ölçek, asıl örneklem grubunda uygulanacağı (örneğin Likert tip şeklinde) gibi uygulanabilir veya derinlemesine görüşmeler yapılabilir. Buradaki amaç, ölçek geliştiricisinin ölçmeyi hedeflediği yapıyı en iyi nasıl ölçeceğini belirlemesidir. Bu süreçte madde ekleme-çıkartma veya revizeler olabilir. Ayrıca pilot çalışma ihtiyaç halinde tekrarlanabilir. Bu aşama tamamlandığında ölçek geliştirme süreci başlar (Cohen ve Swerdlik, 2015).

3.4.3. Geçerlik

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği araya başka özellikler karıştırmadan doğru şekilde ölçebilme derecesidir. Yani ölçeğin ölçmeyi hedeflediği özelliği ne kadar iyi ölçtüğüne yönelik bir kestirimdir. Geçerliği tespit edebilmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Kapsam geçerliği, görünüş geçerliği, dil geçerliği, ölçüte dayalı geçerlik, yapı geçerliği ve faktöriyel geçerlik bu yöntemlerden bazılarıdır (Büyüköztürk, 2016; Chadha, 2021; Cohen ve Swerdlik, 2015).

3.4.3.1. Görünüş geçerliği

Görünüş geçerliği, ölçeğin gerçekte ne ölçtüğünden ziyade katılımcının ölçek ile karşılaştığında ne ölçüyormuş gibi görünmesiyle ilgilidir. Yani bir ölçeğin “görünüşüne göre” ölçmeyi amaçladığı şeyi kesinlikle ölçüyormuş gibi görünmesidir (Chadha, 2021; Cohen ve Swerdlik, 2015).

3.4.3.2. Kapsam geçerliği

Kapsam geçerliği, ölçeğin ölçülmeyi amaçladığı yapının evrenini ne derecede temsil ettiğine ilişkin varılan bir yargıdır. Örneğin bir öğretmen derste anlattığı konuları aynı oranda sınavda soruyorsa sınavın kapsam geçerliğinin yüksek olduğu söylenebilir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Kapsam geçerliğini sağlamak için farklı yöntemler mevcuttur. Öncelikle ölçülecek yapıya yönelik bilgi sahibi ve alanyazına hâkim olmak kapsam geçerliği için çok önemlidir. Ayrıca bu geçerliği sağlamak için uzman görüşüne başvurmak sık kullanılan bir yöntemdir (Chadha, 2021). Fakat kapsam geçerliği öznel bir süreç olduğu ve doğrulama yanlılığına yol açtığı için eleştirilmektedir. Bunun sebebi, ölçeğin ölçmeyi hedeflediği yapıyı ne derecede ölçtüğünü belirlerken verilen kararların, yargılara dayanmasıdır. Bu sorunu çözmek için farklı öneriler getirilmektedir. Örneğin çalışmaya başlamadan önce “Belirtke Tablosu” hazırlamak ve bu tabloda ölçülecek yapıya yönelik bilgileri detaylıca

belirtmek geçerliğin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca uzman görüşüne başvururken birden fazla uzmana danışmak yararlı olacaktır. Çünkü ölçülecek yapıyla alakalı birden fazla uzmanlık alanına ihtiyaç olabilir. Örneğin hazırlanan ölçek maddeleri hem ölçmeyi hedeflediği yapıda uzman olanların görüşüne sunulur hem psikometri alanında uzmanlara sunulur hem de dil geçerliğini sağlamak için maddelerin oluşturulduğu dilde uzman olanların görüşüne sunulur (Price, 2021). Kapsam geçerliğine yönelik getirilen öznellik sorununu ele alan bir diğer yöntem ise “Kapsam Geçerlik Oranı”nın belirlenmesidir. Bu yöntem ile uzman görüşleri istatistiksel şekilde analiz edilerek ölçülür (Lawshe, 1975).

3.4.3.3. Yapı geçerliği

Yapı geçerliği ölçeğin ölçmeyi hedeflediği soyut kavramı (faktörü) doğru bir şekilde ölçebilme derecesini gösterir. Ölçülmek istenen yapı, kavram, özellik veya davranışı ölçmek için çok sayıda ölçülebilir ve gözlenebilir maddeler oluşturulur. Hazırlanan maddelerin ölçülmesi hedeflenen yapıyı ne derecede ölçebildiği sorusu yapı geçerliği ile ilgilidir (Büyüköztürk, 2016). Yapı, ilgilenilen davranışı açıklamak veya tanımlamak üzere geliştirilen veya denenmek için ileri sürülen bilimsel düşüncedir. Yapılar, doğrudan gözlemlenemeyen ama var olduğu kabul edilen (örtük) özelliklerdir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Yapı geçerliği yaklaşımı diğer geçerlik yöntemlerine nazaran daha karmaşık ve vakit isteyen bir süreçtir. Yapı geçerliğini incelemek için faktör analizi, iç tutarlık analizi, korelasyon çalışmaları, grup farkı çalışmaları gibi farklı yöntemler izlenebilir (Büyüköztürk, 2016; Chadha, 2021; Price, 2021).

3.4.3.3.1. Faktör analizi

Faktör analizi yapı geçerliğinin tespit edilmesi için önemli bir rol oynar. Faktör analizi, ölçekte bulunan maddelerin hangilerinin birbiri ile ilişkili olduğunu ve bunların derecesini gösterir. Faktör analizi ile ölçek maddelerinin sayısının azaltılması ve ölçeğin kaç yapıyı ölçtüğünün bulunup bunların konumlanmasının sağlanması amaçlanır (Price, 2021). Faktör analizi ile birbiriyle ilişkili maddeler bir araya gelerek kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) oluştururlar (Büyüköztürk, 2016). Açımlayıcı (keşfedici) Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) olmak üzere iki tür faktör analizi vardır. Ayrıca AFA ile DFA’nın aynı örneklem ile yapılmaması farklı iki örneklemde yapılması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017).

3.4.3.3.1.1. Açımlayıcı faktör analizi (AFA)

Açımlayıcı Faktör Analizi'nde (AFA) test etmek için önceden belirlenmiş bir kuram yoktur. Araştırmacı oluşturduğu maddelerin altında yatan yapıları keşfetmek için AFA'yı kullanır. Yani maddeler arasındaki ilişkilerden hareketle faktör bulmak amaçlanır. Genellikle ölçek geliştirme çalışmalarında kullanılır (Büyüköztürk, 2016; Cohen ve Swerdlik, 2015; Price, 2021; Şencan ve Fidan, 2020).

3.4.3.3.1.2. Doğrulamalı faktör analizi (DFA)

Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) önceden belirlenmiş kuramı doğrulayan bir yöntemdir. DFA ile yapısı önceden belirlenmiş bir ölçek test edilir. Genellikle ölçek geliştirme çalışmalarında AFA'dan sonra veya ölçek uyarlama çalışmalarında kullanılır (Büyüköztürk, 2016; Cohen ve Swerdlik, 2015; Price, 2021).

3.4.3.4. Ölçüte dayalı geçerlik

Ölçüte dayalı geçerlik, geliştirilmeye çalışılan ölçek ile geçerli olduğu kabul edilen başka bir ölçeğin (ölçüt) aynı katılımcılara uygulanması ve sonuçları arasındaki korelasyonun belirlenmesine dayanan bir geçerlik türüdür. Bu geçerlik türünde önemli olan nokta, geçerliği daha önce kanıtlanmış ve ölçüt olarak seçilecek ölçeğin geliştirilmekte olan ölçek ile ilgili “yakınsak” olması gerektiğidir. Yani ölçüt ölçek ile geliştirilen ölçeğin aynı veya benzer yapıları ölçmesi gerekmektedir. Aynı yapıyı ölçen bir ölçek ölçüt olarak alınmışsa ölçekler arası korelasyonun “yüksek” düzeyde; benzer yapıyı ölçen bir ölçek ölçüt olarak alınmışsa “orta” düzeyde bir korelasyon beklenir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Ölçüte dayalı geçerlik kendi içinde “eşzamanlı geçerlik” ve “yordama geçerliği” olarak 2'ye ayrılmaktadır. Eşzamanlı geçerlikte, katılımcılara aynı veya yakın zamanda verilen ölçeklerden elde edilen puanlar arasındaki korelasyona bakılır. Yordama geçerliğinde ise geliştirilmeye çalışılan ölçek ile gelecekte elde edilecek bir değışkene yönelik tahminde bulunulur (Price, 2021).

Ölçüt olarak seçilen ölçek “yakınsak” olabileceği gibi “ıraksak” da olabilir. Buradaki önemli husus ıraksak olarak seçilen ölçüt ölçeğin, geliştirilen ölçek ile alakasız bir ölçek olmaması gerektiğidir. ıraksak ölçek geliştirilen ölçekte ölçülen yapının zıttını ölçmelidir. Yani karşıtlık üzerinden bir ölçüt oluşturulur. Ardından analizde ise ıraksak ölçek ile geliştirilen ölçek arasında “düşük” düzeyde korelasyon beklenir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Örneğin bu çalışma (SGHAYBÖ) için seçilen yakınsak ölçek “Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği”dir (Akfirat vd., 2021).

Iraksak bir ölçek seçilmek istenseydi “Eleştirel Düşünme Engelleri Ölçeği” (ELDEN) (Semerci vd., 2019) seçilebilirdi.

3.4.4. Güvenirlik

Güvenirlik, bir ölçme aracının ölçmek istediği özelliği hatasız bir biçimde ölçebilme derecesidir. Ölçmede hatanın olmaması veya az olması; art arda yapılan ölçümlerde sonuçların değişmemesi veya benzer olması tutarlılık, kararlılık veya güvenilirlik olarak isimlendirilir. Güvenirliği tespit edebilmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Test-tekrar test yöntemi, paralel formlar yöntemi, eşdeğer yarılar yöntemi, Cronbach Alfa katsayısı, McDonald Omega katsayısı, madde toplam puan korelasyonu, alt %27-üst %27 yöntemi ve Guttman güvenilirlik yöntemi bunlardan bazılarıdır (Can, 2018; Chadha, 2021; Cohen ve Swerdlik, 2015; Price, 2021).

3.4.4.1. Cronbach Alfa katsayısı

Cronbach Alfa katsayısı iç tutarlık güvenilirliğinin belirlenmesi için kullanılan bir yöntemdir (Cronbach, 1951; Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016). En az 3 cevap seçeneği olan likert ölçeklerde kullanılır. Alfa (α) katsayısı 0.00 ile 1.00 arasında bir değer alır. Bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilmesi için genellikle 0.70 ve üzeri bir değer alması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2016; Cortina, 1993; Schmitt, 1996; Tavakol ve Dennick, 2011).

3.4.4.2. McDonald Omega katsayısı

Çok boyutlu ölçeklerde iç tutarlılık anlamında güvenilirlik kanıtı olarak Cronbach Alfa katsayısının yanında McDonald Omega katsayısının da verilmesi tavsiye edilir (Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016; Soysal, 2023; Yurdugül, 2006). Bunun sebebi Cronbach Alfa katsayısının güvenilirliğin yansız tahmincisi olarak kullanabilmesi için faktör analizi sonucunda ortaya çıkan faktör yüklerinin birbirine eşit olması gerekmesidir. Ayrıca Alfa katsayısı konjenerik ölçmelerde gerçek güvenilirliğin altında bir değer üretmektedir (Yurdugül, 2006). Bu sebeple, özellikle konjenerik ölçmeler için tasarlanmış olan McDonald Omega katsayısına bakmak gerekir. Bir ölçeğe ilişkin ölçme sonuçlarının güvenilir olarak kabul edilebilmesi için o ölçeğin güvenilirlik katsayısının 0.70’in üzerinde olması gerektiği belirtilmiştir (Nunnally ve Bernstein, 1994).

3.4.4.3. Guttman güvenilirlik yöntemi

Guttman, güvenilirliği tek bir katsayı ile belirlemenin doğru olmadığını düşündüğünden güvenilirlik katsayısının alt sınırlarını veren 6 katsayı tanımlamıştır. Bunlara Lambda katsayıları denir. Ayrıca bunlar arasından Lambda 3 Katsayısı aynı zamanda Cronbach Alfa Katsayısı'dır ve aynı değeri verir (Cronbach, 1951; Ercan ve Kan, 2004).

3.4.4.4. Madde toplam puan korelasyonu

Ölçek maddelerinden alınan puanlar ile ölçeğin toplam puanı arasındaki ilişkiyi açıklayan güvenilirlik yöntemidir (Cohen ve Swerdlik, 2015).

3.4.4.5. Alt %27-üst %27 ayırt edicilik yöntemi

Bu yöntemde katılımcılar ölçekten aldıkları puanlara göre en yüksekten en düşüğe doğru sıralanır ve ilk %27'lik ile son %27'lik dilimlerde bulunan katılımcıların aldıkları madde ortalama puanları arasındaki farklar ilişkisiz t-testi ile analiz edilir. Yapılan analizin anlamlı çıkması ölçeğin ayırt edicilik gücüne işaret etmektedir (Büyüköztürk, 2016).

3.4.4.6. Test tekrar test yöntemi

Test tekrar test yöntemi, aynı ölçeğin aynı katılımcılara farklı iki zamanda uygulanması ve sonuçların korelasyonuna bakılmasıyla elde edilen güvenilirlik kestirimidir ve ölçeğin ölçümlerinin zamana karşı kararlılığını ölçmek için kullanılır (Cohen ve Swerdlik, 2015). İki ölçüm arasında olması gereken zaman aralığı konusu tartışmalıdır. Eğer aradaki süre çok kısa olursa katılımcılar maddeleri hatırlayabileceklerinden, çok uzun olursa da araya girecek farklı değişkenler katılımcıları etkileyebileceğinden ölçüm amacına ulaşamayacaktır. 4-5 haftalık bekleme süresi ideal olarak belirtilmektedir (Cohen ve Swerdlik, 2015; Price, 2021).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu kısımda araştırma kapsamında yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Analiz Teknikleri / Veri Analizi

Açımlayıcı faktör analizi (AFA), Cronbach Alfa Katsayısı, Guttman güvenirlik yöntemi, madde toplam puan korelasyonu, alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi ve test tekrar test yöntemi analizleri SPSS 20 sürümü ile yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve McDonald Omega Katsayısı analizleri AMOS 24 sürümü ile yapılmıştır.

4.2. Pilot Grup Çalışması

Pilot grup çalışmasının yapılma sebebi: Ölçek maddelerinin anlatmak istediği anlam ile katılımcıların anladıkları anlam aynı mı; maddeler uzunluk-kısalık bakımından nasıl algılanıyor; bir maddeden tek anlam mı yoksa daha fazla anlam mı çıkartılıyor; maddeler anlaşılabilir mi?; tekrar ettiği düşünülen maddeler var mı? gibi soruların yanıtlarının ve herhangi bir madde hakkında “bu madde şu şekilde de ifade edilebilir” tarzında önerilerin katılımcılardan alınmasıdır. Çalışmanın amacı ve katılımcılardan ne beklendiği anket yönergesi ile bildirilmiştir. Ankette hem 33 maddenin her birisinin karşısına katılımcıların o madde ile ilgili geribildirimlerini verebilecekleri “Notlar” kısmı hem de taslak formun sonuna ölçeğe yönelik genel geribildirimlerini verebilecekleri “Genel Notlar” kısmı oluşturulmuştur. Çalışmaya yaşları 18 üstü olan 44 katılımcı katılmıştır. 30 katılımcının geribildirimleri hem derinlemesine görüşme hem de anket ile alınırken 14 katılımcının geribildirimleri ise sadece anket aracılığı ile alınmıştır. Pilot çalışmanın ardından yapılan değerlendirmeler sonucu ölçekten 7 madde çıkartılıp geri kalan 26 madde üzerinde düzeltmeler yapılmış ve kapsam geçerliği çerçevesinde uzman görüşlerine sunulmuştur.

4.3. Geçerliğe Yönelik Bulgular

Bu kısımda ölçeğin geçerliğinin tespiti için yapılan görünüş geçerliği, kapsam geçerliği, faktör analizi, açımlayıcı faktör analizi (AFA), doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve ölçüte dayalı geçerliğe yönelik elde edilen bulgular sunulmaktadır.

4.3.1. Görünüş geçerliği

Geliştirilen ölçeğin görünüş geçerliğini sağlamak adına hem ölçeğin hem de alt boyutların isimleri, ölçmeyi hedefledikleri yapıya yönelik olarak oluşturulmuştur. Ayrıca ölçek maddeleri de sahte-gerçek haber ayrımını ölçtüklerini belirtecek şekilde yazılmıştır. Dolayısıyla ölçeğin görünüş geçerliğini sağladığı düşünülmektedir.

4.3.2. Kapsam geçerliği

Kapsam geçerliği çerçevesinde 5'i psikoloji alanında akademisyen, 3'ü psikometri alanında akademisyen ve 2'si Türkçe öğretmeni olmak üzere toplam 10 uzmandan 26 maddelik ölçeğe yönelik görüşleri alınmıştır. Psikoloji alanında akademisyen olan uzmanlar ölçek maddelerinin ölçmek istedikleri yapıyı ne derecede ölçebildiğini ve kapsayabildiğini değerlendirirken, psikometri alanında akademisyen olan uzmanlar ise ölçek maddelerinin psikometrik özelliklerinin uygunluk derecesini değerlendirmişlerdir. Türkçe öğretmenleri ölçeğin dil geçerliğini sağlamak amacıyla ölçek maddelerini Türkçe kuralları çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Ankette bulunan yönerge ile çalışmanın amacı ve uzmanlardan beklentiler bildirilmiştir. Lawshe Metodu çerçevesinde uzmanlardan her bir madde için, ölçekte kalması “uygundur”, “çıkartılmalıdır” veya “revize edilmelidir” şeklinde görüşlerini belirtmeleri ve her bir madde için varsa yorumlarını paylaşmaları istenmiştir. Ayrıca ölçeğin sonunda ölçeğe yönelik genel geribildirimlerini verebilecekleri bir kısım oluşturulmuştur. Alınan uzman görüşleri çerçevesinde ölçek maddeleri tekrar gözden geçirilmiş ve Lawshe (1975) tarafından geliştirilen kapsam geçerlik oranı da göz önüne alınarak 26 maddelik ölçek formundan 4 madde çıkartılmış ve 2'si ters puanlanan madde olmak üzere 22 maddelik ölçek formu elde edilmiştir. Kalan maddeler üzerinden hesaplanan kapsam geçerliği indeksi (KGİ) ise .8 olarak bulunmuş ve kapsam geçerliğinin sağlandığına kanaat getirilmiştir.

4.3.3. Faktör analizi

Faktör analizi kapsamında yapılan açımlayıcı faktör analizi (AFA) ile doğrulayıcı faktör analizinin (DFA) aynı örneklem ile yapılmaması farklı 2 örnekleme yapılması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Bu çalışmada ise zaman ve kaynak sınırlılığı sebebiyle 2 defa veri toplamak yerine gerekli sayıda katılımcıya tek seferde ulaşılmıştır. Ardından toplanan veriler AFA ve DFA için rastgele olacak şekilde 2'ye ayrılmıştır. Ölçek geliştirme çalışmalarında örneklem sayısının kaç olması

gerektiği tartışmalı bir konudur ve farklı görüşler bulunmaktadır. Örneklem sayısının en az 50 ve en az madde sayısının 5 katı olması gerektiği (Yaşlıoğlu, 2017) veya en az madde sayısının 10 katı olması gerektiğine (Büyüköztürk, 2002; Can, 2018) yönelik görüşler bulunmaktadır. Bu çalışmada ise 22 madde için 525 katılımcıya ulaşılmış ve AFA için 250; DFA için ise 275 verinin bulunduğu örneklem oluşturulmuştur. Dolayısıyla hem AFA hem de DFA için örneklem büyüklüğünün madde sayısının en az 10 katı olması şartı sağlanmıştır.

4.3.3.1. Açımlayıcı faktör analizi (AFA)

Ölçeğin faktör sayısının belirlenmesi için Öz-değer (*Eigen Value*) yani Kaiser Ölçütü, Yamaç Grafiği (*Scree Plot*; Şekil 1), Paralel Analiz ve Velicer'in MAP Testi yöntemlerine bakılmış ve ölçeğin 2 faktörlü yapıda olduğu belirlenmiştir.

Ölçeğin 2 faktörlü yapı sergilediği belirlendikten sonra temel bileşenler (*principal components*) ve faktörlerin birbiri ile ilişkili olması halinde kullanılması önerilen “*direct oblimin*” yöntemleri kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2016). Yapılan analiz sonucunda 7 maddenin (4., 5., 6., 7., 11., 15. ve 17. maddeler) binişik ve faktör yüklerinin düşük maddeler olması gibi nedenlerle ölçekten çıkartılması halinde kalan 15 maddenin geçerlik şartlarını sağladığı tespit edilmiştir. Ölçekte bulunan ve ters puanlanan 2 maddenin de (7. ve 15. maddeler) yapılan analiz sonrası ölçekten çıkartılması nedeniyle ölçekte ters puanlanan madde kalmamıştır. AFA yapılmadan önce veri setinin faktör analizine uygunluğunun kontrol edilmesi gerektiğinden ölçekte kalan 15 maddenin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlik değeri incelenmiştir. KMO değerinin en az 0.50; Bartlett Testi sonucunun ise anlamlı olması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2016). Araştırmamızda KMO=0.901 ve Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2_{(105)}=1610.734$) anlamlı ($p<0.05$) olarak bulunmuş ve bu şartları sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca Field (2009), KMO'nun 0.80'in üzerinde olmasını örneklem yeterliği için harika olarak değerlendirmektedir.

Yapılan analizler sonucu ölçeğin 2 alt boyuttan oluştuğu tespit edilmiş ve bu boyutlara “Bilgi Edinme Becerisi” (BEB) ile “Haber Analiz Etme Becerisi” (HAEB) isimleri verilmiştir. 2 alt boyuttan oluşan bu yapı ile açıklanan toplam varyans %52 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin alt boyut yapısı ve AFA sonuçları tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. SGHAYBÖ'nün alt boyut yapısı ve AFA sonuçları

Maddeler	Alt boyutlar ve faktör yükleri		Özdeğer	Açıklanan varyans
	Haber analiz etme becerisi	Bilgi edinme becerisi		
Madde 21	0.791			
Madde 22	0.782			
Madde 20	0.765			
Madde 18	0.695			
Madde 12	0.683			
Madde 10	0.672		6.418	42.784
Madde 19	0.597			
Madde 13	0.564			
Madde 14	0.548			
Madde 16	0.489			
Madde 8		0.730		
Madde 3		0.697		
Madde 2		0.663	1.380	9.199
Madde 9		0.633		
Madde 1		0.494		
Açıklanan toplam varyans				51.983

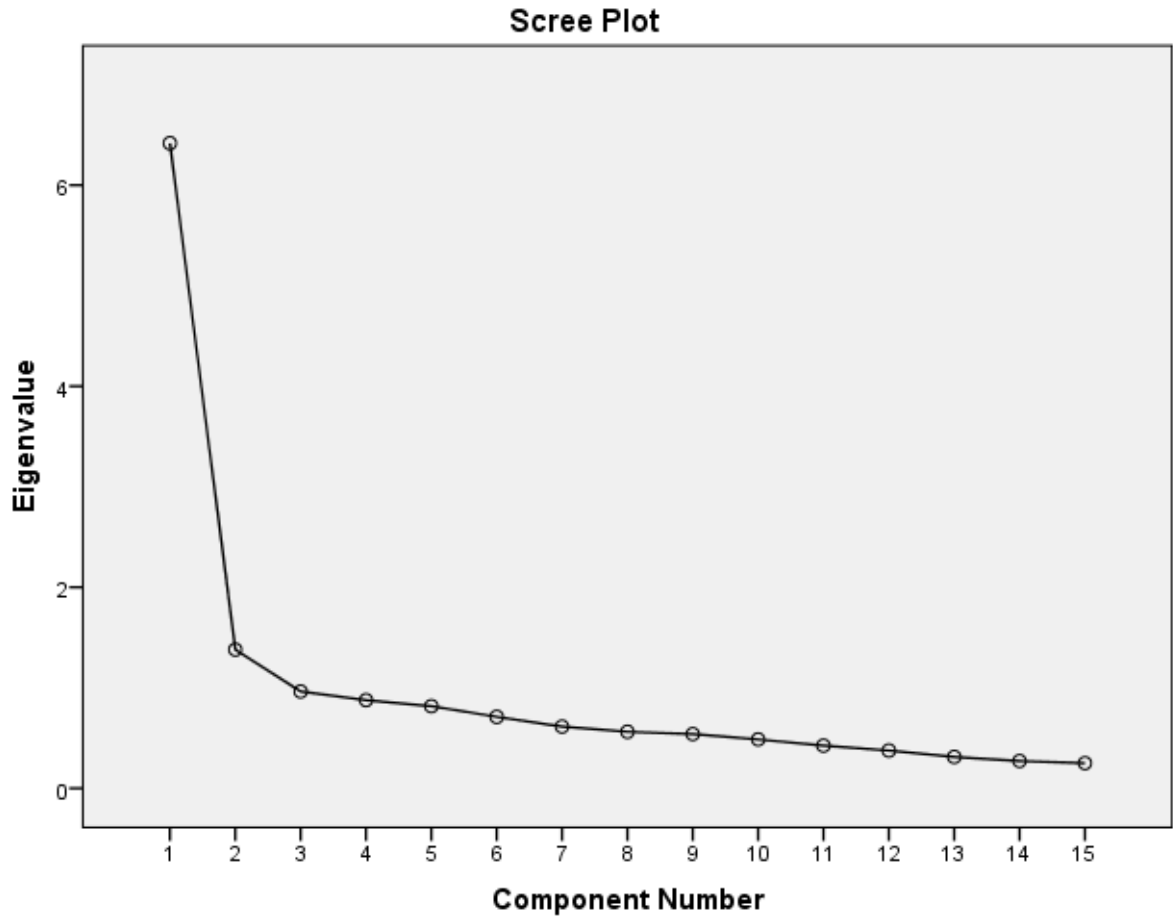
Tablo 5'te görüldüğü üzere ölçeğin geçerliği %50'den fazla (51.983) ve maddelere ait faktör yükleri 0.45'ten büyük olduğu için ölçek AFA şartlarını sağlamıştır (Büyüköztürk, 2016). Ayrıca AFA sonuçları içerisinde, maddeler arası korelasyon değerlerinin çok düşük ($r < 0.10$) veya çok yüksek ($r > 0.90$) olmadığı, maddeler arası ilişkilerin anlamlı ($p < 0.05$) olduğu, alt boyutlar arası pozitif ve anlamlı ($p < 0.05$) ilişkiler bulunduğu; her maddenin ortak varyansa katkısının (*communalities*) (tablo 6) .416 ile .639 arasında değiştiği ve yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca alt boyutlar arası korelasyona (*Component Correlation Matrix*) bakıldığında bulunan orta düzeyde pozitif korelasyon, bir faktörden alınan puan arttıkça diğer faktörden alınan puanın da arttığını göstermektedir (Tablo 7).

Tablo 6. Çıkarma yöntemi: Temel bileşen analizi (Communalities) (n: 250)

Maddeler	İlk	Çıkarma
m1	1.000	.556
m2	1.000	.416
m3	1.000	.605
m8	1.000	.466
m9	1.000	.639
m10	1.000	.430
m12	1.000	.544
m13	1.000	.536
m14	1.000	.452
m16	1.000	.478
m18	1.000	.454
m19	1.000	.561
m20	1.000	.542
m21	1.000	.596
m22	1.000	.523

Tablo 7. SGHAYBÖ'nün alt boyutları arasındaki korelasyon tablosu (n: 250)

	Haber analiz etme becerisi	Bilgi edinme becerisi
Haber analiz etme becerisi	1.000	.442
Bilgi edinme becerisi	.442	1.000

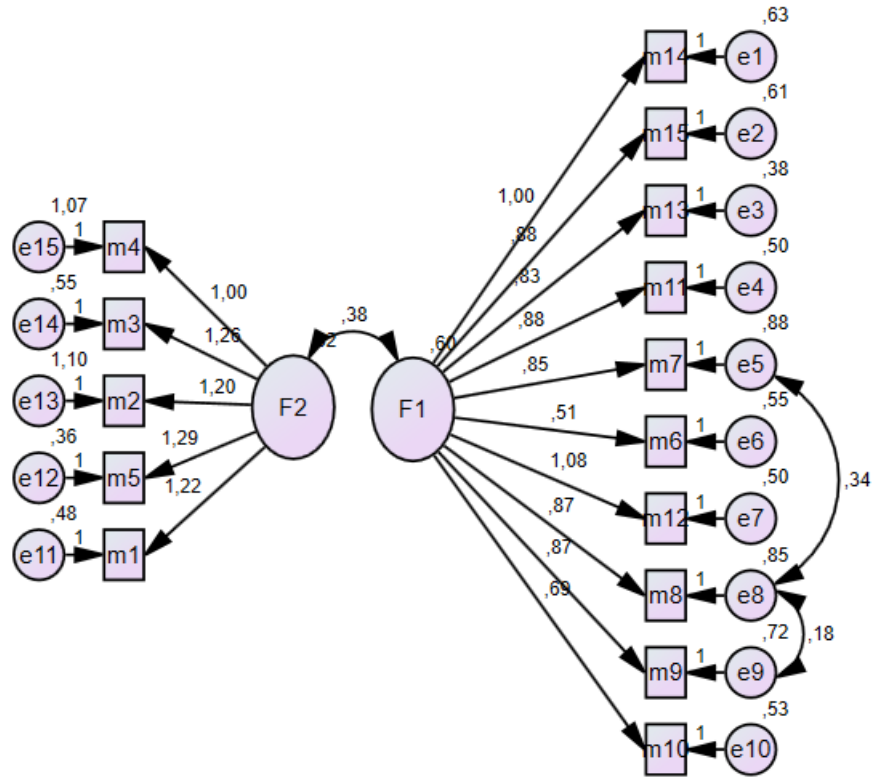


Tablo 8. SGHAYBÖ'nün uyum iyiliği indekslerine ait bulgular (n: 275)

	Kabul edilen değerler	Tespit edilen değerler	Sonuç
CMIN/df	<5.000	2.236	İyi uyum
AGFI	0.85<	0.874	İyi uyum
GFI	0.90<	0.909	İyi uyum
NFI	0.90<	0.888	Çok yaklaşık
CFI	0.90<	0.934	İyi uyum
IFI	0.90<	0.935	İyi uyum
TLI	0.90<	0.920	İyi uyum
RMSEA	<0.10	0.067	İyi uyum

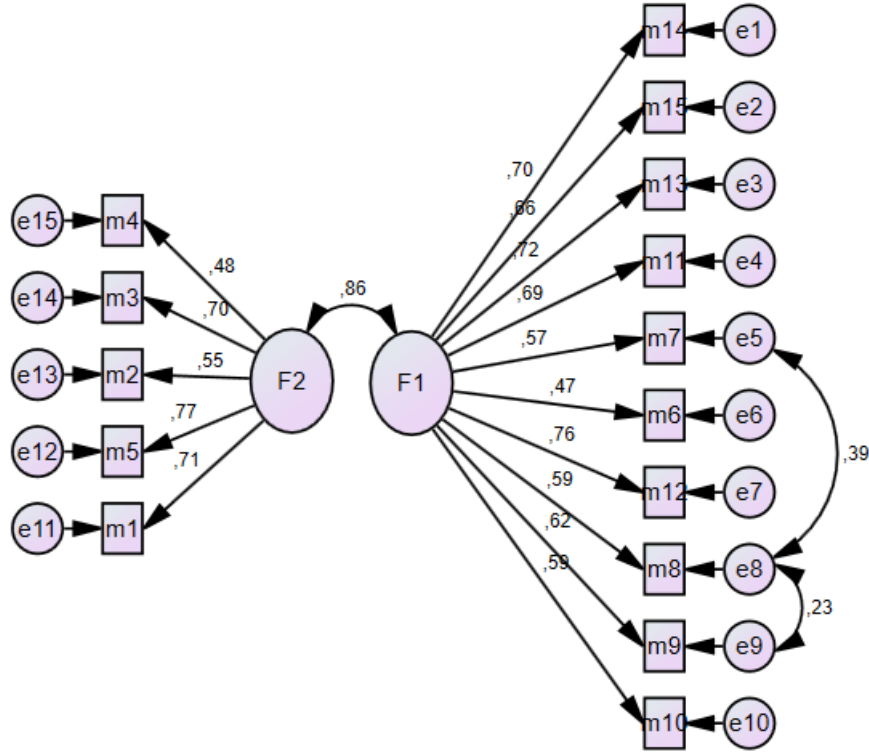
Tablo 8'de görüldüğü üzere, CMIN/df=2.236; AGFI=0.874; GFI=0.909; NFI=0.888; CFI=0.934; IFI=0.935; TLI=0.920 ve RMSEA=0.067 olarak bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde CMIN/df'nin 3'ten küçük olması (Kelloway, 1998); AGFI'nın 0.85'ten büyük olması (Schermelleh Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003); GFI, NFI, CFI, IFI ve TLI'nın 0.90'dan büyük olması (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008) ve RMSEA'nın 1'den küçük olması (Hu ve Bentler, 1999; Schermelleh Engel vd., 2003) kabul edilebilir iyi uyum değerleri olarak belirtilmektedir.

Araştırmamız sonucunda elde edilen bulgular alanyazına göre değerlendirildiğinde CMIN/df, AGFI, GFI, CFI, IFI, TLI ve RMSEA değerlerinin iyi uyumu gösterdikleri tespit edilmiştir. NFI değerinin ise beklenen değere çok yakın bir değer aldığı ve diğer değerlerin beklenen sınırlar içerisinde yer almasından dolayı tolere edilebilir olduğu değerlendirilmiştir. Şekil 2’de Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği’nin DFA sonucunda ulaşılan standardize edilmemiş; şekil 3’te ise standardize edilmiş modelleri verilmiştir.



CMIN/df:2,236; AGFI: ,874; GFI: ,909; NFI: ,888; CFI: ,934; IFI: ,935; TLI: ,920; RMSEA: ,067

Şekil 2. Ölçeğe ilişkin standardize edilmemiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucu



CMIN/df:2,236; AGFI:,.874; GFI:,.909; NFI:,.888; CFI:,.934; IFI:,.935; TLI:,.920; RMSEA:,.067

Şekil 3. Ölçeğe ilişkin standardize edilmiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucu

4.3.4. Ölçüte dayalı geçerlik

Ölçüte dayalı geçerliğe yönelik delil toplamak için yakınsak ölçekler olarak, Güdekli ve diğerleri tarafından (2022) geliştirilen “Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği” ile Akfırat ve diğerleri tarafından (2021) uyarlanan “Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği”nin araştırma kapsamında geliştirilmiş olan “Sahte-Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği” (SGHAYBÖ) ile arasındaki Pearson korelasyon katsayıları incelenmiştir.

Tablo 9’da görüleceği üzere Sahte-Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği (SGHAYBÖ) ile hem Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği hem de Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. SGHAYBÖ ile Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği arasındaki orta düzeyde pozitif ($r=0.665$) ve anlamlı ($p<0.05$) olan ilişki (Büyüköztürk, 2016; Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2015), katılımcıların iki ölçekten de aldıkları puanların birlikte arttığını veya azaldığını yani sahte-gerçek haber ayırımı yapabilme

becerisi ile haber medyası okuryazarlığı arasında ilişki olduğunu belirtmektedir. Ayrıca SGHAYBÖ ile Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği arasında da orta düzeyde pozitif ($r=0.494$) ve anlamlı ($p<0.05$) bir ilişki (Büyüköztürk, 2016; Büyüköztürk vd., 2015) bulunmuştur. Bu durum da katılımcıların iki ölçekten de aldıkları puanların birlikte arttığını veya azaldığını yani sahte-gerçek haber ayırımı yapabilme becerisi ile eleştirel düşünme becerisi arasında bir ilişki bulunduğunu belirtmektedir.

Ölçüt olarak aynı yapıyı ölçen ölçeklerin kullanılması halinde yüksek düzeyde korelasyonun; benzer yapıları ölçen ölçeklerin kullanılması halinde ise orta düzeyde korelasyonun bulunması aynılık (yakınsak) kanıtının sağlandığını göstermektedir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Bu çalışmada yakınsak ölçek olarak kullanılan 2 ölçek de geliştirilen ölçek ile benzer yapıları ölçtüğünden yapılan analizde SGHAYBÖ'nün hem Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ile hem de Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği ile arasında bulunan orta düzeyde ve pozitif yöndeki ilişkiler geliştirilen ölçeğin ölçüt geçerliğinin sağlanmış olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. SGHAYBÖ'nün Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ve Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği ile arasındaki ilişki (n: 525)

		Haber medyası okuryazarlığı	Eleştirel düşünme
SGHAYBÖ	Pearson r	0.665*	0.494*
	p	0.000	0.000

* Korelasyon $p<0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

4.4. Güvenirliğe Yönelik Bulgular

Bu kısımda ölçeğin güvenirliliğinin tespiti için yapılan Cronbach Alfa katsayısı, McDonald Omega katsayısı, Guttman güvenirlilik yöntemi, madde toplam puan korelasyonu, alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi ve test tekrar test yöntemine yönelik elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.4.1. Cronbach Alfa katsayısı

Ölçeğin Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı incelenmiştir (tablo 10).

Tablo 10. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin Cronbach Alfa güvenirlik bulguları (n: 525)

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
Haber analiz etme becerisi	10	0.880
Bilgi edinme becerisi	5	0.767
SGHAYBÖ	15	0.900

Tablo 10’da görüldüğü üzere ölçeğin genel olarak güvenirliği $\alpha=0.900$ olarak bulunmuştur. Alt boyutlarda ise Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutunun güvenirliği $\alpha=0.880$; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutunun güvenirliği $\alpha=0.767$ olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçek genel olarak ve Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutunda yüksek düzeyde, Bilgi Edinme Becerisi alt boyutunda ise orta düzeyde güvenilir (Büyüköztürk vd., 2015; Özdamar, 2002).

4.4.2. McDonald Omega katsayısı; CR; AVE

Çok boyutlu ölçeklerde iç tutarlılık anlamında güvenirlik kanıtı olarak Cronbach Alfa katsayısının yanında McDonald Omega katsayısının da verilmesi tavsiye edildiğinden (Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016; Soysal, 2023; Yurdugül, 2006) yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonrası McDonald Omega katsayısına bakılmış ve ölçeğin geneli için .902; Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .856 ve Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için ise .766 olarak bulunmuştur.

Ayrıca araştırma kapsamında alt boyutlara ve ölçeğin tümüne ilişkin Bileşik Güvenirlik (*Composite Reliability-CR*) katsayısı DFA verileri ile hesaplanmıştır. Yapılan hesaplama sonucu Bileşik Güvenirlik katsayısı Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .87; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için .78 ve ölçeğin geneli için .91 olarak bulunmuştur. Bu çerçevede ölçek Cronbach Alfa, McDonald Omega ve Bileşik Güvenirlik katsayılarına göre Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu ve ölçeğin tamamında güvenirlik şartlarını sağlamaktadır.

Araştırma kapsamında alt boyutlara ve ölçeğin tümüne ilişkin yakınsama geçerliği anlamındaki Çıkarılmış Ortalama Varyans (*Average Variance Extracted-AVE*) (Fornell ve Larcker, 1981) değerleri DFA verileri ile hesaplanmıştır (Aydoğdu, 2023). Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .41; Bilgi Edinme Becerisi alt

boyutu için .42 ve ölçeğin tamamı için .42 olarak hesaplanmıştır. Her ne kadar yakınsama geçerliği anlamında AVE değerlerinin iç tutarlık güvenilirlik değerlerinden küçük ve her bir AVE değerinin .5 değerinden büyük olması gerekse de Fornell ve Larcker (1981) iç tutarlık anlamındaki güvenilirliğin .6 değerinden büyük olması halinde AVE değerleri .5'ten küçük olsa dahi yapıya yönelik yakınsak geçerliğin kabul edilebilir olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla ölçeğin alt boyutları ile ölçeğin tümünün AVE değerleri açısından kabul edilebilir olduğu söylenebilir (tablo 11).

Tablo 11. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin McDonald Omega; CR ve AVE güvenilirlik bulguları (n: 275)

	Haber analiz etme becerisi	Bilgi edinme becerisi	SGHAYBÖ
McDonald Omega	0.856	0.766	0.902
Bileşik Güvenirlik-CR	0.873	0.781	0.912
Çıkarılmış Ortalama Varyans-AVE	0.412	0.423	0.416

4.4.3. Guttman güvenilirlik yöntemi

Ölçeğin, Guttman güvenilirlik yöntemine göre aldığı değerler incelenmiştir. Yapılan incelemede Lambda katsayıları sırasıyla: Lambda 1=.840; Lambda 2=.903; Lambda 3=.900; Lambda 4=.859; Lambda 5=.878 ve Lambda 6=.909 olarak bulunmuştur (tablo 12). Bu yöntem ile hesaplanan 6 farklı Lambda katsayılarına baktığımızda ölçeğin 6 Lambda katsayısından da alt sınır olan .70'in üstünde değer aldığı görülmüş ve ölçeğin güvenilirliğinin Guttman güvenilirlik yöntemine göre sağlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 12. SGHAYBÖ'nün Guttman güvenilirlik yöntemi sonuçları (n: 525)

Lambda 1	0.840
Lambda 2	0.903
Lambda 3	0.900
Lambda 4	0.859
Lambda 5	0.878
Lambda 6	0.909

4.4.4. Madde toplam puan korelasyonu

Ölçek maddelerinin ölçek toplam puanı ile uyumunu görebilmek amacıyla madde toplam puan korelasyonu yapılmıştır. Bunun sebebi madde toplam puan

korelasyonunun yüksek düzeyde ve pozitif yönlü olması ölçme aracındaki maddelerin benzer davranışları örneklediğini ve ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ifade etmesidir (Büyüköztürk, 2016) (tablo 13).

Tablo 13. SGHAYBÖ'nün madde toplam puan korelasyon bulguları (n:525)

Maddeler	Madde toplam puan korelasyonu
Madde 1	0.642
Madde 2	0.437
Madde 3	0.589
Madde 4	0.400
Madde 5	0.681
Madde 6	0.475
Madde 7	0.611
Madde 8	0.648
Madde 9	0.612
Madde 10	0.579
Madde 11	0.582
Madde 12	0.700
Madde 13	0.610
Madde 14	0.643
Madde 15	0.561

Tablo 13'de görüldüğü üzere maddeler .400 ile .700 arasında değerler almıştır. Bu değerlerin alt sınır olarak önerilen 0.30'un üzerinde (Büyüköztürk, 2016; Tavşancıl, 2014) yer alması sebebiyle madde toplam puan korelasyonu açısından ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığı tespit edilmiştir.

4.4.5. Alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi

Ölçeğin ayırt edicilik gücü üzerinden güvenilirliğini test edebilmek için alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi yapılmıştır. Bu kapsamda yüksek ve düşük puan alan ilk ve son %27'lik gruplar içindeki 68'er katılımcının puanları bağımsız gruplar t-testi ile karşılaştırılmıştır (tablo 14).

Tablo 14. SGHAYBÖ ve alt boyutlarına ilişkin alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi bulguları (n: 525)

	Gruplar	n	Ort.	s	Ort. arası fark	Farkın standart hatası	t	Sd	p
Tüm ölçek	Alt %27	142	61.30	4.59	25.10	0.61	40.883	269.787	0.000
	Üst %27	142	36.20	5.69					
Haber analiz etme becerisi	Alt %27	142	19.82	1.74	9.61	0.23	41.421	270.351	0.000
	Üst %27	142	10.20	2.14					
Bilgi edinme becerisi	Alt %27	142	42.38	3.07	17.56	0.43	40.601	260.078	0.000
	Üst %27	142	24.82	4.14					

Tablo 14’de görüldüğü üzere yüksek ve düşük puan gruplarında yer alan katılımcıların puan ortalamaları hem ölçeğin geneli için ($t_{(270)}=40.883$); ($p<0.000$); hem Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için ($t_{(270)}=41.421$); ($p<0.000$); hem de Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için ($t_{(260)}=40.601$); ($p<0.000$) birbirinden anlamlı farklılıklar göstermiştir. Bu sonuca göre geliştirilen ölçeğin ayırt edici gücünün yüksek olduğu tespit edilmiştir.

4.4.6. Test tekrar test yöntemi

Test tekrar test yöntemi için 5 hafta ara ile 76 kişilik aynı örneklem grubuna, geliştirilen ölçek 2 defa verilmiştir. Yapılan ilk ve ikinci ölçümler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15. SGHAYBÖ’nün test tekrar test yöntemi 1. ve 2. ölçümler arasındaki Pearson korelasyon analizi bulguları (n: 76)

İlk ölçüm	İkinci ölçüm	
	Pearson r	0.723*
	p	0.000

*Korelasyon $p<0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Test tekrar test yöntemi için 76 kişilik örneklem grubundan 5 hafta ara ile elde edilen ölçüm sonuçlarının ilişkisine bakıldığında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.723$) ve anlamlı ($p<0.05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani aynı katılımcıların aynı ölçeğe 5 hafta

ara ile verdikleri yanıtlar benzerlik göstermektedir. Sonuç olarak ölçeğin ölçümlerinin zamana karşı kararlı olduğunu tespit edilmiştir.



SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin yapılan geçerlik ve güvenirlik analizleri sonucu 2 alt boyutta toplanan 15 maddelik bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir (EK 5). Ölçeğin geçerliğini belirlemek için görünüş geçerliği, kapsam geçerliği, yapı geçerliği ve ölçüte dayalı geçerlik incelenmiştir. Kapsam geçerliği çerçevesinde 5'i psikoloji, 3'ü psikometri alanlarında akademisyen ve 2 Türkçe öğretmeni olmak üzere 10 uzmana danışılmıştır. Yapı geçerliğini belirlemek adına faktör analizleri yapılmıştır. Ölçeğin faktör sayısını bulmak için açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve bulunan yapıyı doğrulamak için ise doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Ölçüt geçerliğini sağlamak için Güdekli ve diğerleri tarafından (2022) geliştirilen "Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği" ile Akfırat ve diğerleri tarafından (2021) uyarlanan "Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği" ölçüt olarak alınmıştır. Ölçeğin güvenirliğini belirlemek için ise Cronbach Alfa katsayısı; McDonald Omega katsayısı; Guttman güvenirlik yöntemi; madde toplam puan korelasyonu; alt %27-üst %27 ayırt edicilik testi ve test tekrar test yöntemi ile elde edilen veriler incelenmiştir.

Ölçeğin geçerliğine yönelik bulgular: Görünüş geçerliğinin sağlanması için ölçülmek istenen yapı, hem ölçeğin ve alt boyutların isimleri belirlenirken hem de maddeler oluşturulurken göz önünde bulundurulmuştur. Kapsam geçerliği için Lawshe Metodu ile 10 uzmandan görüşleri alınmış ve kalan maddelerin kapsam geçerliği indeksi (KGI) ise .8 olarak bulunmuş ve kapsam geçerliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. AFA çerçevesinde ölçeğin faktör sayısının belirlenmesi için Öz-değer (*Eigen Value*) yani Kaiser Ölçütü, Yamaç Grafiği (*Scree Plot*), Paralel Analiz ve Velicer'in MAP Testi yöntemlerine bakılmış ve ölçeğin 2 faktörlü yapıda olduğu belirlenmiştir. 2 faktörlü bu yapı ile açıklanan toplam varyans %52 olarak tespit edilmiştir. 22 madde ile başlayan AFA süreci 7 maddenin çıkartılması sonucu 15 madde ile tamamlanmıştır. Maddelerin ortak varyansa katkılarının ise .416 ile .639 arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Ayrıca faktörler arası korelasyona bakıldığında bulunan orta düzeyde pozitif korelasyon ($r=.442$), bir faktörden alınan puan arttıkça diğer faktörden alınan puanın da arttığını göstermektedir. AFA ile ortaya çıkan yapının doğrulanması amacıyla DFA yapılmıştır. Yapılan analiz sonucu uyum iyiliği değerleri: CMIN/df=2.236; AGFI=0.874; GFI=0.909; NFI=0.888; CFI=0.934; IFI=0.935; TLI=0.920 ve RMSEA=0.067 olarak bulunmuş ve yapı doğrulanmıştır. Ölçüte dayalı geçerliğin belirlenmesi için Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği

(SGHAYBÖ) ile Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ve Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği arasında korelasyonlar incelenmiş ve her iki ölçek ile de orta düzeyde pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ölçüt olarak aynı yapıyı ölçen ölçeklerin kullanılması halinde yüksek düzeyde korelasyonun; benzer yapıları ölçen ölçeklerin kullanılması halinde ise orta düzeyde korelasyonun bulunması aynılık (yakınsak) kanıtının sağlandığını göstermektedir (Cohen ve Swerdlik, 2015). Dolayısıyla SGHAYBÖ'nün hem Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği ile arasındaki orta düzeyde pozitif ($r=0.665$) ve anlamlı ($p<0.05$) olan ilişkisi hem de Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği ile arasındaki orta düzeyde pozitif ($r=0.494$) ve anlamlı ($p<0.05$) olan ilişkisi ölçüte dayalı geçerliğin sağlandığını göstermektedir.

5 maddeden oluşan ilk alt boyutun maddeleri incelendiğinde, sahte-gerçek haber ayrımı yaparken genel olarak “ötekinden bilgi edinme” anlamına gelecek maddelerden oluştuğu için “Bilgi Edinme Becerisi” (BEB) ismi verilmiştir. 10 maddeden oluşan ikinci alt boyutun maddeleri incelendiğinde ise sahte-gerçek haber ayrımı yaparken genel olarak “haberleri bireysel olarak analiz etme” anlamına gelecek maddelerden oluştuğu için “Haber Analiz Etme Becerisi” (HAEB) ismi verilmiştir. Ayrıca Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'ne kısaltma olarak ölçeğin baş harflerinden oluşan “SGHAYBÖ”; alt boyutlarına ise Bilgi Edinme Becerisi için “BEB”; Haber Analiz Etme Becerisi için “HAEB” kısaltmaları verilmiştir.

Ölçeğin güvenirliğine yönelik bulgular: McDonald Omega katsayısı, Bileşik Güvenirlik-CR ve Çıkarılmış Ortalama Varyans-AVE, DFA sonucu elde edilen veriler ile yani 275 katılımcının bulunduğu örneklem ile elde edilmiştir. Diğer analizler ise 525 katılımcının bulunduğu toplam örneklem grubu ile yapılmıştır. Cronbach Alfa katsayısı ölçeğin geneli için .900; Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .880 ve Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için .767 olarak tespit edilmiştir. McDonald Omega katsayısı ölçeğin geneli için .902; Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .856 ve Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için ise .766 olarak bulunmuştur. Bileşik Güvenirlik (*Composite Reliability-CR*) katsayısı Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için .87; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için .78 ve ölçeğin geneli için .91 olarak bulunmuştur. Bu çerçevede ölçek Cronbach Alfa, McDonald Omega ve Bileşik Güvenirlik katsayılarına göre Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu ve ölçeğin genelinde güvenirlik şartlarını sağlamaktadır. Çıkarılmış Ortalama Varyans (*Average Variance Extracted-AVE*) değerleri Haber Analiz Etme Becerisi alt

boyutu için .41; Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için .42 ve ölçeğin tamamı için .42 olarak hesaplanmıştır. Her ne kadar yakınsama geçerliği anlamında AVE değerlerinin iç tutarlık güvenirlik değerlerinden küçük ve her bir AVE değerinin .5 değerinden büyük olması gerekse de Fornell ve Larcker (1981) iç tutarlık anlamındaki güvenirliğin .6 değerinden büyük olması halinde AVE değerleri .5'ten küçük olsa dahi yapıya yönelik yakınsak geçerliğin kabul edilebilir olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla ölçeğin alt boyutları ile ölçeğin tümünün AVE değerleri açısından kabul edilebilir olduğu söylenebilir. Guttman güvenirlik yöntemine göre yapılan incelemede Lambda katsayıları sırasıyla: Lambda 1=.840; Lambda 2=.903; Lambda 3=.900; Lambda 4=.859; Lambda 5=.878 ve Lambda 6=.909 olarak bulunmuştur. Bu yöntem ile hesaplanan 6 farklı Lambda katsayılarına baktığımızda ölçeğin 6 Lambda katsayısından da alt sınır olan .70'in üstünde değer aldığı görülmüş ve ölçeğin güvenirliğinin Guttman güvenirlik yöntemine göre sağlandığı tespit edilmiştir. Ölçek maddelerinin ölçek toplam puanı ile uyumunu görebilmek amacıyla madde toplam puan korelasyonu yapılmıştır. Yapılan incelemede maddelerin .400 ile .700 arasında değerler aldığı görülmüştür. Bu değerlerin alt sınır olarak önerilen 0.30'un üzerinde (Büyüköztürk, 2016; Tavşancıl, 2014) yer alması sebebiyle madde toplam puan korelasyonu açısından ölçeğin iç tutarlığının sağlandığı tespit edilmiştir. Ölçeğin ayırt edicilik gücü üzerinden güvenirliğini test edebilmek için Alt %27-Üst %27 Ayırt Edicilik Testi yapılmıştır. Yapılan incelemede yüksek ve düşük puan gruplarında yer alan katılımcıların puan ortalamaları hem ölçeğin geneli için ($t_{(270)}=40.883$); ($p<0.000$); hem Haber Analiz Etme Becerisi alt boyutu için ($t_{(270)}=41.421$); ($p<0.000$); hem de Bilgi Edinme Becerisi alt boyutu için ($t_{(260)}=40.601$); ($p<0.000$) birbirinden anlamlı farklılıklar göstermiştir. Bu sonuca göre geliştirilen ölçeğin ayırt edici gücünün yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeğin ölçümlerinin zamana karşı kararlılığını tespit edebilmek amacıyla test tekrar test yöntemi uygulanmıştır. 76 kişilik aynı örneklem grubuna 5 hafta ara ile geliştirilen ölçek 2 defa verilmiş ve elde edilen ölçümler arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda iki ölçüm arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.723$) ve anlamlı ($p=0.05$) bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçeğin ölçümlerinin zamana karşı kararlı olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler neticesinde Sahte-Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin 2 alt boyutta toplanan 15 maddelik yapısının geçerli ve güvenilir olduğuna

kanaat getirilmiştir (EK 5). 5’li likert tipi derecelendirme kullanılan ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. 15 maddelik bütün ölçek değerlendirildiğinde ölçekten en düşük 15, en yüksek ise 75 puan alınabilmektedir. Alınan yüksek puanlar sahte-gerçek haber ayrımı yapabilme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Alt boyutlar değerlendirildiğinde ise ilk 5 maddeden oluşan “Bilgi Edinme Becerisi” (BEB) alt boyutundan en düşük 5, en yüksek 25 puan alınabilmektedir. Alınan yüksek puanlar sahte-gerçek haber ayrımı yaparken bilgi edinme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Son 10 maddeden oluşan “Haber Analiz Etme Becerisi” (HAEB) alt boyutundan ise en düşük 10, en yüksek 50 puan alınabilmektedir. Alınan yüksek puanlar sahte-gerçek haber ayrımı yaparken haber analiz etme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Ölçek, yaşları 18 ile 76 arasında değişen örneklem grubu ile geliştirilmiştir. Dolayısıyla 18 yaş ve üstü örneklemelerde kullanılabilir. Ayrıca ölçeğin geliştirildiği örneklemin %70’inin Şanlıurfa, İstanbul ve Mardin illerinden katılan katılımcılardan oluştuğu göz önüne alındığında ölçeğin geçerliğinin, güvenirliğinin ve faktör yapısının farklı demografik özelliklere sahip örneklemelerde sınanması önerilir. Ayrıca örneklem grubunun %70’inin 3 ilden katılan katılımcılardan oluşması bir sınırlılık oluştururken bu illerden birinin İstanbul olması ve İstanbul’un Türkiye’nin en kozmopolit ili olması bu sınırlılığı kısmen ortadan kaldırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar Güvendir, M. ve Özer Özkan, Y. (2015). Türkiye'deki eğitim alanında yayımlanan bilimsel dergilerde ölçek geliştirme ve uyarlama konulu makalelerin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(52), 23-33.
- Ackland, R. ve Gwynn, K. (2021). Truth and the dynamics of news diffusion on Twitter. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology Of Fake News: Accepting, Sharing, And Correcting Misinformation* (ss. 27-46). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Ahler, D. J. ve Sood, G. (2018). The parties in our heads: misperceptions about party composition and their consequences. *The Journal of Politics*, 80(3), 964-981. <https://doi.org/10.1086/697253>
- Akar, S. (2022). *Yalan haber değerlendirmelerinde sistem düzeyinde duyguların rolü* (Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Akbıyık, C. (2002). *Eleştirel düşünme eğilimleri ve akademik başarı* (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akfırat, O. N., Uyumaz, G., Uyumaz, G. ve Çuhadaroğlu, A. (2021). Investigating the psychometric characteristics of critical thinking in everyday life scale. *Kastamonu Education Journal*, 29(4), 113-123. <https://doi.org/doi:10.24106/kefdergi.780530>
- Aktaş, C. (2007). İnternet'in gazeteciliğe getirdiği yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 30-41. <https://doi.org/10.18094/si.15544>
- Akyüz, S. S. (2020). Yanlış bilgi salgını: COVID-19 salgını döneminde Türkiye'de dolaşıma giren sahte haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 422-444. <https://doi.org/10.31123/akil.779920>
- Akyüz, S. S., Gülnar, B. ve Kazaz, M. (2020). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: Üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 2816-2840. <https://doi.org/10.26466/opus.838464>
- Akyüz, S. S. ve Özkan, M. (2022). Kriz dönemlerinde enformasyon süreçleri: Ukrayna-Rusya savaşında dolaşıma giren sahte haberlerin analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8(2), 66-82. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1213993>
- Alkış, Z. ve Okumuşoğlu, S. (2022). Mültecilere yönelik arzulanan sosyal mesafe ölçeğinin geçerlilik ve güvenirlik çalışması: Yetişkin yerel halk örneklemini. *Journal of Social Research and Behavioral Sciences*, 8(16), 212-234. <https://doi.org/10.52096/jsrbs.8.16.13>
- Allport, F. H. ve Lepkin, M. (1945). Wartime rumors of waste and special privilege: Why some people believe them. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 40(1), 3-36. <https://doi.org/10.1037/h0058110>

- Alpay, Y. (2023). *Yalanın Siyaseti* (23. bs). Karakarga Yayınları.
- Alter, A. L. ve Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the tribes of fluency to form a metacognitive nation. *Personality and Social Psychology Review*, 13(3), 219-235. <https://doi.org/10.1177/1088868309341564>
- Altunbey Özbay, F. ve Alataş, B. (2020). Çevrimiçi sosyal medyada sahte haber tespiti. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 11(1), 91-103. <https://doi.org/10.24012/dumf.629368>
- Amazeen, M. A., Thorson, E., Muddiman, A. ve Graves, L. (2018). Correcting political and consumer misperceptions: the effectiveness and effects of rating scale versus contextual correction formats. *Journalism ve Mass Communication Quarterly*, 95(1), 28-48. <https://doi.org/10.1177/1077699016678186>
- Anlı, G. (2023). Felaket haberlerini kaydırma ölçeği türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 301-316. <http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1178025>
- Arkes, H. R., Hackett, C. ve Boehm, L. (1989). The generality of the relation between familiarity and judged validity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2(2), 81-94. <https://doi.org/10.1002/bdm.3960020203>
- Ashley, S., Maksl, A. ve Craft, S. (2013). Developing a news media literacy scale. *Journalism ve Mass Communication Educator*, 68(1), 7-21. <https://doi.org/10.1177/1077695812469802>
- Aybek, B., Aslan, S., Dinçer, S. ve Coşkun Arısoy, B. (2015). Öğretmen adaylarına yönelik eleştirel düşünme standartları ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 21(1), 25-50. <https://doi.org/10.14527/kuey.2015.002>
- Aydoğdu, F. (2023). AVE ve CR hesaplama. Geliş tarihi 08 Nisan 2024, gönderen <https://www.fuataydogdu.com/avecr/>
- Aygün, C. ve Özgenel, M. (2019). Eleştirel Liderlik stili ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 1806-1835. <https://doi.org/DOI: 10.26466/opus.552489>
- Aytaş, G. ve Kaplan, K. (2017). Medya okuryazarlığı bağlamında yeni okuryazarlıklar. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(2), 291-310.
- Aytekin, H. ve Ateş, E. (2023). Dijital toplumda medya okuryazarlığı kavramı ve eğitimi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, (75), 4458-4465. <https://doi.org/10.29228/smryj.71096>
- Bacon, F. T. (1979). Credibility of repeated statements: Memory for trivia. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 5(3), 241-252. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.5.3.241>

- Balcı, M. ve Çakır, K. (2023). Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma suçu (TCK m. 217/A). *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-17. <https://doi.org/10.54699/andhd.1216834>
- Banas, J. A. ve Rains, S. A. (2010). A meta-analysis of research on inoculation theory. *Communication Monographs*, 77(3), 281-311. <https://doi.org/10.1080/03637751003758193>
- Bar Ilan, J. ve Halevi, G. (2021). Retracted articles – the scientific version of fake news. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 47-70). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Basmaz, I. ve Kutlu, Ö. (2021). Eleştirel düşünme eğilimlerinin okuduğunu anlama, öğrenci, aile ve ev ortamı değişkenleri bağlamında incelenmesi. *Dijital Ölçme ve Değerlendirme Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 100-118. <https://doi.org/10.29329/dmer.2021.409.2>
- Basol, M., Roozenbeek, J. ve van der Linden, S. (2020). Good news about bad news: Gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news. *Journal of Cognition*, 3(1), 2. <https://doi.org/10.5334/joc.91>
- Batailler, C., Brannon, S. M., Teas, P. E. ve Gawronski, B. (2022). A signal detection approach to understanding the identification of fake news. *Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science*, 17(1), 78-98. (34264150). <https://doi.org/10.1177/1745691620986135>
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. ve Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323-370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- Baxter, G., Marcella, R. ve Walicka, A. (2019). Scottish citizens' perceptions of the credibility of online political "facts" in the "fake news" era: An exploratory study. *Journal of Documentation*, 75(5), 1100-1123. <https://doi.org/10.1108/JD-10-2018-0161>
- Bayat, B. (2014). Uygulamalı sosyal bilim araştırmalarında ölçme, ölçekler ve "likert" ölçek kurma tekniği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 1-24.
- Bayrak, F. (2022). *Ben, diğeri ve biz sosyal psikoloji* (M. B. Bulut, Ed.). Ankara: Nobel.
- Biagioli, M., Kenney, M., Martin, B. R. ve Walsh, J. P. (2019). Academic misconduct, misrepresentation and gaming: A reassessment. *Research Policy*, 48(2), 401-413. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.10.025>
- Bilger, D. (2021). Sosyal kimlik kuramı. M. B. Bulut (Ed.), *Sosyal Psikoloji Kuramları II* (1. bs, ss. 83-120). Nobel Akademik Yayıncılık.

- Burgoon, J. K., Blair, J. P. ve Strom, R. E. (2008). Cognitive biases and nonverbal cue availability in detecting deception. *Human Communication Research*, 34(4), 572-599. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2008.00333.x>
- Büyükaşar, M. (2019). *Haber ve doğruluk ilişkisi: “Yalan haber” ve haber doğrulama pratikleri* (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi). Marmara Üniversitesi, İstanbul. Geliş tarihi gönderen <https://www.proquest.com/docview/2486456909/abstract/D230716997EF4D34PQ/1>
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü, N. (2015). *Sosyal bilimler için istatistik* (Gözden geçirilmiş 17. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi* (11. bs). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Carney, R. N. ve Levin, J. R. (2002). Pictorial illustrations still improve students' learning from text. *Educational Psychology Review*, 14(1), 5-26. <https://doi.org/10.1023/A:1013176309260>
- Carr, T. H., McCauley, C., Sperber, R. D. ve Parmelee, C. M. (1982). Words, pictures, and priming: On semantic activation, conscious identification, and the automaticity of information processing. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 8(6), 757-777. <https://doi.org/10.1037/0096-1523.8.6.757>
- Chadha, N. K. (2021). *Uygulamalı psikometri* (S. Şen, Çev.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Chan, M. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K. ve Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Chiu, C., Gelfand, M. J., Harrington, J. R., Leung, A. K. -y., Liu, Z., Morris, M. W., ... Zou, X. (2015). A conclusion, yet an opening to enriching the normative approach of culture. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46(10), 1361-1371. <https://doi.org/10.1177/0022022115614201>
- Chiu, C.-Y., Gelfand, M. J., Yamagishi, T., Shteynberg, G. ve Wan, C. (2010). Intersubjective culture: The role of intersubjective perceptions in cross-cultural research. *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 482-493. <https://doi.org/10.1177/1745691610375562>
- Cohen, D. (2001). Cultural variation: Considerations and implications. *Psychological Bulletin*, 127(4), 451-471. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.4.451>

- Cohen, R. J. ve Swerdlik, S. (2015). *Psikolojik test ve değerleme testlere ve ölçmeye giriş—Psychological Testing and Assessment* (E. Tavşancıl, Ed.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Collier, J. R. ve Van Duyn, E. (2023). Fake news by any other name: Phrases for false content and effects on public perceptions of U.S. news media. *Journal of Applied Communication Research*, 51(4), 424-443. <https://doi.org/10.1080/00909882.2022.2148487>
- Corbyn, Z. (2012). Misconduct is the main cause of life-sciences retractions. *Nature*, 490(7418), 21-21. <https://doi.org/10.1038/490021a>
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.1.98>
- Craft, S., Ashley, S. ve Maksl, A. (2017). News media literacy and conspiracy theory endorsement. *Communication and the Public*, 2(4), 388-401. <https://doi.org/10.1177/2057047317725539>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, (50), 254-277.
- Çocuk, H. E. ve Uzun, N. B. (2018). Medya okuryazarlığı dereceli puanlama anahtarının genellenebilirlik kuramıyla güvenilirliğinin incelenmesi. *Kastamonu Education Journal*, 26(4), 995-1006. <https://doi.org/doi:10.24106/kefdergi.364686>
- Çüm, S. ve Koç, N. (2013). Türkiye’de psikoloji ve eğitim bilimleri dergilerinde yayımlanan ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarının incelenmesi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 12, 115-135.
- Dahi, A. (2022). *Gerçek-sonrası dönemde sosyal medya dezenformasyonu ve sahte haberler: Türkiye’de Covid-19 salgını örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Dal, S. ve Aktay, S. (2015). İnternet için eleştirel okuryazarlık ölçeği geliştirme çalışması. *Journal of Academic Studies*, 17(67), 185-199.
- Dale, S. (2015). Heuristics and biases: The science of decision-making. *Business Information Review*, 32(2), 93-99. <https://doi.org/10.1177/0266382115592536>
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J. ve Wänke, M. (2010). The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 238-257. <https://doi.org/10.1177/1088868309352251>
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online.

Proceedings of the National Academy of Sciences, 113(3), 554-559.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>

Demircioğlu, E. (2012). *Eleştirel düşünme eğilimi ölçeği'nin uyarlama çalışması ve faktör yapısının farklı değişkenlere göre incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.

Devrim, N. (2023). Medya okuryazarlığı, medyaya güven ve demokrasi. *Anlambilim MTÜ Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 3(1), 275-283.

Dijksterhuis, A. ve Aarts, H. (2003). On wildebeests and humans: The preferential detection of negative stimuli. *Psychological Science*, 14(1), 14-18.
<https://doi.org/10.1111/1467-9280.t01-1-01412>

Dönmez, B. ve Kaya, F. (2016). Eleştirel düşünme motivasyonu ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13-2(25), 159-173.

Dönmezçelik, Ö. (2023). *Doğruluk-ötesi (post-truth) dönemde yalan haber (fake news) ve Covid-19 aşılıları: Twitter etiketlerinde aşı karşıtı argümanlar üzerine bir sosyal ağ analizi* (Doktora Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Dunaway, J., Searles, K., Sui, M. ve Paul, N. (2018). News attention in a mobile era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(2), 107-124.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy004>

Dunwoody, P. T. (2009). Theories of truth as assessment criteria in judgment and decision making. *Judgment and Decision Making*, 4(2), 116-125.
<https://doi.org/10.1017/S1930297500002540>

Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Chang, E. P. ve Pillai, R. (2014). The effects of subtle misinformation in news headlines. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 20(4), 323-335. <https://doi.org/10.1037/xap0000028>

Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Fenton, O. ve Martin, K. (2014). Do people keep believing because they want to? Preexisting attitudes and the continued influence of misinformation. *Memory ve Cognition*, 42(2), 292-304.
<https://doi.org/10.3758/s13421-013-0358-x>

Eğmir, E. ve Ocak, G. (2016). Eleştirel düşünme becerisini ölçmeye yönelik bir başarı testi geliştirme. *Turkish Studies*, 11(19), 337-360.
<http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9961>

Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.

Erkuş, A. (2007). Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında karşılaşılan sorunlar. *Türk Psikoloji Bülteni*, (40), 17-25.

Ertas Kılıç, H. ve Şen, A. İ. (2014). UF/EMI eleştirel düşünme eğilimi ölçeğini Türkçeye uyarlama çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 39(176), 1-12.
<https://doi.org/10.15390/EB.2014.3632>

- Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K. ve Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993-1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000098>
- Fenn, E., Newman, E. J., Pezdek, K. ve Garry, M. (2013). The effect of nonprobative photographs on truthiness persists over time. *Acta Psychologica*, 144(1), 207-211. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2013.06.004>
- Fenn, E., Ramsay, N., Kantner, J., Pezdek, K. ve Abed, E. (2019). Nonprobative photos increase truth, like, and share judgments in a simulated social media environment. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(2), 131-138. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2019.04.005>
- Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 french presidential election. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Fortanet, I. (2008). Evaluative language in peer review referee reports. *Journal of English for Academic Purposes*, 7(1), 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2008.02.004>
- Frederick, S. (2005). Cognitive reflection and decision making. *Journal of Economic Perspectives*, 19(4), 25-42. <https://doi.org/10.1257/089533005775196732>
- Gabrielkov, M., Ramachandran, A., Chaintreau, A. ve Legout, A. (2016). Social clicks: What and who gets read on Twitter? *Proceedings of the 2016 ACM SIGMETRICS International Conference on Measurement and Modeling of Computer Science*, 179-192. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2896377.2901462>
- Garrett, R. K. ve Weeks, B. E. (2017). Epistemic beliefs' role in promoting misperceptions and conspiracist ideation. *PLOS ONE*, 12(9), e0184733. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0184733>
- Gedikli, A. T. (2020). Karşılaştırmalı hukukta internet ortamındaki asılsız bilgi paylaşımlarının önlenmesi. *Bilişim Hukuku Dergisi*, 2(2), 221-258.
- Gilbert, D. T., Krull, D. S. ve Malone, P. S. (1990). Unbelieving the unbelievable: Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(4), 601-613. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.601>
- Gowda, M. V. R. (1999). Heuristics, biases, and the regulation of risk. *Policy Sciences*, 32(1), 59-78.

- Gökkılıç, S. (2021). *Yeni medyada popülizm ve yalan haber: Türkiye'deki Suriyeli sığınmacılar örneği* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Greifeneder, R., Jaffé, M. E., Newman, E. J. ve Schwarz, N. (2021). What is new and true about fake news?. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 1-8). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz, N. (Ed.). (2021). *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*. <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire Thompson, B. ve Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- Guess, A., Lyons, B., Montgomery, J., Nyhan, B. ve Reifler, J. (2019). *Fake news, Facebook ads, and misperceptions: Assessing information quality in the 2018 U.S. midterm election campaign*.
- Güdekli, A., Deren Van Het Hof, S., Eser, M. T. ve Oruç, M. S. (2022). Haber medyası okuryazarlığı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Journal of Economy Culture and Society*, 65, 1-20. <https://doi.org/DOI: 10.26650/JECS2021-837512>
- Gündoğan, B. (2019). *Türkiye'de ergenlerin medya okuryazarlığı ve "fake news" farkındalığı ilişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Galatasaray Üniversitesi, İstanbul.
- Güngör, D. (2016). Psikolojide ölçme araçlarının geliştirilmesi ve uyarlanması kılavuzu. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(38), 104-112.
- Haidle, M. N., Bolus, M., Collard, M., Conard, N. J., Garofoli, D., Lombard, M., ... Whiten, A. (2015). The nature of culture: An eight-grade model for the evolution and expansion of cultural capacities in hominins and other animals. *Journal of Anthropological Sciences*, 93, 43-70. <https://doi.org/10.4436/jass.93011>
- Hamutoğlu, N. B., Canan Güngören, Ö., Kaya Uyanık, G. ve Gür Erdoğan, D. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması. *Ege Eğitim Dergisi*, (18), 408-429.
- Hansen, J. ve Wänke, M. (2010). Truth from language and truth from fit: The impact of linguistic concreteness and level of construal on subjective truth. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(11), 1576-1588. <https://doi.org/10.1177/0146167210386238>
- Hasher, L., Goldstein, D. ve Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1), 107-112. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(77\)80012-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1)

- Hawkins, S. A. ve Hoch, S. J. (1992). Low-involvement learning: Memory without evaluation. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 212-225. <https://doi.org/10.1086/209297>
- Hazar, E. (2018). Bilgi, medya ve teknoloji becerileri yeterlilik ölçeği: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Journal of Human Sciences*, 15(2), 1306-1316. <https://doi.org/doi:10.14687/jhs.v15i2.5252>
- Hilbig, B. E. (2009). Sad, thus true: Negativity bias in judgments of truth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 983-986. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.04.012>
- Hilbig, B. E. (2012a). Good things don't come easy (to mind). *Experimental Psychology*, 59(1), 38-46. <https://doi.org/10.1027/1618-3169/a000124>
- Hilbig, B. E. (2012b). How framing statistical statements affects subjective veracity: Validation and application of a multinomial model for judgments of truth. *Cognition*, 125(1), 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2012.06.009>
- Hill, S. J. (2017). Learning together slowly: Bayesian learning about political facts. *The Journal of Politics*, 79(4), 1403-1418. <https://doi.org/10.1086/692739>
- Hoffrage, U., Lindsey, S., Hertwig, R. ve Gigerenzer, G. (2000). Communicating statistical information. *Science*, 290(5500), 2261-2262. <https://doi.org/10.1126/science.290.5500.2261>
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *NY: University Press of America*. 6(1).
- Hu, L. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- İrak, H. (2022). Post-Truth çağda dijital dezenformasyon: Covid-19 aşısı karşıtı haberler üzerine bir inceleme. *Ahi Evran Akademi (AEA)*, 3(1), 115-129.
- Jaffé, M. E. ve Greifeneder, R. (2021). Can that be true or is it just fake news? New perspectives on the negativity bias in judgments of truth. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 115-130). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Jalbert, M. (2018). *Only half of what i'll tell you is true: How experimental procedures lead to an underestimation of the truth effect* (Yüksek Lisans Tezi). Ann Arbor, United States. Geliş tarihi gönderen <https://www.proquest.com/docview/2183249580/abstract/124A6EC1081740B6PQ/1>
- Jalbert, M., Newman, E. ve Schwarz, N. (2020). Only half of what i'll tell you is true: Expecting to encounter falsehoods reduces illusory truth. *Journal of Applied*

Research in Memory and Cognition, 9(4), 602-613.
<https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.08.010>

Jang, S. M. ve Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>

Johanson, G. A. ve Brooks, G. P. (2010). Initial scale development: Sample size for pilot studies. *Educational and Psychological Measurement*, 70(3), 394-400. <https://doi.org/10.1177/0013164409355692>

Kahneman, D. (2023). *Hızlı ve yavaş düşünme* (20. bs). İstanbul: Varlık.

Kang, J. ve Lee, S. (2019). Algorithm design to judge fake news based on bigdata and artificial intelligence. *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, 11(2), 50-58. <https://doi.org/10.7236/IJIBC.2019.11.2.50>

Karabay, A. (2013). Eleştirel okuma öz yeterlik algı ölçeğinin geliştirilmesi. *Turkish Studies*, 8(13), 1107-1122.

Karadeniz, A. (2014). Eleştirel okuma özyeterlilik algısı ölçeğinin geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 113-140. <https://doi.org/10.14686/BUEFAD.201416210>

Karadüz, A. (2010). Dil becerileri ve eleştirel düşünme. *Turkish Studies*, 5(3), 1566-1593.

Karakoç, F. Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 13(40), 39-49. <https://doi.org/10.25282/ted.228738>

Kavaklı, N. (2019). Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 663-682. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.453398>

Kayabaşı Kuru, G. ve Uluyol, Ç. (2023). Sahte haber tespiti için kullanılan modellerin sosyal bağlam kapsamında incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part C: Tasarım ve Teknoloji*, 11(1), 39-54. <https://doi.org/10.29109/gujsc.1145516>

Kelloway, E. K. (1998). *Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide*. SAGE.

Kesgin, Y. ve Gül Ünlü, D. (2021). COVID-19 aşısı ve yalan haber: Aşılama öncesinde bireylerin yalan haber içeriklerini fark etme, takip etme ve teyit etme eğilimlerinin belirlenmesi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (35), 32-55. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.914875>

Knobloch, S., Hastall, M., Zillmann, D. ve Callison, C. (2003). Imagery effects on the selective reading of internet newsmagazines. *Communication Research*, 30(1), 3-29. <https://doi.org/10.1177/0093650202239023>

- Kocabay Şener, N. (2018). “Doğruluk kontrol merkezi” ve “yalan haber” kavramlarına ilişkin içeriklerin medyada yansımalarının araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 355-373.
- Koch, T. ve Peter, C. (2017). Effects of equivalence framing on the perceived truth of political messages and the trustworthiness of politicians. *Public Opinion Quarterly*, 81(4), 847-865. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx019>
- Korkmaz, Ö. ve Yeşil, R. (2011). Medya ve televizyon okuryazarlık düzeyleri ölçeği geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 110-126.
- Koyuncu, I. ve Kiliç, A. F. (2019). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanımı: Bir doküman incelemesi. *Eğitim ve Bilim*, 44(198), 361-388. <https://doi.org/10.15390/EB.2019.7665>
- Kökdemir, D. (2003). *Belirsizlik durumlarında karar verme ve problem çözme* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kramsch, C. (2014). Language and culture. *AILA Review*, 27(1), 30-55. <https://doi.org/10.1075/aila.27.02kra>
- Kula Kartal, S. ve Mor Dirlik, E. (2016). Geçerlik kavramının tarihsel gelişimi ve güvenirlikte en çok tercih edilen yöntem: Cronbach alfa katsayısı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1865-1879.
- Kurt, A. A. ve Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: Kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 20-34.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lehner, P. E., Adelman, L., Cheikes, B. A. ve Brown, M. J. (2008). Confirmation bias in complex analyses. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics - Part A: Systems and Humans*, 38(3), 584-592. <https://doi.org/10.1109/TSMCA.2008.918634>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. ve Cook, J. (2017). Beyond misinformation: understanding and coping with the “Post-Truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N. ve 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>

- Lewandowsky, S., Stritzke, W. G. K., Oberauer, K. ve Morales, M. (2005). Memory for fact, fiction, and misinformation: The Iraq War 2003. *Psychological Science*, 16(3), 190-195. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2005.00802.x>
- Lewicka, M., Czapinski, J. ve Peeters, G. (1992). Positive-negative asymmetry or 'When the heart needs a reason'. *European Journal of Social Psychology*, 22(5), 425-434. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420220502>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22 140, 55-55.
- Linden, S. van der, Leiserowitz, A., Rosenthal, S. ve Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1-7. <https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>
- Linden, S. van der ve Roozenbeek, J. (2021). Psychological inoculation against fake news. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 147-169). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Linden, S. van der, Roozenbeek, J., Maertens, R., Basol, M., Kácha, O., Rathje, S. ve Traberg, C. S. (2021). How can psychological science help counter the spread of fake news? *The Spanish Journal of Psychology*, 24, 1-9. <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.23>
- Lindsay, D. S., Hagen, L., Read, J. D., Wade, K. A. ve Garry, M. (2004). True photographs and false memories. *Psychological Science*, 15(3), 149-154. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.01503002.x>
- Lyons, B. A., Merola, V. ve Reifler, R. (2021). How bad is the fake news problem? The role of baseline information in public perceptions. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 11-26). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Maertens, R., Götz, F. M., Golino, H. F., Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Kyrychenko, Y., ... van der Linden, S. (2023). The misinformation susceptibility test (MIST): A psychometrically validated measure of news veracity discernment. *Behavior Research Methods*. <https://doi.org/10.3758/s13428-023-02124-2>
- Maertens, R., Roozenbeek, J., Basol, M. ve van der Linden, S. (2021). Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 27(1), 1-16. <https://doi.org/10.1037/xap0000315>
- Maksl, A., Ashley, S. ve Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 29-45. <https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3>
- Maksl, A., Craft, S., Ashley, S. ve Miller, D. (2017). The usefulness of a news media literacy measure in evaluating a news literacy curriculum. *Journalism ve Mass*

- Marsh, E. J. ve Stanley, M. L. (2021). False beliefs: Byproducts of an adaptive knowledge base?. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 131-146). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- McGlone, M. S. ve Tofighbakhsh, J. (2000). Birds of a feather flock conjointly (?): Rhyme as reason in aphorisms. *Psychological Science*, 11(5), 424-428. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00282>
- McGuire, W. J. ve Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 327-337. <https://doi.org/10.1037/h0042026>
- McPherson, M., Smith Lovin, L. ve Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415-444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Murphy, S. T., Frank, L. B., Moran, M. B. ve Patnoe Woodley, P. (2011). Involved, transported, or emotional? Exploring the determinants of change in knowledge, attitudes, and behavior in entertainment-education. *Journal of Communication*, 61(3), 407-431. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01554.x>
- Nalbantoğlu, E. M. (2022). *Dijital ortamda yayınlanan yalan haberin, kişilere ve markalara olan etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş çevrimiçi haber akışının yankı odası etkisi, filtre balonu ve siberbalkanizasyon kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Newman, E. J., Azad, T., Lindsay, D. S. ve Garry, M. (2018). Evidence that photos promote rosiness for claims about the future. *Memory ve Cognition*, 46(8), 1223-1233. <https://doi.org/10.3758/s13421-016-0652-5>
- Newman, E. J., Garry, M., Bernstein, D. M., Kantner, J. ve Lindsay, D. S. (2012). Nonprobative photographs (or words) inflate truthiness. *Psychonomic Bulletin ve Review*, 19(5), 969-974. <https://doi.org/10.3758/s13423-012-0292-0>
- Newman, E. J., Garry, M., Unkelbach, C., Bernstein, D. M., Lindsay, D. S. ve Nash, R. A. (2015). Truthiness and falsiness of trivia claims depend on judgmental contexts. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 41(5), 1337-1348. <https://doi.org/10.1037/xlm0000099>
- Newman, E. J., Sanson, M., Miller, E. K., Quigley-McBride, A., Foster, J. L., Bernstein, D. M. ve Garry, M. (2014). People with easier to pronounce names promote truthiness of claims. *Plos One*, 9(2), e88671. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0088671>

- Newman, E. ve Zhang, L. (2020). *Truthiness: How non-probative photos shape belief*. –Stephan Lewandowsky, *Cognitive Science*, 90. <https://doi.org/10.4324/9780429295379-8>
- Nightingale, S. J., Wade, K. A. ve Watson, D. G. (2017). Can people identify original and manipulated photos of real-world scenes? *Cognitive Research: Principles and Implications*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.1186/s41235-017-0067-2>
- Nunnally, J. C. ve Bernstein, I. H. (1994). The assessment of reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J. ve Wood, T. J. (2020). Taking fact-checks literally but not seriously? The effects of journalistic fact-checking on factual beliefs and Candidate Favorability. *Political Behavior*, 42(3), 939-960. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>
- Nyhan, B. ve Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>
- Oksal, A., Şenşekerci, E. ve Bilgin, A. (2006). Merkezi epistemolojik inançlar ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik. *Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 371-381.
- Oppenheimer, D. M. (2006). Consequences of erudite vernacular utilized irrespective of necessity: Problems with using long words needlessly. *Applied Cognitive Psychology*, 20(2), 139-156. <https://doi.org/10.1002/acp.1178>
- Orçan, F. (2018). Exploratory and confirmatory factor analysis: Which one to use first? *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4), 414-421. <https://doi.org/10.21031/epod.394323>
- Oyserman, D. (2011). Culture as situated cognition: Cultural mindsets, cultural fluency, and meaning making. *European Review of Social Psychology*, 22(1), 164-214. <https://doi.org/10.1080/10463283.2011.627187>
- Oyserman, D. (2015). Culture as situated cognition. R. A. Scott ve S. M. Kosslyn (Ed.), *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* (1. bs, ss. 1-20). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0067>
- Oyserman, D. (2017). Culture three ways: Culture and subcultures within countries. *Annual Review of Psychology*, 68, 435-463. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033617>
- Oyserman, D. ve Dawson, A. (2021). Your fake news, our facts: Identity-based motivation shapes what we believe, share, and accept. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation* (ss. 179-195). <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Özdamar, K. (2002). *Paket programlarla istatistiksel veri analizi-1* (4. bs). Eskişehir: Kaan Kitabevi.

- Özgenel, M. ve Çetin, M. (2018). Development of the marmara critical thinking dispositions scale: Validity and reliability analysis. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 9(32), 991-1015.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin.
- Parlak, M. O. (2018). Yeni medya ve haberciliğin dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14).
- Paul, R. (2005). The state of critical thinking today. *New Directions for Community Colleges*, 2005(130), 27-38. <https://doi.org/10.1002/cc.193>
- Peeters, G. ve Czapinski, J. (1990). Positive-Negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negativity effects. *European Review of Social Psychology*, 1(1), 33-60. <https://doi.org/10.1080/14792779108401856>
- Pennycook, G., Cannon, T. D. ve Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(12), 1865-1880. <https://doi.org/10.1037/xge0000465>
- Pennycook, G. ve Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Petty, R. E. ve Briñol, P. (2008). Persuasion: From single to multiple to metacognitive processes. *Perspectives on Psychological Science*, 3(2), 137-147. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2008.00071.x>
- Posetti, J. ve Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center for Journalists*, 7.
- Pratto, F. ve John, O. P. (1991). Automatic vigilance: The attention-grabbing power of negative social information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(3), 380-391. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.3.380>
- Price, L. R. (2021). *Psikometrik Yöntemler Kuramdan Uygulamaya* (A. Özer ve B. Atar, Ed.). Ankara: Mentis.
- Pursitasari, I. D., Suhardi, E., Putra, A. P. ve Rachman, I. (2020). Enhancement of student's critical thinking skill through science context-based inquiry learning. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 9(1), 97-105. <https://doi.org/10.15294/jpii.v9i1.21884>
- Reber, R. ve Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338-342. <https://doi.org/10.1006/ccog.1999.0386>
- Reinhard, M.-A., Greifeneder, R. ve Scharmach, M. (2013). Unconscious processes improve lie detection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(5), 721-739. <https://doi.org/10.1037/a0034352>

- Ross, L. ve Ward, A. (1996). Naive realism in everyday life: Implications for social conflict and misunderstanding. *The Jean Piaget symposium series. Values and knowledge* (ss. 103-135). Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Salgar, E. (2015). Bilimsel ilerleme nedir? *Felsefe Dünyası*, (62), 233-257.
- Sarıgöz, O. (2014). Öğretmen adaylarının eleştirel düşünme becerileri hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, (41).
- Schermelleh Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods Of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological Assessment*, 8(4), 350-353. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.8.4.350>
- Schwarz, N. (1994). Judgment in a social context: Biases, shortcomings, and the logic of conversation. *Advances in Experimental Social Psychology*, 26, 123-162. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60153-7](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60153-7)
- Schwarz, N. (2015). Metacognition. *APA handbooks in psychology. APA handbook of personality and social psychology, 1: Attitudes and social cognition* (203-229). Washington, DC, US: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14341-006>
- Schwarz, N. ve Jalbert, M. (2021). When (fake) news feels true: Intuitions of truth and the acceptance and correction of misinformation. Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E. ve Schwarz N. (Ed.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*, 73-89. <https://doi.org/10.4324/9780429295379>
- Schwarz, N., Strack, F., Hilton, D. ve Naderer, G. (1991). Base rates, representativeness, and the logic of conversation: The contextual relevance of "Irrelevant" information. *Social Cognition*, 9(1), 67-84. <https://doi.org/10.1521/soco.1991.9.1.67>
- Semerci, N. (2016). Eleştirel düşünme eğilimi (EDE) ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik revize çalışması. *Turkish Studies*, 11(9), 725-740. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9573>
- Semerci, N., Semerci, Ç., Ünal, F., Yılmaz, E. ve Yılmaz, Ö. (2019). Eleştirel düşünme engelleri (ELDEN) ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 8(1), 281-299. <https://doi.org/10.30703/cije.484271>
- Sherman, S. J., Cialdini, R. B., Schwartzman, D. F. ve Reynolds, K. D. (1985). Imagining can heighten or lower the perceived likelihood of contracting a disease: The mediating effect of ease of imagery. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11(1), 118-127. <https://doi.org/10.1177/0146167285111011>

- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K. ve Bar, F. (2017). Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction. *New Media ve Society*, 19(8), 1214-1235. <https://doi.org/10.1177/1461444816634054>
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K. ve Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. *Computers in Human Behavior*, 83, 278-287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.008>
- Shin, J. ve Thorson, K. (2017). Partisan selective sharing: The biased diffusion of fact-checking messages on social media. *Journal of Communication*, 67(2), 233-255. <https://doi.org/10.1111/jcom.12284>
- Shiv, B., Edell Britton, J. A. ve Payne, J. W. (2004). Does elaboration increase or decrease the effectiveness of negatively versus positively framed messages? *Journal of Consumer Research*, 31(1), 199-208. <https://doi.org/10.1086/383435>
- Shteynberg, G. (2015). Shared attention. *Perspectives on Psychological Science*, 10(5), 579-590. <https://doi.org/10.1177/1745691615589104>
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J. ve Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Silva, R. R., Chrobot, N., Newman, E., Schwarz, N. ve Topolinski, S. (2017). Make it short and easy: Username complexity determines trustworthiness above and beyond objective reputation. *Frontiers in Psychology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02200>
- Song, H. ve Schwarz, N. (2008). Fluency and the detection of misleading questions: Low processing fluency attenuates the moose illusion. *Social Cognition*, 26(6), 791-799. <https://doi.org/10.1521/soco.2008.26.6.791>
- Soysal, M. (2021). Hakikat ötesi, yalan haber ve kolektif belleği çarpıtma dinamikleri bağlamında 6-7 Eylül 1955 Olayları üzerine bir değerlendirme. *Belgi Dergisi, Pamukkale Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını*, (22), 481-507. <https://doi.org/10.33431/belgi.936878>
- Soysal, S. (2023). Çok boyutlu test yapılarında alfa, tabakalı alfa ve omega güvenirlik katsayılarının karşılaştırılması. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi (AKEF)*, 5(1), 213-236. <https://doi.org/DOI: 10.38151/akef.2023.51>
- Sönmezer, Z. (2022). Post-Truth çağında yeni medya okuryazarlığı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 6(2), 200-208. https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2022/ejnm_v6i2008
- Stanley, M. L., Yang, B. W. ve Marsh, E. J. (2019). When the unlikely becomes likely: Qualifying language does not influence later truth judgments. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.08.004>

- Sun, Y., Pan, Z. ve Shen, L. (2008). Understanding the third-person perception: Evidence from a meta-analysis. *Journal of Communication*, 58(2), 280-300. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00385.x>
- Şencan, H. ve Fidan, Y. (2020). Likert verilerinin kullanıldığı keşfedici faktör analizlerinde normallik varsayımı ve faktör çıkarma üzerindeki etkisinin SPSS, FACTOR ve PRELIS yazılımlarıyla sınanması. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 8(1), 640-687. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1395>
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6), 497-516. Boston, MA: Pearson.
- Taş, O. ve Taş, T. (2018). Post-Hakikat çağında sosyal medyada yalan haber ve Suriyeli mülteciler sorunu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 183-207. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500943>
- Taşkın, S. G., Küçüksille, E. U. ve Topal, K. (2021). Twitter üzerinde Türkçe sahte haber tespiti. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 151-172. <https://doi.org/10.25092/baunfbed.843909>
- Tavakol, M. ve Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Taylor, S. E. ve Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103(2), 193-210. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.2.193>
- Toğaçar, M., Eşidir, K. A. ve Ergen, B. (2021). Yapay zekâ tabanlı doğal dil işleme yaklaşımını kullanarak internet ortamında yayınlanmış sahte haberlerin tespiti. *Journal of Intelligent Systems: Theory and Applications*, 5(1), 1-8. <https://doi.org/10.38016/jista.950713>
- Tonga, H. (2023). Post-Truth çağda yalan haberler: 2021 yılı orman yangınları haberleri üzerine inceleme. *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(6), 200-217.
- Tully, M. ve Vraga, E. K. (2018). Who experiences growth in news media literacy and why does it matter? Examining education, individual differences, and democratic outcomes. *Journalism ve Mass Communication Educator*, 73(2), 167-181. <https://doi.org/10.1177/1077695817706572>
- Tuncel, D. G. (2011). Sosyal bilgiler dersinde rubriklerin etkili kullanımı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (23), 213-233.
- Turner, J. C., Brown, R. J. ve Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 9(2), 187-204. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420090207>

- Ulu Aslan, E. ve Başı, B. (2021). Eğlence amacına duyarlı medya okuryazarlığı ölçeğinin geliştirilmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 10(1), 74-88.
- Uluk, M. (2018). *Yeni medyada “yalan haber” ve hakikat sonrası çağ: Doğrulama platformu olarak Teyit.org örneği üzerine bir inceleme* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Unkelbach, C., Koch, A., Silva, R. R. ve Garcia Marques, T. (2019). Truth by repetition: Explanations and implications. *Current Directions in Psychological Science*, 28(3), 247-253. <https://doi.org/10.1177/0963721419827854>
- Unkelbach, C. ve Rom, S. C. (2017). A referential theory of the repetition-induced truth effect. *Cognition*, 160, 110-126. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2016.12.016>
- Usmaldi, U., Amini, R. ve Trisna, S. (2017). The development of research-based learning model with science, environment, technology, and society approaches to improve critical thinking of students. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 6(2), 318-325. <https://doi.org/10.15294/jpii.v6i2.10680>
- Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). Sağlık iletişimde yalan haber-yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 81-100.
- Varol, O., Ferrara, E., Davis, C., Menczer, F. ve Flammini, A. (2017). Online human-bot interactions: Detection, estimation, and characterization. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 280-289. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14871>
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Vraga, E. K. ve Tully, M. (2019). Engaging with the other side: Using news media literacy messages to reduce selective exposure and avoidance. *Journal of Information Technology ve Politics*, 16(1), 77-86. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1572565>
- Waddill, P. J. ve McDaniel, M. A. (1992). Pictorial enhancement of text memory: Limitations imposed by picture type and comprehension skill. *Memory ve Cognition*, 20(5), 472-482. <https://doi.org/10.3758/BF03199580>
- Williams, P. ve Wager, E. (2013). Exploring why and how journal editors retract articles: Findings from a qualitative study. *Science and Engineering Ethics*, 19(1), 1-11. <https://doi.org/10.1007/s11948-011-9292-0>
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yıldırım, E. (2022). *Hızlandırılmış makine öğrenmesi algoritmaları ile Türkçe sahte haber tespiti* (Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi.

- Yılmaz Özelçi, S. (2012). *Eleştirel düşünme tutumunu etkileyen faktörler: Sınıf öğretmeni adayları üzerine bir çalışma* (Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yılmaz Virlan, A. (2021). Türkiye’de yapılan lisansüstü eleştirel düşünme çalışmaları: Bir alan incelemesi. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 254-261. <https://doi.org/10.32329/uad.897516>
- Yurdakul, H. (2018). Kitle iletişiminde haber ve etki: Liberal ve eleştirel yaklaşımlar. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 62-77.
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi*.1,6.
- Yurdugül, H. (2006). Paralel, eşdeğer ve konjenerik ölçmelerde güvenirlik katsayılarının karşılaştırılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 39(1), 15-37.

EKLER

EK 1. Haber Medyası Okuryazarlığı Ölçeği

HABER MEDYASI OKURYAZARLIĞI ÖLÇEĞİ

Değerli katılımcımız, bu ölçek haber medyası okuryazarlık düzeyinizi ölçmek için hazırlanmıştır. Lütfen maddeleri dikkatle okuyunuz. Tüm maddeleri doldurduğunuzdan emin olunuz. Bütün maddeleri içten bir şekilde cevaplandırmanız bilime katkı açısından önem taşımaktadır. Katılımınızdan dolayı teşekkür ederim.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Nötr	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Bir konuda karara varmadan önce bilgi toplarım.	1	2	3	4	5
2. Bir konuda anlatılan/yapılmış bir haberin doğru olup olmadığını anlarım.	1	2	3	4	5
3. Okuduğum haberde sunulan bilgiler arasındaki zıtlıkları bulabilirim.	1	2	3	4	5
4. Haberde öne sürülen iddiaların nesnelliğini değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
5. Aynı haber metnindeki verilerle yorumları birbirlerinden ayırt edebilirim.	1	2	3	4	5
6. Haber sitelerinin künye bilgilerine bakarak sahibi, editörü vb. konularda bilgi edinirim.	1	2	3	4	5
7. Haberin yazarının kim olduğunu araştırırım.	1	2	3	4	5
8. Doğrulama sitelerine bakarım.	1	2	3	4	5
9. Doğrulama siteleriyle iletişim kurarak araştırmalarımı isterim.	1	2	3	4	5

EK 2. Günlük Yaşamda Eleştirel Düşünme Ölçeği

GÜNLÜK YAŞAMDA ELEŞTİREL DÜŞÜNME ÖLÇEĞİ

Yönerge: Aşağıdaki ifadeler günlük yaşamınızda gerçekleşen belirli durumlar ile ilgili nasıl düşündüğünüzü tanımlamaktadır. Aşağıdaki ifadeleri okuyarak, **son 30 günde**, belirtilen durumları ne sıklıkta yaptığınızı ilgili kutucuğa işaretleyiniz. Örneğin, bir madde için “Her zaman” yazılı beşinci kutucuğu işaretlemeniz, maddede bahsedilen durumu düzenli olarak yaptığınız yani her zaman yaptığınız anlamına gelmektedir.

		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara Sıra	Sık Sık	Her Zaman
1)	Harekete geçmeden önce olası sonuçları düşünürüm.	1	2	3	4	5
2)	Fikirlerimi bilgi toplayarak geliştiririm.	1	2	3	4	5
3)	Bir sorunla karşılaştığımda çözüm seçeneklerini belirlerim.	1	2	3	4	5
4)	Bir sorunla ilgili düşüncelerimi rahatlıkla ifade edebilirim.	1	2	3	4	5
5)	Görüşlerimi desteklemek için bilgi toplamak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
6)	Bir karar vermeden önce birden fazla bilgi kaynağına sahip olurum.	1	2	3	4	5
7)	Bir konuyla ilgili nereden bilgi alacağımı planlarım.	1	2	3	4	5
8)	Bir konu hakkında nasıl bilgi edineceğimi planlarım.	1	2	3	4	5
9)	Fikirlerimi önem sırasına koyarım.	1	2	3	4	5
10)	Aldığım yeni bilgilere göre kararlarımı yeniden düzenlerim.	1	2	3	4	5
11)	Onlarla aynı fikirde olmasam da başkalarının fikirlerini dinlerim.	1	2	3	4	5
12)	Bir konu hakkında düşünürken farklı fikirleri karşılaştırırım.	1	2	3	4	5
13)	Bir karar vermeyi planlarken zihnimi farklı fikirlere açık tutarım.	1	2	3	4	5
14)	Konuyu düşünmeme yardımcı olacak bir kontrol listesi hazırlarım.	1	2	3	4	5
15)	Yaptığım şeyin doğru ya da yanlış olduğunu kolaylıkla söyleyebilirim.	1	2	3	4	5
16)	Bir sorunun üstesinden gelmenin en iyi yolunu söyleyebilirim.	1	2	3	4	5
17)	Kullandığım bilginin doğruluğundan emin olurum.	1	2	3	4	5

EK 3. Sosyodemografik Form

SOSYODEMOGRAFİK FORM
<u>1- Cinsiyetiniz:</u> 1) Kadın 2) Erkek 3) Diğer
<u>2- Yaşınız:</u>
<u>3- En son mezun olduğunuz eğitim düzeyini işaretleyiniz:</u> 1) İlkokul 2) Ortaokul 3) Lise 4) Ön lisans 5) Lisans 6) Yüksek lisans 7) Doktora
<u>4- Haberleri ne sıklıkla takip ediyorsunuz?:</u> 1) Hiç takip etmem 2) Haftada bir kez bakarım 3) Haftada birkaç kez bakarım 4) Günde bir kez bakarım 5) Günde birkaç kez bakarım
<u>5- Haber gündemine ilgi seviyeniz nedir?:</u> 1) Hiç ilgilenmem 2) Az ilgilenirim 3) İlgilenirim 4) Çok ilgilenirim
<u>6- Haber almak için sizce hangisi daha güvenilirdir?:</u> 1) Geleneksel medya (TV, gazete vb.) 2) Yeni medya (YouTube, X (Twitter) vb.)
<u>7- Kitap okuma alışkanlığınız nedir?:</u> 1) Hiç okumam 2) Ayda bir okurum 3) Haftada bir okurum 4) Haftada birkaç kez okurum 5) Her gün okurum
<u>8- Haber almak için en sık kullandığınız sosyal medya platformu hangisidir?:</u> 1) Facebook 2) X (Twitter) 3) Instagram 4) YouTube 5) TikTok 6) Diğer
<u>9- Hangi ilde yaşıyorsunuz?:</u>

EK 4. Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin Taslak Formu

Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği'nin Taslak Formu
1) Karşılaştığım haberle ilgili, konunun uzmanı olan farklı kişilerin yorumlarını, görüşlerini karşılaştırarak incelerim.
2) Karşılaştığım haberi haber doğrulama platformlarından ("teyit.org", "doğrulukpayi.com" vb.) kontrol ederim.
3) Karşılaştığım haberi farklı görüşteki haber kaynaklarından takip edip karşılaştırırım.
4) Sosyal medyada karşılaştığım habere yapılan yorumları, alıntılarını okurum.
5) Haberleri hem yeni medyadan (Youtube, X (Twitter) vb.) hem de geleneksel medyadan (TV, gazete vb.) takip ederim.
6) Karşılaştığım haberde adı geçen kişinin veya kurumun birinci ağızdan açıklamalarına ulaşmaya çalışırım.
7) Karşılaştığım haberlerin gerçek olup olmadığını sorgulamam. (Ters puanlanan madde)
8) Karşılaştığım haberle ilgili, forum kanallarındaki (ekşi sözlük, uludağ sözlük vb.) yorumları okurum.
9) Karşılaştığım haberi başka bir açıdan ele alan haberleri incelerim.
10) Karşılaştığım haberin sadece başlığını değil haberin tamamını okurum.
11) Karşılaştığım haberdeki fotoğrafları ve videoları incelerim.
12) Karşılaştığım haberin kim ya da kimler tarafından hazırlandığına bakarım.
13) Karşılaştığım haberde uzman olarak belirtilen kişilerin yetkinliğini araştırırım.
14) Karşılaştığım haber, geçmişte gerçekleşen bir olay veya durumla ilgiliyse gerçekleştiği dönemin kaynaklarını incelerim.
15) Karşılaştığım haberlerin gerçek olup olmadığını araştırmam. (Ters puanlanan madde)
16) Karşılaştığım haberle alakalı sonraki gelişmeleri takip ederim.
17) Sahte haber yaydığını düşündüğüm sosyal medya hesaplarını engelleyerek karşıma sahte haber çıkma olasılığını azaltırım.
18) Karşılaşacağım haberlere yönelik bilgi sahibi olabilmek için gündemi yakından takip ederim.
19) Karşılaştığım haberdeki konuyla ilgili uzman görüşlerine başvururum.
20) Karşılaştığım haberin güncelliğini kontrol ederim.
21) Karşılaştığım haberde haberin kaynağının belirtilip belirtilmediğini kontrol ederim.
22) Karşılaştığım haberin dilinin tarafsız olup olmadığını kontrol ederim.

NOT: EK 4 ölçek geliştirilirken veri toplama aşamasında katılımcılara verilen formdur. Geliştirilmiş nihai form değildir. Yapılan analizler neticesinde bu formdan: 4.; 5.; 6.; 7.; 11.; 15. ve 17. maddeler çıkartılmıştır.

Bu taslak formdaki ölçek maddeleri, ölçeğin son haline şu sıralama ile girmiştir: 1=>1; 2=>2; 3=>3; 8=>4; 9=>5; 10=>6; 12=>7; 13=>8; 14=>9; 16=>10; 18=>11; 19=>12; 20=>13; 21=>14; 22=>15

EK 5. Sahte-Gerçek Haber Ayrımı Yapabilme Becerisi Ölçeği (SGHAYBÖ)

SAHTE-GERÇEK HABER AYRIMI YAPABİLME BECERİSİ ÖLÇEĞİ (SGHAYBÖ)					
Bu ölçekte, bireylerin karşılaştıkları haberlerin sahte mi yoksa gerçek mi olduğunu anlamak için neleri ne sıklıkla yaptığını ölçmeyi amaçlıyoruz. Bu bağlamda, aşağıdaki maddeleri karşılaştığınız haberlerin gerçekliğini teyit etmek amacıyla ne sıklıkla yaptığınızı “1=Hiçbir zaman yapmam; 2=Nadiren yaparım; 3=Bazen yaparım; 4=Genellikle yaparım; 5=Her zaman yaparım” şeklinde puanlamanızı rica ediyoruz. Lütfen her maddeyi diğerlerinden bağımsız şekilde değerlendiriniz.	1=Hiçbir zaman yapmam	2=Nadiren yaparım	3=Bazen yaparım	4=Genellikle yaparım	5=Her zaman yaparım
1) Karşılaştığım haberle ilgili, konunun uzmanı olan farklı kişilerin yorumlarını, görüşlerini karşılaştırarak incelerim.					
2) Karşılaştığım haberi haber doğrulama platformlarından (“teyit.org”, “doğrulukpayi.com” vb.) kontrol ederim.					
3) Karşılaştığım haberi farklı görüşteki haber kaynaklarından takip edip karşılaştırırım.					
4) Karşılaştığım haberle ilgili, forum kanallarındaki (ekşi sözlük, uludağ sözlük vb.) yorumları okurum.					
5) Karşılaştığım haberi başka bir açıdan ele alan haberleri incelerim					
6) Karşılaştığım haberin sadece başlığını değil haberin tamamını okurum.					
7) Karşılaştığım haberin kim ya da kimler tarafından hazırlandığına bakarım.					
8) Karşılaştığım haberde uzman olarak belirtilen kişilerin yetkinliğini araştırırım.					
9) Karşılaştığım haber, geçmişte gerçekleşen bir olay veya durumla ilgiliyse gerçekleştiği dönemin kaynaklarını incelerim.					
10) Karşılaştığım haberle alakalı sonraki gelişmeleri takip ederim.					
11) Karşılaşacağım haberlere yönelik bilgi sahibi olabilmek için gündemi yakından takip ederim.					
12) Karşılaştığım haberdeki konuyla ilgili uzman görüşlerine başvururum.					
13) Karşılaştığım haberin güncelliğini kontrol ederim.					
14) Karşılaştığım haberde haberin kaynağının belirtilip belirtilmediğini kontrol ederim.					
15) Karşılaştığım haberin dilinin tarafsız olup olmadığını kontrol ederim.					

Ölçek 2 alt boyutta toplanan 15 maddeden oluşmaktadır. En düşük 15; en yüksek 75 puan alınabilir.

Bilgi Edinme Becerisi (BEB) alt boyutunun maddeleri: 1.; 2.; 3.; 4. ve 5. maddelerdir. Bu alt boyuttan en düşük 5; en yüksek 25 puan alınabilir.

Haber Analiz Etme Becerisi (HAEB) alt boyutunun maddeleri: 6.; 7.; 8.; 9.; 10.; 11.; 12.; 13.; 14. ve 15. maddelerdir. Bu alt boyuttan en düşük 10; en yüksek 50 puan alınabilir.

Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır.

Ölçekten alınan yüksek puanlar, ölçeğin bütünü için: sahte-gerçek haber ayrımı yapabilme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna; Bilgi Edinme Becerisi (BEB) alt boyutu için: sahte-gerçek haber ayrımı yaparken bilgi edinme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna; Haber Analiz Etme Becerisi (HAEB) alt boyutu için: sahte-gerçek haber ayrımı yaparken haber analiz etme becerisi düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

EK 6. Etik kurul izni



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

Toplantı No	Toplantı Tarihi	Toplantı Saati	Toplantı Yeri
2023 – 09	20.11.2023	14.00	Online

KARAR NO: 2023-09-104: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 211403070 numaralı Zübeyir ALKİŞ' in "Sahte Gerçek Haber Ayırımı Yapabilme Becerisi Ölçeğinin Geliştirilmesi" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 19.04.2023 tarih ve 2023-04 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR

20.11.2023

BİRİM Etik Kurul Başkanlığı 20.11.2023 TARİHİ 2023 – 09 ETİK KURUL TOPLANTI TUTANAĞI KARAR ÖRNEĞİ

Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sokak No:1 34310 Avcılar / İSTANBUL
Tel: (+90212) 422 70 00 Faks: (+90212) 422 74 01
www.gelisim.edu.tr <https://birim.gelisim.edu.tr> birim@gelisim.edu.tr

KYS.3D.004 / 4.08.2022 / 0 / 4.08.2022

1/1

